

## Podiumsgespräch:

### Kulinarischer Klimaschutz – Herausforderungen aus Sicht von Küchen und Kommunen der Bodensee-Region

*Florian Bayer-Gebhardt, Sodexo c/o Constellium (Singen),  
Hubert Hohler, Klinik Buchinger (Überlingen),  
Ralf Hörger, Hörgers Kochfest GmbH & Co. KG (Lindau),  
Liliane Osterwalder, Alterszentrum Oberi (Winterthur)  
Karin Hungerbühler, Stadt St. Gallen*

## Zusammenfassung:

*Im Anschluss an die Vorträge zur Idee der 2000-Watt-Gesellschaft und der allgemeinen Vorstellung der Ideen und Angebote der Kampagne „Große Küche auf kleiner Flamme“ gab es ein angeregtes Podiumsgespräch zwischen Klima-PraktikerInnen aus unterschiedlichen Betrieben der Gemeinschaftsverpflegung sowie KommunalvertreterInnen. Es wurden bestehende Hemmnisse angesprochen sowie mögliche Lösungsansätze ausgetauscht und über deren Umsetzung bei verschiedenen Voraussetzungen bezüglich Küchengröße und Kundschaft rege diskutiert. In der anschließenden Diskussion mit allen TeilnehmerInnen wurden einzelne Aspekte der vorherigen Beiträge weiter vertieft.*

Bei einem von Freya Schäfer, FiBL e.V. moderierten Podiumsgespräch wurden die Herausforderungen des kulinarischen Klimaschutzes aus Sicht der Küchen und Kommunen in der Bodensee-Region diskutiert. PodiumsteilnehmerInnen waren vier Küchenleiter, die bereits diverse Maßnahmen umsetzen: Als kommunale Vertreterin nahm Karin Hungenbühler aus St. Gallen an der Diskussionsrunde teil.



Der Eventveranstalter Ralf Hörger von Hörgers Kochfest aus Lindau setzt hauptsächlich auf klimafreundliche, regionale Saisonware. Dafür hat er das Projekt Vitalzunge ins Leben gerufen. Produkte, wie Gemüsebrühe oder Marmelade werden wieder selbst hergestellt. Ein Verfahren, das sowohl klimafreundlich, als auch kostensparend ist. Hörger setzt sich außerdem für ein Umdenken bei der Präsentation ein, beispielsweise auf der Speisekarte. So werden bei Hörgers Kochfest Serviettenknödel mit Kraut als Hauptkomponente und Schweinefleisch als kleine Beilage angeboten. Dabei ist es laut Hörger wichtig, den Mehrwert an die Gäste weiterzugeben.

Genau das sei in der Praxis oft schwer umzusetzen, argumentiert Florian Bayer-Gebhardt, Betriebsleiter bei Sodexo am Standort Constellium in Singen. Er schätzt, dass 60-80 Prozent der Kunden große Portionen für wenig Geld, einem hochwertigen, nachhaltigen Speisenangebot vorziehen. Frische Zutaten würden dagegen nur von einem bestimmten Kundenkreis nachgefragt.





Liliane Osterwalder, Leiterin der Gastronomie im Alterszentrum Oberi in Winterthur sieht vor allem Schwierigkeiten beim Einsparen von Fleisch. Gerade für die ältere Generation gehöre der Fleischkonsum mehrfach wöchentlich einfach dazu. Als Klimaschutzmaßnahme setzt Osterwalder deshalb auf regionale und saisonale Kost.

Auch Hubert Hohler, Küchenleiter der Buchinger Klinik in Überlingen weiß, dass niedrige Preise bei hoher Qualität geläufige Ansprüche in der Außer-Haus-Verpflegung sind. Die Herausforderung bestehe deswegen darin, Genuss, Gesundheit, Ethik und Wirtschaftlichkeit als Gesamtkonzept auf den Teller zu bringen. Dafür hat Hohler ein besonderes

Verpflegungskonzept entwickelt. Die täglich etwa 100 Mittagessen werden rein vegetarisch, zu 100 Prozent aus Bioprodukten und aus frischer Rohware zubereitet. Tiefkühlschränke werden so nur für die Rückstellproben benötigt. Hinsichtlich der Kosten plädierte Hohler dafür, statt vieler Gerichte, nur ein Essen anzubieten, „das dann auch qualitativ hochwertig ist“. Um ein klimafreundliches Speisenangebot gut umsetzen und kommunizieren zu können, sei eine spezielle Ausbildung des Fachpersonals und eine regelmäßige Schulung der Mitarbeiter besonders wichtig. Dabei sollte nicht nur das technische Personal, das keinen direkten Kontakt zum Kunden hat einbezogen werden, sondern auch das Personal an der Ausgabetheke und im Gastraum. „Man muss das gesamte Team mitnehmen, wenn man Erfolg haben will, auch beim Thema Klimaschutz“, so Hohler.



In der Schlussrunde wurde diskutiert, wie die Kunden und Gäste von Maßnahmen zum Klimaschutz überzeugt werden können, ohne dass sie dies gleich als Verzicht auf verschiedene Speisen oder Lebensmittel wahrnehmen. Angeregt wurde, verstärkt Aktionen vor Ort anzubieten, die sich inhaltlich mit dem Thema Klimaschutz auseinandersetzen. Hier seien auch die Kommunen gefragt. Außerdem wurde eine mögliche Bündelung aller Labels, Kampagnen oder Leitfäden angesprochen, um das Angebot übersichtlicher und transparenter zu gestalten. Ein Aspekt, der auch im anschließenden Workshop „Klimaschutz im kommunalen Topf“, den Lukas Fesenfeld und Doreen Havenstein von NAHhaft e.V. leiteten, aufgegriffen wurde. Die Kommune solle das Marketing für klimafreundliches Angebot übernehmen, so der Tenor, dann würde sich das Risiko der Anbieter mindern.

