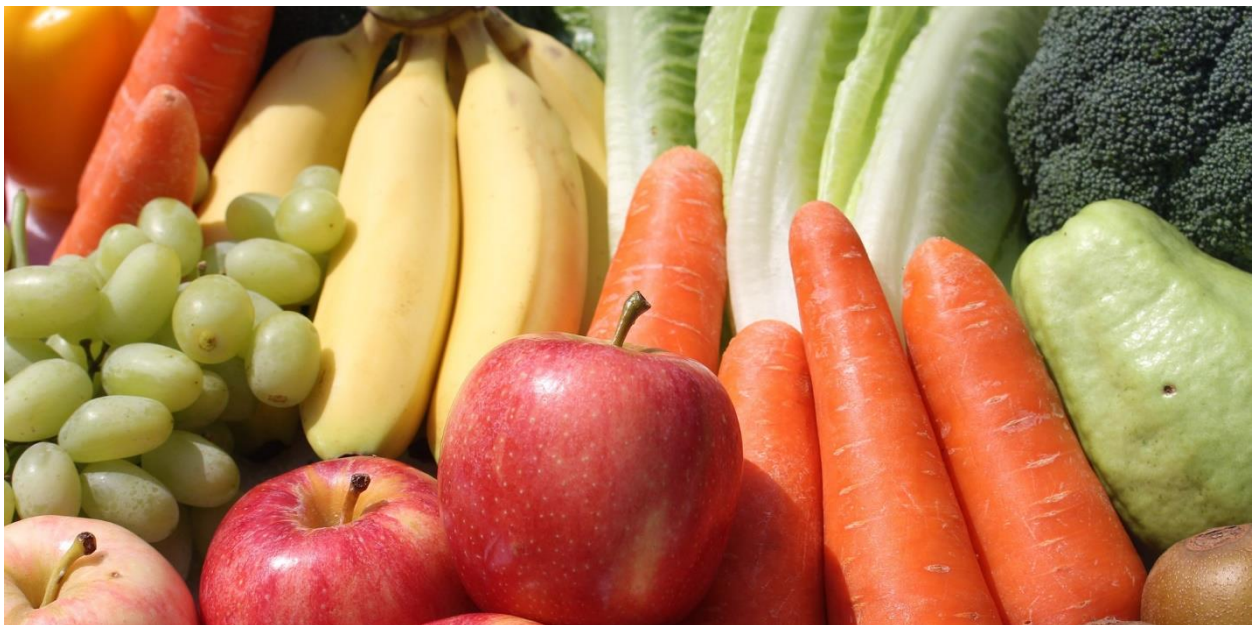


## **Auf dem Weg in eine nachhaltige Zukunft**

Analyse und Optimierung von Nachhaltigkeitsmanagement und  
- kommunikation am Beispiel der Bundeskantinen

Zusammenfassung der Studienergebnisse



Bildquelle: [LustrousTaiwan auf Pixabay](#)

Studiendurchführung & Autorin: Svea Spieker  
Projektleitung: Agnes Streber, Nina Helleberg, Wilfried Bommert

## Einführung und Problemstellung

Die Bedeutung von Nachhaltigkeit in unserer Gesellschaft steigt, denn soziale und ökologische Probleme verstärken sich immer weiter (vgl. Schleer, 2014, S. 1). Die westliche Ernährung hat darauf einen wesentlichen Einfluss: Sie ist verantwortlich für knapp ein Viertel aller Treibhausgasemissionen, diverse ernährungsbedingte Krankheiten, Lebensmittelverschwendung, Kinder- und Zwangsarbeit, ... (vgl. Koerber, 2014, S. 262; vgl. Sieveking; Schomerus, 2020, S. 681; vgl. Techniker Krankenkasse, 2017, S. 44; vgl. Willett et al., 2019, S. 1 f.). Da Ernährung jedoch überlebenswichtig ist und der Ressourcenverbrauch somit nicht komplett vermieden werden kann (vgl. Liedtke; Speck; Mourabit, 2018, S. 55), ist die nachhaltige Gestaltung von Ernährung unerlässlich. Dieser Transformationsprozess hin zu einer Ernährung innerhalb der gesundheitlichen und planetaren Grenzen wird als Ernährungswende bezeichnet (vgl. EAT, n. y., S. 5). Grundsätzlich müssen alle gesellschaftlichen Akteure<sup>1</sup> mitwirken (vgl. Zimmermann, 2016, XVI), um eine erfolgreiche Ernährungswende zu schaffen. Die Frage ist nur, welches Glied der Lebensmittelwertschöpfungskette als einflussreicher Startpunkt gewählt werden kann? Gerade die beliebte Gemeinschaftsverpflegung hat großes Potenzial nachhaltige Ernährung gesellschaftlich zu etablieren (vgl. Göbel et al., 2017, S. 17) und Veränderungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette zu erzielen (vgl. Teitscheid et al., 2018, S. 17). Gleichzeitig kommt auch der Bundesregierung, als oberste und im öffentlichen Interesse stehende Staatsinstanz eine Vorbildfunktion zu. Erste Ansätze Nachhaltigkeit umzusetzen gibt es schon, wie beispielsweise Artikel 20a des Grundgesetzes, die deutsche Nachhaltigkeitsstrategie oder die Ernährungspolitik zeigen. Doch wie nachhaltig die Ernährung in den eigenen Häusern gestaltet ist, wird bislang nur in einer kleinen Datenerhebung der Grünen im Jahr 2019 (siehe Deutscher Bundestag, 12.09.2019) untersucht. Auf Anstoß des *Instituts für Welternährung* knüpfte die im Rahmen einer Masterarbeit an der *Hochschule Darmstadt* durchgeführte Studie an diese Datenerhebung an und untersuchte inwiefern die deutsche Bundesregierung ihrer Vorbildfunktion nachkommt:

***Wie wird Nachhaltigkeit und Nachhaltigkeitskommunikation in den Kantinen der Bundesregierung praktiziert und welche Verbesserungsmöglichkeiten gibt es im Hinblick auf die Ernährungswende?***

## Untersuchungsdesign

Zur Untersuchung von Nachhaltigkeit der Bundeskantinen wurden aufbauend auf einer theoretischen Grundlage drei Schritte durchgeführt:

1. **Erfassung des Soll-Zustands:** Mit Hilfe von sechs Leitfadeninterviews mit sieben Experten wurde der Soll-Zustand für ein nachhaltiges Speiseangebot sowie Nachhaltigkeitsmanagement und -kommunikation in den Kantinen definiert. Unter den Experten waren ein Küchenchef, ein Agrarwissenschaftler, zwei Ernährungswissenschaftler und drei Personen aus der Küchenberatung bzw. aus Küchenprojekten. Die Interviews wurden aufgezeichnet, verschriftlicht und mit Hilfe einer strukturierenden, qualitativen Inhaltsanalyse deskriptiv ausgewertet.
2. **Erfassung des Ist-Zustandes:** Zur Erhebung des Ist-Zustandes wurde ein quantitativer Online-Fragebogen an alle Bundesinstitutionen gesendet. Darin wurden folgende Bereiche abgefragt: Speiseangebot, Nachhaltigkeitsmanagement, Nachhaltigkeitskommunikation, Handlungsbedarf, demografische Daten. Innerhalb des dreiwöchigen Umfragezeitraum im Mai 2021 haben insgesamt 24 Kantinenbetreiber für 55 Betriebsrestaurants teilgenommen. Die Auswertung der Umfrage erfolgte durch die deskriptive Statistik.

---

<sup>1</sup> Zur besseren Lesbarkeit wurde nachfolgend lediglich die männliche Form verwendet. Dennoch bezieht sich diese auf alle Geschlechter.

3. **Soll-Ist-Vergleich:** Um die Nachhaltigkeit der Bundeskantinen beurteilen zu können, wurde der Ist-Zustand mit dem Soll-Zustand auf Basis eines selbstständig entwickelten Maßstabs verglichen und bewertet (siehe Tabelle 1). Für die Bereiche mit mittelmäßiger und geringer Übereinstimmung wurden Handlungsempfehlungen abgeleitet.

Tabelle 1: Maßstab zur Beurteilung des Ist-Standes (eigene Darstellung)

Analysegebiet Soll-Zustand	Nachhaltigkeits des Speiseangebots		Nachhaltigkeitsmanagement und -kommunikation		Gesamtbeurteilung	
	Expertenempfehlung für alle Gerichtarten und Produktqualitäten außer Fisch und Fleisch	Expertenempfehlung für Fisch- und Fleischgerichte	Empfohlene Maßnahmen von Experten	Nicht empfohlene Maßnahmen von Experten	Punkte pro Kriterium	Punkte pro Bereich
Beurteilung des Ist-Zustands						
<b>Gute Umsetzung, wenn ...</b>	...der Durchschnittswert der Kantinendaten in der oberen Hälfte des Referenzbereichs liegt	...der Durchschnittswert der Kantinendaten in der unteren Hälfte des Referenzbereichs liegt	...67%-100% der befragten Kantinen das Kriterium berücksichtigen	...0%-33% der befragten Kantinen das Kriterium berücksichtigen	1	≥ 1
<b>Mittelmäßige Umsetzung, wenn ...</b>	...der Durchschnittswert der Kantinendaten in der unteren Hälfte des Referenzbereichs liegt	...der Durchschnittswert der Kantinendaten in der oberen Hälfte des Referenzbereichs liegt	...34%-66% der befragten Kantinen das Kriterium berücksichtigen	...34%-66% der befragten Kantinen das Kriterium berücksichtigen	0	0
<b>Schlechte Umsetzung, wenn ...</b>	...der Durchschnittswert der Kantinendaten außerhalb des Referenzbereichs liegt	...der Durchschnittswert der Kantinendaten außerhalb des Referenzbereichs liegt	...0%-33% der befragten Kantinen das Kriterium berücksichtigen	...67%-100% der befragten Kantinen das Kriterium berücksichtigen	-1	≤ -1
<b>Nicht beurteilbar, wenn ...</b>	...der Soll-Zustand nicht aus den Experteninterviews hervorgeht	...der Soll-Zustand nicht aus den Experteninterviews hervorgeht	...der Soll-Zustand nicht aus den Experteninterviews hervorgeht	...der Soll-Zustand nicht aus den Experteninterviews hervorgeht		

## Limitationen

Im Zuge des dreischrittigen Vorgehens ergeben sich Limitationen hinsichtlich der Repräsentativität der Studie. Dies ist vor allem auf die Stichprobengröße der Experten und Kantinen zurückzuführen. Da die Kantinenbefragung in den meisten Fällen an allgemeine behördliche E-Mailadressen gesendet werden musste, kann trotz mehrerer E-Mail-Reminder nicht sichergestellt werden, dass alle Kantinenbetreiber auf Bundesebene die Befragung erhalten haben. Zudem ist davon auszugehen, dass Kantinenbetreiber, die an der Befragung teilgenommen haben, ein gewisses Interesse an Nachhaltigkeit mitbringen und somit die Ergebnisse tendenziell etwas positiver ausfallen als dies in der breiten Masse der Fall wäre. Abschließend ist der Subjektivitätsfaktor bei der Auswertung der Experteninterviews und dem Soll-Ist-Vergleich zu nennen, dem durch eine standardisierte Inhaltsanalyse sowie einen vordefinierten Maßstab bestmöglich entgegengewirkt wurde. Trotz der genannten Limitationen gibt die Studie einen fundierten ersten Überblick über die Nachhaltigkeit in Bundeskantinen und legt als Pionierstudie die Grundlage für weitere Forschung und Praxisprojekte.

## Ergebnisübersicht

Im Folgenden befindet sich eine zusammenfassende Auflistung der Studienergebnisse für die Bereiche Speiseangebot, Nachhaltigkeitsmanagement und Nachhaltigkeitskommunikation. In den aufgeführten Tabellen werden links der größtmögliche Konsens der Experteninterviews zum Soll-Zustand, mittig die durchschnittlichen Ergebnisse der Kantinenbefragungen zum Ist-Zustand und rechts die Soll-Ist-Beurteilung sowie die Handlungsfelder dargestellt.

# Speiseangebot

Tabelle 2: Ergebnisübersicht Speiseangebot (eigene Darstellung auf Basis der Experteninterviews und Kantinenbefragung)

Kriterien (Erstellt durch Literatur und Experteninterviews)		Soll-Zustand: <b>Experteninterviews</b> (6 Interviews mit 7 Experten)	Ist-Zustand: <b>Kantinenbefragung</b> (24 Betriebsrestaurantbetreiber für 55 Betriebsrestaurants)	Soll-Ist-Vergleich (siehe Legende rechts)		Handlungsempfehlung	
				pro Kriterium	pro Abschnitt		
<b>Nachhaltiges Angebot</b>							
Wöchentlicher Anteil an...	Fleischgerichten	gar keine bis zwei pro Woche <i>umgerechnet auf 5 Mahlzeiten/Woche: 0% bis 40%</i>	Orientierung an DGE Standards, Planetary Health Diet, Gutachten des WBAE	Spannweite: 19% bis 60% Median: 40% <b>Mittelwert: 39%</b>	geringere Übereinstimmung	0	Fleischanteil reduzieren und durch gute vegetarisch-vegane Alternativen ersetzen
	Fischgerichten	gar keins bis ein Fischgericht pro Woche (bei 5 Gerichten/Woche) <i>umgerechnet auf 5 Mahlzeiten/Woche: 0% bis 20%</i>		Spannweite: 5% bis 25% Median: 13% <b>Mittelwert: 15%</b>	geringere Übereinstimmung	0	Fischanteil reduzieren und durch vegetarisch-vegane Alternativen ersetzen
	vegetarischen Gerichten	zwei Gerichte pro Woche (bei 5 pro Woche) bis ausschließlich vegan-vegetarisch <i>umgerechnet auf 5 Mahlzeiten/Woche: 40% bis 100%</i>		Spannweite: 20% bis 54% Median: 40% <b>Mittelwert: 34%</b>	keine Übereinstimmung	-1	Anteil an vegetarischen Gerichten erhöhen
	veganen Gerichten	gar keine bis ausschließlich vegan-vegetarisches Angebot <i>umgerechnet auf 5 Mahlzeiten/Woche: 0% bis 100%</i>		Spannweite: 0% bis 20% Median: 12% <b>Mittelwert 12%</b>	geringere Übereinstimmung	0	Anteil an veganen Gerichten (deutlich) erhöhen
Obergrenze	Definition einer Obergrenze	empfohlen, da auch jeden Tag Fleisch verabreicht werden könnte, sofern die Mengen entsprechend klein sind	26% haben eine Obergrenze definiert	keine Übereinstimmung	-1	Für alle Betriebsrestaurants, die noch keine Obergrenze haben: Obergrenze für Fisch und Fleisch definieren	
	Fleisch	200g pro Woche	Spannweite: 79g und 750g <b>Mittelwert: 481g</b>	keine Übereinstimmung	-1	Fleischanteil pro Woche auf 200 g oder weniger reduzieren	
	Fisch	je weniger desto besser	Spannweite: 71g und 300g <b>Mittelwert: 243g</b>	keine Übereinstimmung	-1	Fischanteil soweit wie möglich reduzieren	
Anteil im Betriebsrestaurant an...	biologischen Lebensmitteln	<b>20% bis 80%</b> entsprechend der eigenen Möglichkeiten	Spannweite: 5% bis 50% Median: 15% <b>Mittelwert: 20%</b>	geringere Übereinstimmung	0	Anteil biologischer Lebensmittel erhöhen auf mind. 20% in jedem Betriebsrestaurant	
	regionalen Lebensmitteln	<b>33% bis 80%</b> aller Lebensmittel, abhängig von den Möglichkeiten der Region, der Verfügbarkeit und dem Budget.	Spannweite: 20% bis 90% Median: 35% <b>Mittelwert: 43%</b>	geringere Übereinstimmung	0	Anteil regionaler Lebensmittel erhöhen, Schrittweises Vorgehen pro Produktgruppe sinnvoll	
	saisonalen Lebensmitteln		Spannweite: 15% bis 80% Median: 60% <b>Mittelwert: 56%</b>	geringere Übereinstimmung	0		
	fairen Lebensmitteln		Spannweite: 0% bis 50% Median: 15% <b>Mittelwert: 17%</b>	keine Übereinstimmung	-1	Anteil fairerer Lebensmittel auf mind. 33% erhöhen	
Anteil im Betriebsrestaurant an...	frischen Lebensmitteln		so viel wie möglich	Spannweite: 24% bis 100% Median: 70% <b>Mittelwert: 69%</b>	große Übereinstimmung	1	
	convenience Lebensmitteln	so wenig wie möglich	Spannweite: 0% bis 76% Median: 30% <b>Mittelwert: 30%</b>	große Übereinstimmung	1		

# Nachhaltigkeitsmanagement

Tabelle 3: Ergebnisübersicht Nachhaltigkeitsmanagement (eigene Darstellung auf Basis der Experteninterviews und Kantinenbefragung)

Kriterien (Erstellt durch Literatur und Experteninterviews)	Soll-Zustand: <b>Experteninterviews</b> (6 Interviews mit 7 Experten)	Ist-Zustand: <b>Kantinenbefragung</b> (24 Betriebsrestaurantbetreiber für 55 Betriebsrestaurants)	Soll-Ist-Vergleich (siehe Legende rechts)		Handlungsempfehlung	
			pro Kriterium	pro Abschnitt		
<b>Nachhaltigkeitsmanagement</b>						
Speiseplanerstellung	<b>Erstellung des Speiseplans auf Basis der...</b>		<b>Kriterium für...</b>			
	regionalen und saisonalen Zutatenverfügbarkeit	empfohlen als Grundlage für die nachhaltige Speiseplanerstellung, funktioniert am besten durch lokale, zuverlässige Bezugsquellen und kann durch eine biologische und faire Produktqualität noch verbessert werden	91% der befragten Betriebsrestaurants	häufige Umsetzung der Empfehlungen	1	
	Standards zum gesundheitsfördernden Angebot	empfohlen wurden z. B. die DGE Standards, WBAE-Gutachten	91% der befragten Betriebsrestaurants	häufige Umsetzung der Empfehlungen	1	
	Wünsche der Zielgruppe	bedingt empfohlen, da nicht jeder Trend gesund und nachhaltig ist und eine Orientierung an unternehmensinternen Vorgaben	85% der befragten Betriebsrestaurants	häufige Umsetzung der Empfehlungen	1	
		<i>Bemerkung: Von Experten nicht erwähnt</i>	69% der befragten Betriebsrestaurants	nicht beurteilbar	0	
	bewährten Gerichten und eigenen Vorlieben	nicht empfohlen, da als alleiniges Kriterium nicht ausreichend	45% der befragten Betriebsrestaurants	mittlere Umsetzung der Empfehlungen	0	
	Standards zum nachhaltigen Angebot	empfohlen wurde z. B. Planetary Health Diet, Definition verbindlicher maximaler CO2-Werte	11% der befragten Betriebsrestaurants	geringe Umsetzung der Empfehlungen	-1	
	Beratung durch die Kompetenzstelle nachhaltige Beschaffung	<i>Bemerkung: Von Experten nicht erwähnt</i>	4% der befragten Betriebsrestaurants	nicht beurteilbar	0	
sonstigen Vorgaben		11% der befragten Betriebsrestaurants z. B. wirtschaftliche Mischkalkulation, verträgliche Zutaten, 25% biologische Zutaten, Wetter, Leistungsbeschreibung aus der Ausschreibung	nicht beurteilbar	0		

## Nachhaltigkeitsmanagement

Tabelle 4: Ergebnisübersicht Nachhaltigkeitsmanagement (eigene Darstellung auf Basis der Experteninterviews und Kantinenbefragung)

	Maßnahmen werden ergriffen im Bereich von...	Nachhaltigkeit muss entlang der gesamten Wertschöpfungskette praktiziert werden. Wichtig ist es die individuellen Kernelemente z. B. durch eine Ist-Analyse zu identifizieren.	Ergriffen von....				
Maßnahmen entlang der Wertschöpfungskette	Planung	empfohlen	69% der befragten Betriebsrestaurants	häufige Umsetzung der Empfehlungen	1		
	Einkauf der Rohwaren	empfohlen z. B. Einkauf bei kleinen, lokalen Lieferanten	87% der befragten Betriebsrestaurants	häufige Umsetzung der Empfehlungen	1		
	Zubereitung der Speisen	empfohlen z. B. sorgfältige Auswahl der Rezepte	67% der befragten Betriebsrestaurants	häufige Umsetzung der Empfehlungen	1		
	Speiseangebot	empfohlen z. B. Orientierung an DGE oder Planetary Health Diet	69% der befragten Betriebsrestaurants	häufige Umsetzung der Empfehlungen	1		
	Essensausgabe	empfohlen z. B. individuelle Portionsgrößen und Nachschlag	64% der befragten Betriebsrestaurants	mittlere Umsetzung der Empfehlungen	0		Essensausgabe in das Nachhaltigkeitsmanagement mit einbeziehen, um z. B. Lebensmittelabfälle zu verringern oder die nachhaltige Alternative zu empfehlen
	Essensrückläufe	empfohlen z. B. Rückläufe analysieren	73% der befragten Betriebsrestaurants	häufige Umsetzung der Empfehlungen	1		
	Lebensmittelentsorgung	empfohlen z. B. Zufuhr in Biogasanlagen	44% der befragten Betriebsrestaurants	mittlere Umsetzung der Empfehlungen	0		Nicht vermeidbare Lebensmittelabfälle sinnvoll verwerten
	Reinigung	empfohlen z. B. Verwendung verträglicher Reinigungsmittel	62% der befragten Betriebsrestaurants	mittlere Umsetzung der Empfehlungen	0		Reinigungsprozess so umweltfreundlich und sozialverträglich wie möglich gestalten
	Personal	empfohlen z. B. geschultes Personal zur Nachhaltigkeit	69% der befragten Betriebsrestaurants	häufige Umsetzung der Empfehlungen	1		
	Rahmenbedingungen	empfohlen z. B. Blick auf Energieeffizienz oder CO2-Emissionen	4% der befragten Betriebsrestaurants	geringe Umsetzung der Empfehlungen	-1		Rahmenbedingungen analysieren und Schwachstellen optimieren
	Kommunikation	<i>Bemerkung: Von Experten nicht erwähnt</i>	56% der befragten Betriebsrestaurants	nicht beurteilbar	0		
	Sonstige		2% der befragten Betriebsrestaurants z. B. "Rohe Gemüse- und Obstreste werden kompostiert"	nicht beurteilbar	0		
Sicherstellung von Nachhaltigkeit beim Einkauf	<b>Nachhaltigkeit wird sichergestellt durch den....</b>						
	Einkauf bei kleinen, lokalen Bauern und Lieferanten	empfohlen, da (mehrere), kleine Lieferanten die meiste Transparenz schaffen	35% der befragten Betriebsrestaurants	mittlere Umsetzung der Empfehlungen	0		Verstärkt bei kleineren, lokalen Lieferanten einkaufen und hier durch (langjährige) Partnerschaften Vertrauen aufbauen und diese mit eigenen Wünschen beauftragen
	Einkauf unter Berücksichtigung von Gütesiegeln	empfohlen z. B. bei Produkten die von Übersee kommen	56% der befragten Betriebsrestaurants	mittlere Umsetzung der Empfehlungen	0		Verstärkt auf Gütesiegel z. B. Fairtrade oder Bio-Siegel achten
	Einkauf bei Großhändlern	nicht unbedingt empfohlen, da es in der Regel wenig Transparenz schafft: die Ware wird aus ganz Europa bezogen lediglich mit den Hinweis "EU Landwirtschaft"	78% der befragten Betriebsrestaurants	geringe Umsetzung der Empfehlungen	-1		Weniger Ware von Großhändlern beziehen
	Gar nicht		4% der befragten Betriebsrestaurants	nicht beurteilbar	0		
Sonstige		22% der befragten Betriebsrestaurants z. B. "Regionale Lieferanten"	nicht beurteilbar	0			
Nachhaltigkeit von Fisch und Fleisch	Fleisch mit Gütesiegel aus artgerechter Tierhaltung	empfohlen ist der Kauf von hochwertigem Fleisch	47% der befragten Betriebsrestaurants beziehen ihr Fleisch häufig (oder in Einzelfällen immer) mit Gütesiegel aus artgerechter Tierhaltung, 53% tut das selten	mittlere Umsetzung der Empfehlungen	0		Fleisch verstärkt aus artgerechter Tierhaltung bestenfalls mit Gütesiegel beziehen
	Fisch mit Gütesiegel aus nicht gefährdeten Beständen	empfohlen ist der Kauf nur mit Siegeln und nicht aus gefährdeten Beständen	25% der befragten Betriebsrestaurants kaufen Fisch immer und zumindest 73% häufig mit Gütesiegel aus nicht gefährdeten Beständen. Lediglich 2% tun dies selten.	häufige Umsetzung der Empfehlungen	1		



## Nachhaltigkeitsmanagement

Tabelle 5: Ergebnisübersicht Nachhaltigkeitsmanagement (eigene Darstellung auf Basis der Experteninterviews und Kantinenbefragung)

Nachhaltigkeitsmanagementsystem		Nutzung aufgrund der hohen Komplexität und mangelnden Praktikabilität derzeit nicht unbedingt empfehlenswert, ein anwenderfreundliches System mit aktuellen, hinterlegten Daten wird jedoch grundsätzlich als sinnvoll erachtet und könnte z. B. auch auf überbetrieblicher Ebene eingesetzt werden	78% nutzen kein Nachhaltigkeitsmanagementsystem	häufige Umsetzung der Empfehlungen	1	
Zertifizierung des Betriebsrestaurants		Zertifizierung der Kantine mit DGE- und/oder Öko-Zertifikat empfehlenswert sofern es für die Zielgruppe relevant ist	64% DGE Job & Fit 45% Öko-Zertifizierung 20% keine Zertifizierung 31% sonstige Zertifizierung z. B. ISO, MSC, Biosiegel für Pasta	mittlere Umsetzung der Empfehlungen	0	Sofern noch nicht umgesetzt sind vor allem Öko- oder DGE-Zertifizierungen sinnvoll
Vorgaben durch Bundesinstitutionen	Vorgeschriebene Nachhaltigkeitsstandards durch die Bundesinstitution	Durchsetzung von Nachhaltigkeitsstandards durch Vorschriften in der Ausschreibung sind empfohlen, da sie wichtig für Veränderungsdruck sind	35% der befragten Kantinen müssen sich an vorgeschriebene Standards halten	mittlere Umsetzung der Empfehlungen	0	Bundesinstitutionen sollten unbedingt verbindliche Kriterien hinsichtlich der Nachhaltigkeit und Gesundheitsförderung in die Ausschreibung und Pachtverträge aufnehmen
	<b>Sofern Vorgaben vorliegen, betreffen diese meist...</b>		<b>Sofern Vorgaben vorliegen, betreffen diese meist...</b>			
	Mindestanteile bestimmter Gerichtarten	empfohlen z. B. eine Linie nach DGE sowie eine vegetarische und eine vegane Linie	95% der befragten Betriebsrestaurants	häufige Umsetzung der Empfehlungen	1	
	Vorgaben zum gesundheitsfördernden Angebot	empfohlen z. B. DGE Standards	95% der befragten Betriebsrestaurants	häufige Umsetzung der Empfehlungen	1	
	Mindestanteile bestimmter Produktqualitäten	empfohlen sind z. B. Anteile von bio-, regionalen und saisonalen Produkten oder Qualitätsstandards für Fisch	84% der befragten Betriebsrestaurants	häufige Umsetzung der Empfehlungen	1	
	die regelmäßige Mitarbeiterweiterbildung	empfohlen z. B. Weiterbildungen zur vegetarischen, veganen Küche	79% der befragten Betriebsrestaurants	häufige Umsetzung der Empfehlungen	1	
	die Optimierungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette	empfohlen z. B. Identifikation der Keyfaktoren zur Optimierung der gesamten Wertschöpfungskette	74% der befragten Betriebsrestaurants	häufige Umsetzung der Empfehlungen	1	
	Vorgaben zum nachhaltigen Angebot	empfohlen z. B. DGE oder Vorgaben zu Bio-Anteil	5% der befragten Betriebsrestaurants	geringe Umsetzung der Empfehlungen	-1	Vorgaben für ein sozialverträgliches und umweltfreundliches Angebot in die Ausschreibung aufnehmen
	die Subventionierung nachhaltiger Speisen	empfohlen nur nachhaltige Speisen zu subventionieren, allerdings keine Subventionierung z. B. für Schnitzel	0% der befragten Betriebsrestaurants	geringe Umsetzung der Empfehlungen	-1	Bundesinstitution sollte verstärkt nachhaltige Speisen subventionieren, um zum Kauf dieser anzuregen
	die Kommunikation von Nachhaltigkeit	<i>Bemerkung: Von Experten nicht erwähnt</i>	89% der befragten Betriebsrestaurants	nicht beurteilbar	0	
Preis pro Gericht	nicht empfohlen, da es zumindest als alleiniges Kriterium nicht ausreicht und dazu führt, dass der Betreiber dann meist so kocht, dass es sich für ihn lohnt	26% der befragten Betriebsrestaurants	häufige Umsetzung der Empfehlungen	1		

# Nachhaltigkeitskommunikation

Tabelle 4: Ergebnisübersicht Nachhaltigkeitskommunikation (eigene Darstellung auf Basis der Experteninterviews und Kantinenbefragung)

Kriterien (Erstellt durch Literatur und Experteninterviews)		Soll-Zustand: <b>Experteninterviews</b> (6 Interviews mit 7 Experten)	Ist-Zustand: Kantinenbefragung (24 Betriebsrestaurantbetreiber für 55 Betriebsrestaurants)	Soll-Ist-Vergleich (siehe Legende rechts)		Handlungsempfehlung
				pro Kriterium	pro Abschnitt	
<b>Nachhaltigkeitskommunikation</b>						
Durchführung	Kommunikation von Nachhaltigkeit im Betriebsrestaurant	empfohlen, denn transparente Kommunikation über das Nachhaltigkeitsengagement der Kantine und die Qualität des Essens dient der Information des Kunden	95% kommunizieren Nachhaltigkeit in ihrem Betriebsrestaurant	häufige Umsetzung der Empfehlungen	1	
Wahl von Inhalten und Kanälen	zielgruppenspezifisch	zielgruppenspezifische Auswahl sehr wichtig	12% kommunizieren Nachhaltigkeit zielgruppenspezifisch	geringe Umsetzung der Empfehlungen	-1	Kommunikationsmaßnahmen auf die Zielgruppe abstimmen bzw. bestenfalls sogar gemeinsam mit der Zielgruppe erarbeiten
Kommunikationsaspekte			<b>Kommuniziert von...</b>			
	regional	empfohlen, da es einen großen Einfluss auf die Kaufentscheidung und Zahlungsbereitschaft hat	94% der befragten Betriebsrestaurants	häufige Umsetzung der Empfehlungen	1	
	biologisch	empfohlen, sofern Zertifizierung vorliegt, da es einen Mehrwert bietet und vor allem für das Bio-Publikum relevant ist	85% der befragten Betriebsrestaurants	häufige Umsetzung der Empfehlungen	1	
	fairtrade	empfohlen	81% der befragten Betriebsrestaurants	häufige Umsetzung der Empfehlungen	1	
	gesund	umstritten, da nicht unbedingt positiv belegt z. B. wird es oft mit "schmeckt nicht" gleichgesetzt	75% der befragten Betriebsrestaurants	geringe Umsetzung der Empfehlungen	-1	"gesund" besser durch ein positiveres Wording ersetzen
	vegetarisch	umstritten, da nicht unbedingt positiv belegt	73% der befragten Betriebsrestaurants	geringe Umsetzung der Empfehlungen	-1	"vegetarisch" besser durch ein positiveres Wording ersetzen
	vegan	umstritten, da nicht unbedingt positiv belegt; besser "pflanzlich"	71% der befragten Betriebsrestaurants	geringe Umsetzung der Empfehlungen	-1	"vegan" besser durch ein positiveres Wording ersetzen
	saisonal	<i>Bemerkung: Von Experten nicht erwähnt</i>	56% der befragten Betriebsrestaurants	nicht beurteilbar	0	
	Produktherkunft	empfohlen ist die genaue Angabe z. B. ist EU-Landwirtschaft nicht eindeutig	35% der befragten Betriebsrestaurants	mittlere Umsetzung der Empfehlungen	0	Produktherkunft genau ausweisen z. B. für jede Produktgruppe
	Lebensmittelverschwendung	<i>Bemerkung: Von Experten nicht erwähnt</i>	13% der befragten Betriebsrestaurants	nicht beurteilbar	0	
Tierhaltung	empfohlen z. B. die Haltungsform anzugeben	13% der befragten Betriebsrestaurants	geringe Umsetzung der Empfehlungen	-1	Haltungsform kommunizieren, bestenfalls anschaulich	
Rahmenbedingungen	<i>Bemerkung: Von Experten nicht erwähnt</i>	2% der befragten Betriebsrestaurants	nicht beurteilbar	0		
Kommunikationskanäle			<b>Kommuniziert von...</b>			
	Speisekarte	empfohlen	92% der befragten Betriebsrestaurants	häufige Umsetzung der Empfehlungen	1	
	Intranet	empfohlen	65% der befragten Betriebsrestaurants	mittlere Umsetzung der Empfehlungen	0	Nutzung des Intranets, um möglichst alle Mitarbeitenden zu erreichen
	Essensausgabe	empfohlen	65% der befragten Betriebsrestaurants	mittlere Umsetzung der Empfehlungen	0	Kommunikation an der Essensausgabe kann die Entscheidung beeinflussen
	Printmedien	empfohlen z. B. Aushänge, Schilder Plakate	52% der befragten Betriebsrestaurants	mittlere Umsetzung der Empfehlungen	0	Printmedien in der Kantine verstärkt nutzen
	Homepage	empfohlen	64% der befragten Betriebsrestaurants	mittlere Umsetzung der Empfehlungen	0	Homepage, sofern vorhanden mit Informationen zum Nachhaltigkeitsengagement ausstatten
	App	<i>Bemerkung: Von Experten nicht erwähnt</i>	29% der befragten Betriebsrestaurants	nicht beurteilbar	0	
	Essensausstellung	<i>Bemerkung: Von Experten nicht erwähnt</i>	29% der befragten Betriebsrestaurants	nicht beurteilbar	0	
	Social Media	empfohlen	12% der befragten Betriebsrestaurants	geringe Umsetzung der Empfehlungen	-1	Social Media nutzen, um die Möglichkeit einer anschaulichen und interaktiven Kommunikation auszuschöpfen
	Tische und Sitzbereich	empfohlen	10% der befragten Betriebsrestaurants	geringe Umsetzung der Empfehlungen	-1	Tische zur Kommunikation z. B. über Printmedien nutzen, da der Essensgast hier verweilt
Newsletter	empfohlen	2% der befragten Betriebsrestaurants	geringe Umsetzung der Empfehlungen	-1	Newsletter nutzen, um möglichst viele Mitarbeiter zu erreichen	
Mitarbeiterzeitschrift	empfohlen	2% der befragten Betriebsrestaurants	geringe Umsetzung der Empfehlungen	-1	Mitarbeiterzeitschrift nutzen, um möglichst viele Mitarbeiter zu erreichen	



## Nachhaltigkeitskommunikation

Tabelle 4: Ergebnisübersicht Nachhaltigkeitskommunikation (eigene Darstellung auf Basis der Experteninterviews und Kantinenbefragung)

			Kommuniziert von...			Sofern für die Zielgruppe relevant:
Kommunikationsarten und -maßnahmen	Siegel	empfohlen um gewissen Qualitätsstandards auszuweisen, obwohl angemerkt wurde, dass in der Idealwelt ausgewiesen werden müsste was nicht vegetarisch, vegan, bio etc. ist	88% der befragten Betriebsrestaurants	häufige Umsetzung der Empfehlungen	1	
	Schilder mit Infos zur Philosophie	empfohlen um für Verständnis, Aufklärung und Information zu sorgen	62% der befragten Betriebsrestaurants	mittlere Umsetzung der Empfehlungen	0	Schilder zur Kommunikation von Besonderheiten des Betriebsrestaurants nutzen
	Texte und Berichte	nicht unbedingt empfohlen die Kunden mit langen Texten zu konfrontieren	52% der befragten Betriebsrestaurants	mittlere Umsetzung der Empfehlungen	0	Texte kurz und prägnant halten und nur auf dafür geeigneten Medien z. B. Homepage nutzen
	Empfehlung oder Aufforderung durch Mitarbeitende	empfohlen um die emotionale Kaufentscheidung durch Empfehlungen oder Hintergrundinformationen zu unterstützen	44% der befragten Betriebsrestaurants	mittlere Umsetzung der Empfehlungen	0	Mitarbeiter zur Nachhaltigkeit weiterbilden, damit sie im Betriebsrestaurant Fragen dazu beantworten können und vor allem nachhaltige Speisen empfehlen
	Gestaltung der Speisekarte: nachhaltige Gerichte oben	empfohlen wurde vegetarische und vegane Gerichte oben und z. B. das Schnitzel unten zu platzieren	27% der befragten Betriebsrestaurants	geringe Umsetzung der Empfehlungen	-1	Nudgingkonzept anwenden, welches die geschickte Gestaltung der Speisekarte inkludiert
	Ökologischer Fußabdruck	bedingt empfohlen um z. B. im Rahmen von Aktionstagen über Klimamarker Aufklärung zu schaffen, jedoch wird angemerkt, dass emotionale Faktoren einen größeren Einfluss auf die Kaufentscheidung haben	19% der befragten Betriebsrestaurants	geringe Umsetzung der Empfehlungen	-1	Ökologischen Fußabdruck von Gerichten im Rahmen von Aktionswochen mit weitergehenden Erklärungen kommunizieren, um die Sensibilität zu erhöhen
	Nutzung positiv belegter Worte	empfohlen z. B. "vitaler Eintopf aus der Region" statt "vegetarischer Frühjahrseintopf"	10% der befragten Betriebsrestaurants	geringe Umsetzung der Empfehlungen	-1	Wortwahl möglichst positiv und überzeugend
	Fotos	empfohlen z. B. Fotos von nachhaltigem Essen oder Intensivierhaltung	10% der befragten Betriebsrestaurants	geringe Umsetzung der Empfehlungen	-1	Fotos als visuelles Kommunikationsmittel nutzen z. B. in Social Media oder den Printmedien
	CO2 Säulen	bedingt empfohlen z. B. für jedes Gericht	6% der befragten Betriebsrestaurants	geringe Umsetzung der Empfehlungen	-1	CO2-Bilanzen kommunizieren z. B. im Rahmen von Aktionswochen zur Aufklärung der Essensgäste, dauerhafte Umsetzung recht zeitaufwendig
	Wegweiser für einzelne Produktgruppen	empfohlen um darzustellen wieviele Kilometer ein Produkt schon zurückgelegt hat	2% der befragten Betriebsrestaurants	geringe Umsetzung der Empfehlungen	-1	Kommunikation von Merkmalen einzelner Produktgruppen über Schilder, um Informationen und anschauliche Vergleiche bereitzustellen. Wichtig ist, dass die Produktgruppen dafür immer von der gleichen Qualität, Herkunft etc. bezogen werden.
	Direkte Vergleichswerte schaffen	empfohlen um z. B. aufzuzeigen warum dieser Bauer gewählt wurde	2% der befragten Betriebsrestaurants	geringe Umsetzung der Empfehlungen	-1	Nudgingkonzept anwenden, welches das Aufzeigen direkter Vergleichswerte inkludiert
	Interaktive Elemente	<i>Bemerkung: Von Experten nicht erwähnt</i>	0% der befragten Betriebsrestaurants	nicht beurteilbar	0	
	Gesonderte nachhaltige Karte	empfohlen vor allem bei der Umstellung, um schon die ersten Schritte auszuweisen	0% der befragten Betriebsrestaurants	geringe Umsetzung der Empfehlungen	-1	Bei schrittweiser Umstellung des Betriebsrestaurants einsetzen, um das bereits nachhaltige und gesunde Angebot hervorzuheben
Ampelsystem	empfohlen zur Kennzeichnung der Gerichte wie z. B. im NAHGAST-Projekt umgesetzt	0% der befragten Betriebsrestaurants	geringe Umsetzung der Empfehlungen	-1	Sofern jedes Gericht gekennzeichnet werden soll, wäre eine Kennzeichnung mit einem Ampelsystem sinnvoll	
Sonstige		2% der befragten Betriebsrestaurants	nicht beurteilbar	0		
Nachhaltigkeitslabel für jedes Gericht	Kennzeichnung für jedes Gericht wie gesund, tierfreundlich, sozial- und umweltverträglich es ist	nicht unbedingt empfohlen aufgrund des großen Aufwands und der großen Komplexität	12% der befragten Betriebsrestaurants kennzeichnen jedes Gericht mit den genannten Belangen	häufige Umsetzung der Empfehlungen	1	

## Fazit und Ausblick

Wie die Studienergebnisse zeigen, bestehen vor allem in den Bereichen Speiseangebot und Nachhaltigkeitskommunikation großer Handlungsbedarf. Während Fleisch und Fisch zu häufig und in zu großen Mengen auf dem Teller landen, werden vegetarische und vegane Gerichte zu selten angeboten. Zudem sollte die Produktqualität hinsichtlich der Merkmale bio, regional, saisonal und fairtrade verbessert werden. Hinsichtlich der Nachhaltigkeitskommunikation verdeutlicht die Studie, dass die Kommunikation nicht zielgruppenspezifisch ausgelegt wird und auch selten die gesamte Bandbreite an Kommunikationsaspekten, -kanälen und -maßnahmen ausgeschöpft werden. Daraus resultiert viel ungenutztes Potential in den Bundeskantinen, um den Entscheidungsprozess des Essensgast positiv zu beeinflussen. Am besten hat das Nachhaltigkeitsmanagement abgeschnitten. Gerade in den Bereichen Maßnahmen entlang der Wertschöpfungskette, Speiseplanung, Bezug von nachhaltigem Fisch und Fleisch und der Nutzung eines Nachhaltigkeitsmanagementsystems sind große Übereinstimmungen zwischen Ist und Soll zu verzeichnen. Nacharbeiten sollten die Kantinen jedoch beim Einkauf und hier zukünftig verstärkt auf kleinere, lokale Lieferanten und Bauern zurückgreifen. Auch eine vermehrte Zertifizierung der Kantinen ist sinnvoll. Bedenklich ist zudem, dass nur ein Drittel der Kantinen vorgeschriebene Standards zur Nachhaltigkeit durch die jeweilige Bundesbehörde hat.

Die vielen Diskrepanzen zeigen, dass trotz erster Ansätze, die meisten Bundeskantinen alles in allem nicht so nachhaltig agieren wie sie es im Sinne der Ernährungswende tun sollten. Lobenswert für die Kantinenbetreiber ist, dass scheinbar sämtliches Nachhaltigkeitsengagement in Eigenregie umgesetzt und nur selten durch verbindliche Vorgaben vom Bund unterstützt wird. Diese Erkenntnis deckt sich mit den Ergebnissen der Umfrage von Bündis 90/Die Grünen, wirft aber dennoch die Frage auf: Wie kann sich die Bundesregierung in Artikel 20a des Grundgesetzes zur Verantwortungsübernahme für künftige Generationen bekennen, an der Umsetzung der deutschen Nachhaltigkeitsstrategie arbeiten und sich mit der Ernährungspolitik für eine gesunde und nachhaltige Welternährung einsetzen, aber gleichzeitig nicht für ausreichend Nachhaltigkeit in den eigenen Betriebsrestaurants sorgen?

Unter dem Strich verfehlt die Bundesregierung mit diesem widersprüchlichen Verhalten ihre Funktion in mehrfacher Hinsicht: Sie agiert nicht als gesellschaftliches Vorbild für die Ernährungswende und leistet in den eigenen Kantinen keinen ausreichenden Beitrag zur Nachhaltigkeit. Zudem bleibt die Chance, die eigenen Mitarbeiter und damit die Bevölkerung aufzuklären sowie allgemeingültige Nachhaltigkeitsstandards zu etablieren, ungenutzt. Auch der bundeseigene Lernprozess und der Erkenntnisgewinn für die Umsetzung der nachhaltigen Ernährung wird geschmälert.

Obwohl die Bundesregierung sich bislang nicht genug engagiert, wenn es um Nachhaltigkeit in den eigenen Kantinen geht, gilt: Was nicht ist, kann ja noch werden. Auf Bundesebene können die Untersuchungsergebnisse auf die Schwachstellen aufmerksam machen und dazu motivieren Nachhaltigkeitsstandards für ihre Kantinen zu entwickeln sowie die Kantinen bei der Umsetzung zu unterstützen. Kantinenbetreiber können die Ergebnisse als Referenz für eine Individuelle Ist-Analyse und Maßnahmenentwicklung nutzen.

Ganz wichtig: Jede Bundesinstitution, jede Kantine und jeder Essensgast kann Tag täglich etwas verändern und somit die Ernährungswende fördern. Somit soll abschließend noch ein großes Dankeschön an alle Kantinen(betreiber), Bundesinstitutionen und Akteure ausgesprochen werden, die bereits Maßnahmen zur Nachhaltigkeit in der Gemeinschaftsverpflegung ergreifen. Für alle gilt: Jede Maßnahme zählt. Motiviert bleiben – nur gemeinsam schaffen wir das!

## Literaturverzeichnis

- Deutscher Bundestag (Hrsg.) (12.09.2019): Nachhaltige Ernährung in Gemeinschaftsverpflegungen des Bundes, URL: <https://dipbt.bundestag.de/dip21/btd/19/131/1913166.pdf> [Zugriff: 31.01.2021].
- EAT (n. y.): Food Planet Health: Healty Diets From Sustainable Food Systems, URL: [https://eat-forum.org/content/uploads/2019/01/EAT-Lancet\\_Commission\\_Summary\\_Report.pdf](https://eat-forum.org/content/uploads/2019/01/EAT-Lancet_Commission_Summary_Report.pdf) [Zugriff: 16.04.2021].
- Göbel, Christine et al. (2017): Entwicklung eines Leitbilds zur „Nachhaltigkeit in der Außer-Haus-Gastronomie“, in: Walter Leal Filho (Hrsg.), Innovation in der Nachhaltigkeitsforschung, 2017, S. 1–21.
- Koerber, Karl von (2014): Fünf Dimensionen der Nachhaltigen Ernährung und weiterentwickelte Grundsätze – Ein Update, in: Ernährung im Fokus, S. 260–268.
- Leal Filho, Walter (Hrsg.) (2017): Innovation in der Nachhaltigkeitsforschung, Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.
- Liedtke, Christa; Speck, Melanie; Mourabit, Xenia El (2018): Ressourcenleichte Gesellschaft: Welchen Anteil kann die Gemeinschaftsverpflegung leisten?, in: Petra Teitscheid; Nina Langen; Melanie Speck; Holger Rohn (Hrsg.), Nachhaltig außer Haus essen: Von der Idee bis auf den Teller, 2018, S. 50–58.
- Schleer, Christoph (2014): Corporate Social Responsibility und die Kaufentscheidung der Konsumenten, Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Sieveking, Annelie; Schomerus, Thomas (2020): Beiräte als Instrument einer Ernährungswende – Die Etablierung von Ernährungsräten in Deutschland, in: NuR 42. 10, S. 680–686.
- Techniker Krankenkasse (2017): Iss was, Deutschland: TK-Studie zur Ernährung 2017
- Teitscheid, Petra et al. (Hrsg.) (2018): Nachhaltig außer Haus essen: Von der Idee bis auf den Teller, München: oekom.
- Teitscheid, Petra et al. (2018): Projektkontext NAHGAST – Transition zu einer nachhaltigen Außer-Haus-Gastronomie, in: Petra Teitscheid; Nina Langen; Melanie Speck; Holger Rohn (Hrsg.), Nachhaltig außer Haus essen: Von der Idee bis auf den Teller, 2018, S. 16–20.
- Willett, Walter et al. (2019): Food in the Anthropocene: the EAT–Lancet Commission on healthy diets from sustainable food systems, in: The Lancet 393. 10170
- Zimmermann, Friedrich M. (Hrsg.) (2016): Nachhaltigkeit wofür?, Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.