



Gästekommunikation zum Einsatz von Bio-Lebensmitteln

Grundlagen | Kommunikationsmaßnahmen | Tipps

Das erwartet Sie:

- **Kriterien bei der Menüauswahl**
- **Rechtliche Grundlagen**
- **Gästekommunikation zum Einsatz von Bio-Lebensmitteln**
 1. Kommunikationsstrategie
 2. Kommunikationsmaßnahmen und -methoden (Direkter Dialog | Schriftliche Hinweise | Bio-Aktionen | Nudging | Storytelling | Wording | Kombination von Trends)
 3. Feinjustierung der Kommunikationsstrategie
- **Kommunikationsbeispiele auf Speiseplänen sowie Tipps und Hinweise**
- **BioBitte:** Die Initiative für mehr Bio in öffentlichen Küchen



Ziel und Anlass der Präsentation

1. Hintergründe, wonach Gäste ein Menü auswählen
2. Rechtliche Grundlagen hinsichtlich der Auslobung von Bio-Lebensmitteln
3. Festlegung einer Kommunikationsstrategie: Wichtige Fragen zur Konkretisierung der Zielgruppe und zur anschl. Auswahl der Kommunikationsmethoden
4. Aufzeigen verschiedener Kommunikationsmethoden und -maßnahmen
5. Verschiedene Kommunikationsbeispiele zu Kennzeichnung von Bio auf Speiseplänen sowie Tipps und Hinweise auf weitere Info-Angebote

Nach welchen Kriterien treffen Sie Ihre Menüauswahl?



Hier eignet sich zum Einstieg eine kurze „Blitzabfrage“ (z.B. mit Handzeichen), wonach die Teilnehmenden ihre Menüauswahl treffen.

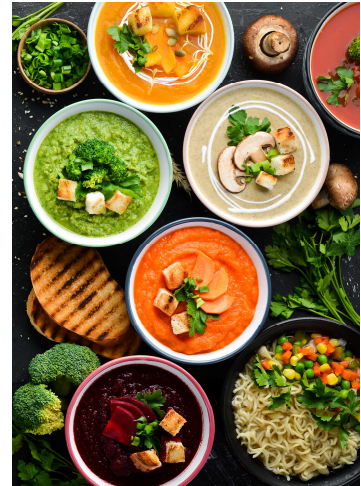
Kriterien bei der Menüauswahl

Der Bauch schlägt den Kopf!

- Gäste wählen ihre Gerichte in erster Linie nach dem **(erwarteten) Geschmack** und der **Optik** aus
- Weitere **Qualitäten sind Zusatznutzen**, sie ergänzen optimalerweise die Entscheidung für die Auswahl
- Zusatznutzen kann bei Entscheidungsschwierigkeiten die Wahl beeinflussen
- Die Menüs sollten durch ihr Aussehen den Appetit anregen, schmecken und sich durch besondere Qualitäten (wie bio) hervorheben.

→ Link: www.oekolandbau.de/ausser-haus-verpflegung/betriebsmanagement/kommunikation/

Kommunizieren Sie den Mehrwert „Bio“!



Rechtliche Grundlagen I Allgemein

EU-Rechtsvorschriften und nationale Rechtsvorschriften

- Die Erzeugung, Verarbeitung und der Import von Bio-Lebensmitteln ist **europaweit geregelt** in den „**EU-Rechtsvorschriften für den Ökologischen Landbau**“.



Umsetzung in Deutschland

- Das **Öko-Landbaugesetz (ÖLG)** regelt die (1) Durchführung der EU-Rechtsvorschriften für den ökologischen Landbau in Deutschland und ist (2) **Voraussetzung für Bio-Kennzeichnung in gemeinschaftlichen Verpflegungseinrichtungen**



Bio-Außer-Haus-Verpflegung-Verordnung

Bio-Außer-Haus-Verpflegung-Verordnung (Bio-AHVV)

Für **Betriebe der AHV** stellt die Bio-AHVV die rechtliche Grundlage für die Bio-Kennzeichnung und Bio-Zertifizierung dar.



Allgemeine Einführung zur EU-Rechtsgrundlage für den ökologischen Landbau und zur Einordnung der nationalen Rechtsgrundlage.

Die ebenfalls im Rahmen von BioBitte entstandene Präsentation „**Bio-Kontrolle und Bio-Zertifizierung in der Außer-Haus-Verpflegung**“ geht explizit und ausführlich auf die die Neuerungen durch die Bio-AHVV ein. In der Präsentation enthalten sind zudem zahlreiche Muster zur Kommunikation und Kennzeichnung von Bio-Lebensmitteln auf Speiseplänen und Zutatenübersichten. Zu finden ist die Präsentation unter:
<https://www.oekolandbau.de/ausser-haus-verpflegung/stadt-land-und-bund/bio-bitte/bio-einsetzen-so-gehts/>

Weitere Informationen zur neuen Bio-AHVV:

<https://www.oekolandbau.de/service/rechtsgrundlagen/die-neue-eu-oeko-verordnung/>

Gästekommunikation zum Einsatz von Bio-Lebensmitteln

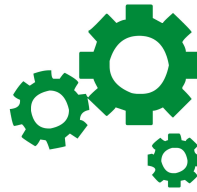
Gehen Sie strategisch bei der Kommunikation vor!

1. Kommunikationsstrategie



2. Kommunikationsmaßnahmen und -methoden

3. Feinjustierung der Kommunikationsstrategie



1. Kommunikationsstrategie festlegen



1. Kommunikationsstrategie festlegen

Vor der Maßnahmenplanung die Zielgruppe näher betrachten

- Wie alt sind die Gäste im Durchschnitt?
- Über welche Kanäle werden sie optimal erreicht (persönlicher Kontakt, Aushänge, Intranet, soziale Medien)?
- Spricht sie eher eine offensive (z. B. mit Pressearbeit) oder defensive (z. B. über Aufsteller, Aushänge) Kommunikation an?
- Womit wurden bereits gute Erfahrungen gemacht?
- Kann mit anderen Abteilungen (z. B. Kommunikations- oder Personalabteilung) zusammengearbeitet werden?
- Soll die Bio-Kommunikation in grundsätzliche oder andere Aktivitäten (z. B. Unternehmensleitbild, Betriebliches Gesundheitsmanagement) eingebunden werden?



1. Kommunikationsstrategie festlegen

Passende Ansätze aus dem „Methodenkoffer“ auswählen

Kommunikationsmaßnahmen und -methoden

- Direkter Dialog
- Schriftliche Hinweise
- Bio-Aktionen
- Nudging
- Storytelling
- Wording
- Kombination von Trends

→ www.bio-bitte.info: Bio einsetzen – so geht's!



Infoblatt

- Die ausführliche Darstellung der Inhalte folgt auf den folgenden Folien
- Link zu den Infomaterialien: „Mehr Gäste mit Bio begeistern“ → <https://www.oekolandbau.de/ausser-haus-verpflegung/stadt-land-und-bund/bio-bitte/bio-einsetzen-so-gehts/bio-kommunizieren-so-ueberzeugen-sie-gaeste-und-mitarbeitende/>

2. Kommunikationsmaßnahmen und -methoden



Es folgt eine Vorstellung verschiedener Kommunikationsmaßnahmen und -methoden.

2. Kommunikationsmaßnahmen und -methoden | Direkter Dialog

Der zwischenmenschliche Kontakt als wichtige Basis

- Übertragung des Bio-Wissens und der Überzeugung durch das Service- und Ausgabepersonal auf den Gast
- Gleichzeitige Verbesserung der Selbstwirksamkeit des Service- und Ausgabepersonals
- Möglichkeit, um Wünsche der Gäste zu erfragen und Fragen zu beantworten
- Hilfreich, um auch grundsätzliche Verbesserungsvorschläge (z. B. Portionsgrößen, Preisgestaltung, Essatmosphäre) abzufragen



2. Kommunikationsmaßnahmen und -methoden | Schriftliche Hinweise

Bei defensiver und offensiver Kommunikationsstrategie

- Bio-Kennzeichnung
 - im Speiseplan, auf Speisekarten und im Intranet,
 - auf Aushängen, Tischaufstellern, Tablettauflegern in der Kantine,
 - in Menüfassungssystemen
- Hier die rechtliche Grundlage beachten: Bio-Außer-Haus-Verpflegung-Verordnung (Bio-AHVV)



Die ebenfalls im Rahmen von BioBitte entstandene Präsentation „**Bio-Kontrolle und Bio-Zertifizierung in der Außer-Haus-Verpflegung**“ geht explizit und ausführlich auf die die Neuerungen durch die Bio-AHVV ein. In der Präsentation enthalten sind zudem zahlreiche Muster zur Kommunikation und Kennzeichnung von Bio-Lebensmitteln auf Speiseplänen und Zutatenübersichten. Zu finden ist die Präsentation unter:
<https://www.oekolandbau.de/ausser-haus-verpflegung/stadt-land-und-bund/bio-bitte/bio-einsetzen-so-gehts/>

Weitere Informationen zur neuen Bio-AHVV:

<https://www.oekolandbau.de/service/rechtsgrundlagen/die-neue-eu-oeko-verordnung/>

2. Kommunikationsmaßnahmen und -methoden | Bio-Aktionen

Für eine verstärkte Aufmerksamkeit

- Das praktische Erfahren von Geschmack, Qualität und Herkunft kann Gäste häufig besser überzeugen als viele Worte.
- Vermittlung von Bio-Wissen und der Vorteile durch verschiedene Bio-Aktionen:
 - Quiz und Lebensmittelverkostungen
 - Betriebsbesichtigungen
 - Bio-Aktionstage mit Lieferanten, Erzeugern / Herstellern
- Eine ausführliche Planung eines Bio-Aktionstages finden Sie in der Broschüre „Infokampagne für Behörden“



→ www.oekolandbau.de/fileadmin/redaktion/dokumente/grossverbraucher/biobitte/BioBitte_Infokampagne_Behoerden_210730.pdf

Bio-Aktionstag

Ein Aktionstag eignet sich, um die Kantinengäste verstärkt auf die Einführung oder Ausweitung des Bio-Angebotes aufmerksam zu machen und gezielt zu informieren. Er bietet einen besonderen Anreiz zum Kantinenbesuch. Der persönliche Eindruck von Geschmack, Qualität und Herkunft kann die Kantinengäste meist besser als viele Worte überzeugen.

Vorbereitung

1. Hauptverantwortung und weitere Beteiligte unter Einbindung der Küchenleitung festlegen
2. Übernahme der Organisation und Koordination des Bio-Aktionstages
3. Termin festlegen
4. Beratung in der angrenzenden Zeit von Just bis November
5. Termin bei Küchenverantwortlichen bekräftigen und Personalrat zustimmen
6. Konzept für den Bio-Aktionstag erstellen
7. Verträge für Beispiel-Menüs mit unterschiedlichen Schwerpunkten finden und festlegen (siehe rechte Seite)
8. Rezepte auswählen für Speisen, die am Bio-Aktionstag angeboten werden sollen
9. Geeignete Partnerinnen und Partner für Lebensmittel finden
10. Ökologische Arbeitsverträge, Bio-Lieferanten, Bio-Erzeugende und Bio-Verarbeiter regionale Güterproduzenten, Naturerzeugerpartnern und andere
11. Frühzeitige Ankündigung des Bio-Aktionstages (etwa vier Wochen im Voraus) lassen an alle Mitarbeitenden und Leisten an die regionale Presse
12. Verantwortlichen für Fotoaufnahmen bestimmen und Einverständnisklärungen für die Abbildung von Personen formulieren, ausdrucken und bereitlegen
13. Detailabfragen mit Partnerinnen und Partnern
14. Beispielweise: Soufflé, Bratlinge, Dönerfleisch und weitere

Durchführung

1. Dekoration der Kantine, letzte Absprache mit Küchenmann und Angelpersonal
2. Aufbau der Stände, letzte Absprache mit allen Ausführenden
3. Information, Beratung und gegebenenfalls Befragung der Gäste sowie Anfertigung von Fotoaufnahmen, inklusive schriftlichen Einverständnisklärungen von abgebildeten Personen

Nachbereitung

1. Reflektion des Aktionstages mit dem Küchenmann
2. Dankeschreiben an alle Ausführenden und sonstige Beteiligte
3. Veröffentlichen Bericht und Auswahl von Fotos für Intranet, Mitarbeiterzeitung und regionale Presse

Ziel

Informieren für die Einführung oder Ausweitung des Bio-Angebotes unter allen Mitarbeitenden

Zielgruppe

Alle Mitarbeitenden

Für ausführliche Informationen schauen Sie in die Broschüre unter:
www.oekolandbau.de/fileadmin/redaktion/dokumente/grossverbraucher/biobitte/BioBitte_Infokampagne_Behoerden_210730.pdf

2. Kommunikationsmaßnahmen und -methoden | Nudging

Stupsen statt aufklären: Der unbewusste Weg der Kommunikation

- Sanftes „Anstupsen“ (engl. to nudge = jmd. anstoßen) ohne Gebote oder Verbote
- Nudging kann über verschiedene Kanäle erfolgen:
 - Informationen (z. B. zu Nährwerten, Zubereitung und Herkunft der Lebensmittel)
 - Platzierung (z. B. Gerichte mit Bio-Lebensmitteln an die erste Position der Speisekarte oder Ausgabe setzen)
 - Angebotsstruktur (z. B. größere Auswahl an Gerichten mit Bio-Lebensmitteln)
 - Probierhäppchen
- Die Veränderung der Ausgabeposition zeigt die stärksten Effekte!



Für weitere Informationen:

- www.oekolandbau.de/ausser-haus-verpflegung/betriebsmanagement/kommunikation/nudging-fuer-mehr-bio-auf-dem-teller/

2. Kommunikationsmaßnahmen und -methoden | Storytelling

Die Geschichten hinter den Bio-Lebensmitteln erzählen

- Geschichten berühren Gäste emotional und bleiben daher in Erinnerung; die Inhalte können besser gespeichert werden
- Was hat das Küchenteam überzeugt den Einsatz von Bio-Lebensmitteln sinnvoll und richtig zu finden?
- Was ist das authentische und ehrliche WARUM hinter ihrer Verwendung von Bio?
- Wer sind ihre Lieferantinnen und Lieferanten und welche Geschichten haben sie zu erzählen?



2. Kommunikationsmaßnahmen und -methoden | Kombination verschiedener Trends

Die „Mehrwerte“ und „Qualitäten“ geschickt kombinieren

- Möglicherweise konkurriert der Mehrwert „Bio“ an der Ausgabe mit Qualitäten wie „Regional“, „Vegetarisch/Vegan“, „Fair“ oder „Frischküche“
- Gäste wünschen eine Kopplung verschiedener Qualitäten, wie z. B.:
 - Bio + Regional
 - Bio + Vegetarisch/ Vegan
 - Bio + Frischküche
 - Bio + Fair



2. Kommunikationsmaßnahmen und -methoden | Geschmackvolles Wording

Auf die richtige Wortwahl kommt es an

- Wir lesen vor allem das, was uns auch anspricht!
- Geschmackvolles Wording nutzen, welches den Genusswert der Gerichte hervorhebt
- Was würde Ihnen besser schmecken?
 - *Vegetarischer Gemüsebratling im Vollkornbrötchen*
oder
 - *Hausgemachter Erbsen-Burger mit Grillpaprika und Senf-Dipp*



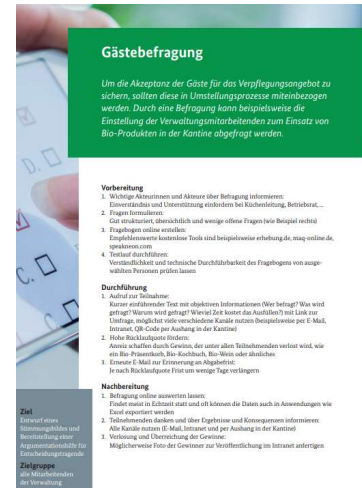
3. Feinjustierung der Kommunikationsstrategie



3. Feinjustierung der Kommunikationsstrategie

Haben die Kommunikationsmaßnahmen Erfolg?

- Einen Eindruck gibt, z. B. eine Gästebefragung:
 - Welche Maßnahmen haben die Gäste erreicht?
 - Welche Kanäle würden sie noch besser ansprechen?
 - Warum wurde das Bio-Angebot gewählt und warum nicht?
 - Sollten noch weitere oder andere Bio-Lebensmittel eingesetzt werden?
 - Waren die Preise des Bio-Angebotes passend?
- Eine ausführliche und ausgearbeitete Planung einer Gästebefragung (inkl. Beispiel-Fragebogen) finden Sie in der Broschüre „Infokampagne für Behörden“



→ www.oekolandbau.de/fileadmin/redaktion/dokumente/grossverbraucher/biobitte/BioBitte_Infokampagne_Behoerden_210730.pdf

Für ausführliche Informationen schauen Sie in die Broschüre unter:
www.oekolandbau.de/fileadmin/redaktion/dokumente/grossverbraucher/biobitte/BioBitte_Infokampagne_Behoerden_210730.pdf

Kommunikationsbeispiele auf Speiseplänen sowie Tipps und Hinweise



Die rechtlichen Grundlagen zur Kennzeichnung und Kommunikation des Einsatzes von Bio-Lebensmitteln werden ausführlich in der Präsentation „Kontrolle und Zertifizierung“ dargestellt. Bitte nutzen Sie diese, wenn Sie zusätzliche Informationen und Details benötigen und vermitteln möchten.

Zu finden sind die weiteren Materialien unter:

- www.bio-ahv.de
- www.oekolandbau.de/ahv
- www.oekolandbau.de/ausser-haus-verpflegung/wie-starten/

Kommunikationsbeispiele auf Speiseplänen

Kennzeichnung | Muster 1: Vorangestelltes „Bio“

Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag
Tagesgericht	Tagesgericht	Tagesgericht	Tagesgericht	Tagesgericht
Chili con Carne mit Bio-Hackfleisch	Kartoffelgratin	Spaghetti mit Tomatensoße aus frischen Bio-Tomaten	Kartoffelrösti mit Bio-Erbesen und Fischstäbchen	Kaiserschmarrn
Salat	Salat	Salat	Salat	Salat
Gurkensalat	Möhrensalat mit Bio-Äpfeln	Buffet	Bio-Feldsalat mit Walnüssen und Bio-Fenchel	Buffet
Dessert	Dessert	Dessert	Dessert	Dessert
Obstsalat	Schokoladenpudding mit Bio-Sahne	Mangoquark	Schokokuchen	Zwetschgen-Crumble



Deutsches Bio-Siegel

Nicht erlaubt: Nutzung auf Speiseplänen, Speisekarten, Tischaufstellern. Es kann der Eindruck entstehen, dass alle Speisen dieser Woche oder alle Komponenten einer Speise in Bio-Qualität sind.

Ausnahme: Wird ein Speiseplan, Speisekarte oder Tischaufsteller mit einer Bio-Zutatenübersicht kombiniert, darf das deutsche Bio-Siegel mit klarem Zutatenbezug verwendet werden.

Die rechtlichen Grundlagen zur Kennzeichnung und Kommunikation des Einsatzes von Bio-Lebensmitteln werden ausführlich in der Präsentation „Kontrolle und Zertifizierung“ dargestellt. Bitte nutzen Sie diese, wenn Sie zusätzliche Informationen und Details benötigen und vermitteln möchten.

Zu finden sind die weiteren Materialien unter:

- www.bio-ahv.de
- www.oekolandbau.de/ahv
- www.oekolandbau.de/ausser-haus-verpflegung/wie-starten/

Kommunikationsbeispiele auf Speiseplänen

Kennzeichnung | **Muster 2: Vorangestelltes „Bio“ und farbliches Hervorheben**

Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag
Tagesgericht	Tagesgericht	Tagesgericht	Tagesgericht	Tagesgericht
Chili con Carne mit Bio-Hackfleisch	Kartoffelgratin	Spaghetti mit Tomatensoße aus frischen Bio-Tomaten	Kartoffelrösti mit Bio-Erbesen und Fischstäbchen	Kaiserschmarrn
Salat	Salat	Salat	Salat	Salat
Gurkensalat	Möhrensalat mit Bio-Äpfeln	Buffet	Bio-Feldsalat mit Walnüssen und Bio-Fenchel	Buffet
Dessert	Dessert	Dessert	Dessert	Dessert
Obstsalat	Schokoladenpudding mit Bio-Sahne	Mangoquark	Schokokuchen	Zwetschgen-Crumble

grün = Bio-Zutat oder Bio-Erzeugnis



Deutsches Bio-Siegel

Nicht erlaubt: Nutzung auf Speiseplänen, Speisekarten, Tischaufstellern. Es kann der Eindruck entstehen, dass alle Speisen dieser Woche oder alle Komponenten einer Speise in Bio-Qualität sind.

Ausnahme: Wird ein Speiseplan, Speisekarte oder Tischaufsteller mit einer Bio-Zutatenübersicht kombiniert, darf das deutsche Bio-Siegel mit klarem Zutatenbezug verwendet werden.

Die rechtlichen Grundlagen zur Kennzeichnung und Kommunikation des Einsatzes von Bio-Lebensmitteln werden ausführlich in der Präsentation „Kontrolle und Zertifizierung“ dargestellt. Bitte nutzen Sie diese, wenn Sie zusätzliche Informationen und Details benötigen und vermitteln möchten.

Zu finden sind die weiteren Materialien unter:

- www.bio-ahv.de
- www.oekolandbau.de/ahv
- www.oekolandbau.de/ausser-haus-verpflegung/wie-starten/

Kommunikationsbeispiele auf Speiseplänen

Kennzeichnung | **Muster 3: Symbolik, z. B. Sternchen (*)**

Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag
Tagesgericht	Tagesgericht	Tagesgericht	Tagesgericht	Tagesgericht
Chili con Carne mit Hackfleisch*	Kartoffelgratin	Spaghetti mit Tomatensoße aus frischen Tomaten*	Kartoffelrösti mit Erbsen* und Fischstäbchen	Kaiserschmarrn
Salat	Salat	Salat	Salat	Salat
Gurkensalat	Möhrensalat mit Äpfeln*	Buffet	Feldsalat* mit Walnüssen und Fenchel*	Buffet
Dessert	Dessert	Dessert	Dessert	Dessert
Obstsalat	Schokoladenpudding mit Sahne*	Mangoquark	Schokokuchen	Zwetschgen-Crumble

Sternchen (*) = Bio-Zutat oder Bio-Erzeugnis



Deutsches Bio-Siegel

Nicht erlaubt: Nutzung auf Speiseplänen, Speisekarten, Tischaufstellern. Es kann der Eindruck entstehen, dass alle Speisen dieser Woche oder alle Komponenten einer Speise in Bio-Qualität sind.

Ausnahme: Wird ein Speiseplan, Speisekarte oder Tischaufsteller mit einer Bio-Zutatenübersicht kombiniert, darf das deutsche Bio-Siegel mit klarem Zutatenbezug verwendet werden.

Die rechtlichen Grundlagen zur Kennzeichnung und Kommunikation des Einsatzes von Bio-Lebensmitteln werden ausführlich in der Präsentation „Kontrolle und Zertifizierung“ dargestellt. Bitte nutzen Sie diese, wenn Sie zusätzliche Informationen und Details benötigen und vermitteln möchten.

Zu finden sind die weiteren Materialien unter:


- www.bio-ahv.de
- www.oekolandbau.de/ahv
- www.oekolandbau.de/ausser-haus-verpflegung/wie-starten/

Kommunikationsbeispiele auf Speiseplänen

Speiseplan **und** Bio-Zutatenübersicht | Kennzeichnungsmuster

Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag
Tagesgericht	Tagesgericht	Tagesgericht	Tagesgericht	Tagesgericht
Chili con Carne mit Bio-Hackfleisch	Kartoffelgratin	Spaghetti mit Tomatensoße aus frischen Bio-Tomaten	Kartoffelrösti mit Bio-Erbesen und Fischstäbchen	Kaiserschmarrn
Salat	Salat	Salat	Salat	Salat
Gurkensalat	Möhrensalat mit Bio-Äpfeln	Buffet	Bio-Feldsalat mit Walnüssen und Bio-Fenchel	Buffet
Dessert	Dessert	Dessert	Dessert	Dessert
Obstsalat	Schokoladenpudding mit Bio-Sahne	Mangoquark	Schokokuchen	Zwetschgen-Crumble

grün gekennzeichnet = Bio-Zutat oder Bio-Erzeugnis

 Folgende Zutaten nutzen wir ausschließlich in Bio-Qualität: Hackfleisch, Tomaten, Erbsen, Feldsalat, Fenchel, Äpfel, Sahne.

Hinweis:

In diesem Fall ist die Nutzung des deutschen Bio-Siegels zulässig, da es in Kombination mit der Bio-Zutatenübersicht genutzt wird und sich nur hierauf bezieht.

Hinweis:

In diesem Muster sind in der Bio-Zutatenübersicht ausschließlich die Bio-Lebensmittel aufgeführt, die in der Woche eingesetzt werden. Wird diese Kennzeichnungsvariante genutzt, können (und wird empfohlen) grundsätzlich alle in Bio-Qualität eingesetzten Zutaten aufzulisten.

Die rechtlichen Grundlagen zur Kennzeichnung und Kommunikation des Einsatzes von Bio-Lebensmitteln und insb. auch zu **Zutatenübersichten** werden ausführlich in der Präsentation „Kontrolle und Zertifizierung“ dargestellt. Bitte nutzen Sie diese, wenn Sie zusätzliche Informationen und Details benötigen und vermitteln möchten.

Zu finden sind die weiteren Materialien unter:

- www.bio-ahv.de
- www.oekolandbau.de/ahv
- www.oekolandbau.de/ausser-haus-verpflegung/wie-starten/

Tipps und Hinweise

Baustein zur „internen Kommunikation“ von Bio

- Textbausteine – kurz und prägnant
 - zu den Grundsätzen des Öko-Landbaus
 - zur Nachfrage von Gästen nach Bio-Lebensmitteln
 - zur Vorstellung von Erzeuger- und Lieferantenpartnerschaften sowie Küchenmitarbeitenden
- Hinweise zum Bildarchiv auf oekolandbau.de mit kostenfreiem Bildmaterial zum Download
- Sie finden die Textbausteine und Hinweise in der Broschüre „Infokampagne für Behörden“



Interne Kommunikation

Die Kommunikation über mehr Bio in öffentlichen Küchen ist wichtig. Nicht nur um noch mehr Bio zu setzen. Auch alle eigenen Mitarbeitenden sollten Sie im Intranet oder in der Mitarbeiterzeitung über Veränderungen, Beweggründe und Ziele informieren – damit am Ende alle dahinterstehen.

Beispiel-Textbausteine und thematische Inspirationen

Nachfolgenden Informationen zum Öko-Landbau und zu Bio in der Außer-Haus-Verpflegung sollten Sie Beispiele aus Ihrer Region nutzen. Kooperationen mit Lieferanten und Lieferanten vorziehen oder die Rückgewinnung priorisieren. So bleibt der Wandel nicht abstrakt, sondern wird greifbar gemacht. Im Folgenden finden Sie mögliche Textbausteine und Themenansätze für einen internen Pressebericht:

Mehr Bio auch in Musterstadt

Nachhaltige Entwicklung ist eine der großen Herausforderungen unserer Zeit. Auch der Bund, die Länder und die Kommunen stehen dabei in der Verantwortung. Ihren Beitrag zu leisten. Denn sie tragen unter anderem durch ihren Konsum maßgeblich dazu bei, wie auf unserem Planeten gearbeitet wird. Was wir hier essen, kann bestimmen, welche Art von Landwirtschaft wir betreiben.

Mit der kommunalen Gemeinschaftsverpflegung möchten wir hier Vorbild sein und führen daher ab sofort einen Anteil von mindestens 20 Prozent Bio bei den von uns verwendeten Lebensmitteln ein. Dabei setzen wir vor allem auf Erzeugnisse aus der Region – damit regionale Wirtschaftskreisläufe gestärkt werden!

Bio ist auf dem Vormarsch

Laut Öko-Berater 2020 des BMELI geben 57 % der Befragten an häufig oder ausschließlich Bio Lebensmittel zu kaufen. Angewandte Ernährung ist der einflussreichste Grund dafür. Hier ist auch die Außer-Haus-Verpflegung (AHV) gefragt, die in unserer Gesellschaft eine immer größere Rolle spielt. Für eine zukunftsfähige AHV ist eine Berücksichtigung der Gästewünsche unerlässlich. Im Frühjahr haben wir in unserer Verköstigung eine Gütebefragung durchgeführt. Von den 100 Befragten sind 60% der Meinung, dass in unserer Kantine mehr Bio-Produkte eingesetzt werden sollten.

Ziel:
Alle MitarbeiterInnen über die Strategien und die Umsetzung informieren

Zielgruppe:
Alle MitarbeiterInnen



→ www.oekolandbau.de/fileadmin/redaktion/dokumente/grossverbraucher/biobitte/BioBitte_Infokampagne_Behoerden_210730.pdf

Für ausführliche Informationen schauen Sie in die Broschüre unter:
www.oekolandbau.de/fileadmin/redaktion/dokumente/grossverbraucher/biobitte/BioBitte_Infokampagne_Behoerden_210730.pdf

Tipps und Hinweise

Weitere Informationen im BMEL-Infolyer und auf oekolandbau.de



Bio-Zertifizierung

- Einstieg in die Bio-Küche
- Küchenmanagement
- Bildung und Beratung
- Stadt, Land und Bund
- Regionale Wertschöpfungskette

ändern sich die Regeln hierfür.

EU- und nationale Rechtsvorschriften



Die Herstellung von Bio-Lebensmitteln wird in der Union durch die EU-Rechtsvorschriften für den Ökolandbau (Verordnung (EG) Nr. 1831/2003 und Durchführungsverordnungen) geregelt.



Privatrechtliche Regelungen

Neben den EU-Rechtsvorschriften zum ökologischen Landbau gibt es in Deutschland für die Biozertifizierung von Betrieben bereits Regelwerke auf privatrechtlicher Basis. Werden die Aktivitäten von Verbänden, einem Zusammenschluss von Hoteliers vorgestellt.

oekolandbau.de:

- Bio-Zertifizierung (inkl. aller rechtlicher Grundlagen)
- Adressen von Öko-Kontrollstellen, Öko-Verbänden, Behörden der jeweiligen Bundesländer
- Weitere hilfreiche Informationen zu den ersten Schritten beim Bio-Einsatz, zum Einkauf, zur Speiseplanung und Kommunikation

→ www.oekolandbau.de/ausser-haus-verpflegung/stadt-land-und-bund/bio-bitte/bio-einsetzen-so-gehts/mit-bio-starten-und-richtig-zertifizieren/

Weitere hilfreiche Informationen unter:

- www.bio-ahv.de
- www.oekolandbau.de/ahv
- www.oekolandbau.de/ausser-haus-verpflegung/wie-starten/

BioBitte.
Mehr Bio in öffentlichen Küchen

BioBitte: Die Initiative für mehr Bio in öffentlichen Küchen

BioBitte.

Mehr Bio in öffentlichen Küchen

BioBitte: Die Initiative für mehr Bio in öffentlichen Küchen

Nutzen Sie die Erfahrungen der Kolleginnen und Kollegen und die vielfältigen Angebote der Initiative!

- **Infoblätter:** kurz und prägnant zu unterschiedlichen Themen
- **Beispiele guter Praxis:** Steckbriefe aus Kitas, Schulen, Kantinen und öffentlich geführten Krankenhäusern
- **Präsentationen:** zur inhaltlichen Vertiefung relevanter Themen
- **Erklärfilme:** kurzweilig und informativ mit unterschiedlichen Schwerpunkten
- **Videos:** ausführliche Küchenstories mit spannenden Einblicken in die Praxis
- **Dossier:** Handlungshilfen, Praxisbeispiele, Fachbeiträge, Interviews und Reportagen
- **Themenservice:** Informationen zu aktuellen Aktivitäten als Newsletter
- **Bio-Kampagne:** Baukasten mit sieben Modulen für Verwaltung sowie für Multiplikatoren und Multiplikatorinnen
- **Veranstaltungen:** Initialveranstaltungen, Vernetzungsworkshops, Dialogforen und weitere Formate
- **Webseite:** alle wichtigen Informationen zur Initiative → www.bio-bitte.info

Infoblätter

- Es gibt insgesamt 12 Infoblätter – zielgruppengerecht aufbereitet – zu zentralen Themen für den verstärkten Bio-Einsatz in der Außer-Haus-Verpflegung.
- Zielgruppen: Entscheidungsbefugte aus Politik und Verwaltung, Vergabestellen/Fachreferate, Küchenleitungen/Pächter/Caterer
- Sie adressieren übersichtlich und komprimiert zentrale Themen für den verstärkten Bio-Einsatz in öffentlichen Einrichtungen.
- Weiterführende Informationen und Links finden sich auf der Webseite (www.bio-bitte.info im Bereich Info-Materialien).

Beispiele guter Praxis

- Es werden laufend konkrete Beispiele guter Praxis in Form von kurzen Steckbriefen im Flyer-Format vorgestellt.
- Als wichtige Information werden zwei zentrale Kennzahlen (Essen pro Tag und Bio-Anteil in %) sowie der persönliche Erfolgsfaktor dargestellt und außerdem die Kontaktdaten der Küchen für individuelle Nachfragen.
- Die Beispiele werden auf der Internetseite www.bio-bitte.info im Bereich Beispiele guter Praxis auf einer Deutschlandkarte dargestellt, die Karte wird laufend aktualisiert.

Präsentationen

- Es gibt eine Reihe an Präsentationen, die Themen einzelner BioBitte-Infoblätter inhaltlich vertiefen sowie eine Einleitungspräsentation zur Vorstellung der Initiative BioBitte
- Neben dem Einsatz in BioBitte-Veranstaltungen können die Präsentationen auch unabhängig davon von interessierten Zielgruppenvertreter/innen verwaltungsintern genutzt werden (z.B. in Schulungen, Workshops, runden Tischen etc.)
- Die Präsentationen bauen dramaturgisch nicht aufeinander auf. Sie können alle einzeln und unabhängig voneinander genutzt werden, aber durchaus auch insgesamt im Rahmen einer längeren Schulung eingesetzt werden.

Erklärfilme

- Ein kurzer einminütiger Erklärfilm zeigt, warum der Einsatz von Bio-Lebensmitteln in der öffentlichen Verpflegung richtig und wichtig ist.
- Den Film gibt es als quadratische Kurzversion für Instagram und Twitter und als etwas längere 16:9-Version für Konferenzen und YouTube.

Videos

- Auf der Website befindet sich aktuell eine Küchenstory von den LWL-Kliniken Münster und Lengerich als Video-Kurzportrait und ein Video-Interview mit 10 Fragen und Antworten
- Interessierte erhalten hier einen praktischen Einblick und wertvolle Tipps für den Bio-Einstieg
- Weitere Küchenstories sind in Planung und auch erfolgreiche Kommunen sollen portraitiert werden.

Dossier

- Das BioBitte-Dossier liefert eine Bandbreite an verschiedenen Hintergrundinformationen.
- Mit konkreten Handlungshilfen, Praxisbeispielen, Fachbeiträgen, Interviews und Reportagen wird das Thema Bio in öffentlichen Küchen erlebbar gemacht und einzelne Aspekte vertieft.

Themenservice

- Für regelmäßige Informationen eignet sich der Themenservice, der über die Website als Newsletter abonniert werden kann.
- Der Themenservice berichtet regelmäßig ca. alle zwei Monate über neue Infomaterialien, Fachinformationen aus den Veranstaltungen, Interviews usw..

Bio-Kampagne

- Modularer Aufbau: Die Bio-Kampagne bietet sieben Module, die von Verwaltungen in Bund, Ländern und Kommunen selbst durchgeführt werden können. Die Bausteine können einzeln oder kombiniert umgesetzt und selbstverständlich an die jeweiligen Gegebenheiten vor Ort angepasst werden.
 1. Runder Tisch: Konzept zur Organisation einer Veranstaltung, bei der Küchenleitungen, beteiligte Referate, innerer Dienst, Personalrat, betriebliches Gesundheitsmanagement, städtische Einrichtungen und weitere Anspruchsgruppen über grundlegende Fragestellungen (z. B. Bio-Quote, Bio-Konzept) diskutieren können
 2. Gästabefragung: Anleitung zur Erstellung einer Online-Umfrage inklusive geeigneter Beispielfragen, um die Kantinengäste in den Umstellungsprozess mit einzubeziehen
 3. Exkursion zu einem Bio-Hof oder Bio-Verarbeiter: Programmwurf und Einladung zu einem Betriebsausflug, um die Besonderheiten des Öko-Landbaus mit allen Sinnen kennenzulernen und um verwaltungsinterne Netzwerke zu festigen oder neu zu bilden.
 4. Küchen-Workshop zum Einsatz von Bio-Lebensmitteln: Konzept und Ablaufplan zur Organisation einer Schulungsveranstaltung für Küchenleitungen und Kantinenpächterinnen und -pächtern

5. Bio-Aktionstag in der Kantine: Verschiedene thematische Konzepte für Aktionstage in der Kantine, die auf das Bio-Angebot aufmerksam machen
6. Interne Kommunikation: Textbausteine und passendes Bildmaterial für einen Presseartikel, in dem über die Integration von Bio-Lebensmitteln in das Verpflegungsangebot informiert wird und Hintergründe zum ökologischen Landbau erläutert werden
7. Erklärfilm „Warum Bio?“: Animationsfilm, der in 60 Sekunden Argumente für den Einsatz von Bio-Lebensmitteln in der öffentlichen Gemeinschaftsverpflegung liefert und Hintergründe zum ökologischen Landbau erläutert

Veranstaltungen

- Das jeweilige Programm wird inhaltlich auf die regionale Situation und den Bedarf vor Ort zugeschnitten.
- Neben den drei Veranstaltungsformaten sind weitere Formate (z.B. Workshops und Exkursionen) möglich. Informationen zu den Veranstaltungsformaten: www.bio-bitte.info/initiative.

BioBitte: Weiterführende Informationen und Kontaktmöglichkeiten

- Bei Fragen zur Initiative
 - www.bio-bitte.info/kontakt
- Webseite mit allen wichtigen Informationen
 - www.bio-bitte.info





Bildnachweise

Folie 1: bertholdbrodersen / pixabay (bearbeitet)
Folie 2: Alex Raths / Adobe Stock (bearbeitet)
Folie 4: Yaruniv-Studio / Adobe Stock
Folie 7: Yingyaipumi / Adobe Stock
Folie 8: a'verdis
Folie 10: blacksalmom / Adobe Stock
Folie 11: a'verdis
Folie 12: a'verdis
Folie 14: Christin Klose / Adobe Stock
Folie 15: eric / Adobe Stock
Folie 16: nata_vkusidey / Adobe Stock
Folie 17: Jiroe / Unsplash
Folie 18: a'verdis
Folie 20: a'verdis
Folie 29: Alex Raths / Adobe Stock
Folie 30: Alex Raths / iStock