



Bericht 2014-DIAF-137

4. Juli 2016

des Staatsrats an den Grossen Rat zum Postulat 2014-GC-15 Laurent Thévoz/Xavier Ganioz – Förderung von landwirtschaftlichen Produkten aus der Region in der öffentlichen Gemeinschaftsgastronomie im Kanton Freiburg

Der Bericht, den wir Ihnen unterbreiten, ist wie folgt gegliedert:

1. Einleitung	20
<hr/>	
2. Zustandsanalyse	20
2.1. Öffentliche Gemeinschaftsgastronomie im Kanton Freiburg	20
2.2. Produktion und Vertrieb von Lebensmitteln aus der Region	22
2.2.1. Freiburgische Landwirtschaft	22
2.2.2. Produktionswert der Landwirtschaftsbranche	22
2.2.3. Kurzer Überblick über den Freiburger Lebensmittelsektor	23
2.2.4. Besonderheiten des Vertriebs	23
2.3. Hindernisse für ein regionales Angebot	24
<hr/>	
3. Grundsätzliche Fragen	25
3.1. Was versteht man unter Produkten aus der Region?	25
3.2. Was versteht man unter nachhaltiger und verantwortungsbewusster Ernährung?	26
3.3. Rolle des Staates und Grenzen seines Handelns?	27
<hr/>	
4. Vorgehen und Pilotprojekte	28
4.1. Agridea-Studien	28
4.2. Beelong	29
4.3. Gruppe «Nachhaltige Entwicklung» und Pilotphase	29
4.4. Weitere Schritte und freiburgische Projekte	30
4.5. Andere Kantone	30
4.5.1. Genf	30
4.5.2. Jura und Region Berner Jura	31
4.5.3. Waadt	32
4.5.4. Neuenburg	32
4.5.5. Wallis	32
<hr/>	
5. Vorgeschlagene mögliche Massnahmen – öffentlich und privat	33
5.1. Kennzeichnung der Produkte, bessere Rückverfolgbarkeit	33
5.2. Ausbildung der Betriebsleiter und Küchenchefs der öffentlichen Gemeinschaftsgastronomie	34
5.3. Information und Sensibilisierung der Kunden	35
5.4. Vereinfachte Versorgung mit nachhaltigen Produkten aus der Region	36
5.5. Rahmenbedingungen der Gemeinschaftsgastronomie	36
5.6. Freiwillige Vertragsklauseln oder obligatorische Vorschriften	37
5.7. Pilotprojekte und Schlussfolgerungen	37

1. Einleitung

In einem am 24. Januar 2014 eingereichten und begründeten Postulat (TGR 2014, S. 2073) verlangen die Grossräte, dass der Staat die Verpflichtungen seiner Strategie Nachhaltige Entwicklung einhält und den Konsum von Lebensmitteln, die die Kriterien der Nachhaltigkeit erfüllen, in der Gemeinschaftsgastronomie fördert. Sie betonen die positive Wirkung von lokaler Versorgung und kurzen Transportwegen, die den ökologischen Fussabdruck in Zusammenhang mit der Ernährung verringern und eine umweltfreundliche, gesunde und soziale Produktion fördern.

Die Grossräte richten verschiedene Fragen an den Staatsrat, die sich unter folgenden Zielsetzungen zusammenfassen lassen:

- > Vorbildfunktion der öffentlichen Verwaltung,
- > Die Förderung der regionalen Agrarwirtschaft mit der Verringerung des ökologischen Fussabdrucks der öffentlichen Gemeinschaftsgastronomie vereinbaren,
- > Gewährleisten, dass importierte Produkte aus fairem Handel stammen,
- > Vereinbaren der kantonalen Prioritäten im Bereich Lebensmittel mit den WTO-Regeln für das öffentliche Beschaffungswesen.

Gleichzeitig verlangte die Motion Romain Castella/Ruedi Schläfli, Überwiegende Verwendung von lokalen Produkten in den Restaurants und Kantinen des Staates Freiburg und solchen, die staatlich unterstützt werden (2014-GC-31), vom Staatsrat, dass er die Förderung und die Gewährleistung eines wesentlichen Anteils an Produkten aus der Region im Angebot der öffentlichen Gemeinschaftsgastronomie gesetzlich verankere oder entsprechende Vollzugsreglemente erlasse. Diese Motion hatte zum Ziel, dass sich die Vorschriften für den Kauf von landwirtschaftlichen Produkten für den gesamten Gastronomiebereich, der von der finanziellen Unterstützung des Staates Freiburg abhängt, stark an der örtlichen Produktion orientieren.

Da die beiden parlamentarischen Vorstösse das gleiche Hauptziel verfolgten, nämlich den Anteil von Produkten aus der Region in der öffentlichen Gemeinschaftsgastronomie zu erhöhen, hatte der Staatsrat eine gemeinsame Antwort vorgeschlagen. Er ist der Ansicht, dass eine lokale Versorgung und kurze Transportwege wesentlich zu den drei Zieldimensionen der nachhaltigen Entwicklung in der Gemeinschaftsgastronomie beitragen können und dass der Staat in diesem Bereich eine Vorbildrolle einzunehmen hat. Er anerkennt zudem das berechnete Interesse der lokalen Landwirtschaft, Verarbeitung und des lokalen Handels, sich mit dem Angebot von Produkten aus der Region zu profilieren, und auch die Erwartungen der Konsumenten, über die Herkunft, die Produktionsmethoden und den ökologischen Fussabdruck des Lebensmittelangebots, auch als Kundschaft der Gemein-

schaftsgastronomie, informiert zu werden. Er hält allerdings fest, dass diese Absicht mehrere heikle Fragen aufwirft, und dass verschiedenste Massnahmen in Betracht gezogen werden können, um die Lebensmittel aus der Region in der öffentlichen Gemeinschaftsgastronomie besser zu fördern; eine eingehende Analyse ist daher notwendig, bevor ein Fahrplan festgelegt wird. Er beantragte daher, das Postulat anzunehmen und einen Bericht zu erstellen, der die aufgeworfenen Fragen klärt und Mittel vorschlägt. Vor einer eingehenden Analyse der offenen Fragen wollte der Staatsrat jedoch nicht dazu Stellung nehmen, ob ein Gesetz oder ein Reglement mit Vorschriften an die betroffenen Betriebe angezeigt wäre, und schlug daher vor, die Motion abzulehnen.

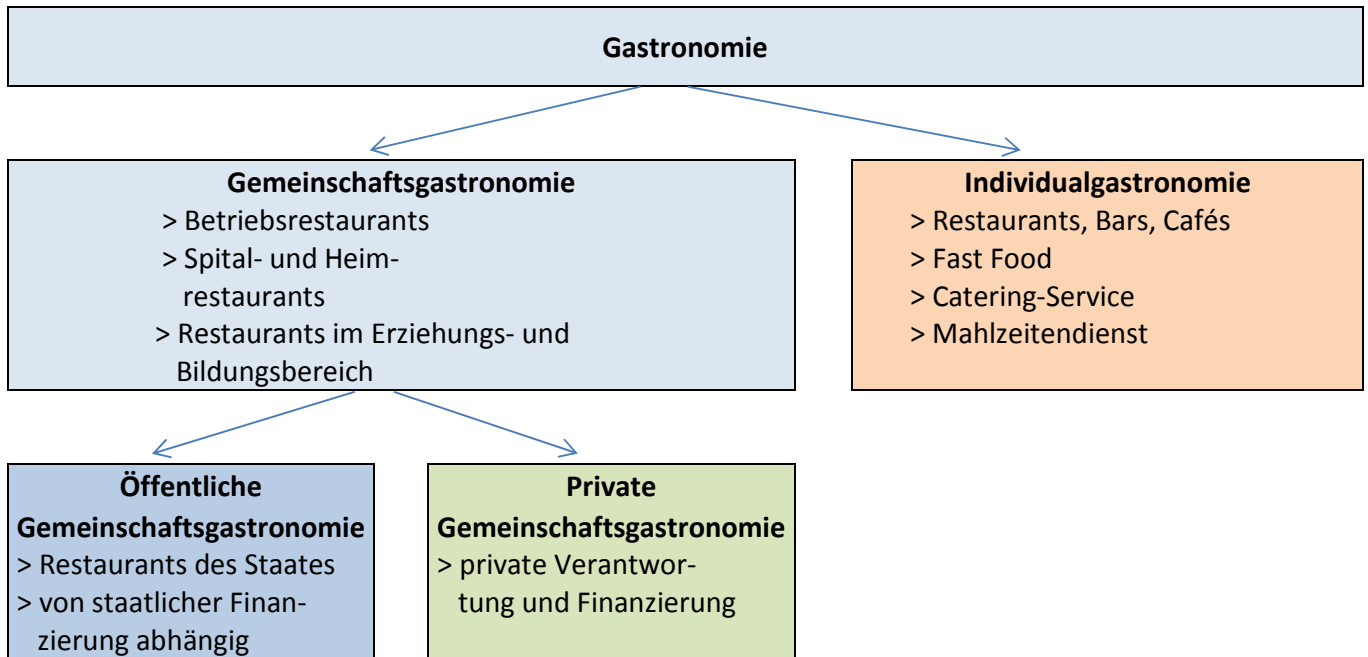
Am 7. Oktober 2014 hat der Grosse Rat mit grosser Mehrheit das Postulat 2014-GC-15 angenommen und den Staatsrat damit beauftragt, ihm einen Bericht vorzulegen. Am gleichen Tag hat der Grosse Rat auch beschlossen, die Motion 2014-GC-31 unverzüglich zu überweisen, damit der Staatsrat ihr Folge gebe. Aus diesem Grund unterbreitet der Staatsrat dem Grossen Rat diesen Bericht gleichzeitig mit einem Gesetzesentwurf über die öffentliche Gemeinschaftsgastronomie (ÖGGG). Der Bericht zum Postulat und der erläuternde Bericht zum Gesetzesentwurf ergänzen sich gegenseitig.

2. Zustandsanalyse

2.1. Öffentliche Gemeinschaftsgastronomie im Kanton Freiburg

Die Gemeinschaftsgastronomie ist ein Sektor der Ausser-Haus-Verpflegung. Das Wort «Gemeinschafts-», das den ersten Teil des zusammengesetzten Substantivs bildet, soll zum Ausdruck bringen, dass die Kundschaft der Gemeinschaftsgastronomie ein Kollektiv und nicht einzelne Kunden sind. So sind z.B. die Angestellten die Kundschaft des Personalrestaurants, Schüler oder Studentinnen die Kundschaft der Restaurants von Bildungseinrichtungen, Patienten oder Heimbewohnerinnen und -bewohner Kunden der Restaurants im Spital- und Pflegebereich. Man spricht von öffentlicher Gemeinschaftsgastronomie, wenn die Dienstleistung zu einer öffentlichen Einrichtung gehört oder staatlich finanziert wird.

Abb. 1: Die öffentliche Gemeinschaftsgastronomie im Gesamtkontext der Gastronomie¹



Für den Kanton Freiburg hat die Agridea zwischen Oktober 2011 und Juni 2012 eine explorative Studie sowohl auf Ebene der Nachfrage als auch des Angebots an Produkten der kantonalen Landwirtschaftssektoren durchgeführt². Sie zeigt einen vielfältigen und segmentierten Markt, mit insgesamt rund 7 Millionen servierten Mahlzeiten pro Jahr. Die klar definierten Segmente sind:

- > Pflegeheime und Einrichtungen für Menschen mit Behinderungen: 3.1 Millionen Mahlzeiten pro Jahr;
- > Spitäler und Kliniken: 710 000 Mahlzeiten;
- > Gefängnisse: 182 000 Mahlzeiten;
- > Schulen der Vorschul-, Primar- und Sekundarstufe I: 1.2 Millionen Mahlzeiten;
- > Schulen der Sekundarstufe II: 520 000 Mahlzeiten;
- > FH und die Universität: 1.4 Millionen Mahlzeiten.

Für die übrigen öffentlichen Institutionen sind die Informationen lückenhaft.

Es gibt verschiedene Systeme der Gemeinschaftsgastronomie, hauptsächlich die Geschäftsführung in Eigenregie und jene in Fremdregie; die Versorgungspraktiken werden durch das System beeinflusst. Die Geschäftsführung in Eigenregie ist gekennzeichnet durch einen Küchenchef, der in die administrativen Strukturen der betreffenden Institution integriert ist. Dieser entscheidet über die Menüs und die Versor-

gungsstrategie; zudem verwaltet er das Jahresbudget. In den grössten Einrichtungen kann ein Teil dieser Aufgaben einem Einkaufsleiter übertragen werden. Das Geschäftsvolumen bestimmt, ob die Versorgung in gegenseitigem Einvernehmen oder, für alles oder einen Teil, durch Wettbewerb, auf Einladung oder durch Ausschreibung geschieht. Die drei Einrichtungen, die im Kanton die grösste Anzahl Mahlzeiten produzieren (HFR, Universität und Bellechasse), werden in Eigenregie geführt.

Bei der Fremdregie führt ein externer Betreiber wie ein Gemeinschaftsgastronomieunternehmen oder ein privater Betriebsleiter das Restaurant. Der Pachtvertrag kann besondere Anforderungen enthalten (z. B. Ausbildung von Lehrlingen, Mitgliedschaft bei Fourchette Verte³). Bei der Umfrage im Jahr 2012 schien die Versorgung mit regionalen Produkten nicht auf Vertragsbasis verlangt worden zu sein. Die Versorgungsstrategien unterscheiden sich von Fall zu Fall, namentlich was die Zentralisierung oder den Gestaltungsspielraum des Standortleiters betrifft. Die Fremdregie nimmt zu, insbesondere in Schulkantinen und Betriebsrestaurants.

Gemäss der Agridea-Studie ist die Sensibilität für die Versorgung mit Lebensmitteln aus der Region allgemein grösser in Restaurants, die in Eigenregie geführt werden (namentlich

¹ Teilweise übernommen aus: Forschungsgruppe «Good Practice – Gemeinschaftsgastronomie» (Hrsg.). Festlegung einer Arbeitsdefinition für den Forschungsgegenstand «Gemeinschaftsgastronomie». Bern: Berner Fachhochschule, Fachbereich Gesundheit, 2008.

² Agridea, Projet «produits de proximité dans la restauration collective» Fribourg, Rapport au Service cantonal de l'agriculture, 2012.

³ 1993 in Genf lanciertes Gesundheits-Label. Fourchette Verte (FV) verspricht qualitativ hochwertige Gastronomie, die Vergnügen und Gesundheit verbindet und zur Prävention diverser Krankheiten beiträgt. Es richtet sich an alle Restaurationsbetriebe und ist in 4 Altersstufen unterteilt. Die Gastronomiebetriebe werden von Ernährungsberatern dabei unterstützt, ihre Menüs anzupassen. In der freiburgischen Gemeinschaftsgastronomielandschaft gehören namentlich das HFR, mehrere Pflegeheime und Einrichtungen für Personen mit Behinderungen, die Orientierungsschulen und zahlreiche Kindertagesstätten zum Label.

Spitäler, Pflegeheime), als in jenen, die in Fremdregie geführt werden. Die Realität hängt jedoch vom guten Willen des Küchenchefs und von der Unterstützung durch die Direktion der Einrichtung ab. Falls die lokalen Lieferanten bevorzugt werden, wendet sich der Verantwortliche an verschiedene Ansprechpartner und verhandelt über jedes Produkt. Das Angebot an regionalen Produkten im Kanton ist vielfältig, und es bestehen nur wenige Lücken (namentlich Geflügel, Eierzeugnisse, Gemüse des 4. und 5. Verarbeitungsgrads¹⁾). Die Direktkäufe bei den Produzenten sind beschränkt (manchmal Kartoffeln, Eier). Das Angebot der regionalen Lieferanten enthält im Allgemeinen gleichzeitig Produkte aus der Region und Schweizer bzw. importierte Produkte, daher besteht manchmal Verwirrung bei der Frage, ob sich «regional» auf das Produkt oder den Lieferanten bezieht.

2.2. Produktion und Vertrieb von Lebensmitteln aus der Region

2.2.1. Freiburgische Landwirtschaft

Im Schweizer Vergleich macht der Kanton Freiburg 3,7% der Bevölkerung, 7% der Landwirtschaftsfläche, 10% der Milchproduktion und 20% des Nahrungsmittel verarbeitenden Sektors aus. 2015 zählte Freiburg 2560 landwirtschaftliche Betriebe, die Direktzahlungen erhielten. Sie bewirtschafteten eine landwirtschaftliche Nutzfläche von 75 000 Hektaren und Alpen mit einem Normalbesatz von 24 400 Normalstössen. Die durchschnittliche Grösse der Betriebe betrug 23,65 Hektaren.

Die wichtigsten Kulturen sind Naturwiesen und Weiden, gefolgt von Getreide, Kunstwiesen, Hackfruchtkulturen, Silomais und Gemüse.

Die Tierproduktion ist in Freiburg besonders wichtig und umfasst einen grossen Rinder-, Geflügel- und Schweinebestand. Weiter finden sich auch Schaf-, Ziegen- und Pferdehaltung.

Mit 153 Betrieben, die nach den Regeln der biologischen Landwirtschaft bewirtschaftet werden, macht Bio nahezu 6% der Betriebe, 5,6% der landwirtschaftlichen Nutzfläche und 4,9% der Nutztiere aus. Der Bio-Anteil ist proportional grösser in den Milch-, Fleisch- und Gemüsebetrieben und kleiner in den Ackerbaubetrieben, mit 3% Bio-Ackerflächen.

2.2.2. Produktionswert der Landwirtschaftsbranche

Der vom Bundesamt für Statistik erstellte Produktionswert der Landwirtschaft gibt gute Hinweise, um die relative Bedeutung der kantonalen Produktion besser zu erfassen.

Beim marktbestimmten Pflanzenbau finden sich in absteigender Reihenfolge die Erzeugnisse des Gemüse- und Gartenbaus, die Getreide, die Gruppe bestehend aus Ölsaaten, Eiweisspflanzen, Tabak und Zuckerrüben, gefolgt von Kartoffeln, Wein und Früchten. Der Gesamtwert des Pflanzenbaus wird auf 195 Millionen Franken für das Jahr 2013 geschätzt. Die unten stehende Tabelle enthält die Beträge entsprechend den diversen Kategorien an Pflanzenbauprodukten.

Tabelle 1: Gesamtwert der Pflanzenproduktion im Kanton Freiburg

Pflanzenproduktion	Freiburg			
	2000 ¹⁾	2010 ¹⁾	2013 ²⁾	2014 ²⁾
<i>Jahr laufende Preise in Millionen Fr.</i>				
Getreide	56	32	31	34
Handelsgewächse ³⁾	24	23	24	25
Futterpflanzen ⁴⁾	102	83	71	73
Erzeugnisse des Gemüse- und Gartenbaus ⁵⁾	36	46	44	44
Kartoffeln	23	18	18	19
Früchte	4	4	5	5
Wein	4	9	6	7
Sonstige pflanzliche Erzeugnisse	0	0	1	1
Total Pflanzenproduktion	249	215	200	208

¹⁾ definitiv ²⁾ provisorisch

³⁾ Ölsaaten und Ölf Früchte, Eiweisspflanzen, Roh tabak, Zuckerrüben, sonstige Handelsgewächse

⁴⁾ Futtermais, Futterhackfrüchte, Futterpflanzen

⁵⁾ Gemäss Eurostat/BFS-Standard, derzeit in der Branche in Diskussion

Quellen: Interaktive Statistikdatenbank, Gesamtrechnungen und Satellitenkonten des Primärsektors, BFS. (09.2013)

¹⁾ Es gibt 5 Verarbeitungsgrade für Früchte und Gemüse:

1. Grad: nicht weiterverarbeitete Produkte.
2. Grad: Konserven.
3. Grad: tiefgekühlte Produkte.
4. Grad: frische, gewaschene und vorbereitete Produkte.
5. Grad: fertige, gekochte und verpackte Produkte.

Bei der Tierproduktion können in absteigender Reihenfolge Milch, Rinder, Geflügel und Eier, Schweine und zu einem geringen Anteil die übrigen Tierprodukte aufgezählt wer-

den. Der Gesamtwert der Tierproduktion wird für 2013 auf 448 Millionen Franken geschätzt.

In der folgenden Tabelle sind die Beträge für die verschiedenen Kategorien der Tierproduktion für den Kanton Freiburg aufgelistet.

Tabelle 2: Gesamtwert der Tierproduktion im Kanton Freiburg

Tierproduktion in Millionen Franken	Freiburg			
	2000 ¹⁾	2010 ¹⁾	2013 ²⁾	2014 ²⁾
Jahr				
Rinder	101	100	103	107
Milch	243	209	223	237
Schweine	58	51	57	55
Geflügel + Eier	53	67	78	81
Sonstige Tiere und tierische Erzeugnisse	3	2	2	2
Total Tierproduktion	458	429	464	482

¹⁾ definitiv

²⁾ Schätzung

Quellen: Interaktive Statistikdatenbank, Gesamtrechnungen und Satellitenkonten des Primärsektors, BFS. (09.2013)

Wie man feststellen kann, umfasst die landwirtschaftliche Produktion in Freiburg eine umfassende Palette an Produkten, die oft auf dem Kantonsgebiet verarbeitet werden.

2.2.3. Kurzer Überblick über den Freiburger Lebensmittelsektor

In der Milchwirtschaft können zahlreiche gewerbliche Käsereien erwähnt werden, darunter Alpproduzenten neben industriellen wie Cremo, Milco, ELSA, Nestlé, sowie Veredler und Vermarkter wie Mifroma, Fromage Gruyères SA, Vacherin Fribourgeois SA, Fromagerie Moléson, Petit Crémier. Die Liste ist nicht vollständig. In der Fleischproduktion gibt es neben den kleinen handwerklichen Schlachthöfen ebenfalls sehr grosse Unternehmen wie Micarna oder Marmy Viandes SA. Es hat zahlreiche Unternehmen, die im Bereich Gemüsebau tätig sind, insbesondere im Seebezirk. Für die Getreideproduktion gibt es viele Sammelstellen und Mühlen im Kanton. Zudem finden sich Unternehmen, die im Bereich der Kartoffeln spezialisiert sind.

Freiburg ist auch bekannt für seine Produkte mit geschützter Ursprungsbezeichnung AOP wie den Gruyères AOP, den Vacherin Fribourgeois AOP und die Poire à Botzi AOP. Die Weine vom Vully und von Cheyres tragen eine kontrollierte Ursprungsbezeichnung (AOC). Weitere Produkte sind Bewerber für den Schutz ihrer Bezeichnung, zum Beispiel die Cuchale. Die Vereinigung zur Förderung der Produkte aus dem Freiburgerland setzt derzeit die schweizerischen Richtlinien für Regionalmarken für die Terroir-Produkte um, mit denen die Produkte auf einer gemeinsamen Grundlage zertifiziert werden können.

An diesem Punkt ist festzuhalten, dass die landwirtschaftliche Produktion in Freiburg wichtig und vielfältig ist. Mit Ausnahme bestimmter Früchte und tropischer Erzeugnisse kann sie grundsätzlich allen Anforderungen der Gemeinschaftsgastronomie gerecht werden, sowohl quantitativ als auch qualitativ. Der Kanton verfügt ausserdem über industrielle und handwerkliche verarbeitende Betriebe in praktisch allen Produktionssektoren. Bei einigen überschreitet das Anbauggebiet die Kantonsgrenzen bei Weitem, insbesondere bei Milch- und Fleischprodukten. Um die Verfügbarkeit von lokalen Produkten für die Gemeinschaftsgastronomiebetriebe zu prüfen, muss man einen Schritt weiter gehen und sich mit den Vertriebswegen bzw. den Beschaffungsarten der Restaurants der Gemeinschaftsgastronomie befassen.

2.2.4. Besonderheiten des Vertriebs

Aus der oben erwähnten Agridea-Studie und Gesprächen, die für diesen Bericht durchgeführt wurden, ergibt sich folgende Übersicht:

Milch und Milchprodukte: Der grösste Freiburger Milchverarbeitungsbetrieb betreibt eine spezialisierte Vertriebs Einheit, die in der Gemeinschaftsgastronomie gut etabliert ist. Weitere Vertriebsgesellschaften sind ebenfalls auf dem Markt vertreten. Die gängigsten Konsumgüter (UHT- und Pastmilch, Rahm usw.) werden öfter unter nationalen Marken denn als regionale Produkte angeboten. Molkereien und mittelgrosse Unternehmen liefern ebenfalls direkt in die Küchen; die Beschaffung von Käse und Spezialitäten erfolgt manchmal direkt bei den Dorfkäsereien.

Fleisch: Die Belieferung der Gemeinschaftsgastronomiebetriebe mit Rind- und Schweinefleisch teilen sich lokale Metzger, Grossisten und «Cash and Carry»-Unternehmen untereinander auf. In allen drei Kanälen ist Schweizer Fleisch Standard. Technisch besteht die Möglichkeit, Fleisch aus Freiburger oder lokaler Produktion zu liefern, denn die grossen Schlachthöfe stellen eine vollständige Rückverfolgbarkeit bis zum Produktionsbetrieb sicher. Da aber keine entsprechende Nachfrage der öffentlichen Gemeinschaftsgastronomie bestand, wurde die Logistik nicht in diesem Sinne angepasst. Beim Geflügel läuft die Beschaffung grösstenteils über die Grossisten. Ausser einer zertifizierten Nischenproduktion von Poulets aus dem Greyerzbezirk, hat man die Wahl zwischen Schweizer und Import-Poulet, obwohl die lokale Produktion gross ist. Diese ist jedoch in die zwei grössten nationalen Betriebe integriert. Aus Kostengründen versorgt sich die Gemeinschaftsgastronomie weitgehend mit standardisierten Stücken wie Pouletschnitzel ausländischen Ursprungs.

Eier: Einige Küchenchefs besorgen die Eier direkt bei einer Geflügelzucht in der Region. Ein Lieferant in der Region bietet regionale Eier an; ansonsten wird bei den Grossisten lediglich zwischen Schweizer und importierten Eiern unterschieden. Angesichts der Sensibilität bei der Haltung der Hennen (Batteriehaltung in der Schweiz verboten), ziehen bestimmte Verantwortliche trotz des Preisunterschieds Schweizer Eier vor. Weniger klar ist die Situation bei den Eiprodukten (flüssiges, konzentriertes oder getrocknetes Eiweiss oder Eigelb), die aus Gründen der Zweckmässigkeit vermehrt zur Verwendung kommen und mehrheitlich aus dem Ausland stammen.

Brot und Bäckereierzeugnisse: Die grössten Gemeinschaftsgastronomiebetriebe haben einen Bäcker in ihrem Team und machen das Brot und bestimmte Spezialitäten selbst (z. B. Spitäler). Anderswo wird das Brot generell bei den regionalen Bäckereien bestellt. Da die grossen Mühlen systematisch oder auf Anfrage Mehl aus Freiburg oder aus der Region liefern, ist der Anteil des lokalen Rohmaterials, das lokal verarbeitet wird, beim Brot hoch. Bei Croissants, Feingebäck, Törtchenböden usw. kann ein ansteigender Anteil an tiefgekühlten Produkten ohne Unterscheidung der Herkunft festgestellt werden.

Gemüse, Kartoffeln und Früchte: Die Freiburger Gemüseproduktion ist zwar langfristig am wachsen, doch der Vertrieb ist eher regional oder überregional organisiert. Das Seeland, mit seinem Berner Teil, ist ein schweizweit wichtiges und gut organisiertes Gemüsebaugebiet. Seine Grossisten ziehen regionale Produkte vor, ergänzen ihr Angebot jedoch mit Gemüse aus anderen Regionen der Schweiz oder mit Importgemüse, je nach saisonaler Verfügbarkeit. Im Süden des Kantons sind die Waadtländer Grossisten sehr präsent. Gemüse der 4. Palette (vgl. Fussnote 4) werden in der Gemeinschaftsgastronomie immer beliebter; es besteht noch ein starkes Entwicklungspotenzial der Freiburger Unterneh-

men in diesem Bereich. Bei den Kartoffeln ist die 4. Palette in den Küchen der Restaurants der Gemeinschaftsgastronomie quasi zur Regel geworden; Westschweizer Landwirte¹ aber auch Industriebetriebe haben sich in diesem Segment positioniert. Bei den Früchten ist die Beschaffung teils lokal und saisongerecht für Äpfel und Birnen; im Übrigen hauptsächlich national über die Grosshändler organisiert.

2.3. Hindernisse für ein regionales Angebot

Die Herstellung von Lebensmitteln aus kantonaler oder regionaler landwirtschaftlicher Produktion ist im Prinzip reichhaltig und vielfältig. Das Angebot stösst jedoch an bestimmte Grenzen, die es zu identifizieren gilt, um die Massnahmen zu analysieren, mit denen der Anteil an regionalen Produkten in der Gemeinschaftsgastronomie erhöht werden kann.

Als erstes übersteigen die landwirtschaftliche Produktion und, zu einem noch grösseren Teil, die Lebensmittelverarbeitung im Kanton Freiburg bei Weitem den Bedarf der Kantonsbevölkerung. Die Branche konzentriert sich auf die Versorgung externer Märkte, hauptsächlich in der Schweiz, aber auch im Ausland. Die Attraktivität einer lokalen Produktion für den lokalen Markt ist daher viel kleiner als dort, wo ein sehr grosser Anteil der Agrarprodukte importiert wird. Daher ist es nicht erstaunlich, dass sich die im Kanton Freiburg angewandten Strategien beispielsweise von jenen in Genf unterscheiden.

Insgesamt ist die Lebensmittelverarbeitung grossräumig strukturiert, das gilt insbesondere für die Konsumgüter (z. B. pasteurisierte Milch, Geflügelstücke) und die sogenannten «Convenience»-Produkte sowie bestimmte Spezialitäten (z. B. Gemüse der 4. Palette, tiefgekühlte Bäckereierzeugnisse). Ohne grundlegende Änderung in der Nachfrage werden sich die Verarbeiter nicht für nach Herkunft differenzierte Produktionslinien einsetzen, was mit erheblichen Zusatzkosten einherginge.

Andererseits heisst lokaler Lieferant nicht immer automatisch lokales Produkt. Zum Beispiel zerlegt der lokale Metzger hauptsächlich Schlachtkörper aus einem grossen nationalen Schlachthof, sein Fleisch kommt nicht zwingend aus der Region. Am Beispiel von Fleisch sieht man, dass es sich im Wesentlichen um eine Frage der Transparenz der Herkunft und der Logistik handelt. Die grossen Schlachthöfe verfolgen jede Zerlegung bis zum Tiermäster zurück, liefern aber, ausser bei spezifischen Anfragen, Schweizer Fleisch ohne regionale Unterscheidung.

Wie bei der Verarbeitung findet auch beim auf die Gastronomie spezialisierten Vertrieb ein Konzentrationsprozess statt. Von Ausnahmen abgesehen bietet er nicht systematisch regionale Produkte an. Aber man stellt fest, dass viele

¹ Zum Beispiel Jatou-Gavillet Sàrl – La pomme-de-terre du Jorat www.pdtdujorat.ch

Lieferanten flexibel sind und die Qualitäts- und Herkunftsanforderungen so gut wie möglich erfüllen, wenn sie klar formuliert wurden.

Der Direktverkauf durch Landwirte und die klar definierten lokalen Kreisläufe wie die Dorfkäserei, die die Milch von lokalen Produzenten verarbeitet, oder die Metzgerei, die selber die Tiere der regionalen Landwirte schlachtet, sind eine Garantie für regionale Produkte, aber betreffen nur eine gewisse Anzahl Produkte in beschränkten Mengen. Ein Ausbau dieser Kreisläufe stösst auf viele Hindernisse. Die Kunden sind oft mit saisonalen Schwankungen des Angebots konfrontiert und wenden sich vermehrt vorverarbeiteten Produkten zu, wie bei den Kartoffeln und beim Gemüse, um die Küchenarbeit zu rationalisieren. Auf die Dienste von allgemeineren Lieferanten zurückzugreifen, vereinfacht auf der anderen Seite die Bestellungen und die Logistik im Vergleich zur Versorgung beim Produzenten oder beim lokalen Verarbeiter, der zwingend sehr spezialisiert ist.

3. Grundsätzliche Fragen

3.1. Was versteht man unter Produkten aus der Region?

Es gibt keine einheitliche und allgemein anerkannte Definition eines Produkts aus der Region. Man kann sich der Fragen von zwei Seiten her nähern: einerseits von den positiven Auswirkungen her, die von der Nähe erwartet werden, die möglicherweise dazu führt, dass entsprechend der Distanz und der Verkehrsart konzentrische Kreise festgelegt werden; andererseits von der Marktrealität her: Für welche Art von Produkten gibt es eine regionale Unterscheidung, welche Regionen werden für diese Unterscheidung verwendet, welche Informationen sind für die Konsumenten tatsächlich zugänglich?

Im Rahmen der Nachhaltigkeit wird in erster Linie die Verminderung der Transporte entlang der Kette zwischen Produktion der Rohstoffe und Konsum der Lebensmittel angestrebt (Rückgang der CO₂-Emissionen). In diesem Zusammenhang ist festzuhalten, dass die klimatischen und ökologischen Auswirkungen der Transporte nicht nur von den Distanzen abhängen. Die Transporte per Bahn und Schiff haben kaum Einfluss auf den ökologischen Fussabdruck der Lebensmittel, während die Transporte per Flugzeug und LKW eine bedeutende Rolle spielen¹. Die Distanz kann ein Kriterium sein, sie muss aber je nach Transportart relativiert werden. Ein Kriterium, das im Übrigen weniger einfach messbar ist, als es auf den ersten Blick scheinen mag, denn die Wertschöpfungs- und die Logistikkette sind oft komplex. Da kein ordnungsgemäss berechneter und publi-

zierter ökologischer Fussabdruck für jedes Produkt vorliegt, führen kurze Transportwege dennoch zu einer geringeren Umweltbelastung der Lebensmittel.

Neben der Frage der Transporte spielen auch die Produktionsarten und das Tierwohl eine wichtige Rolle und sprechen für Produkte aus der Region. Die landwirtschaftliche Produktion in der Schweiz erfüllt sehr hohe Standards in diesem Bereich, kann jedoch keinen Exklusivitätsanspruch einer Landwirtschaft mit vorteilhaften Auswirkungen auf Umwelt und Tiere erheben. Für einen wissenschaftlichen Ansatz in dieser Frage kann man sich zum Beispiel an der oben zitierten Agroscope-Studie orientieren. Im europäischen Kontext sind die ökologischen Anforderungen oft nahe am Schweizer Niveau oder erreichen dieses annähernd. Eine Produktion mit weniger Hilfsstoffen, die an die natürlichen Bedingungen angepasst ist (z. B. Freilandgemüse im Gegensatz zu Gemüse aus dem geheizten Gewächshaus) kann objektiv genau so vorteilhaft für die Umwelt sein wie bestimmte regionale Produktionsarten. Für messbare positive Auswirkungen auf die Ökologie muss der Ansatz differenziert werden und beispielsweise das Kriterium der saisonalen Produktion zu jenem der regionalen Produktion hinzugefügt werden.

Die regionale Produktion hat einen positiven Einfluss auf die sozioökonomische Dimension der Nachhaltigkeit, da sie zu den Arbeitsplätzen, zum Mehrwert und zur Vitalität der Verarbeitungsketten in der Region beiträgt.

Während die Vorteile einer Versorgung mit Produkten aus der Region im Allgemeinen unbestritten sind, bleibt die Schwierigkeit der praktischen Umsetzung bestehen. Es besteht eine sehr grosse Vielfalt in der wirtschaftlichen Realität. Auf der Produktionsseite sind namentlich präsent:

- > die geschützten Ursprungsbezeichnungen AOP, mit einer gesetzlichen Grundlage und Zertifizierung bis hin zur Vermarktung;
- > die regionalen Marken (Terroir Fribourg, Valais, Terre vaudoise, Genève Région Terre Avenir usw.), meist kantonal, mit gewissen Abweichungen; Definition und Modalitäten zur Anerkennung schweizweit gleich;
- > die nationalen Labels, Suisse Garantie, Terrasuisse (IP Suisse), Knospe mit Schweizer Flagge (Bio Suisse);
- > die Kennzeichnung des Herkunftslands entsprechend der Lebensmittelgesetzgebung, der die Herkunft (Schweiz oder Import) des Produkts oder seiner Hauptzutaten zu entnehmen ist.

Im Gegensatz zu den nationalen Labels und der obligatorischen Kennzeichnung decken die AOP und die regionalen Marken nicht alle Produkte, die zur Versorgung der Gemeinschaftsgastronomie benötigt würden, ab. Ausserdem haben die Grossverteiler ihre eigenen Sortimente mit regionalen Produkten eingeführt, in Übereinstimmung mit dem Tätigkeitsgebiet ihrer regionalen Einheiten (z. B. Fribourg-Neuchâ-

¹ Vgl. z. B. Ökobilanz ausgewählter Schweizer Landwirtschaftsprodukte im Vergleich zum Import, Bystricky M., Alig Ceesay M., Nemecek T., Gaillard G., Agroscope Science, 2, 2014, 177

tel bei Migros und Suisse romande bei Coop). Es gibt daher kein einfaches Rezept für die Formulierung von Empfehlungen oder Anforderungen für die Versorgung mit Produkten aus der Region und es braucht einen differenzierten Ansatz in Übereinstimmung mit den Begebenheiten beim Angebot und bei der Kennzeichnung.

In der Begründung der Motionäre des Vorstosses 2014-GC-31 steht regional oder lokal für Produkte aus Freiburg. Von den Vorschriften für den Kauf, um die sie ersuchen, erwarten sie Vorteile für den Kanton, insbesondere als Unterstützung der Landwirtschaft, des Gewerbes und der Verarbeiter. Der Staatsrat schlägt in seinem Vorentwurf des ÖGGG eine flexiblere Auslegung vor, wobei er sich auf einen Anteil an regionalen Produkten stützt, der in der Ausführungsverordnung definiert werden soll.

Dass das aktuelle Angebot die Übersicht erschwert, um die Produkte aus der Region zu fördern, rechtfertigt eine der unten beschriebenen Handlungsachsen: die Abdeckung des Labels Terroir Fribourg erhöhen und die Registrierung neuer AOP fördern.

3.2. Was versteht man unter nachhaltiger und verantwortungsbewusster Ernährung?

Eine nachhaltige Entwicklung vereint gleichmässig folgende drei Dimensionen: Umwelthaftung, wirtschaftliche Effizienz und gesellschaftliche Solidarität. Eine solche Entwicklung berücksichtigt die Bedürfnisse der jetzigen und zukünftigen Generationen und erfordert sowohl eine globale als auch eine bereichsübergreifende Sichtweise.

Gestützt auf die Kantonsverfassung und die Herausforderung 4 des Regierungsprogramms für die Legislaturperiode 2007–2011 hat der Staatsrat im Juni 2011 seine Strategie Nachhaltige Entwicklung (NE), bestehend aus Zielen, Massnahmen und Instrumenten, validiert. Eine der Massnahmen, «Nachhaltige öffentliche Beschaffung/Aufträge», verlangt eine verstärkte Integration der Nachhaltigkeitskriterien in der öffentlichen Beschaffung. Der Steuerungsausschuss NE hat im Herbst 2013 eine Arbeitsgruppe damit beauftragt, Kriterien und Empfehlungen auszuarbeiten, um Nachhaltigkeitskriterien in den Restaurants des Staates und staatsnahen Anstalten einzuführen.

Diese Arbeitsgruppe hat somit die wichtigsten Nachhaltigkeitskriterien festgelegt, die, soweit möglich, von der staatlichen Gemeinschaftsgastronomie übernommen werden müssen. Es handelt sich um die Kriterien «regional», «saisonal», «biologisch», «fair» sowie «ausgewogen». Diese Kriterien stärken die ökologische Dimension (kurze Transportwege, weniger Pflanzenschutzmittel), die gesellschaftliche Dimension (Gesundheitsförderung durch ausgewogene Menüs, Erhaltung von Arbeitsplätzen in der Landwirtschaft in der Schweiz und in den Ländern, die Kaffee, Südfrüchte, Kakao

usw. anbauen) und die wirtschaftliche Dimension (stabiles Einkommen für die Landwirte, weniger Zwischenhändler). Mit weiteren Massnahmen, wie einem vegetarischen Angebot, Abfallreduktion und -verwertung sowie Kundeninformation lässt sich die Palette der Nachhaltigkeitskriterien vervollständigen. 2015 lief eine Testphase mit zwei staatlichen Restaurants, in der geprüft werden sollte, wie sinnvoll diese Kriterien sind und ob sie umsetzbar sind. Aufgrund der gemachten Erfahrungen werden die Kriterien angepasst werden können.

Der «regionale» Aspekt lässt sich umsetzen, indem man die kürzesten Transportwege berücksichtigt, d.h. indem wenn möglich freiburgische Produkte verwendet werden, ansonsten Produkte aus anderen Schweizer Kantonen und, erst zuletzt, importierte Produkte. «Saisonale» Früchte und Gemüse einzukaufen bedeutet, dass man den richtigen Zeitpunkt berücksichtigt, d.h. die Produkte in der Saison besorgt, wo sie frisch geerntet auf den Markt kommen. Während der Testphase wird auf die vom Bundesamt für Landwirtschaft definierte Schweizer Saisontabelle Früchte und Gemüse¹ Bezug genommen. Die Arbeitsgruppe hat vereinbart, dass tiefgekühlte oder importierte Gemüse und Früchte sowie Konserven nicht als saisonal gelten.

Der «biologische» Aspekt bedeutet, dass regelmässig biologische Produkte aus der Region in das Angebot integriert werden. Als solche gelten Produkte, die ein «biologisches» Label tragen, zum Beispiel die Labels Knospe Bio Suisse, Bio usw.

Die Verwendung von fairen Produkten, welche die Meeresressourcen schützen, bezieht sich auf Produkte mit einem Label wie «fair» oder «fairtrade», analog der Label Fairtrade Max Havelaar, Fair for Life usw. Es handelt sich auch um Fische und Meeresfrüchte, die mit einer die Meeresressourcen erhaltenden Methode gefischt wurden, gestützt auf die Liste des WWF und die Label ASC, MSC usw. Dies sind Produkte, die nicht aus der Schweiz kommen, wie Kaffee, Tee, Orangensaft, Kakao, Bananen und andere Südfrüchte, Reis, Fisch und Meeresfrüchte.

Der Aspekt «ausgewogen» bezieht sich auf Gerichte mit dem Label «Fourchette Verte» oder die sich an die Kriterien der Schweizerischen Gesellschaft für Ernährung (SGE) halten. Es geht darum, ein gutes Gleichgewicht zwischen drei Nahrungsmitteltypen zu finden:

- > Lebensmittel mit Nahrungsfasern, Vitaminen und Mineralstoffen, um das Sättigungsgefühl zu fördern und die Grundfunktionen des Körpers sicherzustellen (Gemüse / Früchte roh oder gekocht);
- > kohlenhydratreiche Lebensmittel in Form von Stärke, die die nötige Energie für körperliche oder geistige Anstrengungen liefern (Kartoffeln, Getreide und

¹ Schweizer Saisontabelle Früchte und Gemüse des BLW: <http://www.blw.admin.ch/dokumentation/00844/00852/02065/index.html?lang=de>

- Getreideerzeugnisse wie Teigwaren, Griess, Brot usw., vorzugsweise Vollkornprodukte);
- > proteinreiche Lebensmittel aus tierischen und/oder pflanzlichen Quellen (Milch, Fleisch, Geflügel, Fisch, Eier, Käse, Hülsenfrüchte usw.).

Zu den Empfehlungen von Fourchette Verte gehört neben den rein ernährungswissenschaftlichen Aspekten (z. B. sparsam salzen, Vollkornprodukte bevorzugen usw.) auch, lokale und saisonale Produkte zu bevorzugen.

Die vielschichtigen Aspekte der Nachhaltigkeit widerspiegeln sich in der grossen Anzahl an Kriterien, die für eine nachhaltige und verantwortungsbewusste Ernährung festgelegt werden können. Für ein Vorgehen mit messbaren Auswirkungen muss man pragmatisch handeln, Prioritäten setzen und ein geeignetes Mass an Einfachheit bewahren. Diesem Weg folgt die Arbeitsgruppe, und anhand der Bilanz der Pilotphase wird das weitere Vorgehen in diesem Bereich noch gezielter festgelegt werden können, namentlich die Ausführungsbestimmungen des ÖGGG, die die Verordnung vom 2. Juni 2004 über den Betrieb und die Geschäftsführung der Restaurants und Mensen des Staates (SGF 122.97.11) ersetzen dürften (vgl. Kapitel 4.3).

3.3. Rolle des Staates und Grenzen seines Handelns?

Das Interesse, regionale Produkte bzw. ein systematisches Vorgehen hin zu einer nachhaltigen und verantwortungsbewussten Ernährung zu fördern, ist zwar kaum Gegenstand von Diskussionen, aber die Frage der Rolle des Staates in diesem Bereich ist nicht unumstritten. Die Urheber der parlamentarischen Vorstösse konzentrieren sich aber auf den Bereich der öffentlichen Gemeinschaftsgastronomie des Kantons (oder der finanziell vom Kanton abhängigen Institutionen) und machen die Verantwortung und die Vorbildfunktion des Kantons geltend. Man ist also weit davon entfernt, dass der Staat den Inhalt jedes Tellers vorschreiben soll. Der Staat als Vorbild wird in der Strategie Nachhaltige Entwicklung des Staatsrats im Kapitel Beschaffungswesen postuliert. Hingegen muss verhindert werden, dass der Staat das Angebot der übrigen Gastronomiesektoren beeinflussen oder sogar regulieren will.

Der Staat spielt bewusst oder unbewusst eine Rolle auf anderen Ebenen mit Bezug zur Ernährung. Der Einbezug von Fragen zur Ernährung im Unterricht ist von entscheidender Bedeutung. Die Prävention von verschiedenen Gesundheitsproblemen (insbesondere Fettleibigkeit) muss mit einer Sensibilisierung im Schulalter beginnen. Sie sollte sich auf eine bessere Kenntnis der Lebensmittelproduktion und -verarbeitung stützen und somit auch die Vorteile von regionalen Produkten hervorheben. Der Staat kann auch bei der Ausbildung der in der gesamten Lebensmittelkette Beschäftigten mitreden, namentlich im Bereich Küche und Service.

Schliesslich unterstützt der Staat die Landwirtschaft und die Absatzförderung landwirtschaftlicher Erzeugnisse; er hat die Mittel, um der kantonalen Landwirtschaft und Verarbeitung zu helfen, damit vermehrt regionale Produkte, die als solche identifiziert werden, allen Konsumenten und der Gastronomie zur Verfügung stehen.

Die individuelle Verantwortung bei der Ernährung ist daher einer kohärenten Politik des Staates in seinen Einflussbereichen nicht entgegenzusetzen. Es besteht im Gegenteil ein pragmatischer Raum, der genutzt werden muss, damit die Massnahmen des Staates – insbesondere im Bereich der Information und der Bildung – es den Akteuren und Konsumenten ermöglichen, ihre Verantwortung besser wahrzunehmen.

Die Grossräte stellen im Postulat Fragen zum Einfluss der Regeln der WTO auf dem Gebiet des öffentlichen Beschaffungswesens. Diese Fragen werden im erläuternden Bericht zum Entwurf des ÖGGG behandelt. Der Entwurf nutzt den Handlungsspielraum, der für kantonale Vorschriften zur Verfügung steht, die nicht gegen die Bestimmungen des Bundesrechts und des internationalen Rechts verstossen. Dieser Handlungsspielraum ist darauf zurückzuführen, dass mehrheitlich die Pachtverträge und weniger der Lebensmitteleinkauf Gegenstand des öffentlichen Beschaffungswesens sind. Die Wahl der Lieferanten und Produkte in in Fremdregie geführten Restaurants basiert auf privaten Geschäftskontakten. In Restaurants, die in Eigenregie geführt werden, werden die massgebenden Schwellenwerte für das öffentliche Beschaffungswesen nicht zwingend erreicht. Die Vereinbarkeit der Versorgungsziele, die legitim sind, solange sie nicht protektionistisch, sondern nachhaltigkeitsbezogen gerechtfertigt werden, wird von den genauen Umsetzungsbedingungen abhängen. Sie werden an die verschiedenen Markttypen angepasst und die Grundsätze der Nichtdiskriminierung und der Verhältnismässigkeit müssen eingehalten werden. Der Staatsrat hebt jedoch hervor, dass es in diesem Stadium keine absolute Garantie dafür gibt, dass im Falle einer Beschwerde ein Gericht nicht eine restriktivere Auslegung des Rechts geltend machen könnte. Tendenziell ist die Integration in die Auftragsvergabe von nicht-diskriminierenden Labels in Bezug auf die Herkunft weniger problematisch als jene mit ausdrücklich mit der Herkunft zusammenhängenden Kriterien. So kann zum Beispiel ein geringer CO₂-Fussabdruck ohne geografische Diskriminierung erreicht und zertifiziert werden, womit nicht gegen die internationalen Regeln im Bereich des öffentlichen Beschaffungswesens verstossen wird.

Die Bedingungen, die für «fair hergestellte» importierte Lebensmittel gewährleistet werden müssen, stellen ein Spannungsfeld mit dem internationalen Recht dar. Die freie Wahl ist in diesem Bereich selbstverständlich in keiner Weise beschränkt. Die öffentliche Gemeinschaftsgastronomie kann Labels den Vorzug geben, die gewährleisten, dass importierte

Lebensmittel unter umweltfreundlichen und sozialen Bedingungen hergestellt worden sind. Nichts hindert sie daran, Produkte, die für diese Kriterien einen zweifelhaften Ruf haben, zu meiden, oder Schweizer Produkten aus denselben Überlegungen den Vorzug zu geben. Es ist jedoch nicht vorstellbar, dass ein Kanton in einem speziellen Marktsegment Produkte verbietet, die die nationalen Einfuhrbedingungen erfüllen. Hier sei namentlich auf verschiedene Antworten des Bundesrats und des -parlaments auf verschiedene Standesinitiativen in diesem Bereich verwiesen¹. Im Klartext: In diesem Bereich kann der Staat Empfehlungen abgeben, er sollte jedoch nicht vorschreiben oder verbieten. Es muss jedoch betont werden, dass diese Bedingungen nur die Produktionsweise und die sozialen Bedingungen betreffen. Im Bereich der Lebensmittelsicherheit gilt das Bundesrecht in gleicher Weise für Schweizer Produkte wie für importierte Produkte. Es werden die gleichen Kontrollen angewendet und restriktive Massnahmen in Bezug auf den Import sind durch das internationale Recht in Zusammenhang mit dem Gesundheitsschutz legitimiert.

4. Vorgehen und Pilotprojekte

4.1. Agridea-Studien

Die Agridea-Studie für den Kanton Freiburg wurde im 2. Kapitel dieses Berichts ausführlich zitiert. In allen Westschweizer Kantonen wurde auf die gleiche Weise vorgegangen. Dieses Vorgehen ist Gegenstand eines Syntheseberichts². Diese Arbeiten machten es insbesondere möglich, bessere Kenntnis über die Akteure der Gemeinschaftsgastronomie, ihre Rolle und ihre Entscheidungsgewalt zu erlangen, das Produkteangebot in jedem Kanton auszuwerten und die Hindernisse für die Beschaffung von Lebensmitteln aus der Region aufzuzeigen. Im Allgemeinen haben die Küchenchefs Interesse an Produkten aus der Region, manchmal werden jedoch Lieferanten aus der Region mit Produkten aus der Region verwechselt.

Die Agridea-Studie hat gezeigt, dass es machbar ist, in der Gemeinschaftsgastronomie Produkte aus der Region zu verwenden. Es ist jedoch wichtig, dass der Wille dazu vom Auftraggeber ausgeht und dass auch die Lieferanten für dieses Anliegen sensibilisiert werden. Aus der Studie geht auch hervor, dass zwar alle Kantone Schritte unternehmen, sich ihre Handlungsansätze jedoch unterscheiden.

Gewisse Auftraggeber möchten, dass das Angebot an Bio-Produkten ausgebaut wird. Es werden jedoch Probleme bei der Versorgung, den hohen Kosten und der Qualität

geltend gemacht. Zudem ist die Nachfrage bei den Konsumenten gering. Die Restaurants ziehen es daher vor, sich mit Schweizer Labelprodukten zu versorgen (Suisse Garantie, IP Suisse...). Regionale Marken spielen bei spezifischen Segmenten eine Rolle.

Im Allgemeinen verwenden die Küchenchefs bereits heute Produkte aus der Region. Es geht somit vor allem darum, diese Bemühungen auszubauen, zu systematisieren und zu verankern, namentlich indem die Auftraggeber vermehrt einbezogen werden.

Hingegen scheinen die landwirtschaftlichen Produktionsverfahren der Schweiz wenig bekannt. Die Akteure der Gemeinschaftsgastronomie sollten besser informiert werden. Hingegen konnte die Agridea-Studie nicht aufzeigen, ob die Kunden der Gemeinschaftsgastronomie auf die Herkunft und die Produktionsweise der Rohstoffe der Speisen achtet.

Aufgrund dieser Studie hat Agridea die folgenden Massnahmen vorgeschlagen und zum Teil eingeführt:

- a) Einführung einer Klausel für Restaurantkonzessionen
- b) Unterstützung der Erarbeitung eines Indikators der Küchenpraxis
- c) Berechnung der Auswirkung auf die Mahlzeitkosten
- d) Sensibilisierung/Ausbildung der Küchenchefs in Selbstverwaltung
- e) Sensibilisierung der Auftraggeber und Kommunikation
- f) Angebot an Produkten der Landwirtschaftssektoren.

Da die Ausgangslagen in den sechs Westschweizerkantonen ähnlich sind, sind gemeinsame Massnahmen möglich und willkommen. Von den neueren Untersuchungen von Agridea sei auf jene zur Kostenfrage³ hingewiesen, ein Thema, das immer wieder zu Diskussionen Anlass gibt bei den Bemühungen um einen höheren Anteil von Produkten aus der Region in der Gemeinschaftsgastronomie. Die wichtigsten Schlussfolgerungen dieser Untersuchung sind: Entgegen der weitverbreiteten Ansicht sind Schweizer Produkte nicht unbedingt teurer als importierte Produkte. Die Küchenchefs haben oft eine falsche Vorstellung der Preise von Schweizer Produkten. Die Umstellung auf die Verwendung von Schweizer Produkten kann ohne erhebliche Mehrkosten erfolgen, die Küchenchefs müssen aber möglicherweise ihre Gewohnheiten ändern und vermehrt mit Frischprodukten arbeiten. Hinzu kommt, dass die Zusammenstellung der Menüs der Saisonalität und der Verfügbarkeit von Schweizer Produkten angepasst werden muss, und es müssen möglicherweise neue Lieferanten gesucht werden. Damit diese Umstellung gelingt, ist es ratsam, dass die Küchenchefs im Umgang mit diesen Produkten ausgebildet und begleitet werden. Es sei darauf hingewiesen, dass bei der Untersuchung von Agridea Schweizer Produkte und nicht regionale Produkte im eigent-

¹ Namentlich: 08.326 – Freiburgische Standesinitiative. Lebensmittelproduktion. Unhaltbare Zustände in Spanien. Dossier einsehbar unter www.parlament.ch.

² Agridea, Regionale Produkte in der Gemeinschaftsgastronomie: Zustandsanalyse; Synthese zu den durchgeführten Studien in den 6 Westschweizer Kantonen, 2012 (auf Französisch).

³ Kosten der Schweizer Produkte in der Gemeinschaftsgastronomie. Merkblatt, Agridea 2014.

lichen Sinn mit importierten Produkten verglichen wurden. Es wurden auch die Kosten von Menus aus Bio-Produkten (Label Bio Suisse) berechnet; diese sind rund 2.40 Fr. bis 4.– Fr. teurer als Suisse-Garantie-Menüs.

4.2. Beelong

Beelong¹ ist ein Start-up, das aus der Ecole hôtelière de Lausanne (EHL) hervorgegangen ist. Ausgehend von einem Indikator, der die Auswirkungen der Ernährung auf die Umwelt misst, hat Beelong verschiedene Dienstleistungen entwickelt, die dem Gastgewerbe helfen, zu einer nachhaltigen Ernährung beizutragen: Audit, Empfehlungen, Revision, Schulung, Begleitung, Kommunikation usw. Seine Stärke beruht auf der Tatsache, dass es sich um Gastronomen handelt, die andere Gastronomen beraten und besonderen Wert darauf legen, die Brücke zwischen der Theorie der nachhaltigen Entwicklung und deren Anwendbarkeit in der Praxis zu schlagen.

Der Beelong Indikator bewertet die Auswirkungen von Lebensmitteln aufgrund von fünf Hauptgruppen von Kriterien:

- > Herkunft (Entfernung, Art des Transports)
- > Jahreszeit (Natürliche Zyklen von Obst und Gemüse)
- > Produktionsweise (Label, das umweltfreundliche Kriterien garantiert)
- > Produkteverarbeitung (Grad der Lebensmittelverarbeitung (frisch und roh vs. tiefgefroren))
- > Klima und Ressourcen (Konsum von tierischen Proteinen reduzieren, um den CO₂-Ausstoss, den Wasserverbrauch, die Bodenerosion und sogar die Entwaldung zu senken)

Nach dem Prinzip der Energieetikette kann ein Lebensmittel, ein Gericht oder sogar der ganze Einkauf eines Restaurants eine Note zwischen A und G erhalten, welche seine Umweltleistung festlegt. Aufgrund eines Audits, das die aktuelle Einkaufspraxis eines Restaurants auswertet, entwickelt Beelong Empfehlungen unter Berücksichtigung der Gegebenheiten, in denen die Einkaufsverantwortlichen arbeiten: Schwierigkeiten an Produkteinformationen zu gelangen, Zeitmangel, Budgetbeschränkungen und Bedarf nach Einfachheit, um schnelle Entscheidungen treffen zu können.

Beelong hat schon über 50 Restaurants in der Westschweiz beraten, wobei es sich bei der grossen Mehrheit um Betriebe der Gemeinschaftsgastronomie handelt (Spitäler, Pflegeheime, Schulen usw.). Das freiburger spital HFR hat die Dienste von Beelong in Anspruch genommen und dazu am 11. Mai 2015 eine Medienmitteilung veröffentlicht². Weitere Versuche sind im Kanton im Gange (s. Kapitel 4.3).

¹ <http://beelong.ch/>

² http://www.fr.ch/hfr/fr/pub/actualites.cfm?fuseaction_pre=Detail&NewsID=50264;
https://www.fr.ch/hfr/files/pdf75/CP__Projet_beelong_11.05.2015_De.pdf

4.3. Gruppe «Nachhaltige Entwicklung» und Pilotphase

Im Rahmen der Aktion «Nachhaltigkeit im staatlichen Beschaffungswesen» der Strategie «Nachhaltige Entwicklung» hat der Steuerungsausschuss NE im Herbst 2013 eine Arbeitsgruppe damit beauftragt, Kriterien und Empfehlungen auszuarbeiten, um Nachhaltigkeitskriterien in den Restaurants des Staates und staatsnahen Anstalten einzuführen.

Diese von der «Nachhaltigen Entwicklung (GS-RUBD)» geleitete Arbeitsgruppe, besteht aus Vertreterinnen und Vertretern des Hochbauamts (Verträge), des Amtes für Landwirtschaft (regionale Produkte), des Landwirtschaftlichen Instituts Grangeneuve (Bio-Produkte), des Generalsekretariats SJD (fair hergestellte Produkte) und des Amtes für Gesundheit (Gesundheit, Fourchette Verte). Die Betriebsleiter der Restaurants der Universität Freiburg und des Landwirtschaftlichen Instituts Grangeneuve beteiligen sich an diesen Überlegungen.

Die Arbeitsgruppe hat den folgenden Auftrag erhalten:

- > Nachhaltigkeitskriterien in der Gemeinschaftsgastronomie festlegen (s. Punkt 3.2 dieses Berichts);
- > Konkrete Massnahmen vorschlagen, um diese Kriterien in den Restaurants der Gemeinschaftsgastronomie umzusetzen;
- > Eine Umfrage bei den Restaurants des Staates und der staatsnahen Anstalten durchführen, um eine Zustandsanalyse zu erstellen;
- > Diese Massnahmen während einem Pilotjahr in zwei Restaurants des Staates anwenden;
- > Nach diesem Pilotjahr Bilanz ziehen und Empfehlungen zuhanden des Staatsrats ausarbeiten.

Die Umfrage wurde 2014 bei allen administrativen Einheiten der Direktionen durchgeführt, die über ein Restaurant oder eine Mensa verfügen, mit Ausnahme der kantonalen Spitäler und der Anstalten von Bellechasse (die von der entsprechenden Verordnung nicht betroffen sind). Die Ergebnisse zeigen, dass die Kriterien «regional» und «saisonal» bereits weitgehend anerkannt und bei der Mehrheit der Restaurants, die die Umfrage beantwortet haben, berücksichtigt werden. Bio-Produkte nehmen in zwei Restaurants einen kleinen Platz ein und in drei weiteren ist man unter gewissen Bedingungen offen für deren Einführung. Aber der Preis wird als Hemmschuh betrachtet, auch wenn die Mehrkosten nur einen Teil der Lebensmittel betreffen. Die Produkte mit dem Label «fair» werden in mehr als der Hälfte der Restaurants angeboten. Hier besteht noch eindeutiges Entwicklungspotenzial, sowohl was die Erweiterung der Produktpalette als auch was ihre Einführung in weiteren Restaurants betrifft. Die grosse Mehrheit der Restaurants der Gemeinschaftsgastronomie bietet schon heute ausgewogene Menüs an, sei dies ein Angebot von Fourchette Verte oder ein Angebot nach

den Kriterien der Schweizerischen Gesellschaft für Ernährung. Fourchette Verte ist ein Label, das extern evaluiert wird, während die Kriterien der SGE eine Kompatibilitäts-erklärung darstellen und von den Gastronomen selbst evaluiert werden. Was das vegetarische Angebot betrifft, so ist das Salat- und Gemüsebuffet weit verbreitet, andere Angebote, wie ein spezielles vegetarisches Menu oder ein Standardmenu ohne Fleisch, etwas weniger. Aber meistens stehen in jedem Restaurant der Gemeinschaftsgastronomie zwei Arten von Angeboten zur Verfügung. Bei der Abfallbewirtschaftung scheint das Ziel in den meisten Fällen erreicht. Einziger Schwachpunkt: in den meisten Restaurants wird Wegwerfgeschirr verwendet. Die Information in den Restaurants der Gemeinschaftsgastronomie ist sehr unterschiedlich: die Herkunft des Fleisches ist immer angegeben, das vegetarische Angebot in etwas mehr als der Hälfte der Restaurants, das Angebot an ausgewogenen Menus manchmal und die Verwendung biologischer Produkte sehr selten. Die Information zu den fair hergestellten Produkten ist überhaupt nicht verbreitet. Nur eine leichte Mehrheit der Restaurants begrüsst eine Angabe der Labels.

Die Umsetzbarkeit der von der Arbeitsgruppe festgelegten Kriterien wurde 2015, dem Pilotjahr, in den Restaurants der Universität Freiburg am Standort Miséricorde und dem Restaurant des Landwirtschaftlichen Instituts Grangeneuve getestet. Das Unternehmen Beelong wurde damit beauftragt, die Ökobilanz der Menus aufgrund der Lieferscheine zu erstellen und, wenn nötig, Verbesserungsvorschläge zu machen. Die Schweizerische Gesellschaft für Ernährung analysiert den gesundheitlichen Aspekt aufgrund einer Checkliste, die die Gastronomen ausgefüllt haben. Es ist vorgesehen, 2016 Bilanz zu ziehen und Empfehlungen auszuarbeiten, die dazu beitragen werden, die Vollzugsbestimmungen des ÖGGG zu verfassen.

4.4. Weitere Schritte und freiburgische Projekte

Im Rahmen seiner Präventions- und Gesundheitsförderungspolitik führt das Amt für Gesundheit seit 2010 das kantonale Programm «Ich ernähre mich gesund und bewege mich ausreichend»¹ durch. Man kann diese mit der weiter oben beschriebenen (3.2) Komponente ausgewogene Ernährung in Zusammenhang setzen. Mehrere Module des Programms können Synergien mit den Massnahmen zur Förderung der Produkte aus der Region in den Restaurants der Gemeinschaftsgastronomie nutzen. Unter anderem sei das Pilotprojekt Senso5² erwähnt, das an einer Schule in Bulle getestet wird, und allen Freiburger Schulen zur Verfügung gestellt werden soll. Die Ernährungserziehung ist auch Teil des Westschweizer Lehrplans³.

¹ http://www.fr.ch/pcs/files/pdf66/402_131204_Programme_PCS_2014_2017_D.pdf

² <http://www.senso5.ch/wordpress/1770-2/>

³ <http://www.plandetudes.ch/web/guest/education-nutritionnelle>

Eine ausgewogene Ernährung zugunsten der Gesundheit verfolgt auch das Label Fourchette Verte⁴. Fourchette Verte, das vom Programm «Ich ernähre mich gesund und bewege mich ausreichend» finanziell unterstützt wird, will die Lust, besser zu essen, kommunizieren und die Restaurants, die dem Label angeschlossen sind, verpflichten sich, einen ausgewogenen Tagesteller anzubieten, der die Kriterien der Schweizer Lebensmittelpyramide berücksichtigt, wobei die Anforderungen auf das Alter der Konsumentinnen und Konsumenten abgestimmt ist. Im Kanton Freiburg gehören 58 Restaurants dem Label an, die bis auf ganz wenige Ausnahmen der öffentlichen (Spitäler, Heime, Schulen, ausser-schulische Betreuungseinrichtungen usw.) und privaten (Betriebsrestaurants) Gemeinschaftsgastronomie angehören.

Die Vereinigung zur Förderung der Produkte aus dem Freiburgerland hat zusammen mit Gastro Fribourg eine Charta für die «Restaurants Agrées Produits du Terroir» ausgearbeitet⁵. Die daran angeschlossenen Restaurants verpflichten sich, mindestens fünf Gerichte, eine Käseplatte und drei Desserts mit Produkten aus dem Freiburgerland anzubieten. Hier besteht das Ziel gleichzeitig in der regionalen Versorgung und im Erhalt von lokalen kulinarischen Traditionen. Bis jetzt nehmen mit Ausnahme des Landwirtschaftlichen Instituts Grangeneuve ausschliesslich Restaurants der Individualgastronomie teil.

4.5. Andere Kantone

In fünf anderen Westschweizer Kantonen wurde eine Befragung zur Förderung der Verwendung von regionalen Produkten in der Gemeinschaftsgastronomie durchgeführt.

Daraus geht hervor, dass jeder Kanton seine eigene Sicht und seine eigenen Projekte und Massnahmen in diesem Bereich vertritt, auch wenn die Bedeutung und das Bewusstsein dieselben sind. Hinzu kommt, dass sich die landwirtschaftliche Erzeugung von einem Kanton zum anderen unterscheidet. So ist es je nach Produkt mehr oder weniger einfach, die Restaurants zu beliefern.

4.5.1. Genf

Ein Projekt zur Förderung des Konsums von regionalen Produkten in der Gemeinschaftsgastronomie und den subventionierten Einrichtungen ist in diesem Kanton vorhanden. Es stützt sich auf das Gesetz über die Förderung der Landwirtschaft (LPromAgr) und seine Durchführungsverordnung (RPromAgr).

Im Kanton Genf haben 115 Restaurants das Label Genève Région – Terre Avenir (GRTA). Das entspricht 7,5 Millionen Mahlzeiten jährlich. Diese Einrichtungen bieten täglich drei

⁴ <http://www.fourchetteverte.ch/de/>; vgl. Fussnote 3

⁵ <http://www.terroir-fribourg.ch/CMS/default.asp?ID=304>

GRTA-Label-Produkte an. Auch private Restaurants gehören zu den Label-Partnern. Die Marke und das Logo des Labels GRTA sind 2004 entstanden. 2012 verwendeten 331 Produzenten und Händler das Logo und mehr als tausend Produkte erhielten das Label. Eine Internetplattform¹ bietet Label-Produkte für Restaurants an und zeigt in Echtzeit an, ob sie verfügbar sind. Die Köche können auch bei mehreren Lieferanten gleichzeitig eine Offerte beantragen.

Auf rechtlicher Ebene formuliert das LPromAgr allgemeine Absichten zur Förderung landwirtschaftlicher Erzeugnisse aus Genf und hält fest, dass der Kanton dafür sorgt, dass der Konsum von landwirtschaftlichen Genfer Erzeugnissen begünstigt wird, namentlich an lokalen Veranstaltungen. Die RPromAgr enthält einige Bestimmungen, die besondere Beachtung verdienen: Eine betrifft die Sensibilisierung und Bildung im Bereich Landwirtschaft und Ernährung (Art. 6), die anderen die Unterstützung beim Aufbau von Garantiemarken und Ursprungsbezeichnungen, die Einrichtung des Gütesiegels «Genève Région – Terre Avenir» und die Massnahmen zur Unterstützung der Vermarktung der GRTA-Produkte (Art. 9, 9A und 10). Art. 10, Absatz 4 muss hervorgehoben werden: «Die zuständigen Departemente sorgen dafür, dass die ihrer Behörde unterstehenden Restaurants die Waren hauptsächlich bei regionalen Produzenten beziehen. Dasselbe gilt für Veranstaltungen, die von diesen Behörden unterstützt werden». Dabei ist hervorzuheben, dass die Genfer Strategie von umfangreichen Ressourcen getragen wird; Der Anteil des Kantons an der Finanzierung der Förderungsstelle OPAGE beträgt jährlich 2,6 Millionen Franken.

Bis jetzt hatten die Verantwortlichen von GRTA keine Probleme in Zusammenhang mit dem öffentlichen Beschaffungswesen. Allerdings haben sie die Universität Genf damit beauftragt, die Marke unter dem Gesichtspunkt der Wettbewerbsgesetzgebung zu überprüfen. Im Vergleich zu den anderen Kantonen läuft in Genf seit langem eine Aktion zur Förderung von Produkten aus der Region, mit einem wichtigen Teil für die Gemeinschaftsgastronomie und bedeutender staatlicher Unterstützung.

Die kantonalen Aktionen werden oft durch den Einsatz der Gemeinden angeregt und konkretisiert, die namentlich eine grosse Verantwortung im Schulbereich tragen. Die Stadt Genf verlangt, dass täglich zwei GRTA-Produkte auf dem Speiseplan der Schulkantinen und Einrichtungen zur Betreuung von Kindern im Vorschulalter zu finden sind. Ein Menu pro Monat ist im Übrigen zu 100% aus der Region. Diese Leistungen werden von der Stadt Genf in Höhe von CHF 245 000.– pro Jahr unterstützt. Diese Zahl muss mit 5000 Mahlzeiten an 150 Schultagen in den Schulkantinen in Zusammenhang gesetzt werden, ohne Berücksichtigung der Krippen.

4.5.2. Jura und Region Berner Jura

In der Region Jura wurden bereits mehrere Aktionen unternommen, um die regionalen Label-Produkte innerhalb der Körperschaften zu fördern.

Das Projekt «Développer l’approvisionnement de la restauration collective» gibt einem Postulat und einer Motion im Grossen Rat des Kantons Jura Folge. Es ist Teil der kantonalen Strategie der Umsetzung der Neuen Regionalpolitik (NRP) und umfasst verschiedene Aktionen zur Förderung von regionalen Label-Produkten. Es wurde auf den interjurassischen Raum ausgedehnt und seine Umsetzung der Fondation Rurale Interjurassienne (FRI) anvertraut.

Zum besseren Verständnis des Gemeinschaftsgastronomie markts wurden 2010 und 2013 zwei Diplomarbeiten dazu verfasst. Daraufhin wurde eine interne Arbeitsgruppe gebildet. Es wurden verschiedene Ansätze geprüft, um die Versorgung der Restaurants mit Label-Produkten zu verbessern. Sich an einen bestehenden Händler zu wenden, hat nicht funktioniert, da dieser zwar regionale Produkte liefert, aber nur den kleinen Geschäften.

Die Verantwortlichen haben die laufenden Projekte in den anderen Kantonen und im angrenzenden Frankreich geprüft. Jura hat auch eine Studie mit Agridea durchgeführt. Durch Kontakte in Frankreich ist man auf Agrilocal aufmerksam geworden, ein Internet-Tool, das im Prinzip jedem Departement zur Verfügung steht. Die Site stellt eine Verbindung zwischen dem regionalen Produzenten und dem regionalen Käufer her. Die Erfahrungen und Meinungen in Bezug auf die Effizienz von Agrilocal, um Mehrwert in der Region zu schaffen und zu erhalten, unterscheiden sich je nach Departement.

Nach der Versuchsphase haben die jurassischen Verantwortlichen die hauptsächlichsten Barrieren für eine breitere Verwendung von regionalen Produkten in den Restaurants festgehalten: Unkenntnis der verschiedenen Akteure (Käufer und Produzenten), Gewohnheiten der Köche und Position der etablierten Händler, mit ihrer Tiefpreispolitik und ausgereiften Logistik.

Um der Versorgung mit Produkten aus der Region neuen Schwung zu verleihen, setzt das interjurassische Projekt auf drei Pfeiler: Die Unterzeichnung einer Charta durch die Betriebe der Individual- und der Gemeinschaftsgastronomie, eine Internetplattform für die Versorgung «B to B» und die Kommunikationskampagne «Nous travaillons avec les produits de notre région». Derzeit sind 17 von rund hundert kontaktierten Gemeinschaftsgastronomiebetrieben Partner der Charta. Sie verpflichten sich, mindestens 10% ihres Verpflegungsbudgets in Produkte mit dem Label «Spécialité du Canton du Jura» oder «Produits du terroir du Jura bernois» zu investieren. Die Restaurants werden je nach Prozentsatz, für den sie sich verpflichten, klassiert (ein Stern 10–24%, zwei

¹ <http://geneveterroir.ch/fr/content/la-plateforme>

Sterne 25–49%, drei Sterne 50% oder mehr). Einige Monate nach ihrer Aufschaltung scheint die Versorgungsplattform auf Internet¹ nur wenig genutzt zu werden.

4.5.3. Waadt

Die Waadtländer Politik zur Förderung von regionalen und saisonalen Produkten in der Gemeinschaftsgastronomie beruht auf drei Arten von Initiativen: der kantonalen Politik zur Nachhaltigkeit, der Förderung der landwirtschaftlichen Produkte und der Freiwilligkeit gewisser Gemeinden, insbesondere der Stadt Lausanne. Parlamentarische Vorstösse veranlassten den Staatsrat dazu, diese Vorgehensweisen in einer kantonalen Strategie zusammenzufassen.

Die Zielsetzungen und das Zielpublikum sind gleich wie in den anderen Kantonen. Bei den Vorgehensmöglichkeiten werden zwingende Massnahmen vermieden: Vorbildfunktion, Sensibilisierung und Anreize, zur Verfügung stellen von Ausschreibungsformularen und Musterverträgen, Unterstützung der Beelong-Diagnose, Kurse für Köche und Einkäufer, Subventionierung der Landwirtschaftsförderung, Verbreitung der Thematik bei den Gemeinden. Quantitativ bestehen die Zielsetzungen darin, dass alle staatlichen Anstalten (Pflegeheime, Spitäler, Ausbildungseinrichtungen, Verwaltung und Gefängnisse) innert drei Jahren eine Beelong-Analyse vornehmen und ihre Köche ein spezielles Ausbildungsmodul absolvieren. Zudem will der Kanton Waadt, dass 10% der Nahrungsmittelbeschaffung in der Gemeinschaftsgastronomie in Form von direkten Verträgen mit regionalen Produzenten erfolgt, ohne dass dies gesetzlich vorgeschrieben würde. Förderungsmassnahmen durch Subventionierung sind im Gespräch. Die verantwortlichen Personen weisen darauf hin, dass keine einheitliche Definition von «lokal» und «regional» besteht, auch nicht zwischen Kanton und Gemeinden.

Um die Beschaffung von Bioprodukten aus der Nähe der Gemeinschaftsgastronomiebetrieben der Lausanner Agglomeration zu erleichtern, wurde von einer Produzentengenossenschaft die Plattform «BIO local» ins Leben gerufen, an der auch Mitarbeiter und Kunden beteiligt sind. Sie wird durch einen neuartigen Fonds finanziert, «Local Green Invest», und hat im Rahmen der Förderung landwirtschaftlicher Produkte kantonale Unterstützung erhalten. Zur Ergänzung ihres Angebots ist sie auch für Bioprodukte aus der ganzen Schweiz und für regionale Produkte aus integriert produzierender Landwirtschaft (IP Suisse) offen. «BIO local» hat mit Cargo-Bike (E-Bikes mit Anhänger) eine eigene Logistik. Ihr Aktionsradius besteht vor allem in einer Partnerschaft mit der Stadt Lausanne für die Versorgung von Betreuungsstrukturen für Kinder im Vorschulalter. Die Stadt Lausanne betreibt eine auf Freiwilligkeit beruhende Politik im Bereich der Versorgung mit qualitativ guten Nahrungsmitteln aus

der Region. Sie strebt an, dass die 1,3 Millionen Mahlzeiten, die in den Kantinen der Gemeinde serviert werden, in den nächsten drei Jahren zu 70% aus regionalen Produkten hergestellt werden. Zur Unterstützung dieser Politik hat sie 1 300 000 Franken für drei Jahre bereitgestellt, die aus dem Gemeindefonds für die nachhaltige Entwicklung stammen. Diese werden mit 73 000 Franken für Begleitmassnahmen (namentlich Beelong-Analysen), Sensibilisierung und Ausbildung ergänzt.

Der Landwirtschaftsdienst und Prométerre, der Dachverband der Waadtländer Bauern, prüfen, inwiefern es sinnvoll wäre, eine elektronische Versorgungsplattform nach dem jurassischen Modell zu schaffen. Eine weitere Strategie ist die Verbesserung der Visibilität regionaler oder kantonaler Produkte in den traditionellen Vertriebskanälen (Label «Terre Vaudoise»). Alle beteiligten Partner sind sich jedoch einig, dass eine wesentliche Massnahme in der Ausbildung der Köche und der Einkaufsverantwortlichen besteht. Daher das breit angelegte Vorgehen mit Beelong und den – noch in der Pilotphase befindlichen – Bildungsmodulen, die auf alle Köche der Gemeinschaftsgastronomie ausgeweitet werden sollten. Die zuständigen Personen weisen darauf hin, dass eine kantonale Strategie nicht ausreicht. Sie sind der Ansicht, dass persönliche Kundenwerbung unumgänglich ist, damit eine Beteiligung an den vorgeschlagenen Programmen sichergestellt werden kann.

4.5.4. Neuenburg

Die «Chambre Neuchâteloise d'Agriculture et de Viticulture (CNAV)» und das «Office des vins et des produits du terroir (OVPT)» haben im Januar 2012 einen Bericht über Terroir-Produkte verfasst. 2014 wurde eine Motion eingereicht, die verlangte, dass für Veranstaltungen staatlicher Dienststellen nur Traiteure berücksichtigt werden, die ausschliesslich Terroir-Produkte verwenden. Die Motion wurde jedoch als zu einschränkend erachtet und abgelehnt. Trotzdem entstand eine gewisse Dynamik, bei Empfängen regionale Produkte aufzutischen.

Da es innerhalb der Organisationen und der neuenburgischen Verwaltung einige Änderungen gab, sind die Projekte in Zusammenhang mit der Gemeinschaftsgastronomie infolge der Agridea-Studie nicht richtig in Gang gekommen, sollten aber demnächst wieder aufgenommen werden.

4.5.5. Wallis

Nach verschiedenen Beobachtungen in mehreren Gemeinschaftseinrichtungen baut die Dienststelle für Landwirtschaft ein Projekt auf, das zum Ziel hat, in der Gemeinschaftsgastronomie mehr regionale Produkte zu verwenden. Zum jetzigen Zeitpunkt gibt es im Wallis keinen Gesetzesentwurf. Die Verantwortlichen halten es für wichtiger, zu motivieren und zu überzeugen, als die Verwendung regionaler Produkte aufzuzwingen.

¹ www.en-gros.ch

Die Landwirtschaftsschule Châteauneuf muss aufzeigen, dass der Gebrauch von regionalen Produkten möglich ist, ohne die Kosten der Mahlzeiten zu erhöhen. Sie hat in ihrem Restaurant eine Versorgungspolitik mit konzentrischen Kreisen eingeführt (Produkte vom eigenen Betrieb, dann aus dem Kanton, dann Schweizer Produkte und schliesslich europäische Produkte). Es wurden Verträge mit den Lieferanten unterzeichnet und das Verfahren wird von Beelong verifiziert. Ausserdem wird mit den übrigen Gemeinschaftsgastronomiebetrieben des Kantons eine Strategie des Dialogs und der Sensibilisierung verfolgt und Produzenten und Käufer werden zusammen in Beziehung gesetzt.

5. Vorgeschlagene mögliche Massnahmen – öffentlich und privat

5.1. Kennzeichnung der Produkte, bessere Rückverfolgbarkeit

Wie bereits erwähnt, kann die freiburgische Produktion den Bedarf der Gemeinschaftsgastronomie zu einem grossen Teil decken, aber in zahlreichen Segmenten fehlen Produkte, die als solche identifiziert werden. Zusätzliche Bestimmungen für die Kennzeichnung vorzugeben ist offensichtlich keine staatliche Aufgabe. Der Kanton ist dafür zuständig, die eidgenössische Lebensmittelgesetzgebung (namentlich die Herkunftsangabe nach Land) und jene über die Ursprungsbezeichnungen und geografischen Angaben (AOP und IGP) anzuwenden. Dazu kommen die Bestimmungen, die wir unter dem Begriff «swissness» kennen (vom Parlament verabschiedete Revision des Bundesgesetzes über den Markenschutz, Verordnungen publiziert im September 2015, mit Inkrafttreten am 01.01.2017). Ausserhalb dieses Rahmens ist es am privaten Sektor, die Bestimmungen einzuführen, die es braucht, um lokale oder regionale Produkte zu erkennen oder Produkte, die bestimmte Nachhaltigkeitskriterien erfüllen.

Diese Aufgabenverteilung steht der subsidiären Unterstützung von privaten Initiativen durch den Kanton im Rahmen der Absatzförderung landwirtschaftlicher Erzeugnisse nicht entgegen. Deshalb schlägt der Staatsrat, in Übereinstimmung mit den allgemeinen Zielen des kantonalen Landwirtschaftsgesetzes, in seiner Botschaft über das ÖGGG vor, sich an Massnahmen zu beteiligen, die die Stärkung der Rückverfolgbarkeit von regionalen Produkten und die Eintragung von Ursprungsbezeichnungen und Garantiemarken fördern (LandwG, Art. 23 Abs. 1 Bst. f). Auf dieser Grundlage könnten Projekte unterstützt werden, die zum Ziel haben, mehr AOP einzutragen, die Verbreitung und Bekanntheit der Marke Terroir Fribourg zu steigern und die Rückverfolgbarkeitsinstrumente zu verstärken, um eine gute regionale Kennzeichnung der Produkte sicherzustellen.

In diesem Zusammenhang ist es wünschenswert, dass die betroffenen Kreise ein strategisches Konzept entwickeln, mit dem in zwei wesentlichen Richtungen in Bezug auf die Förderung von regionalen Produkten in der Gemeinschaftsgastronomie und in anderen Kanälen vorgegangen werden kann:

- > Verbreitung der Marke Terroir Fribourg: Für Laien war es bis vor Kurzem nicht klar, ob die Marke nur für handwerkliche, traditionelle Produkte des Freiburger Terroirs, oder für alle landwirtschaftlichen Erzeugnisse und Lebensmittel aus freiburgischen Rohstoffen gilt, die im Kanton verarbeitet wurden. In Übereinstimmung mit den nationalen Richtlinien für Regionalmarken ist es die zweite Option, und die Marke Terroir Fribourg kann auf allen Agrarprodukten des Kantons, ob verarbeitet oder nicht, angebracht werden. Es besteht also die Notwendigkeit, diese Positionierung besser bekannt zu machen und eine viel weitere Verbreitung der Marke zu erreichen.
- > Definition der Region für die Produkte, bei denen die Kantonsgrenzen keine angemessene Abgrenzung darstellen, zum Beispiel Gemüsebauregion Seeland, Getreideregion Broye: Es finden derzeit Diskussionen bei der Marke statt, um den Perimeter der Herkunft der Rohstoffe da, wo es in Bezug auf die natürlichen Anbaugebiete und auf die Einzugsgebiete der Freiburger Verarbeiter sinnvoll ist, zu erweitern.

Der Staat Freiburg unterstützt nachhaltig die Tätigkeit der Vereinigung zur Förderung der Produkte aus dem Freiburgerland, Inhaberin der Marke Terroir Fribourg. Angesichts der von beiden Seiten anerkannten Bedeutung, die Verbreitung dieser Marke voranzutreiben, sind Diskussionen im Gange, damit der Leistungsauftrag zwischen dem Staat und der Vereinigung künftig zahlenmässige Ziele in diesem Bereich enthalte.

Wie namentlich Beelong hervorhebt, sind auf der ganzen Versorgungskette Anstrengungen erforderlich, damit nicht nur die regionalen Produkte als solche erkannt werden können, sondern dass die Herkunft der Produkte auf den Bestellsites, den Lieferscheinen und Rechnungen sichtbar ist. Die Lieferanten passen sich nur an, wenn die Nachfrage der Käufer genügend gross und klar ist. Zusammenarbeitsprojekte könnten den Prozess beschleunigen.

Was die Produkte betrifft, die bestimmte Nachhaltigkeitskriterien erfüllen, so bestehen bereits zahlreiche anerkannte Labels wie Bio, IP Suisse, Fairtrade oder MSC. Die Erarbeitung neuer Systeme für ein umfassenderes Nachhaltigkeitskonzept oder um den ökologischen Fussabdruck von Produkten oder Menus zu bestimmen sind Gegenstand intensiver Entwicklungsarbeiten, sowohl in der Schweiz als auch im Ausland. In Bezug auf die Sichtbarkeit der Labels und die Anpassung der Praxis bei den Lieferanten gelten die

gleichen Bemerkungen und Wege zur Verbesserung wie für die Regionalität

5.2. Ausbildung der Betriebsleiter und Küchenchefs der öffentlichen Gemeinschaftsgastronomie

Gemäss den Richtlinien zur Berufsbildung in der Schweiz entscheiden die Organisationen der Arbeitswelt (OdA) über die Inhalte der Berufsbildung der Lernenden in ihrem Bereich. Für das Gastgewerbe und den Service ist die OdA die Hotel & Gastro Formation.

Gemäss der Verordnung über die berufliche Grundbildung Köchin/Koch mit EFZ¹ müssen sich diese namentlich mit der Verarbeitung und Veredelung von Nahrungsmitteln zu warmen und kalten Gerichten befassen, gäste- und teamorientiert, betriebswirtschaftlich und ökologisch denken und handeln. Sie müssen zudem die Grundsätze von Hygiene, Arbeitssicherheit, Gesundheits- und Umweltschutz beherrschen. Der Bildungsplan für Köchinnen und Köche EFZ² enthält weder Bildungsziele zur Regionalität und Saisonalität der in der Küche verwendeten Produkte, noch zu einer nachhaltigen Ernährung im weiten Sinne des Wortes. Er enthält jedoch sehr allgemeine Ziele zu den Auswirkungen ihres Berufs auf die Umwelt und die Gesundheit.

Die Verordnung über die berufliche Grundbildung Restaurationsfachfrau/Restaurationsfachmann mit EFZ³ sieht ihrerseits vor, dass sie sich der Bedeutung von Betreuung und Beratung von Gästen in der Restauration bewusst sind und diese somit vom Empfang bis zur Verabschiedung umsetzen können. Sie müssen für den Verkauf von Speisen und Getränken zuständig sein und Arbeiten in der Fertigung, Werterhaltung und Logistik selbstständig ausführen. Sie müssen zudem gäste- und teamorientiert sowie betriebswirtschaftlich denken und handeln. Und schliesslich müssen sie die Grundsätze von Hygiene, Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz im Rahmen ihrer Tätigkeiten beherrschen. Der Bildungsplan für Restaurationsfachfrauen/Restaurationsfachmänner EFZ⁴ enthält ebenfalls weder Bildungsziele zur Regionalität und Saisonalität der in der Küche verwendeten Produkte, noch zu einer nachhaltigen Ernährung. Hingegen müssen sie am Ende ihrer Ausbildung die Herkunft, die Eigenschaften und die Bereitstellung von Lebensmitteln und Getränken erklären können.

Die Köchinnen und Köche sowie die Restaurationsfachpersonen können danach ihre Ausbildung mit dem eidgenössischen Fachausweis oder Diplom fortsetzen und sich an den Hotelfachschulen weiterbilden lassen. Auch hier wird die

Herkunft der Produkte behandelt, aber ohne dass ein besonderes Gewicht auf die Terroir-Produkte oder die Produkte für eine nachhaltige Entwicklung gelegt würde.

Eine gründliche Kenntnis der Terroir-Produkte und der Art und Weise, wie sie nach der Tradition oder nach neuem Rezept verarbeitet werden, gehört also derzeit nicht zu den Bildungszielen. Dies gilt auch für die Aspekte der nachhaltigen Entwicklung in Zusammenhang mit der Ernährung (Produktionsweise, Regionalität, Saisonalität, fairer Handel usw.). Diese Kompetenzen werden jedoch je nach Restaurant entsprechend seiner eigenen Strategie und seinem Angebot weitergegeben.

Abgesehen von den individuellen Initiativen der Gastrologen, Berufsbildner/innen, die Kenntnisse ihrer eigenen Mitarbeitenden zu stärken, können diese Themen nur nach Absprache mit Hotel & Gastro Formation in die Berufsbildung im Gastgewerbe aufgenommen werden. Gastro Fribourg ist der freiburgische Partner der OdA Hotel & Gastro Formation und beteiligt sich bereits an der Förderung der Terroir-Produkte in den Freiburger Restaurants, um ein entsprechendes Projekt zu entwickeln. Erste Kontakte zwischen dem Institut Grangeneuve und Gastro Fribourg haben stattgefunden, um ein Weiterbildungsangebot zu erarbeiten, welches dann von Gastro Fribourg angeboten wird.

Dieses Projekt müsste theoretische und praktische Ausbildungen zu den Produkten des Kantons, zur Produktion des Rohstoffs bis zum fertigen Produkt, zur Verwertung der Produkte in der Küche und zur Abstimmung mit den passenden Getränken umfassen. Zudem sollten diese Ausbildungen Begegnungen zwischen Produzenten und Gastrologen ermöglichen sowie den Austausch guter Praktiken zwischen den Berufsleuten, die die Terroir-Produkte verwerten, und jenen, die ihr Angebot vergrössern und ergänzen möchten. Die wirtschaftlichen Aspekte und das Marketing müssten ebenfalls behandelt werden. Ähnliche Module könnten für die Aspekte Ernährung und Nachhaltigkeit sowie Ernährung und Gesundheit eingeführt werden.

Die Erarbeitung von Ausbildungsmodulen ist nicht genug; der Kanton Waadt ist ein eindrückliches Beispiel dafür. Gleichzeitig sollen die Betriebsverantwortlichen verpflichtet werden, ihre Mitarbeitenden nach einer Diagnose und individueller Beratung im Betrieb ausbilden zu lassen. Ein Ausbildungsangebot muss an eine strategische Marktklärung angepasst werden, um sicherzustellen, dass die interessierten Personen teilnehmen und das Vorgehen in der Praxis umgesetzt wird.

Zwar kann der Staat bei der Festlegung der Berufsausbildungsziele nur eine subsidiäre und ermutigende Rolle einnehmen, dafür muss er seine Verantwortung als Chef bei den Gemeinschaftsgastronomiebetrieben, die in Eigenregie geführt werden, wahrnehmen, indem er dafür sorgt, dass

¹ http://www.hotelgastro.ch/pix/files/BiVo_79007_d.pdf

² http://www.hotelgastro.ch/pix/files/Bildungsplan_Köchin_Koch%20EFZ_10.06.2014.pdf

³ http://www.hotelgastro.ch/pix/files/BiVo_78704_d.pdf

⁴ <http://www.hotelgastro.ch/pix/files/Bildungsplan%20Restaurationsfachfrau-mann%20April%202011%20D.pdf>

ihre Mitarbeitenden die passenden Ausbildungen absolvieren. Er kann in den Verträgen zur Fremdregie auch Klauseln zur Ausbildung des Personals vorsehen, ebenso wie die Ausbildung von Lernenden in diesen Verträgen verlangt werden kann.

5.3. Information und Sensibilisierung der Kunden

Dieser Bereich ist eng verknüpft mit den Anstrengungen im Hinblick auf eine bessere Sichtbarkeit der regionalen und nachhaltigen Produkte für die Käufer (Punkt 5.1). Der Endverbraucher ist nicht verantwortlich für die Versorgung in der Gemeinschaftsgastronomie, aber die Bedeutung, die die Berufsleute der Verbesserung des Angebots an regionalen, saisonalen und nachhaltigen Produkten beimessen, entspricht auch der Nachfrage der Verbraucher. Es besteht in diesem Bereich Informations- und Sensibilisierungsbedarf.

Für die Information darf man vom öffentlichen Bereich ein beispielhaftes Verhalten erwarten. Deshalb ist im Entwurf des ÖGGG in Art. 9 vorgesehen, dass die Restaurants dieses Segments für die Information ihrer Kundschaft über die Herkunft der Produkte (nicht nur jene von Fleisch, wie es gesetzlich vorgeschrieben ist) sorgen und, soweit möglich, über ihre Ernährungs- und Nachhaltigkeitsaspekte. Konkret müssten die öffentlichen Gemeinschaftsgastronomiebetriebe dazu bewogen werden, in den Selbstbedienungsrestaurants und auf ihren Speisekarten Gerichte zu erwähnen, die hauptsächlich aus Produkten aus der Region bestehen, und für bestimmte Angebote die einschlägigen Labels zu nennen (Bio, IP Suisse, MSC-Fisch usw.). Die Umsetzung solcher Bestimmungen muss aus einer klaren Absprache mit den Berufsleuten hervorgehen.

Was die Sensibilisierung der Benutzer betrifft, müssen in den Schulen besondere Anstrengungen unternommen werden. Einerseits weil es sich um ein kurzfristig wichtiges Kundensegment der Gemeinschaftsgastronomie handelt und andererseits aus Gründen der Prävention und der Gesundheitsförderung. Eine gesunde und ausgewogene Ernährung ist entscheidend, um Fettleibigkeit und andere physiologische Krankheiten zu reduzieren. Es besteht bereits ein gutes Angebot in diesem Bereich, beispielsweise über das kantonale Programm «Ich ernähre mich gesund und bewege mich ausreichend», das in Kapitel 4.4 näher erläutert ist, oder mit den Leistungen der Stiftung Senso5¹. Es geht also prioritär darum, die Dimension «regional, saisonal und nachhaltig» in diesen Programmen aufzunehmen und ihre weitere Verbreitung in den Schulen des Kantons sicherzustellen.

Auch hier kann eine öffentlich-private Partnerschaft die besten Resultate erzielen. Die Anstrengungen der Fachleute aus Landwirtschaft und Ernährung im Bereich Information und

Sensibilisierung könnten im Rahmen der Bestimmungen unterstützt werden, die als Ergänzung zum ÖGGG-Entwurf im Landwirtschaftsgesetz vorgeschlagen werden:

Art. 3 Abs. 1 Bst. g

[Der Staat ergreift namentlich geeignete Massnahmen, um:]

g) ein Angebot an nachhaltigen Produkten aus der Region zu fördern mit dem Ziel einer hochwertigen, abwechslungsreichen, ausgewogenen und nachhaltigen Ernährung, namentlich in der Gastronomie.

Art. 23 Abs. 1 Bst. e und f (neu)

[Der Staat kann die Entwicklung der Konkurrenzfähigkeit der freiburgischen Landwirtschaft im Rahmen der gewährten Kredite fördern, indem er:]

h) sektorenübergreifende Massnahmen und Projekte zur Versorgung der Bevölkerung mit Produkten aus der Region, namentlich in der Gastronomie, fördert.

Diese Bestimmungen beschränken sich nicht auf die Unterstützung von Programmen für Jugendliche. Die betroffenen Kreise können auch Projekte für andere Zielgruppen vorschlagen.

In Zusammenhang mit den Massnahmen zur Sensibilisierung für nachhaltige und regionale Ernährung müssen auch diverse Projekte hervorgehoben werden, die eine stärkere Förderung der Terroir- und der regionalen Produkte beabsichtigen. Mit einer Finanzierung der Neuen Regionalpolitik koordiniert die Vereinigung zur Förderung der Produkte aus dem Freiburgerland die Initiative «Vitrines du Terroir», die zum Ziel hat, das einheitliche Image der Freiburger Produkte zu stärken, sowohl bei den Sehenswürdigkeiten, wie dem Maison du Gruyère in Pringy und dem allfälligen zukünftigen Haus der Region Murten als auch bei Ausstellungen, Messen und Veranstaltungen in Freiburg und ausserhalb des Kantons. Ein noch stärkeres Image dieser Produkte wird dazu beitragen, die Konsumenten und Kunden der Gemeinschaftsgastronomie für eine gesunde, qualitativ hochstehende und regionale Ernährung zu sensibilisieren. Konkrete positive Aktionen sind in diesem Bereich bereits umgesetzt, beispielsweise die Workshops und Animationen für Kinder am Salon des Goûts et Terroirs in Bulle.

Das Institut Grangeneuve spielt eine wichtige Rolle in der Ausbildung von Fachleuten und der Sensibilisierung der Öffentlichkeit für alles, was Agrarprodukte und die Wertschöpfungskette bis zur Ernährung betrifft. Im Investitionsprogramm von Grangeneuve ist vorgesehen, das historische Gebäude der Grange Neuve wieder aufzuwerten, um dort in Zusammenarbeit mit den betroffenen Kreisen und gemäss der umfassenden Strategie, die im Projekt «Vitrines du Terroir» erarbeitet wurde, ein Zentrum für den Geschmack, die

¹ <http://www.senso5.ch/wordpress/das-projekt/>

Ernährung und das Terroir zu machen. An diesem Ort wird man also alle Infrastrukturen und Kompetenzen vorfinden, die für die Informations-, Sensibilisierungs- und Ausbildungstätigkeiten in Zusammenhang mit diesen Fragen benötigt werden.

5.4. Vereinfachte Versorgung mit nachhaltigen Produkten aus der Region

Die Einrichtung von Vermarktungsplattformen, beispielsweise über das Internet, wird oft als Massnahme für eine bessere Versorgung der Gemeinschaftsgastronomie mit lokalen oder regionalen und nachhaltigen Produkten genannt. Einige Erfahrungen und Empfehlungen werden in einem Dokument von Agridea zusammengefasst¹. Die bestehenden Gesetzesbestimmungen, ergänzt durch die Revision des Landwirtschaftsgesetzes, die im Entwurf des ÖGGG vorgeschlagen wird, erlauben es, private Initiativen dieser Art in der Planungsphase oder im Anfangsstadium subsidiär zu unterstützen, sofern sie aus dem Bereich der Produktion stammen und die Förderung der kantonalen Landwirtschaftsprodukte unterstützen.

Der Staatsrat misst der Achtung der Handelsfreiheit vorrangige Bedeutung bei. Er möchte jeden Eingriff verhindern, der diesem Grundsatz zuwiderläuft, denn dies könnte im Übrigen auch die bestehenden Strukturen schwächen, die erfolgreich die Vermarktung der Freiburger Produkte gewährleisten, auch über die Kantonsgrenzen hinaus. Auch die einseitige Direktvermarktung zwischen Produzenten und Restaurants der Gemeinschaftsgastronomie soll nicht gefördert werden, da verschiedene Arten von Vertriebswegen zu einer qualitativ hochstehenden Versorgung mit Produkten aus der Region zu konkurrenzfähigen Preisen beitragen können.

Hingegen kann der Staat eine Rolle spielen, um den direkten Kontakt und den Informationsaustausch zwischen den Verantwortlichen der Restaurants der Gemeinschaftsgastronomie, den Verteilern und den Lebensmittelproduzenten zu erleichtern. Für die Umsetzung des ÖGGG sind regelmässige und intensive Konsultationen der betroffenen Kreise und der Berufsleute der ganzen Kette unerlässlich. Der einzige Weg, um realistische Ausführungsbestimmungen und spürbare Fortschritte in der Praxis zu erreichen, ist ein regelmässiger Dialog zwischen den Berufsleuten der gesamten Kette, von der Produktion bis in die Küchen, wobei auch der Vertrieb und die Logistik einbezogen werden müssen.

Diese Konsultation wird in Form eines Forums erfolgen, das die Hauptakteure zusammenbringt, sowohl auf der Seite des Angebots (Produzenten und Verteiler von Lebensmitteln für die Gemeinschaftsgastronomie) als auch der Nachfrage (Verantwortliche der öffentlichen Gemeinschaftsgastronomie-

betrieben), sowie einige Experten. Der Staatsrat schlägt vor, dass dieses Berufsforum bestehen bleibt, damit auch nach der Ausarbeitung der Ausführungsbestimmungen des ÖGGG der Dialog weiterbesteht. So können konkrete Lösungen vereinfacht und ein regelmässiger Fortschritt bei der Umsetzung der Zielsetzungen gewährleistet werden.

Nebst dem einfachen Dialog kann eine Bündelung der Nachfrage der Restaurants der Gemeinschaftsgastronomie eine eigentliche Dynamik schaffen, um die Verfügbarkeit der regionalen und saisonalen Produkte in ihren Beschaffungskanälen zu verbessern. Das «Gewicht» der Kunden spielt eine wichtige Rolle, damit die Lieferanten sich anpassen. Das Berufsforum wird auch konkrete Möglichkeiten besprechen können, um die Nachfrage der Restaurants der öffentlichen Gemeinschaftsgastronomie besser zu bündeln.

5.5. Rahmenbedingungen der Gemeinschaftsgastronomie

Die befragten Verantwortlichen haben auf zwei Hauptpunkte hingewiesen. Einerseits sind Kantinen und Mensen starkem wirtschaftlichem Druck ausgesetzt, sei dies aufgrund von Anforderungen an die Rentabilität, die die Auftraggeber stellen, oder aufgrund der zahlreichen Konkurrenz von Fast-Food-Restaurants und anderen «Take-aways» in den städtischen Gebieten. Auch wenn Regionalität und Saisonalität nicht unbedingt mit Mehrkosten verbunden sind, so muss man verstehen, dass Küchenchefs nicht gleichzeitig die Preise senken (oder ihre Margen verbessern) und immer mehr Vorschriften bei der Beschaffung und Ausarbeitung ihres Angebots einhalten können. Sie verlangen berechtigterweise Kohärenz zwischen den qualitativen Erwartungen und den finanziellen Zwängen, die ihnen auferlegt werden. Diese Erwartung ist zu den finanziellen Bemühungen in Beziehung zu setzen, die zum Beispiel die Städte Genf und Lausanne unternommen haben, um die Regionalität und die Nachhaltigkeit in der Schulverpflegung zu fördern.

Eine weitere zentrale Frage stellt sich bezüglich der Infrastruktur zur Herstellung von Mahlzeiten in der Gemeinschaftsgastronomie. Eine vermehrte Verwendung von regionalen und saisonalen Produkten ist dann ein realistisches Ziel, wenn weniger «Convenience»-Produkte verwendet werden. Die Küche muss also über eine vollständige Ausstattung verfügen. In den neueren Schulgebäuden wurde oft auf dieser Ebene gespart. Dies verunmöglicht es, dass sämtliche Etappen der Produktvorbereitung und Herstellung der Mahlzeiten vor Ort erfolgen können. Selbstverständlich muss weiterhin darauf geachtet werden, dass zwischen den Investitionen, den Personalkosten und der Zahl der servierten Mahlzeiten ein vernünftiges Verhältnis besteht. Mit einer Zentralisierung der Produktion mit dezentralisiertem Vertrieb könnte man wahrscheinlich gleichzeitig sowohl den wirtschaftlichen als auch den qualitativen Anforderungen gerecht wer-

¹ Mehr lokale Produkte in der Gemeinschaftsgastronomie: Organisieren mittels Plattformen. Agridea 2014.

den. Auf jeden Fall muss man sich bewusst sein, dass bereits bei den Investitionen in den Bau die Grundsteine für die Beschaffungspolitik und die Qualität der Gemeinschaftsgastronomiebetriebe gelegt werden.

5.6. Freiwillige Vertragsklauseln oder obligatorische Vorschriften

Zur Steigerung des Anteils an regionalen und nachhaltigen Produkten im Angebot der Gemeinschaftsgastronomie kann man eine ganze Reihe von Massnahmen in Erwägung ziehen, vom einfachen Anreiz bis zur Verpflichtung, die dann in den Ausschreibungen, Verträgen, internen Weisungen, Branchenvereinbarungen oder Gesetzesbestimmungen festgeschrieben würden. Der Grosse Rat hat sich dafür entschieden, Gesetzesbestimmungen auszuarbeiten, indem er den Staatsrat damit beauftragt hat, der Motion Castella/Schläfli Folge zu geben. Der Entwurf eines neuen Gesetzes über die öffentliche Gemeinschaftsgastronomie (ÖGGG) wird dem Grossen Rat daher gleichzeitig mit diesem Bericht unterbreitet. Dieser Entwurf ist um ein quantitatives Ziel für regionale Produkte aufgebaut; er setzt auf die Absprache mit den Berufsleuten und sieht eine etappenweise Umsetzung vor, um sicherzustellen, dass die Absichten in der Praxis konkretisiert und messbare Ergebnisse erzielt werden können.

5.7. Pilotprojekte und Schlussfolgerungen

Eine breite Massnahmenpalette kann für die Förderung von Produkten aus der Region, der Nachhaltigkeit und der Gesundheit in der Gemeinschaftsgastronomie in Betracht gezogen werden. Gewisse beruhen auf privaten oder dezentralen Initiativen in den betreffenden Restaurants; andere benötigen kantonale Unterstützung oder Koordination. Es braucht die Erfahrungen in der Praxis, um die besten Massnahmen – in Bezug auf Einfachheit und Effizienz – ausfindig zu machen, die anschliessend systematisiert werden können, um so schnell wie möglich zu Zielsetzungen zu gelangen, die auf breite Zustimmung stossen. Der Staat kann in diesem Bereich eine sehr positive Rolle übernehmen, indem er Pilotprojekte unterstützt und für eine gewisse Koordination sorgt. Die Mehrheit der oben beschriebenen Massnahmen eignet sich für Pilotprojekte. Insbesondere die in diesem Zusammenhang als wesentlich anerkannten Ziele der Ausbildung und Sensibilisierung der Berufsleute könnten mit einer punktuellen Unterstützung der Beelong-Analysen und von Ausbildungsmodulen schneller erreicht werden.

Weiter oben wurden die Projekte erwähnt, die durch das LandwG sowie laufende Initiativen im Bereich der nachhaltigen Entwicklung, der Gesundheit und der EKSD unterstützt werden könnten. Der Staatsrat beabsichtigt dieses Dispositiv mit den folgenden Massnahmen zu ergänzen, um eine kohärente und glaubwürdige flankierende Politik in diesem Bereich zu gewährleisten:

- > Zielvereinbarung mit der Vereinigung zur Förderung der Produkte aus dem Freiburgerland über die Verbreitung der Marke «Terroir Fribourg»;
- > Gemeinsames Vorgehen zwischen dem Landwirtschaftlichen Institut Grangeneuve und Gastro Fribourg im Hinblick auf Weiterbildungsmodulare für Küchenchefs der Gemeinschaftsgastronomie;
- > Investitionen in Grangeneuve für die Entwicklung – in Koordination mit den betroffenen Kreisen und Organisationen – eines «Centre du goût, de l'alimentation et du terroir»;
- > Bildung eines Berufsforums, um in einer ersten Phase die Vollzugsbestimmungen zum ÖGGG auszuarbeiten und anschliessend längerfristig die Bemühungen der Gemeinschaftsgastronomiebetriebe und ihrer Lieferanten zu koordinieren.

Je nach den Ergebnissen der Diskussionen zu diesem Bericht und zum ÖGGG-Entwurf im Grossen Rat sowie der Bilanz der Pilotphase unter der Leitung der Arbeitsgruppe «Nachhaltige Entwicklung», müssten die für die Pilotprojekte zur Verfügung stehenden Mittel und die Koordination zwischen den Dienststellen des Staates überprüft, respektive neu verteilt werden. Ein intensiver Austausch zwischen dem privaten und dem öffentlichen Sektor werden unabdingbar sein, um festzustellen, welche Projekte prioritär sind, und um die Umsetzung des ÖGGG auszugestalten.