

Aktueller Stand

Wege zu einer pflanzenbasierten Ernährung in der Betriebsgastronomie

04.05.2022, Sabrina Rehberg

Agenda

- 1) Einleitung
- 2) Hintergrund: Strategien
- 3) Maßnahmen zur Veränderung der Essenswahl
 - Produkt
 - Platzierung
 - Präsentation
 - Promotion
 - Personal

Einleitung

Klimaschutz und Welternährung

Für die Rindfleischproduktion werden pro Gramm Protein **20 mal mehr Land benötigt** und **20 mal mehr Treibhausgasemissionen** verursacht als bei der Produktion von pflanzlichen Proteinen wie Bohnen, Erbsen und Linsen.

Wenn die Weltbevölkerung bis 2050 auf 10 Milliarden Menschen anwächst, werden für den Bedarf **56 % mehr pflanzliche Kalorien benötigt**.

Um dieses Ziel zu erreichen, sollte sich eine große Zahl von Menschen für eine **ressourceneffiziente, pflanzenbetonte Ernährung** entscheiden.



Der **Lebensmittelsektor** kann eine wichtige Rolle bei der **Beschleunigung** dieser Ernährungsumstellung dienen.



KARLA
Karlsruher Reallabor
Nachhaltiger Klimaschutz

Einleitung

Die Rolle des Lebensmittelsektors

Eine **große Zahl** von Menschen isst regelmäßig **außer Haus**. Die Gastronomie beeinflusst daher tägliche Essensentscheidungen.

Die Lebensmittelbranche verfügt bereits über ein großes **Fachwissen** in Bezug auf die **Vermarktung und den Verkauf** von **Lebensmitteln**.

Bezug: Aktuelle Studien

THESys Discussion Paper No. 2019-1

Maßnahmen zur nachhaltigen Ernährung in öffentlichen Kantinen zwischen Bevormundung und Mündigkeit

Samyra Hachmann, Martha Frittrang, Antonia Sladek, Nick Küspert, Konstanze Möller, Marla Kaupmann, Sebastian Pukrop



Maßnahmen zur nachhaltigen Ernährung in öffentlichen Kantinen

Quellen:

- <https://edoc.hu-berlin.de/bitstream/handle/18452/21570/THESysDP-2019-1-Ma%c3%9fnahmen%20zur%20nachhaltigen%20Ernaehrung%20in%20oeffentlichen%20Kantinen.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- <https://www.wri.org/research/playbook-guiding-diners-toward-plant-rich-dishes-food-service>



Leitfaden für die Hinführung von Gästen zu pflanzenreichen Gerichten in der Gastronomie

Hintergrund: Strategien

Emotionale Entscheidungen

„Eine der wichtigsten Schlussfolgerungen aus dieser Untersuchung ist, dass die **Essentscheidung** **selten rational und sorgfältig** durchdacht ist. Stattdessen wird die Auswahl von Lebensmitteln von **Gewohnheit und Vertrautheit** bestimmt, geht oft **sehr schnell** und wird von vielen scheinbar kleinen **Faktoren im Umfeld des Essens** beeinflusst, die sich meist dem **Bewusstsein entziehen.**“



Beispielfaktoren: Platzierung, Größe, Preisgestaltung, Position, Verpackung und Sprache (Hollands et al. 2016)

Hintergrund: Strategien

Nudging

... bedeutet übersetzt so viel wie „Anstoßen“ oder „Anschubsen“.

... ist eine Strategie zur Verhaltensänderung: Menschen sollen dazu bewegt werden, sich für eine **erwünschte Verhaltensweise** zu **entscheiden**, ohne dass dazu Zwang ausgeübt wird.

... sind Eingriffe in die Entscheidungsarchitektur; die **sprachliche, physische, emotionale und soziale Umgebung** in der eine Entscheidung getroffen wird.

...ist einfach und ohne großen Aufwand umgebar: Die **Wahlfreiheit** bleibt erhalten.

Bezug: Aktuelle Studien

Bevorzugte Maßnahmen zur Verhaltensänderung

- 1) Produkt
- 2) Platzierung
- 3) Präsentation
- 4) Promotion
- 5) Personal

Figure 4 | Twenty-Three Priority Behavior Change Interventions, as Ranked by 69 Food Service Industry Representatives



Maßnahmen

Produkt: Fleischanteil reduzieren, Pflanzenanteil erhöhen

- ❖ 1-2-3 Gerichte aufbrechen (Fleisch-Gemüse-Kartoffeln)
 - Fleisch nicht als Hauptbestandteil einer Mahlzeit sehen, sondern als „Würze“ für ein Gericht
 - z. B. Hackfleisch in Lasagne, Tacos, Aufläufe
 - mit pflanzlichen Zutaten experimentieren z. B. Pilz-Ragout
 - hochwertigeres Fleisch wählen
- ❖ In Selbstbedienungsbetrieben: Teller wählen, auf denen die Portionsgröße der verschiedenen Zutaten angegeben ist
- ❖ Vorportionierte Fleischstücke anbieten, um Gäste zu ermutigen, kleinere Portionen zu nehmen
- ❖ In der Speisenauslage oder auf den Tellern: Präsentation der Fleischoptionen **mit** pflanzlichen Produkten



Maßnahmen

Produkt: Relative Anzahl von pflanzlichen Gerichten erhöhen

- ❖ Höhere Wahrscheinlichkeit, dass Gäste vegetarische Optionen bemerken
- ❖ Vertrautheitseffekt: Je öfter wir etwas sehen, desto mehr neigen wir dazu, es zu mögen (Cohen und Babay 2012)
- ❖ Beispiel: 5 Pflanzlich / 2 Fleischlich

Maßnahmen

Produkt: Einführung eines pflanzenreichen Tages pro Woche

- ❖ Angebot von keinem oder wenig Fleisch; kann Lebensmittelauswahl durch direkte Einschränkung beeinflussen
- ❖ Fleischfreier Montag: Menschen ernähren sich am Montag gesünder, "Neuanfang" oder Ausgleich für Wochenende
- ❖ Ausschließlich pflanzenreiche Mahlzeiten zu bestimmten Tageszeiten (z. B. Frühstück, Abend)
- ❖ Widerstände überwinden: Vorteile bewerben, auf Ausweitung und nicht auf Einschränkung der Lebensmitteloptionen konzentrieren



Maßnahmen

Beispiel: "Veggie-Day als Experimentierraum"

- ❖ Nachhaltige Mensen benötigen mehr Kommunikation (mehr Nachfragen und Feedback)
- ❖ Veggie-Day gilt als Probiertag und wird an alltägliches Angebot rückgekoppelt (Bewertungstool!)
- ❖ Möglichkeiten: Feedbackkarten (Lob/Kritik), E-Mail, Mensaumfragen, Mensa-Ausschuss, Kulinarische Sprechstunde

"Der Veggie-Tag ist längst nicht mehr so kontrovers. Damals sind die Zahlen zwischen 15 und 20 Prozent zurückgegangen, jetzt haben wir fast keinen Rückgang mehr an diesem Tag. Wir nutzen den Veggie-Day inzwischen nicht mehr, um zu polarisieren und zu informieren, sondern um neue Gerichte auszuprobieren." (StW Freiburg-Schwarzwald, 10.09.2018)



Maßnahmen

Produkt: Pflanzliche Alternativen zu beliebten Fleischgerichten einführen

- ❖ Menschen entscheiden oftmals aus Gewohnheit und Routine: z. B. wegen Geschmack des Fleisches
 - Alternativen aufzeigen, die zum Umdenken anregen
- ❖ Beispiele: Würstchen, Burger, Hackfleisch
- ❖ Einzigartige Vorteile hervorheben, z. B. den Geschmack



Maßnahmen

Produkt: Vielfalt an pflanzlichen Gerichten erhöhen

- ❖ Verschiedene Gerichte servieren (z. B. Salat, Burger, Nudelgericht, Suppe)
- ❖ Inspiration von globaler Küchen, die viele pflanzliche Gerichte anbieten (z. B. Naher Osten, Südostasien, Indien)
- ❖ Möglichkeit: kleinere Portionen von mehreren Gerichten anbieten, mehrere pflanzliche Optionen

Maßnahmen

Produkt: Geschmack & Textur von pflanzenbasierten Gerichten verbessern

- ❖ Verwendung von geschmackverstärkenden Zutaten wie Kräutern, Pfeffer, Gewürzen, Knoblauch, Zitrone, Ölen und Essigen
- ❖ Konzentration auf qualitativ hochwertige Zutaten
- ❖ Handwerkliche und traditionelle Hintergründe rund um das Gericht oder sein Herkunftsland vorstellen
- ❖ Online-Datenbank mit pflanzlichen Rezepten:
<http://goodfoodscorecard.org/entrees/>

Maßnahmen

Produkt: Aussehen von pflanzlichen Gerichten verbessern

- ❖ Verkauf von pflanzlichen Gerichten mit leuchtenden natürlichen Farben und einzigartigen Formen von Obst und Gemüse
- ❖ Ansprechende Zusammenstellungen pflanzlicher Zutaten in der Nähe von Selbstbedienungsauslagen, helle und farbenfrohe Garnierungen, z. B. essbare Blumen
- ❖ Verpackte pflanzliche Produkte: Kleingedrucktes minimieren, stattdessen Bilder, Farben und Formen nutzen

Maßnahmen

Platzierung: Selbstbedienung attraktiv gestalten und vergrößern

- ❖ Multisensorische Gestaltung des Essbereichs und der Lebensmittelauslagen
 - Fallstudie: Musik hat Einfluss auf die Essenswahl (indisch/ malaysisch)
- ❖ Stationen, an denen Essen vor den Augen der Gäste zubereitet wird: Zubereitung, Interaktion, Diskussion
- ❖ Salatgärten zum selbst pflücken: Attraktivitätssteigerung
- ❖ „Schauen heißt kaufen“: Aufmerksamkeit den pflanzlichen Gerichten schenken, Unübersichtlichkeit vermeiden, optisch ansprechend gestalten



Maßnahmen

Präsentation: Sprache mit positiven Eigenschaften und Empfehlungen wählen

- ❖ Worte über z. B. Geschmack, Herkunft, Aussehen, Haptik, Zubereitungstechniken
- ❖ Unattraktive Formulierungen entfernen
 - Negativbeispiele: gesund/ leicht/ kalorienarm, Begriffe, die das Fehlen des Fleisches hervorheben wie fleischfrei, vegan
- ❖ Stattdessen Begriffe wie vegan in Unterbeschreibung einfügen, einfaches V-Symbol
- ❖ Empfehlungen ausschreiben, z. B. Gericht des Tages, Empfehlung des Küchenchefs, Tagesempfehlung



"Wir haben festgestellt, dass das [die Kennzeichnung] bei vielen (abgesehen von Veganerinnen und Veganern) nicht gut ankommt, sie denken sich dann: ‚Ah, dann schmeckt das nicht.‘ Wir hatten bspw. eine ‚Vegane Apfeltasche‘ in den Cafeterien: Als wir ‚vegan‘ weggelassen bzw. in den Hintergrund gestellt haben, nur noch unten als Kennzeichen, hat sich die Apfeltasche viel besser verkauft." (StW Freiburg 2018)



Maßnahmen

Präsentation: Pflanzliche Gerichte in den Hauptteil der Speisekarte einfügen

- ❖ Positionierung von pflanzlichen Gerichten in separater Rubrik verringert Wahrscheinlichkeit, dass diese Gerichte bestellt werden
- ❖ Die vegetarische Kategorie wird schnell ausgeschlossen und eingeklammert
- ❖ Pflanzliche Optionen neben Fleisch- und Fischgerichten platzieren und an den Anfang der Speisekarte bringen

Bildquellen:

- (1) <http://www.gasthaus-zum-edertal.de/uploads/pics/Speisekarte-Gasthaus-zum-Edertal-1.jpg>
- (2) <https://image.jimcdn.com/app/cms/image/transf/none/path/s05d263cdcc4f7a4a/image/af9085924859aa438/version/1637060447/image.jpg>

Gasthaus zum Edertal Fam. Reitz/Feisel Schulweg 1 35116 Reddighausen			Telefon: 06452/93470 Fax: 06452/934735 info@gasthaus-zum-edertal.de	
Käsespätzle an einem großen Salatbouquet		✓	9,90 €	
Ricotta-Spinatknödel Mit Kaisergemüse und Hollandaise		✓	11,50 €	
Krústchenteller „Felix“ Schnitzel auf Toast mit Salaten und Spiegelei			10,50 €	
Spanischer Salatteller Frische Salate mit Zwiebeln, Tomaten, Gurken und Ei wahlweise mit Thunfisch oder Hirtenkäse		✓	10,90 €	
Feinschmecker Toast Zwei Schweinemedallions mit Pfefferlingen Tomaten und Käse überbacken, Salatumlage			11,90 €	
Schweineschnitzel aus der Butterpfanne	S	L	XL	
nach Wiener Art	8,50	10,50	12,50 €	
mit Champignonrahmsauce	10,50	12,50	14,50 €	
mit Zigeunerrahmsauce (1,3,4)	10,50	12,50	14,50 €	
Bauernschmaus mit Speck und Zwiebeln	10,50	12,50	14,50 €	
dazu servieren wir nach Wahl Pommes frites, Kartoffelkroketten der Röstkartoffeln				



Schenkel's esszimmer bar & kitchen

Vorspeisen & Kleinigkeiten

Tagessuppe Saison abhängig	klein groß	5,90 6,90
Vorspeisensalat - vegan - Miniblattsalat mit Topping und Balsamico- oder Sesamdressing		5,20
Knoblauchbrot - vegan - hausgemachtes Baguette mit Knoblauchpüree, kross im Ofen gebacken	3stck	4,70
Bruschetta - vegan - hausgemachtes Baguette mit Tomaten, Knoblauch, Zwiebel- Topping	3stck	6,90
Gratinierter Ziegenkäse - veggie - mit Meersalz, Honig und Walnüssen an Wildkräutersalat		5,90
Gambas al ajillo Garnelen in Knoblauch-Öl mit Kräutern verfeinert	6stck	8,90
Hähnchen-Spieß mit Sesam und Sweet Chili Sauce		6,90
Vitello Tonnato Kalbssemerolle leicht rosa mit Thunfischcreme und Kapern		11,80
Beef Carpaccio mit Pinienkernen, Parmesan & Trüffelmayo		12,20
Rote Beete Carpaccio - vegan - mit Avocadocreme und gerösteten Nüssen		8,80
Spargel-Sticks Grüner Spargel im Speckmantel von der Grillplatte		6,40

Maßnahmen

Promotion: Probiermöglichkeiten und produktübergreifende Werbeaktionen

- ❖ Kostenloses Probieren von pflanzenbasierten Gerichten, bevor sie gekauft werden
- ❖ Probierteller, die eine Vielzahl kleinerer Portionen von pflanzlichen Gerichten enthalten
- ❖ Beispiel: Probierportionen von dem Zielgericht am Vortag des Verkaufs → Zunahme der Wahl des Zielgerichtes
- ❖ Selbstbedienung: Empfehlungen mit passenden Optionen, pflanzenbetonte Optionen zusammenstellen

Maßnahmen

Promotion: Umweltvorteile der Pflanzengerichte bewerben

- ❖ Mithilfe von Marketingmaterialien wie Plakaten, Broschüren oder Fernsehbildschirmen
- ❖ Werbung: Ökologische Vorteile eines pflanzlichen Gerichtes hervorheben
- ❖ Richtige Platzierung: Vor Bestellvorgang z. B. Menütafeln, Schilder vor Produkten, Regaletiketten, Restauranteingang
- ❖ Fallstudie: Emissionsreduzierung um 3,6 % durch rote, orangene und grüne Etiketten

Maßnahmen

Beispiel: Umweltvorteile der Pflanzengerichte bewerben

- ❖ Idee: Einzelne kann nach eigenen Wünschen, Vorstellungen und Ressourcen entscheiden
- ❖ Problem: hohe Zertifizierungskosten für Siegel wie MSC und Bio
- ❖ Lösung: Hauseigene Labels
- ❖ Zunächst Kritik für inoffizielle Labels; StW Berlin beantwortet alle Fragen, achtet auf Einhaltung der Standards

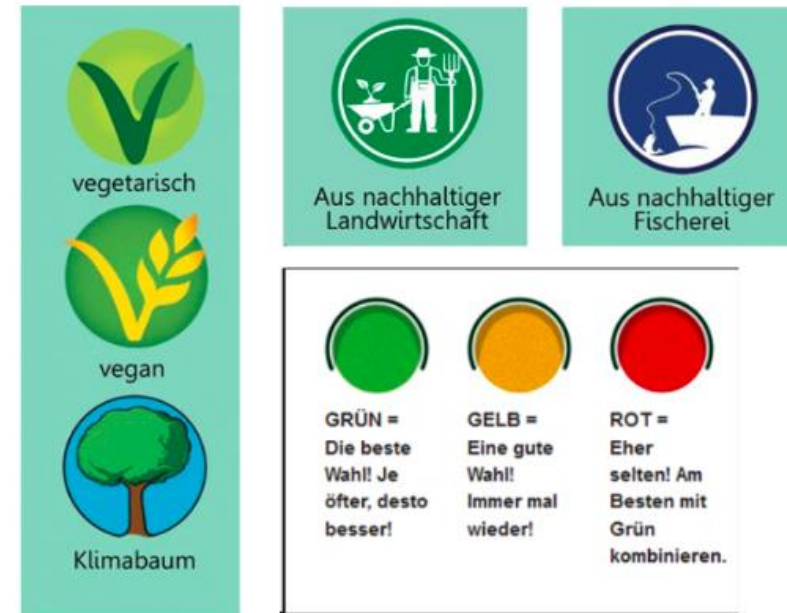


Abbildung 2: Kennzeichnung des StW Berlin. Die 'Gastronomische Ampel', unten rechts, steht für eine medizinisch-ernährungsphysiologische Gesamtbewertung der Gerichte, basierend auf Empfehlungen der Deutschen Gesellschaft für Ernährung (https://www.stw.berlin/mensen.html#jump_faq, <https://www.stw.berlin/mensen/themen/speiseleitsystem.html>, abgerufen am 24.04.2019)

Maßnahmen

Promotion: Gegen Aufpreis Fleischoption

- ❖ Gäste tendieren dazu, Standard-Wahl vorzuziehen
- ❖ Status-quo-Voreingenommenheit: Gäste nehmen Option nicht wahr oder sind nicht bereit, sich um Alternative zu bemühen
- ❖ Ansatz kann zusätzlichen Kosten für Fleisch deutlich machen
- ❖ Verlustaversion: Menschen empfinden es als schmerzhaft „unnötig“ Geld auszugeben

Maßnahmen

Personal: Informieren und Schulen

- ❖ Informieren und Schulungen für Köche und Personal:
Speisenzubereitung, gesundheitliche und ökologische Vorteile, persönliche Relevanz
- ❖ Bildungsveranstaltungen mit Expert:innen
- ❖ Verweis auf gute Websites, Videos, Artikel, Online-Lernvideos
Empfehlung: Planetary Health Diet (Quarks)
<https://www.youtube.com/watch?v=WCQaM0gwsLk>
- ❖ „Train-the-trainer“-Modell: Schulungskurs für Mitarbeitende; gelernte Inhalte werden mit Rest des Personals geteilt
- ❖ Argumente mitgeben, um die Vorteile pflanzenbetonter Gerichte aufzuzeigen

Maßnahmen

Personal: Ermutigen und Belohnen

- ❖ Personal an Rezeption Gerichte kostenlos während Arbeitszeit probieren lassen
- ❖ Regelmäßige Verkostungen von Lebensmitteln
- ❖ Absprache mit Köchen: Richtige Werkzeuge und Geräte
- ❖ Praktische Durchführung, Raum für kreatives Ausprobieren
- ❖ Personal loben, wenn es beliebte pflanzenreiche Gerichte kreiert z. B. finanziell (Bonus, Gutschein), materiell (Geschenk), sozial (Lob oder öffentliche Anerkennung)



Maßnahmen

Personal: Beispiel Kooperativen

1. Einkaufskooperationen mit anderen Kantinen
2. Gebündelter Einkauf
3. Gemeinsame Bedingungen, z. B. genfreie Produkte,
MSC-Fisch, artgerechte Tierhaltung
4. Hohe Bestellmenge
5. Verstärkte Verhandlungsposition bei Zulieferern
6. Zulieferer hat wiederum Einfluss auf kleine Betriebe.

Zusammenfassung: Handout



Wege zu einer pflanzenbetonten Ernährung in der Betriebsgastronomie

Kategorie	Maßnahme	✓
Produkt	Fleischanteil reduzieren, Anteil an pflanzlichen Lebensmitteln (z.B. Gemüse, Obst, Hülsenfrüchte...) erhöhen	
	Relative Anzahl von pflanzlichen Gerichten erhöhen (z. B. Größere Anzahl pflanzlicher Gerichte als Fleischgerichte)	
	Einen pflanzenreichen Tag pro Woche einführen (z. B. Veggie-Day)	
	Pflanzliche Alternativen zu beliebten Fleischgerichten einführen (z. B. Erbsen, Lupine, Tofu)	
	Vielfalt an pflanzlichen Gerichten erhöhen (saisonale und regionale Produktauswahl berücksichtigen)	
	Geschmack und Textur von pflanzenbasierten Gerichten verbessern (z. B. durch Kräuter, Öle, Zitronen)	
	Aussehen von pflanzlichen Gerichten verbessern (z. B. durch Deko wie Körner oder Kräuter)	
Platzierung	Selbstbedienung attraktiv gestalten und vergrößern (z. B. Musik, interaktive Stationen, Selbst-Pflück-Stationen)	
Präsentation	Kommunikation mit positiven Eigenschaften und Empfehlungen einführen (z. B. Geschmack, Aussehen, Zubereitung)	
	Pflanzliche Gerichte in den Hauptteil der Speisekarte einfügen	
Promotion	Probiermöglichkeiten und produktübergreifende Werbeaktionen anbieten (z. B. Probiersteller, Probierportionen)	
	Umweltvorteile der Pflanzengerichte bewerben (z. B. über Broschüren, Bildschirm)	
	Gegen Aufpreis Fleischoption anbieten	
Personal	Das Personal informieren und schulen	
	Das Personal ermutigen und belohnen (z. B. durch Gutscheine, Probieraktionen)	
	Kooperationen mit anderen Kantinen eingehen (z. B. gebündelter Einkauf)	

Verwendete Quelle: <https://www.wri.org/research/playbook-guiding-diners-toward-plant-rich-dishes-food-service>