

So nachhaltig is(s)t Kantine und Mensa

Die Nestlé Studie 2023



SPECIAL



Ob Salat, Rote Beete oder Möhren – Pflanzliches steht hoch im Kurs bei den Küchenchefs.

Abserviert: Tschüss Currywurst!

Wie „grün“ sind Mensen und Kantinen im Jahr 2023 aufgestellt? Ist die klassische Currywurst ein Auslaufmodell? Und wer fordert eigentlich Nachhaltigkeit von den Küchenchefs ein? Antworten darauf serviert die Nestlé Studie „So nachhaltig is(s)t Kantine und Mensa“, die exklusiv mit *gvpraxis* und dem Marktforschungsinstitut BTG Group entwickelt wurde. Die Ergebnisse verblüffen und zeigen: Der Kulturwandel auf dem Teller schreitet rasant voran.

Anfang Dezember hat Cem Özdemir die Eckpunkte für die Ernährungsstrategie vorgelegt. Der Bundesernährungsminister will nicht weniger als die Ernährungswende losbrechen. Die Gemeinschaftsgastronomie soll dabei ein zentraler Hebel sein, essen doch täglich zigtausend Menschen außer Haus. Geht es nach dem Willen des Ministers, sollen Mensen und Kantinen künftig mehr „grüne“ Mahlzeiten ihren Gästen servieren, sich der Anteil an regionalen, ökologischen und klimafreundlichen Lebensmitteln in den Töpfen der Köche deutlich erhöhen und – ganz wichtig – mehr Salat, Möhren und Linsen auf die Teller kommen. Doch wie ist der Status quo?

Gleich ob Veggie-Schnitzel, Bio-Limo oder Klima-Teller – Nachhaltigkeit bewegt derzeit viele Kantinen- und Mensachefs. Und das trotz aller Krisen, wie die aktuelle Nestlé Studie „So nachhaltig is(s)t Kantine und Mensa“ zeigt. Campus- und Betriebsgastronomie spiegeln deutlich den Kulturwandel auf dem Teller wider: weniger Fleisch, mehr Pflanzliches. Schnitzel und Steak bestimmen nicht mehr allein die Tellermitte. Die Corona-Krise hat Tempo aus dem Tagesge-

schäft genommen. Die große Mehrheit der Kantinen- und Mensachefs sieht sich heute in Sachen Nachhaltigkeit viel besser bzw. etwas besser aufgestellt im Vergleich zu 2020. Viele haben die Krise genutzt, um ihr grünes Profil zu schärfen, das Angebot zu verschlanken – und qualitativ zu verbessern.

Exakt 351 Gastronomie-Manager – davon 267 aus der Betriebs- und 84 aus der Campusgastronomie – beteiligten sich an dieser großen Umfrage und gaben Auskunft zu grünen Angeboten, Abfall-Management, Entwicklung des Fleischkonsums und zu den Herausforderungen und Chancen von Nachhaltigkeit. Entwickelt und umgesetzt wurde die Studie gemeinsam von Nestlé Deutschland, *gvpraxis* und dem unabhängigen Marktforschungsinstitut Business Target Group (BTG).

Das Kernergebnis lautet: Nachhaltigkeit ist heute fester Teil der DNA von Kantinen und Mensen und gelebte Praxis. Was besonders überrascht: Über 90 Prozent der Kantinen- und Mensachefs sehen sich als Gemeinschaftsverpfleger in der Verantwortung für eine nachhaltige Ernährung. Die Ergebnisse im Detail zusammengefasst in 17 Punkten.

Zur Studie

Nestlé Deutschland, *gvpraxis* und Business Target Group (BTG) entwickelten gemeinsam die Studie „So nachhaltig is(s)t Kantine und Mensa“. Das unabhängige Marktforschungsinstitut BTG mit Sitz in Scheeßel ist Experte für B2B-Marktforschung im Außer-Haus-Markt (Hotellerie, Gastronomie, Gemeinschaftsverpflegung), *gvpraxis* das führende Fachmagazin für die Gemeinschaftsgastronomie. Für die Studie wurden Entscheider aus Betriebsgastronomie (Business & Industry) und Campusgastronomie (Studentenwerke) von Mitte November bis Mitte Januar online befragt. Insgesamt beteiligten sich 351 Kantinen- und Mensachefs an der Umfrage: 267 aus der Betriebsgastronomie und 84 aus der Campusgastronomie. Von 100 bis 10.000 Essen wurden alle Betriebsgrößen repräsentativ abgedeckt. Im Fokus der Befragung standen unter anderem Fragen zum Speisen- und Getränke-Angebot, zur Entwicklung des Fleischkonsums, zum Abfallmanagement, zu Chancen und Hürden von Nachhaltigkeit und zum Mindset der Gäste.

1. Treiber Campusgastronomie. Die Campusgastronomie ist „der Treiber“ der Ernährungswende. So setzen gut 85 Prozent der Befragten nach eigenen Angaben Nachhaltigkeit in ihrem Betrieb sehr stark bzw. eher stark um. In keinem anderen Gastronomie-Segment kommen beispielsweise häufiger vegane Speisen (73,4 %) mit kleinem CO₂-Fußabdruck alltäglich auf die Karte. Auch Speisen und Getränke mit Zutaten aus Bio-Landwirtschaft zählen in fast drei Viertel der Mensen zum Standard-Angebot. Gerichte mit regionalen Produkten serviert gut jeder zweite Campusgastronom (57,1 %) von Montag bis Freitag seinen Gästen.

2. Trendumsetzer Kantinen. Die Betriebsgastronomie ist ein großer Trendumsetzer in Sachen Nachhaltigkeit. Gut 80 Prozent der Befragten setzen nach eigenen Angaben Nachhaltigkeit in ihren Kantinen bereits sehr stark bzw. eher stark um. Vegetarische Gerichte zählen in nahezu jeder Kantine (92,4 %) zum täglichen Standard-Angebot. Fast jeder dritte Betrieb (29,8 %) bietet den Gästen darüber hinaus alltäglich vegane Speisen zur Auswahl an. Beim Einsatz von Produkten aus der Region haben die Kantinenchefs im Vergleich zu den Campusgastronomien die Nase vorn: In 67 Prozent der Betriebe kommen Pro-

dukte aus der Region jeden Tag in die Töpfe.

3. Es geht um die Wurst! Eine Revolution bahnt sich an. Die Mehrheit der Mensen und Kantinen (>80 %) serviert nach wie vor die allseits geliebte Currywurst. Aber: Die klassische Variante verliert an Fans. Drei Viertel der Mensen servieren heute zusätzlich eine Veggie-Currywurst als Alternative. Weitere zwölf Prozent haben diese noch nicht auf der Speisekarte, planen es aber. Die Betriebskantinen hinken dieser Entwicklung etwas hinterher: Dort ist die vegetarische Alternative mit 42 Prozent weniger stark vertreten.

4. Veggie-Week statt Veggie-Day. Über 90 Prozent der Mensen und Kantinen bieten ihren Gästen täglich ein vegetarisches Menü an. Knapp ein Drittel (29,8 %) der Kantinenchefs und sogar fast drei Viertel der Campusgastronomien (73,4 %) haben sogar täglich ein veganes Angebot auf der Speisekarte.

5. Gast Flexitarier. Die Gäste in Kantine und Mensa sind heute Flexitarier. Die Mehrheit der Campus- und Betriebsgastronomien ist davon überzeugt, dass der Konsum von vegan-vegetarischen Gerichten in ihrem Betrieb weiter zunehmen wird. Bei den

Wie gut ist der Betrieb 2022 im Vergleich zu 2020 in punkto Nachhaltigkeit aufgestellt?



„besser“ sagen:

87,9 %

Betriebsgastronomie

96,9 %

Campusgastronomie

Quelle: Nestlé Studie 2023 / So nachhaltig is(s)t Kantine und Mensa © gvpraxis grafik

Bieten Sie bereits eine Veggie-Currywurst als Alternative an?

Betriebsgastronomie

41,9 % ja
16,2 % ist geplant
41,9 % nein, ist nicht geplant



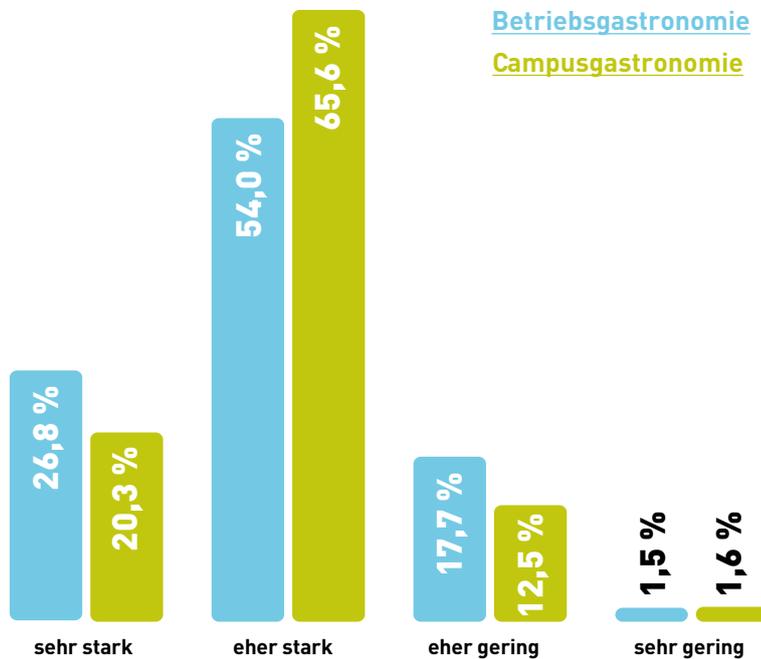
Campusgastronomie

76,6 % ja
12,5 % ist geplant
10,9 % nein, ist nicht geplant



Quelle: Nestlé Studie 2023 / So nachhaltig is(s)t Kantine und Mensa © gvpraxis grafik

Wie stark wird Nachhaltigkeit in Ihrem Betrieb bereits umgesetzt?



Quelle: Nestlé Studie 2023 / So nachhaltig is(s)t Kantine und Mensa © gvpraxis grafik

Wer fordert Nachhaltigkeit am stärksten ein?

Unternehmensleitung

32,5 %

Betriebsgastronomie

Gäste

62,5 %

Campusgastronomie

Quelle: Nestlé Studie 2023 / So nachhaltig is(s)t Kantine und Mensa © gvpraxis grafik

Wo sehen Sie beim Thema Nachhaltigkeit für Ihren Betrieb die größte Chance bzw. den größten Vorteil?

Image Verbesserung

40,6 %

Betriebsgastronomie

Kundenbindung

32,8 %

Campusgastronomie

Quelle: Nestlé Studie 2023 / So nachhaltig is(s)t Kantine und Mensa © gvpraxis grafik

Campusgastronomen gehen 67 Prozent davon aus, bei den Kantinenchefs 55 Prozent. Doch wie lässt sich ein nachhaltiger Speiseplan mit überwiegend vegan und vegetarischen Gerichten so aufstellen, dass er auch abwechslungsreich und gesund ist? Eine Frage, die den ein oder anderen Umfrageteilnehmer heute beschäftigt.

6. Weniger Fleisch? Der Fleischkonsum sollte in Deutschland reduziert werden. Gut über die Hälfte der befragten Küchenchefs in Kantinen und Mensen sind dieser Meinung. Allerdings sind nur 42 Prozent der Betriebsgastronomen davon überzeugt, dass in ihrem Betrieb auch tatsächlich der Fleischkonsum abnehmen wird. Ganz anders in der Campusgastronomie: Hier gehen knapp 61 Prozent von einem weiteren Rückgang aus.

7. Alternative Proteine im Kommen.

Fleischalternativen sind vor allem bei den Studierenden beliebt. Die Campusgastronomie geht andere Wege bei der Planung der vegan-vegetarischen Menüs als die Betriebsgastronomie. So ist jeder dritte Mensachef davon überzeugt, dass die Nachfrage nach beispielsweise Veggie-Wurst, -Schnitzel und -Gyros in seinem Betrieb steigen wird. Studierende sind offener für pflanzenbasierte Alternativen zu Fleisch. Die Kantinen-Chefs sehen diese Protein-Alternativen skeptischer: Lediglich 15 Prozent erwarten künftig eine stärkere Nachfrage danach. Die Betriebsgastronomie benötigt einen Plan B, wenn die nachrückende Generation in die Unternehmen und damit in die Kantinen kommt. Denn für die junge Generation gehören Fleischalternativen auf Basis von Erbsen, Bohnen oder Soja einfach auf die Speisekarte.

8. Tierwohl (k)ein Thema.

Wie häufig kommen Schnitzel, Steak und Wurst mit einer Extra-Portion Tierwohl auf die Teller? Während bereits jeder dritte befragte Betriebsgastronom (33 %) täglich Speisen mit Fleisch aus artgerechter Haltung anbietet, ist dies nur bei gut jedem fünften Mensachef (23,4 %) der Fall. Ein weiteres Drittel der Kantinen- und Mensachefs serviert mindestens zwei Mal wöchentlich Fleisch von Schweinen, Rindern und Hähnchen, die ein (etwas) besseres Leben hatten. Der Begriff „artgerecht“ ist

Hohe Kosten bei der Beschaffung nachhaltig erzeugter Lebensmittel, insbesondere tierwohlgerichte Fleischerzeugnisse. Warenverfügbarkeit allgemein und in GV gerechten Gebindegrößen

Die eigenen Mitarbeiter*innen mitzunehmen, ihre Motivation und Partizipation bestimmt über Erfolg oder Scheitern von Nachhaltigkeitskonzepten.

Regionalität, saisonal und Tierwohl zu einem bezahlbaren Preis zu beschaffen. Noch nicht alle Gäste sind bereit, den entsprechenden Verkaufspreis zu bezahlen. Auch wenn das Umdenken da ist.

Die Akzeptanz vegetarischer oder veganer Produkte ist eher gering. Am besten laufen Tage mit Currywurst, Schnitzel etc. Zudem ist auch die Preisakzeptanz schwierig, ein vollwertiger Hauptgang darf nicht über 5 € kosten, sonst wird er als zu teuer empfunden.

Was sind für Sie die größten Herausforderungen bei der Umsetzung von Nachhaltigkeit im eigenen Unternehmen?

Beschaffung passender Lebensmittel in ausreichender und bezahlbarer Menge aus der Region. Weitergabe der Beschaffungskosten. Preise werden nicht akzeptiert.

Die Auftraggeber, Mitarbeiter und Gäste davon zu überzeugen, dass dieser Weg dringend eingeschlagen werden muss, um Ressourcen zu schonen.

Abfall-Management bei Lebensmitteln

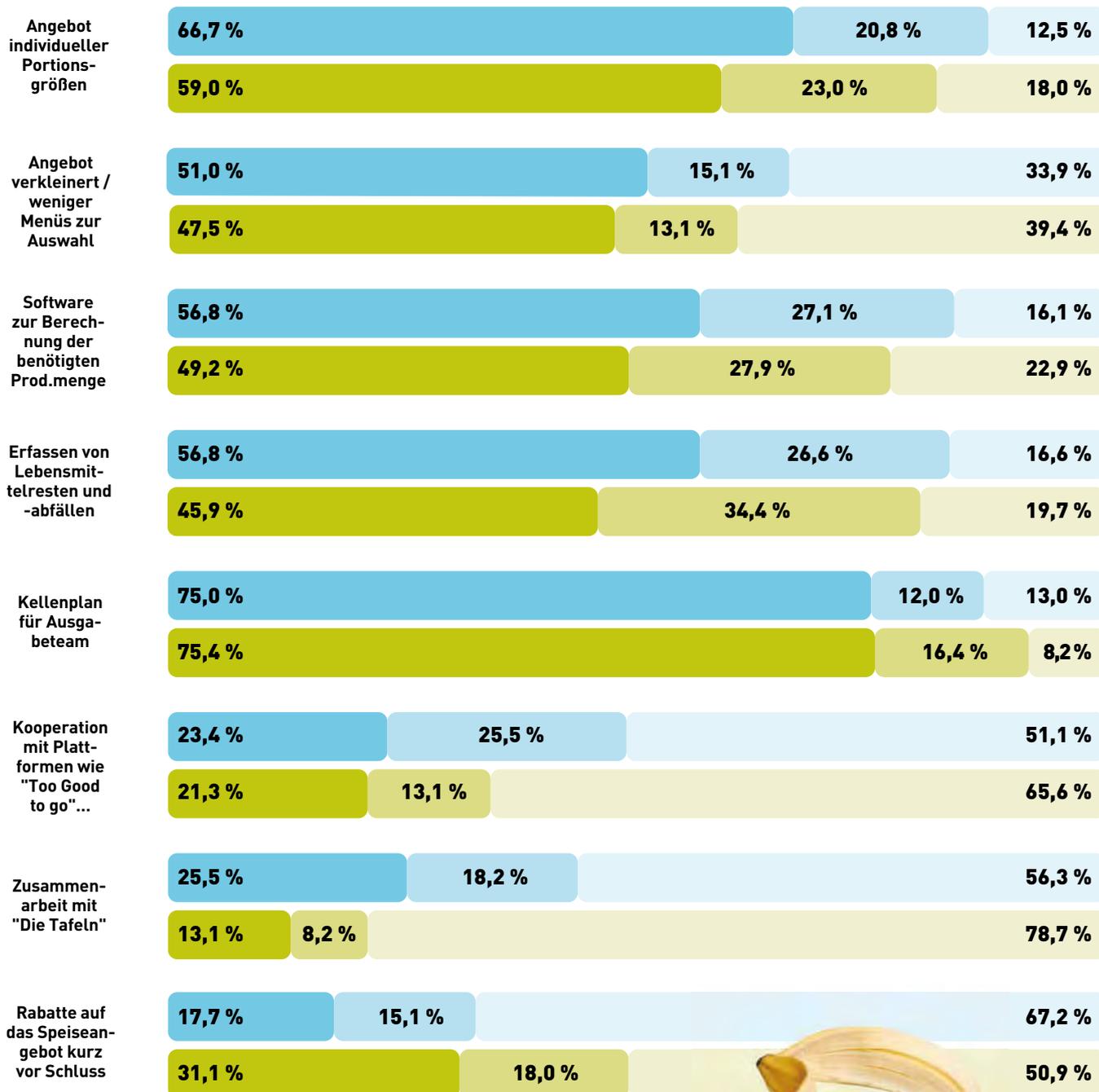
Wie sieht es mit folgenden Maßnahmen in Ihrem Betrieb aus?

Betriebsgastronomie

- umgesetzt
- noch nicht umgesetzt, aber geplant
- nicht umgesetzt und auch nicht geplant

Campusgastronomie

- umgesetzt
- noch nicht umgesetzt, aber geplant
- nicht umgesetzt und auch nicht geplant



Quelle: Nestlé Studie 2023 / So nachhaltig is(s)t Kantine und Mensa © gvpraxis grafik

Haben Sie ein eigenes Abfall-Management im Einsatz?

Betriebsgastronomie



Campusgastronomie



Quelle: Nestlé Studie 2023 / So nachhaltig is|st Kantine und Mensa © gvpraxis grafik

Mengenmacher mit Vorbildfunktion

• **Campusgastronomie.** Es gibt in Deutschland 57 Studierendenwerke mit rund 950 Mensen, Bistros und Cafeterien. Der Gesamtumsatz in der Hochschulgastronomie lag im Jahr 2021 bei knapp 100 Millionen Euro. Das größte Studierendenwerk ist Berlin mit rund 160.000 Studierenden. Danach folgen München (132.755) und Köln (86.217 Studierende). Quelle: Deutsches Studentenwerk (DSW)

• **Betriebsgastronomie.** Deutschland zählt gut 45 Millionen Erwerbstätige, davon nutzen 20 Prozent die Kantine, rund 8,9 Millionen Menschen. Bundesweit gibt es ca. 8.500 Kantinen mit Küche laut Schätzung des Fachmagazins gvpraxis (dfv Mediengruppe). Der Umsatz (Gäste-Ausgaben) in den Kantinen lag 2022 bei gut 4,4 Milliarden Euro laut dem Marktforschungsinstitut npdgroup Deutschland. Die größte Betriebsgastronomie bundesweit betreibt Volkswagen mit 95 gastronomischen Einrichtungen (Kantinen, Bistros) und einem Umsatz von fast 50 Mio. Euro im Jahr 2021. Danach folgen Daimler (47,9 Mio. €) und BMW (35,5 Mio. €).

dehnbar. Tierwohl fängt bei mehr Platz und Beschäftigungsmaterial im Stall an und gipfelt bei der Bio-Haltung mit Auslaufflächen nach draußen und besonders viel Platz im Stall. Viele Küchenchefs würden gerne mehr Hack, Wurst und Gulasch mit einem hohen Tierwohl-Standard einsetzen, doch dafür müssen sie teils deutlich tiefer in die Tasche greifen. Noch seien nicht alle Gäste bereit, den entsprechenden Verkaufspreis dafür zu bezahlen, auch wenn das Umdenken da sei, beobachtet ein Umfrageteilnehmer. Gleichzeitig sei die Beschaffung schwierig, schiebt ein anderer Küchenchef nach. Fakt ist: Artgerechtes Fleisch oder Fleisch aus Bio-Haltung ist noch Mangelware am Markt.

9. Klima-Teller oder nicht? Klima-Menüs sind in Mensa und Kantine im Kommen. Jeder fünfte Mensa- und Kantinenchef hat nach eigenen Aussagen bereits täglich eine Speise im Angebot, bei der der CO₂-Fußabdruck berücksichtigt wird. Nur für eine Minderheit der Campus- (9,5 %) und Betriebsgastronomen (17,9 %) sind sogenannte Klima-Menüs kein Thema. Das heißt: Klima-Menüs werden nicht angeboten und sind künftig auch nicht geplant. Als Herausforderung bei der Umsetzung wird von den befragten Gastronomiechefs vielfach die CO₂-Bilanzierung angeführt.

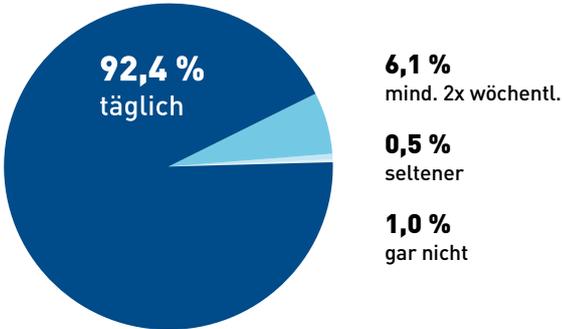
10. Regional erste Wahl. Heimat auf dem Teller ist und bleibt en vogue – auch in Mensen und Kantinen. So bieten knapp zwei Drittel der Betriebs- und gut die Hälfte der Campusgastronomen täglich Speisen mit Lebensmitteln aus der Region an. Regionales hat während der Corona-Krise in der Gunst der Gäste gewonnen. Allerdings sind heimische Zutaten auch in internationalen Gerichten zu finden. Kurze Lieferwege, mehr Transparenz und der Erhalt der bäuerlichen Landwirtschaft sind für viele Kantinen- und Mensachefs wichtige Argumente, Produkte wie beispielsweise Salat, Möhren, Kartoffeln oder auch Backwaren rund um den Kirchturm einzukaufen. Viele Küchenchefs wollen über den Hebel Einkauf die regionalen Wirtschaftskreisläufe stärken, Arbeitsplätze in der Region erhalten und ihren Gästen einen „transparenten“ Mehrwert servieren. Aber: Die Beschaffung der Produkte aus der unmittelbaren Umgebung bleibt für viele herausfordernd. Bauern, Bäcker und Metzger müssen gefunden werden. Gleichzeitig sind die Landwirte vor der Haustür nicht auf die Bedürfnisse von Großküchen eingestellt: Sie können vielfach weder die gewünschten Mengen, noch den entsprechenden Vorverarbeitungsgrad – beispielsweise geschälte Kartoffeln – liefern, die für Kantine und Mensa zwingend sind.

Nachhaltiges Speisenangebot

Wie häufig gibt es dieses Speisenangebot in Ihrem Betrieb?

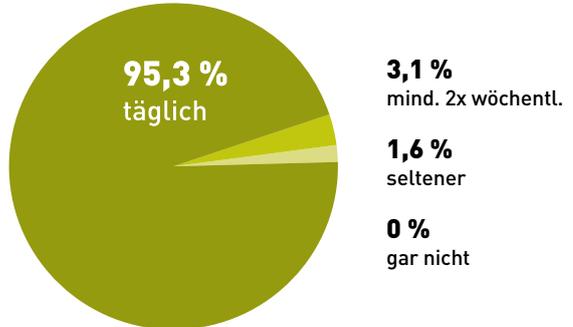
Betriebsgastronomie

vegetarische Speisen

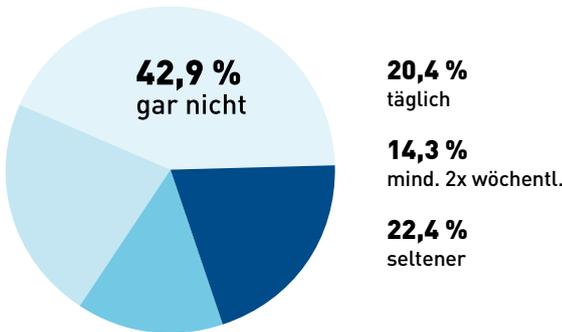


Campusgastronomie

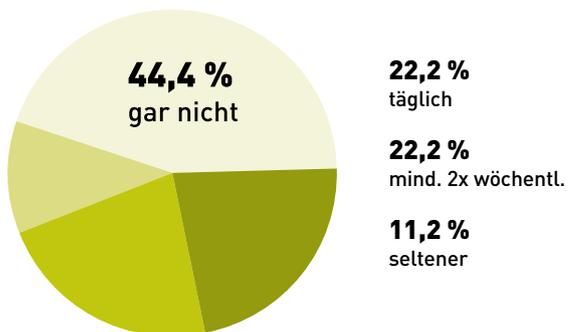
vegetarische Speisen



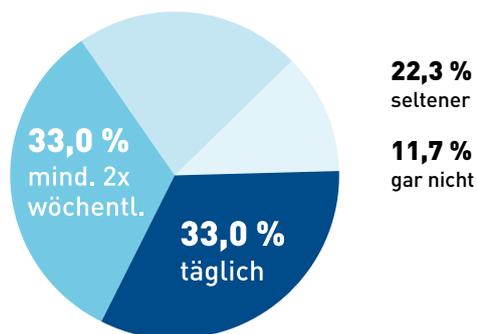
Klima-Menüs (Berücks. CO₂-Fußabdruck)



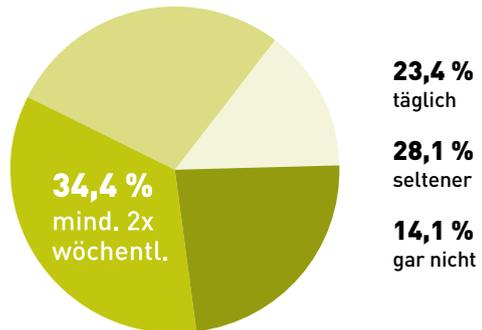
Klima-Menüs (Berücks. CO₂-Fußabdruck)



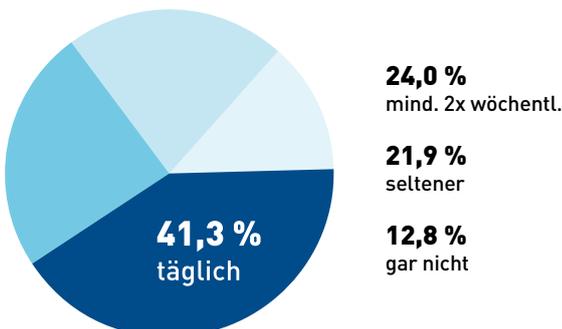
Speisen mit Fleisch aus artger. Tierhaltung



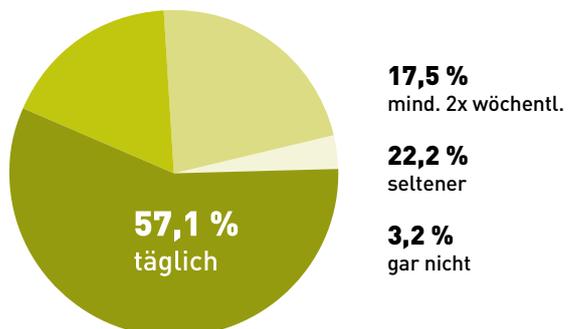
Speisen mit Fleisch aus artger. Tierhaltung



Speisen / Getränke mit fair gehandelten Prod.



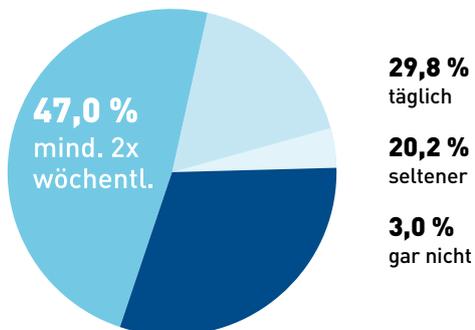
Speisen / Getränke mit fair gehandelten Prod.



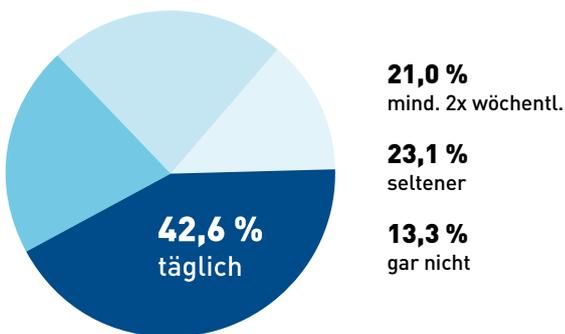


Betriebsgastronomie

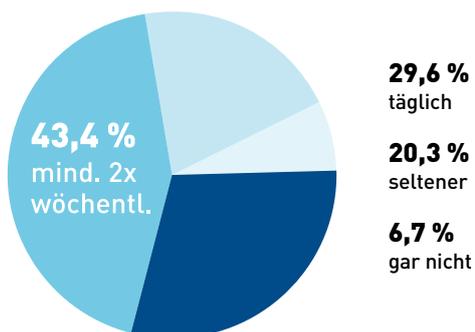
vegane Speisen



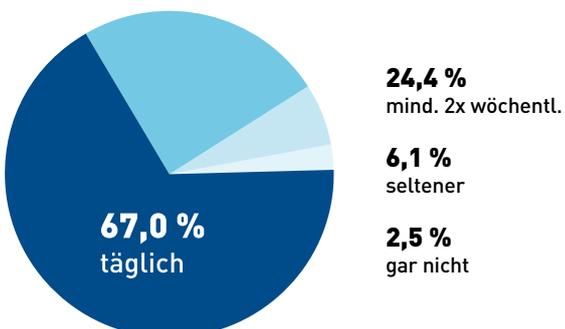
Speisen / Getränke mit Bio-Produkten



Speisen mit Fisch aus nachhaltigem Fang

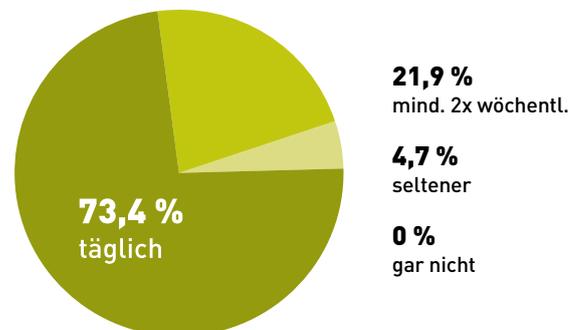


Speisen mit regionalen Produkten

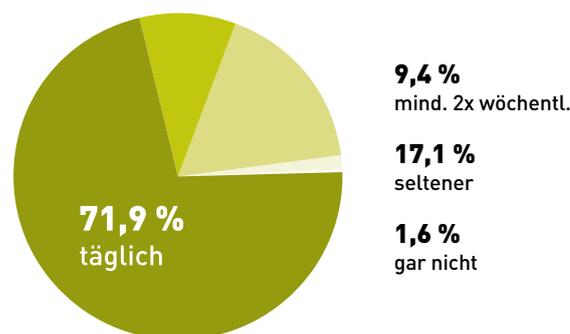


Campusgastronomie

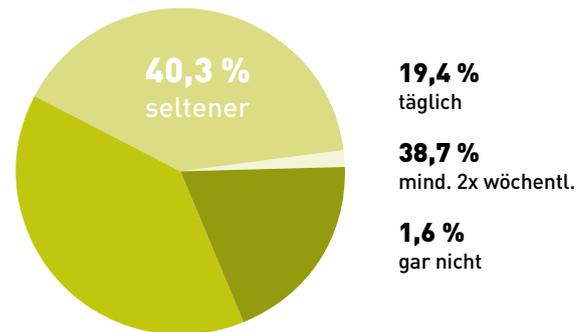
vegane Speisen



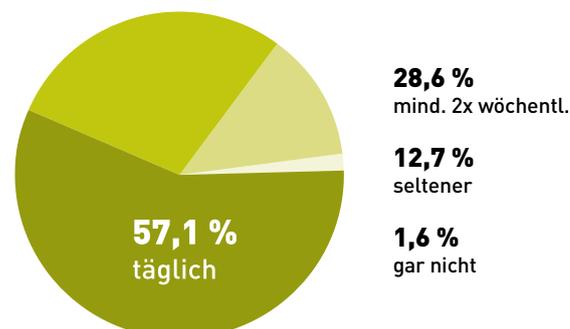
Speisen / Getränke mit Bio-Produkten



Speisen mit Fisch aus nachhaltigem Fang



Speisen mit regionalen Produkten



4

Aussagen zum Fleisch- konsum

Wie sehr stimmen Sie diesen zu?

11. Weniger ist mehr! Im Kampf gegen Foodwaste und Speisenreste hat fast jeder zweite Kantinen- und Mensachef das Speisenangebot verschlankt. Statt beispielsweise vier Menüs stehen täglich nur noch drei auf der Karte. Durch diese Maßnahme landen am Ende des Tages auch weniger Speisenreste in der Tonne.

Bemerkenswert: Kantinen sind den Mensen in Sachen Abfall-Management eine Nasenlänge voraus. Während 63 Prozent der Betriebsgastronomen sagen, sie haben ein eigenes Abfall-Management, trifft diese Aussage nur für 44,3 Prozent der Campusgastronomen zu.

Die ergriffenen Maßnahmen sind vielfältig und reichen vom Angebot individueller Portionsgrößen, über Kellenplan für die Ausgabekräfte hin zu dem systematischen Erfassen von Lebensmittelresten- und Abfällen. „Jeden Freitag gibt es unser „Mix & Match“-Angebot, bei dem Überproduktionen aus der Woche ausgegeben werden. Dies ist wie ein kulinarischer Wochenrückblick“, lautet die Lösung eines Betriebsgastronom. „Es werden ausschließlich die Speisen frisch zubereitet, die zuvor von den Gästen auch bestellt wurden“, sagt ein anderer Befragter. Daher habe man fast Zero-Food-Waste.

Fakt ist: Nahezu jeder zweite Befragte hat heute eine Software zur Berechnung der benötigten Produktionsmengen im Einsatz. „Wir digitalisieren die gesamte Wertschöpfungskette in einer eigenen Software“, unterstreicht ein Betriebsgastronom. Rabatte auf das Speisenangebot kurz vor Schluss sind vor allem in Mensen im Kommen: Knapp ein Drittel haben diese Maßnahme bereits umgesetzt, weitere 18 Prozent planen dies. In der Betriebsgastronomie sind Rabatte weniger ein Thema: Nur knapp 18 Prozent bieten kurz vor Schluss Gerichte zu vergünstigten Preisen an.

Und wie sieht es mit Kooperationen mit Plattformen wie „Too Good to go“ aus? 23,4 Prozent der befragten Betriebsgastronomen arbeiten bereits mit solchen Plattformen zusammen, ein weiteres Viertel hat dies auf die To-do-Liste gesetzt. Bei den Campusgastronomen zeichnet sich ein ähnliches Bild ab: Auch hier kooperiert bereits jeder Fünfte mit solchen Plattformen im Kampf gegen Lebensmittelverschwendung.

12. Wer will Nachhaltigkeit? Die junge, studierende Generation fordert nachhaltige Angebote am stärksten ein. Das Essen auf dem Teller avanciert für viele Studierende zum Schaufenster der eigenen Werte. Tierwohl, Klima- und Umweltschutz sind ihnen wichtig. So sagen knapp zwei Drittel der Mensachefs, dass die Studierenden am stärksten auf „grüne“ Angebote pochen. Anders das Bild in der Betriebsgastronomie: Jeder dritte Kantinenchef sagt, der größte Druck in Sachen Nachhaltigkeit kommt von der Unternehmensleitung, erst an zweiter Stelle folgen die Gäste. Auffallend: Für den Betriebsrat ist Nachhaltigkeit in der Kantine kein Thema (3,6 %).

13. Gäste-Mindset 2023. Der Gast hat sich während der Corona-Krise in seinen Ansprüchen gewandelt: Er ist klima- und gesundheitsbewusster, veggie-affiner, digitaler und per se nachhaltiger unterwegs. Aber er schaut auch mehr auf den Geldbeutel – allen voran die Studierenden. Sie legen heute im Vergleich zur Vor-Corona-Zeit aber auch deutlich mehr Wert auf pflanzenbasierte Speisen, die klimafreundlich sind. In Kantinen legen die Gäste hingegen vermehrt den Fokus auf gesunde Angebote, so die Beobachtung der Befragten.

14. Pluspunkt Nachhaltigkeit? Imagegewinn auf der einen, Kundenbindung auf der anderen Seite – diese beiden Punkte sehen die Kantinen- und Mensachefs als größte Chance beim Thema Nachhaltigkeit für ihren Betrieb. Auffallend: Während die Betriebsgastronomen den größten Vorteil (40,6 %) in dem Imageplus sehen, zählt als stärkstes Argument bei den Campusgastronomen die Kundenbindung (32,8 %). Jeder sechste Betriebs- und jeder fünfte Campusgastronom sieht das Thema vor allem als „Innovationsmotor für die eigene Gastronomie“.

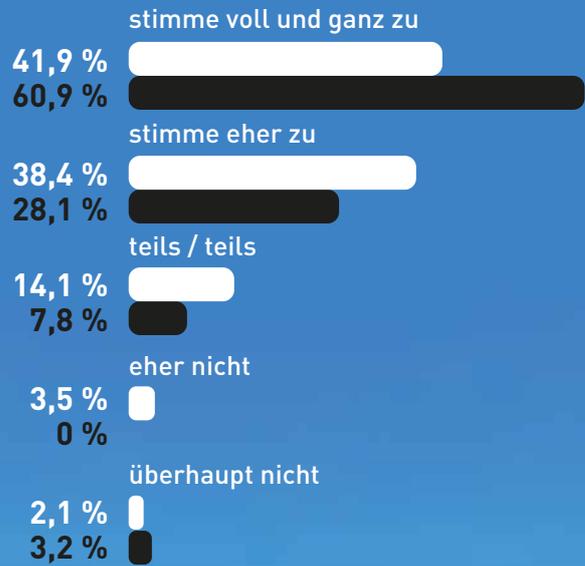
15. Budget und Einkauf größte Hürden. Die gute Nachricht vorweg: Gut jeder fünfte Kantinen- und Mensachef sieht heute keine Hürden mehr bei der Umsetzung von Nachhaltigkeit. Größter Herausforderung bleibt jedoch das Budget: Jedem dritten Campus- und jedem fünften Betriebsgastronom mangelt es an Geld, um beispielsweise Bio-Lebensmittel oder Fleisch aus art-



Der Fleischkonsum in Deutschland sollte reduziert werden.



Der Fleischkonsum in meinem Betrieb wird künftig abnehmen.



Der Konsum von vegan-vegetarischen Gerichten wird in meinem Betrieb zunehmen.



Der Konsum von Fleisch-Ersatzprodukten wird in meinem Betrieb zunehmen.



gerechter Haltung (vermehrt) einzusetzen. Eine große Herausforderung ist für viele nach wie vor auch der Einkauf: Gleich, ob (Bio-)Gemüse aus der Region oder Schweinefleisch aus artgerechter Haltung – häufig sind die Waren nicht wie gewünscht am Markt erhältlich. Der Personalmangel macht gut jedem zehnten Befragten beim Thema Nachhaltigkeit zu schaffen, denn ein attraktives vegetarisches Gericht benötigt mehr Zeit als beispielsweise der Klassiker „Schnipf“ – Schnitzel mit Pommes.

16. Die Preisfrage. Die große Mehrheit der Befragten ist davon überzeugt, dass ein gewisser Prozentanteil ihrer Gäste durchaus bereit ist, für „mehr Nachhaltigkeit auf dem Teller“ auch „mehr“ zu bezahlen. In der täglichen Praxis sieht es jedoch häufig anders aus. Für viele bleibt die Preisgestaltung

ein heißes Eisen. Ein Umfrageteilnehmer sieht sowohl Gäste als auch Unternehmen in der Pflicht: Firmen müssten entsprechend die Subventionen für die Verpflegung erhöhen und die Kantinengänger gleichzeitig bereit sein, für die nachhaltigen Speisen auch tiefer in die Tasche zu greifen.

17. Bitte ohne Plastik. Dieser Wunsch richtet sich an die Hersteller und Produzenten und wurde von den befragten Kantinen- und Mensachefs mehrfach in einer offenen Frage geäußert. Beliebte Produkte wie Pudding, Joghurt, Süßwaren und Getränke seien leider immer noch in Kunststoff verpackt. O-Ton eines Küchenchefs: „Verpackungen von Lieferanten sind das größte Problem beim Thema Nachhaltigkeit.“ Auch das Recyclen der Verpackungen ist ein Thema.

CLAUDIA ZILZ

Welche Herausforderungen sehen Sie für Ihr Unternehmen in den nächsten zwei Jahren?

Der Druck ist nun so immens, dass endlich Bewegung und Tempo gemacht wird. Kein weiter so, sondern ein „besser anders“.

Ich sehe keine großen Herausforderungen.

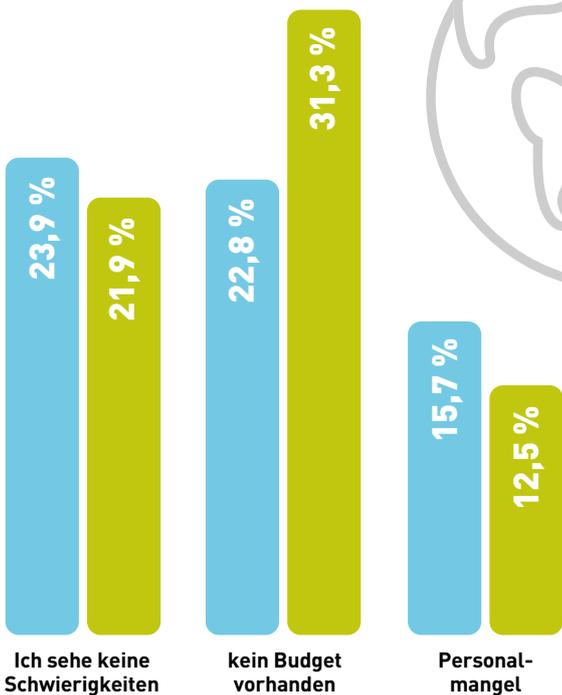
Die Gäste müssen den Geschmack natürlicher Produkte erst wieder erlernen.

Es fehlt die fachliche Qualifikation der Mitarbeiter.

Gesetzesauflagen, Vorschriften und Bürokratie fordern uns.

Wo sehen Sie die größte Hürde bei der Umsetzung von Nachhaltigkeit in Ihrem Unternehmen?

Betriebsgastronomie
Campusgastronomie



Impressum

So nachhaltig is(s)t Kantine und Mensa. Die Nestlé Studie 2023. Ein Special von *gvpraxis* und Nestlé Deutschland.
Redaktion: Claudia Zilz
Fotos: Adobe Stock
Layout: Britta Stephan
Lektorat: Martina Reif
Chefredaktion: Boris Tomic (Leitung | V.i.S.d.P.) boris.tomic@dfv.de, Claudia Zilz, claudia.zilz@dfv.de
Verlag: Deutscher Fachverlag GmbH
Hausadresse: Mainzer Landstraße 251, 60326 Frankfurt am Main
Kontakt: Telefon +49.69.7595-1519
www.gvpraxis.de