



# ÖKOLOGIE & GASTRONOMIE

—  
ES IST REINE (ÖKO-)LOGIK



Dänischer Fachverband der  
Land- & Ernährungswirtschaft

Mit Unterstützung von:  **PLANT-BASED  
FOOD GRANT**



## **DIE ZUTATENLISTE**

|  |           |
|--|-----------|
| <b>JEDE MENGE SCHMACKHAFTE ARGUMENTE FÜR BIOLEBENSMITTEL</b>   | <b>5</b>  |
| <b>BIOLEBENSMITTEL SCHMECKEN NACH MEHR</b>   | <b>6</b>  |
| <b>PRODUZIERT MIT GUTEN ARGUMENTEN</b>   | <b>8</b>  |
| <b>GRÜN IST NICHT IMMER SCHWARZ-WEISS</b>  | <b>10</b> |
| <b>ÖKOLOGIE IST TEIL EINER NACHHALTIGEN WAHL</b>   | <b>12</b> |
| <b>ES GEHÖREN BIOLEBENSMITTEL AUF DEN SPEISEPLAN</b>   | <b>14</b> |
| <b>SPRINGEN SIE AUF DEN ÖKOLOGIEZUG AUF</b>  | <b>16</b> |
| <b>AGRARWIRTSCHAFT IST BEREIT</b>  | <b>19</b> |
| <b>PFLÜCKEN SIE ZUNÄCHST NIEDRIG HÄNGENDE BIOFRÜCHTE</b>   | <b>20</b> |
| <b>BESCHAFFUNGSÜBEREINKOMMEN FÜR DIE ÖKOLOGIEUMSTELLUNG<br/>ÖFFENTLICHER KÜCHEN</b>                  | <b>22</b> |
| <b>WIE BRINGEN WIR MEHR BIOLEBENSMITTEL AUF DIE SPEISE-<br/>KARTE, OHNE DAS BUDGET AUSZUKNOCKEN?</b> | <b>25</b> |



## **JEDE MENGE SCHMACKHAFTE ARGUMENTE FÜR BIOLEBENSMITTEL**

---

Biolebensmittel sind ein großer Erfolg in Dänemark – wir haben weltweit den höchsten Marktanteil bei Biolebensmitteln.

Nach mehr als 30 Jahren Wachstum im Bereich Ökologie beabsichtigt etwa die Hälfte der dänischen Bevölkerung, auch zukünftig noch mehr Biolebensmittel zu kaufen. Die Nachfrage hat sich vom Fokus auf den Einzelhandel auf Mahlzeiten außerhalb des eigenen Zuhauses ausgeweitet – in Kantinen, Restaurants und als Take Away, wobei sowohl die privaten als auch die öffentlichen Küchen Verantwortung dafür übernehmen, dass Biolebensmittel für Verbraucher noch besser verfügbar sind.

Wir sind überzeugt, dass Engagement, Gastronomie und guter Geschmack den Übergang zu noch mehr Biolebensmitteln in allen Teilen der Wertschöpfungskette vorantreiben. Biolebensmittel sollen eine anziehende nachhaltige Ergänzung sein, die Verständnis und Respekt für ökologische Produkte erzeugt. Immer mehr Menschen entdecken, dass Biolebensmittel einen Mehrwert haben, was das Interesse am ökologischen Wandel fördert.

Unser Ziel ist es, Biolebensmittel zur Norm und zur naheliegenden Wahl in professionellen Küchen zu machen. Biolebensmittel sollen noch stärker zu einem logischen und tragenden Inhaltsstoff für Großhändler, Einkäufer und Köche werden, die sich für nachhaltige und pflanzliche Menüs einsetzen.

In Dänemark haben viele Branchenbeteiligte mit großem Erfolg und mit ihren eigenen Beweggründen und Ansätzen bereits den Sprung in die Welt der Ökologie vollzogen. Denn es gibt viele Wege zu mehr ökologischen Erzeugnissen. Wir möchten gern die wichtigsten Erkenntnisse und Erfahrungen mit Ihnen teilen.

Mit diesem Whitepaper hoffen wir, dass Sie mehr Appetit auf Biolebensmittel bekommen – viel Spaß beim Lesen!

Landbrug & Fødevarer  
(Dänischer Fachverband der Land- & Ernährungswirtschaft)

# BIOLEBENSMITTEL SCHMECKEN NACH MEHR

Viele verbinden Biolebensmittel mit einem reichhaltigen Geschmackserlebnis, und viele Köche sind der Ansicht, dass sie den Unterschied schmecken können, wenn die Speisen ökologisch sind. Einen eindeutigen Beweis dafür gibt es jedoch noch nicht. Wenn viele beim Verzehr von Biolebensmitteln jedoch mehr schmecken, liegt das daran, dass man mit diesem Geschmackserlebnis positive Erwartungen und sympathische Werte verknüpft. Viele sind der Ansicht, dass es besser schmeckt, weil man bei einem Bioprodukt an ein achtsamer produziertes Produkt denkt.

## GEMÜSE, DAS NACH MEHR SCHMECKT

Beim ersten Geschmackseindruck kann man nicht unbedingt einen Unterschied bei Lebensmitteln schmecken, die durch verschiedene Produktionsmethoden produziert wurden. Für Küchen gibt es jedoch vielfältige Möglichkeiten, sich in Bezug auf Geschmack und natürliche

Umgebung zu differenzieren. Als Hilfe für Küchen, die die sensorischen Eigenschaften von Pflanzen beschreiben wollen, hat Geschmacksexpertin Lisbeth Ankersen mehr als 600 Obst- und Gemüsesorten verkostet und das Geschmacksrad auf der gegenüberliegenden Seite entwickelt.

Auch wenn Geschmack individuell ist, kann das Geschmacksprofil von Biolebensmitteln anders erlebt werden. Schließen Sie doch einfach mal die Augen und schmecken Sie bewusst, wenn Sie Biolebensmittel essen. Gemüse leitet die Sinne nicht nur in Richtung Gemüse. Vielleicht schmecken Sie mehr? Vielleicht schmeckt der Palmkohl durch scharfes Anbraten nach Haselnuss? Vielleicht gehen die Gedanken bei Kartoffeln in Richtung Trüffel?



Im Restaurant Lyst kümmern wir uns um mehr als nur die Zusammenstellung der Speisen, wir interessieren uns auch für unsere Rohwaren und dafür, wie sie produziert wurden und welche Qualitäten sie haben.

Auf unserem Niveau sollte man meiner Ansicht nach auf die Erzeugnisse achten, und hier spielen Biolebensmittel natürlich eine Rolle. Der Michelin-Stern verpflichtet zu besonderer Sorgfalt bei den Zutaten.

Pflanzen sind nicht einfach nur Pflanzen, und Biolebensmittel gibt es bei einer Reihe engagierter Produzenten, deren Leidenschaft für die Erzeugnisse den Speisen etwas Einzigartiges verleiht.

Daniel McBurnie, Küchenleiter, Restaurant Lyst

Ich bin der Ansicht, dass Biolebensmittel und regionale Erzeugnisse besser schmecken. Ob bewusst oder nicht, so habe ich nichts dagegen, dass auch die Gäste der Ansicht sind, dass meine Speisen besser schmecken, weil sie ökologisch sind. Ich säubere auch die Tellerränder und richte die Speisen schön an, denn so schmecken sie besser als unachtsam angerichtete Speisen.

Mette Dahlgaard, Director and Fine Dining Chef

## ÖKO-WISSEN

Dänemark war 1987 das erste Land der Welt, das Regeln für die ökologische Produktion einführte und nationale ökologische Standards festlegte. Das bekannte rote dänische staatlich kontrollierte Ökologie-Label (Ø) wurde 1989 eingeführt. Heute kennen 98 % der dänischen Verbraucher das Label, das mit besonders hoher Glaubwürdigkeit verbunden wird, was von entscheidender Bedeutung für die Entwicklung der Ökologie in Dänemark war.

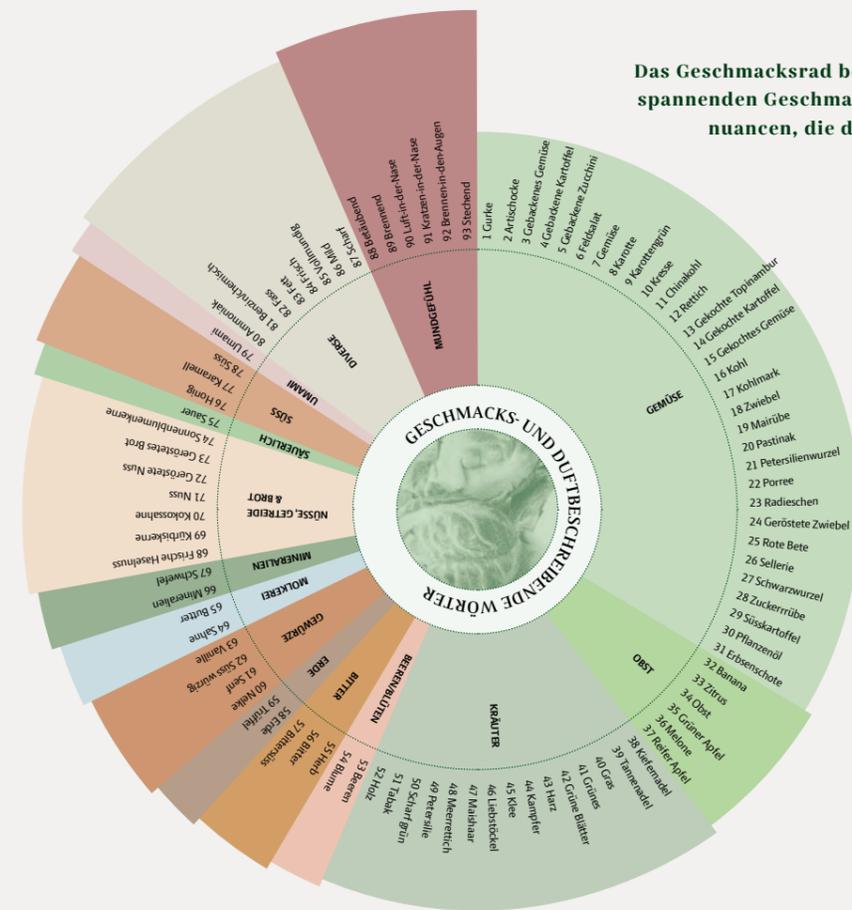
Das grüne Bio-Siegel der EU erinnert stark an das rote dänische Ökologie-Label – es ist Ihre staatlich kontrollierte Garantie für Bioqualität.

In der ökologischen Produktion düngt man vielseitig auf einem niedrigeren Niveau. So erhalten die Pflanzen Widerstandskraft. Kraft, um selbst Abwehrstoffe zu bilden. Ich finde diese Abwehrstoffe besonders interessant – und ich glaube, dass sie auch für den Geschmack von Bedeutung sind.

Lars Skytte, Gärtner, Skyttes Gartneri

Das Geschmacksrad bietet Gastronomen die Möglichkeit zu experimentieren und einzigartige Geschmackserlebnisse mit den vielen Nuancen zu schaffen, die in Gemüse zu finden sind.

Anders Nicolajsen, Chefberater für die Gastronomie, Dänischer Fachverband der Land- & Ernährungswirtschaft



Das Geschmacksrad beschreibt die vielen spannenden Geschmacksnoten und Duftnuancen, die das Pflanzenreich zu bieten hat.

Verbraucher erwarten, dass Bioprodukte besser schmecken. Diese Produkte haben also einen Vertrauensvorschuss. Noch bevor wir hineinbeißen, haben wir ein gutes Gefühl bei dem Produkt. Die positiven Gefühle sorgen für höhere Erwartungen an den Geschmack.

John Thøgersen, Verhaltensforscher, Universität Aarhus

Unsere Felder liefern uns einen Reichtum an Biogemüse. Dafür sind wir sehr dankbar. Bei Ökologie geht es aber auch darum, etwas zurückzugeben. Wir können nicht einfach immer nur nehmen. Auf unserem Hof achten wir sehr darauf, einen Kreislauf an Nährstoffen aufrechtzuerhalten. Das können wir aber nicht allein. Unsere Gesellschaft sollte dasselbe tun.

Bjarne Hansen, Landwirt, Gut Skovsgaard

## PRODUZIERT MIT GUTEN ARGUMENTEN



Bei der ökologischen Produktion lautet der Grundgedanke, dass der Boden als eine fruchtbare Ressource für die nächsten Generationen erhalten bleiben muss. Das bedeutet unter anderem, dass künstlich hergestellte Pestizide, GMO, Kunstdünger und der Zusatz von Nährstoffen bei der Produktion von Biolebensmitteln nicht verwendet werden dürfen.

Kauft man verarbeitete Biolebensmittel, darf das Produkt weder Geschmacksverstärker noch künstliche Süß- und Farbstoffe enthalten. Nur, wenn es für die Lebensmittelsicherheit des Produktes als notwendig erachtet wird, dürfen 15 von 350 zugelassenen Zusatzstoffen verwendet werden. Das ist ein Unterschied, den man merkt.

In der Küche kann es daher sein, dass Biolebensmittel in Farbe, Geschmack und Nährstoffgehalt abhängig von der Saison variieren. Denken Sie an den Geschmack einer frisch ausgegrabenen Kartoffel, an frisch geernteten knackigen Spargel oder die Süße einer sonnengereiften Erdbeere. Indem wir Erzeugnisse dann verwenden, wenn sie geschmacklich an ihrem Höchstpunkt sind, lehren wir einander, gute Qualitätserzeugnisse der Saison zu schätzen.



*Ökologie ist für mich auch ein Weg zu mehr Artenvielfalt. Ich möchte gern zu einer schöneren, vielfältigeren und schmackhafteren Natur in meiner Küche beitragen.*

**Sören Birch**, Restaurant Alimentum, Fine Dining Chef



## ÖKO-WISSEN

**VIER ÜBERGEORDNETE PRINZIPIEN SIND DER AUSGANGSPUNKT DAFÜR, WIE ÖKOLOGISCHE PRODUZENTEN DENKEN UND HANDELN.**

**Das Gesundheitsprinzip**– Ökologische Landwirtschaft sollte die Gesundheit von Boden, Pflanzen, Tieren, Menschen und des Planeten als Einheit aufrechterhalten und verbessern.

**Das Kreislaufprinzip**– Ökologische Landwirtschaft sollte sich auf lebendige Ökosysteme und Kreislaufwirtschaft gründen, mit ihnen zusammenarbeiten, sie nachahmen und erhalten.

**Das Gerechtigkeitsprinzip**– Ökologische Landwirtschaft sollte sich auf Bedingungen gründen, die Gerechtigkeit im Hinblick auf die gemeinsame Umwelt und die Lebensmöglichkeiten sicherstellen.

**Das Achtsamkeitsprinzip**– Ökologische Landwirtschaft sollte auf achtsame und verantwortungsvolle Weise erfolgen, um die Gesundheit und das Wohlergehen gegenwärtiger und zukünftiger Generationen ebenso wie die Umwelt zu schützen.

**Mehr über die vier ökologischen Prinzipien erfahren Sie auf [www.icoel.dk/en](http://www.icoel.dk/en)**



## ÖKOLOGIE UND NACHHALTIGKEIT

# GRÜN IST NICHT IMMER SCHWARZ-WEISS

Nachhaltigkeit ist komplex, aber relevant wie nie zuvor. Viele in der Lebensmittelbranche beschäftigen sich damit, ob Ökologie der Schlüssel zu Nachhaltigkeit oder nur einer von mehreren Wegen ist.

Wenn es um nachhaltige Produktion und Verbrauch geht, geht es nicht nur um Klima und Umwelt. Auch die sozialen und wirtschaftlichen Aspekte müssen berücksichtigt werden. Viele Faktoren spielen eine Rolle und einige gehen in unterschiedliche Richtungen. Als Gastronom steht man häufig vor dem Dilemma, dass nur die wenigsten Lebensmittel ‚allem‘ gerecht werden.

Man muss also in Bezug auf die Gäste und die eigenen Vorstellungen abwägen, was im Hinblick auf die drei Nachhaltigkeitsaspekte mehr oder weniger wichtig ist:

### NACHHALTIGE PRODUKTIONSFORM – EINE KOMPLEXE UND ETHISCHE BEWERTUNGSANGELEGENHEIT

Ein konkretes Beispiel für die Komplexität des Nachhaltigkeitsbegriffs ist, wie man die Umweltbelastung und den Flächenverbrauch im Vergleich zueinander beurteilt. Aus einer Nachhaltigkeitsperspektive mit Fokus auf geringstmögliche Umweltbelastung betrachtet, sind Biolebensmittel nachhaltiger, da keine Pestizide und Kunstdünger verwendet werden.

Betrachtet man den Flächenverbrauch, haben Bioerzeugnisse jedoch in der Regel einen 10-30 % niedrigeren Ertrag als konventionelle Erzeugnisse. Bei der Beurteilung von Nachhaltigkeit muss man zudem berücksichtigen, in welchem Zeithorizont man die Produktion betrachtet. Bei einer Momentaufnahme hat die konventionelle Produktion meist einen höheren Ertrag pro Kilo als die Bioproduktion. Aber auch hier ist der Bioansatz besser für die Umwelt pro Fläche, da der Boden fruchtbarer bleibt, schädliche Stoffe im Boden verringert werden und die Artenvielfalt gefördert wird.

Auch wenn also die konventionelle Produktion kurzfristig geeigneter erscheint, ist die Bioproduktion langfristig gesehen nachhaltiger.

Zudem ist auch der Ressourcenverbrauch ein wichtiges Kriterium für Nachhaltigkeit. Kommen die Lebensmittel aus beheizten Gewächshäusern oder direkt vom Feld? Mit welcher Transportart wurden die Lebensmittel befördert? Wurden erneuerbare Energien für die Produktion verwendet? Handelt es sich um Lebensmittel mit langer Haltbarkeit oder eher empfindliche frische Lebensmittel, wie bspw. Gemüse? All dies ist entscheidend für die Umweltauswirkungen und damit für den Grad an Nachhaltigkeit.

#### DER WIRTSCHAFTLICHE ASPEKT:

Balance zwischen Angebot und Nachfrage, Eliminierung von Lebensmittelverschwendung, Schaffung von Mehrwert. Betriebsleitung, Gewinne für die Investitionen in z. B. neue Technologien

#### DER SOZIALE ASPEKT:

Lebensbedingungen, Lebensqualität, Arbeitsbedingungen. Wohlergehen, Gesundheit, Ausbildung, Tierschutz, Import/Export, Gesellschaft/Region

#### DER UMWELTASPEKT:

Beeinflussung der Natur, Umwelt, Ressourcen, wie Nährstoffe, Wasser, Boden, Energieverbrauch und Artenvielfalt/biodiversität



”

Ökologie gehört selbstverständlich in die Spitzengastronomie! Wir verpassen eine Riesenchance, wenn wir nicht ganz klar eine Verbindung zwischen Spitzengastronomie und Ökologie herstellen. Das ist in der Welt noch nicht so richtig angekommen. Die nachhaltige Küche könnte der nächste große Schritt werden und dazu beitragen, die Zukunft der gesamten Branche zu sichern.

Christian F. Puglisi, Michelin-Sterne Koch

”

Ökologie muss sich kontinuierlich in eine nachhaltige Richtung entwickeln, während gleichzeitig immer mehr Landwirte auf einen ökologischen Betrieb umstellen können. Ökologie bedeutet daher auch eine Reihe von Kompromissen und Schwierigkeiten, bei denen mehrere Aspekte einander widersprechen. Ökologie hat keine endgültige Antwort auf alle Fragen und keine Lösungen für alle Probleme, durch Projekte und fachpolitische Arbeit kann man jedoch Ökologie und alle Produzenten, Unternehmen und Verbraucher weiterbringen – um Lösungen und Möglichkeiten zu finden.

Organic Denmark (Økologisk Landsforening)



# ÖKOLOGIE IST TEIL EINER NACHHALTIGEN WAHL

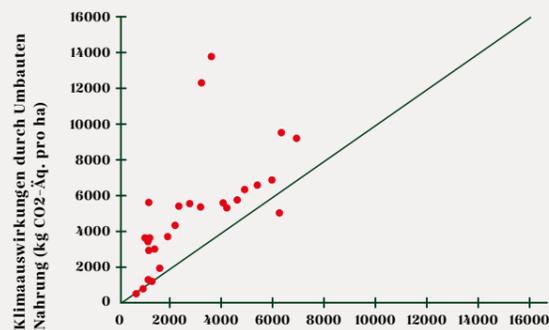
Ökologie ist nicht die einzige Antwort, wenn es um Nachhaltigkeit geht. Ungeachtet der Produktionsform leiten Lebensmittel Treibhausgase aus. Bei diesem Aspekt ist Ökologie also mit vielen anderen Produktionen gleichgestellt. Wenn man jedoch in der ökologischen Landwirtschaft keine künstlichen Dünger oder Pestizide verwendet, schützt man beispielsweise die aquatische Umwelt in unseren regionalen Gewässern und fördert die Artenvielfalt. Beides sind wichtige Teile der Lösung vieler der Nachhaltigkeitsprobleme des Planeten.

## KLIMABILANZ DER LEBENSMITTELPRODUKTION

Die Klimabilanz von Lebensmitteln kann entweder in CO<sub>2</sub>-Äquivalenten pro Kilo Produkt oder CO<sub>2</sub>-Äquivalenten pro Hektar berechnet werden. An der Universität Aarhus hat man eine neue Untersuchung der Klimabilanz konventioneller und ökologischer Produkte durchgeführt. Die Ergebnisse sind anhand der folgenden Grafik zu sehen.



## Klimabilanz ökologischer und konventioneller Lebensmittel pro Flächeneinheit (kg CO<sub>2</sub>e pro ha)



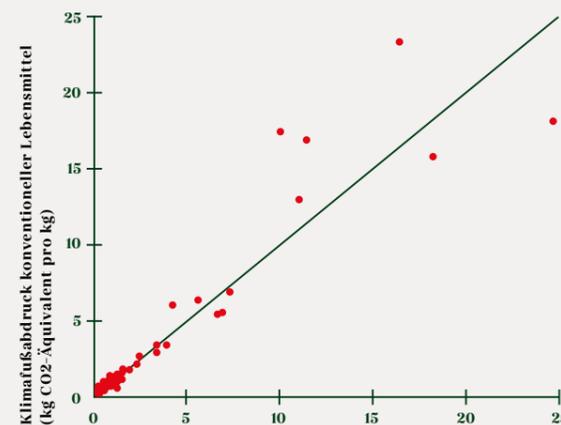
Klimaauswirkungen durch Bio-Lebensmittel (kg CO<sub>2</sub>-Äquivalent pro ha)

Die 22 Punkte verweisen auf 22 Studien, die dieselben Produkte für die ökologische und konventionelle Produktion vergleichen. Es ist deutlich zu sehen, dass die weitaus meisten Punkte über der diagonalen Linie liegen, was anzeigt, dass die ökologische Produktion eine geringere Klimabelastung als die konventionelle Produktion hat, wenn man die Klimabelastung pro Hektar berechnet.

## DIE ZAHLEN WIDERLEGEN EINEN HARTNÄCKIGEN MYTHOS

Angesichts der oben gezeigten Abbildungen kann der Mythos, Ökologie sei nicht nachhaltig, da sie weniger intensiv ist, widerlegt werden. Denn die Abbildungen zeigen, dass ungeachtet dessen, ob man die Klimabilanz pro Fläche oder pro Kilo Produkt berechnet, Biolebensmittel kategorieübergreifend entweder dieselbe oder eine geringere Klimabilanz haben.

## Klimabilanz ökologischer und konventioneller Lebensmittel pro Kilo (kg CO<sub>2</sub>e pro kg)



Klimafußabdruck von Bio-Lebensmitteln (kg CO<sub>2</sub>-Äquivalent pro kg)

Die 39 Punkte verweisen auf 39 Studien, die paarweise die Klimabelastung ökologischer und konventioneller Produkte pro Kilo vergleichen. Die annähernd gleichmäßige Verteilung der Punkte/Lebensmittel auf beiden Seiten der diagonalen Linie zeigen an, dass es keinen großen Unterschied der beiden Produktionsmethoden gibt, wenn man die Klimabelastung pro Kilo berechnet.

## ÖKO-WISSEN

Die EU hat beschlossen, dass Unternehmen zukünftig über ihre negativen und positiven Effekte auf das Klima, die Gesellschaft und die Umwelt Bericht erstatten müssen. Dies nennt sich ESG (Environmental, Social and Governance) und steht für die drei Nachhaltigkeitsaspekte, die auf Seite 12 beschrieben werden. Vor allem das E in ESG hängt mit Ökologie zusammen, die wie beschrieben einen besonderen Einsatz für das Gleichgewicht in der Natur im Hinblick auf viele Parameter leistet.

Für Unternehmen wird die ESG-Berichterstattung und damit Nachhaltigkeit also zu einem Wettbewerbsparameter und einer Notwendigkeit auf den Märkten der Zukunft. Die drei ESG-Faktoren sind zentral bei der Messung und Beurteilung der gesellschaftlichen Verantwortung und Nachhaltigkeitsbestrebungen von Unternehmen.



De facto betrachten wir Ökologie als allgemeine Bildung und grundlegendes Verständnis dafür, wie wir in Restaurants mit den Erzeugnissen arbeiten müssen! Bei der Arbeit mit Erzeugnissen müssen wir auch an die Zukunft und an die nächsten vielen Generationen denken. Ökologie ist eindeutig Teil einer nachhaltigen Lösung! Wir müssen lernen, zwischen den Erzeugnissen zu navigieren und uns ab und zu auch mal mit etwas zufriedengeben. Es ist nicht sinnvoll, das ganze Jahr über frische Erdbeeren auf der Speisekarte zu haben! Eigentlich sollte es logisch sein, dass man nur saisonale Lebensmittel kauft und verkauft, und eine Variante auswählt, die so schonend wie möglich produziert wurde.

Rune Lund Sørensen, Küchenchef, Restaurant Hærværk

Unsere enge Zusammenarbeit mit der Agrarwirtschaft im Hinblick auf regionale Erzeugnisse hat der Qualität unserer Rohwaren Auftrieb gegeben. Wir haben einen weitaus besseren Zugang zu Biolebensmitteln, was auch für unser Bestreben der Reduzierung unserer Klimabilanz wertvoll ist. Wir setzen darauf, ökologisch einzukaufen, denn so helfen wir den Landwirten ebenso wie der Natur am besten, während wir uns in der Küche mehr Gedanken darüber machen, wie wir bspw. Lebensmittelverschwendung vermeiden und die Erzeugnisse vollständig nutzen können. Die tatsächlichen Gewinner sind unsere Kunden, die ein Produkt auf der Grundlage fantastischer dänischer Erzeugnisse mit 100 % Geschmack und Qualität erhalten.

Jacob Nagel, Direktor, Gastronomie (Catering-Unternehmen)

# ES GEHÖREN BIOLEBENS- MITTEL AUF DEN SPEISEPLAN

## BUCHSTÄBLICH

70 % aller Dänen betrachten ein Restaurant mit einem hohen Anteil an Biolebensmitteln als Restaurant hoher Qualität.

Ob man tatsächlich ein Gleichheitszeichen zwischen Ökologie und Qualität setzen kann, ist nicht sicher, auf jeden Fall kann man Folgendes schlussfolgern:

1. Wenn man ein Restaurant betreibt und den Gästen gern ein besseres Qualitätserlebnis bieten möchte, kann die Verwendung von Biolebensmitteln ein Schritt auf diesem Weg sein.
2. Wenn man bereits Biolebensmittel verwendet, aber dies beispielsweise auf der Speisekarte und auf der Website nicht deutlich macht, dann sollte man das schnellstmöglich tun – es stärkt die Qualitätsauffassung des Restaurants.

### EIN SPÜRBARER EINSATZ

Wenn ein gewisser Anteil der Erzeugnisse der Küche ökologisch ist, kann man in Dänemark ein Biosiegel erhalten. Das erleichtert es Verbrauchern, öffentliche und private Speiselokale zu erkennen, die Biolebensmittel verwenden. Und das macht einen Unterschied.

Für etwa die Hälfte der Dänen hat eine Ökologiekennzeichnung positiven Einfluss darauf, welches Lokal sie besuchen ebenso wie für ihre Auffassung von Qualität.

In Dänemark sind Biosiegel staatlich kontrolliert und werden kostenlos vergeben. Dadurch sind inzwischen mehr als 3.400 dänische Küchen mit dem Biosiegel zertifiziert. Wenn man nicht das Biosiegel nutzen möchte, besteht jederzeit die Möglichkeit, die Gäste über die eigene Auswahl von Erzeugnissen zu informieren. Wenn Sie bspw. ausschließlich Kohl von einem speziellen Bioproduzenten kaufen, bietet es sich an, Ihre Gäste hierüber zu informieren – entweder mündlich oder über eine Info auf der Website und in der Speisekarte.

Es ist nicht ganz einfach herauszufinden, was Sie sagen dürfen und was nicht, als Faustregel gilt jedoch, sich strikt an Tatsachen zu halten.



*In unserer übergeordneten Kommunikation und auf unserer Website berichten wir stolz über unsere Zusammenarbeit mit Biolieferanten. Auch in unserer Speisekarte erwähnen wir das. Tatsächlich geben wir uns Mühe, den Gästen unsere Haltung zu Nachhaltigkeit und Ökologie zu vermitteln – und ich hoffe sie wissen, dass wir unsere Speisen mit einer Haltung zubereiten.*

**Anne Cathrine Christensen**, Küchenleiterin, Sinatur Hoteller



*Wenn die Auffassung besteht, dass Biolebensmittel höhere Qualität bedeuten, dann IST das so. Die Realität ist möglicherweise eine andere, was dem Gehirn jedoch vollkommen egal ist.*

**Nicolai Svarer Schwensen**, Brandingexperte

## ÖKO-WISSEN

Das Wort Ökologie stammt ursprünglich aus dem Griechischen und bedeutet frei übersetzt „Wissenschaft von den Wechselbeziehungen zwischen den Lebewesen und ihrer Umwelt“. Das Ziel mit Ökologie ist es, ein zusammenhängendes System für eine

nachhaltige und ganzheitlich orientierte Agrar- und Lebensmittelproduktion zu schaffen, bei der man Umwelt und Natur „vom Landwirt bis zur Ladentheke“ berücksichtigt.





## SPRINGEN SIE AUF DEN ÖKOLOGIEZUG AUF ER FÄHRT JETZT AB

Es besteht kein Zweifel, dass man an Biolebensmitteln nicht vorbeikommt. Über viele Jahre konnten wir sehen, dass der Anteil an Biolebensmitteln immer größer wird. Ausgehend vom Umsatzwachstum für Biolebensmittel in der Außer-Haus-Verpflegung in den vergangenen Jahren lautet die Prognose für alle Biolebensmittelkategorien 6-7 % jährliches Wachstum. Angetrieben wird das Wachstum von den Verbrauchern.

### VIELE VERBRAUCHER RECHNEN DAMIT, ZUKÜNFTIG NOCH MEHR BIOLEBENSMITTEL ZU KAUFEN

Mittlerweile kauft mehr als die Hälfte aller Dänen jede Woche Biolebensmittel, und etwa die Hälfte rechnet auch damit, in den kommenden Jahren sogar noch mehr Biolebensmittel zu kaufen. Diese Entwicklung im Einzelhandel ist auch in der Foodservicebranche in Dänemark zu bemerken, deren Gäste immer mehr schmackhafte Speisen nachfragen, die Umwelt und Natur berücksichtigen. Im zukünftigen Foodservice geht es also nicht nur darum, kulinarische Erlebnisse mit Fokus auf Geschmack zu kreieren – es geht auch darum, einen positiven Unterschied für unseren Planeten zu bewirken.

„  
Aus Angaben vom Bioverkauf in Dänemark können wir sehen, dass sich die Dinge allmählich in die richtige Richtung bewegen. Und was wir sowohl im Inland als auch international hören, so sind Biolebensmittel die Zukunft.“

**Mette Jasper Gammicchia**, Abteilungsleiterin Markt und Ernährung, Dänischer Fachverband der Land- & Ernährungswirtschaft

„  
Zusätzliche Geldmittel werden in bessere und neue Lebensmittel kanalisiert. Das bedeutet, dass die Ökologie vorausschauend vor einer Aufgabe steht. Ökologie ist als eine Haltung zu betrachten – ein Gesamtbild und nicht nur eine Zertifizierung.“

**Kirsten Poulsen**, Zukunftsforscherin

„  
Die aktuelle Entwicklung in Dänemark deutet an, dass immer mehr der täglichen Mahlzeiten in Restaurants, Kantinen und Cafés verzehrt werden. Man isst einfach viel häufiger außerhalb und interessiert sich weniger für die eigene Essenszubereitung im Alltag. Wenn Verbraucher zu Gästen werden, nehmen sie ihre Anforderungen an Ökologie und Nachhaltigkeit vom Supermarkt mit in die Restaurants. Das ist ein sich schnell ausbreitender Trend, und Köche müssen sich darauf vorbereiten, dass sich die Gäste zukünftig einen höheren Grad an Transparenz im Hinblick auf die Erzeugnisse auf der Speisekarte wünschen.“

**Anders Nicolajsen**, Chefberater für Gastronomie und Foodservice, Dänischer Fachverband der Land- & Ernährungswirtschaft



„  
In der gesamten Produktion stellen wir eine hohe Innovationskraft fest, um noch nachhaltigere Lebensmittel zu produzieren. Ökologische und pflanzenbasierte Lebensmittel sind in diesem Zusammenhang ein Fokuspunkt. Und deshalb sind wir auch der Meinung, dass der ökologische Markt für bspw. Obst, Gemüse, Getreide und Hülsenfrüchte in den kommenden Jahren eine wesentlich bedeutendere Rolle erhalten wird.“

**Kirsten Lund Jensen**, Leiterin Ökologie, Dänischer Fachverband der Land- & Ernährungswirtschaft

## ÖKO-WISSEN

Aber nicht nur in Dänemark isst man immer mehr Biolebensmittel. Weltweit werden Biolebensmittel für mehr als 900 Mrd. DKK verkauft, und Dänemark, mit dem weltweit höchsten Marktanteil von 12 % im Einzelhandel und 13 % im Servicesektor, wird international als Wegweiser für Ökologie angesehen.



## AGRARWIRTSCHAFT IST BEREIT

### ES KANN LOSGEHEN

Die dänische Agrarwirtschaft produziert bereits jede Menge ökologische und nachhaltige Lebensmittel. Am Willen, noch mehr zu produzieren, fehlt es nicht. Dieser Wille ist auch im Einzelhandel und im Foodservice vorhanden, wo sich der Fokus immer mehr auf Nachhaltigkeit und Ökologie richtet, ebenso wie auf den Wunsch, dem Bedarf der Verbraucher entgegenzukommen und ihn weiterzuentwickeln.

Manchmal ist es jedoch schwer, einander zu finden – also Produzent und Hersteller.

Deshalb hat der dänische Fachverband der Land- & Ernährungswirtschaft über einige Jahre eine Reihe von Maßnahmen ergriffen, die Produzenten und Einkäufer von Großhändlern, Foodservice und Einzelhandel zueinander bringen sollen, um bei der Entwicklung von Ökologie zusammenzuarbeiten.

#### EIN FELD BUCHEN

Einer der wichtigsten Trends auf dem Markt ist aktuell, den Abstand vom Boden bis zum Tisch zu verringern. Verankert in diesem Trend ist die Initiative ‚Ein Feld buchen‘ entstanden, eine Art ‚Business Dating‘ zwischen Bioproduzenten und Abnehmern aus Hotels, Restaurants, Kantinen, öffentlichen Küchen, dem Großhandel, Internethandel, Einzelhandelsketten und Lebensmittelunternehmen. Ziel ist es, dass Produzenten und Abnehmer ein besseres Verständnis für die gegenseitigen Bedürfnisse erhalten und passende Geschäftsbeziehungen finden.

#### BEREIT ZU LIEFERN

Eine andere Initiative ist ‚Bereit zu liefern‘, bei der Bioproduzenten, die gern Obst, Gemüse, Hülsenfrüchte, Getreide und andere pflanzliche Produkte liefern möchten, in einer digitalen und analogen Übersichtskarte zusammengefasst sind, damit der Foodservicesektor sie leichter finden kann.

”

*Die wenigsten Köche können sich einfach so einen Tag Zeit nehmen, um durch die Lande zu fahren und Bioproduzenten zu finden. Deshalb versuchen wir, mit ‚Ein Feld buchen‘ Produzenten und Köche an einem Ort zusammenzubringen.*

**Lærke Kirstine Lund**, Sektorleiterin für Pflanzen, Dänischer Fachverband der Land- & Ernährungswirtschaft

”

*Ich produziere meine Erzeugnisse mit großem Stolz und Fokus auf Nachhaltigkeit und Geschmack und ich merke, dass das Interesse an der Abnahme steigt. Dadurch kommt man auf den Geschmack, noch mehr Biolebensmittel für den Foodservice und den Einzelhandel zu produzieren und zu liefern.*

**Peter Mejnertsen**, Geschäftsführer, Mejnerts Mühle

”

*Es ist angenehm, diejenigen kennenzulernen, die produzieren, denn wenn ich ihnen meinen konkreten Bedarf erklären kann, können sie meist eine Lösung finden, wodurch eine gute Zusammenarbeit entsteht.*

**Jakob Nagel**, Geschäftsführer bei Gastronomiet, Cateringfirma

ÖKOLOGIE IST AUCH ETWAS FÜR SIE?

## PFLÜCKEN SIE ZUNÄCHST NIEDRIG HÄNGENDE BIOFRÜCHTE

Wenn die Entscheidung, mehr Biolebensmittel in die Küche zu bringen, getroffen ist, lautet die nächste Frage meist: „Wo soll ich anfangen?“ Anfangs kann es unüberschaubar sein, neue Produzenten zu finden, Erzeugnisse zu verkosten usw., was auf unterschiedliche Weise geschehen kann. Für manche ist eine Umstellung mit dem Biosiegel wichtig, bei der man eine prozentuale Umstellung des gesamten Lebensmittelangebots beginnt. Für andere ist es wichtiger, einzelne Kategorien zu betrachten und die Erzeugnisse umzustellen, die anfangs am sinnvollsten sind.

Ganz gleich welche Methode, so lautet der Rat derjenigen, die es bereits getan haben: Ein Schritt nach dem anderen. Beginnen Sie mit dem, was für Ihre Küche am einfachsten ist. Ein für die meisten brauchbares Modell besteht darin, dass man mit den grundlegenden Waren unten auf der so genannten ‚Ökologischen Treppe‘ beginnt.

Erfahrungen zeigen, dass es nach den ersten Schritten auf der ‚Ökologischen Treppe‘ einfacher wird, die nächsten zu machen und weitere Bioprodukte und Erzeugnisse aufzunehmen.

### Die ökologische Treppe



*Anfangs wirkte es unüberschaubar, aber als wir mit der Umstellung auf Biolebensmittel begonnen hatten, war alles plötzlich ganz einfach. Machen Sie einfach einen Schritt nach dem anderen.*

**Mona Carøe**, Chefökonomin, Klinik ‚Rigshospitalet Randers‘



### ÖKO-WISSEN

Kartoffeln, Karotten, Zwiebeln und Erbsen sind das Gemüse, das auf den dänischen ökologischen Feldern am meisten Platz beansprucht. Jährlich werden in Dänemark mehr als eine Milliarde Bio-Karotten, verteilt auf 40 verschiedene und sehr unterschiedliche Geschmacksnuancen, angebaut.

# BESCHAFFUNGSÜBEREINKOMMEN FÜR DIE ÖKOLOGIEUMSTELLUNG ÖFFENTLICHER KÜCHEN

Dänemark hat nicht nur den weltweit höchsten Anteil an Biolebensmitteln in Supermärkten, sondern auch einen hohen Anteil in sowohl öffentlichen als auch privaten professionellen Küchen.

Das aktuelle Beschaffungsübereinkommen für öffentliche Küchen in Dänemark (2021-2028) verspricht mehr ökologische und pflanzliche Mahlzeiten in 77 Gemeinden und zwei Regionen. Das Übereinkommen ist als Antwort auf die dänische Ernährungsrichtlinie entstanden, die öffentliche Küchen aufgefordert hat, Mahlzeiten durch Obst, Gemüse und Hülsenfrüchte pflanzenreicher zu machen.

Öffentliche Küchen in Dänemark servieren mehr als 1 Million Mahlzeiten pro Tag, unter anderem in Krankenhäusern, Kindertagesstätten und öffentlichen Einrichtungen. Das Beschaffungsübereinkommen, das einen

geschätzten Wert von 510 Millionen EUR hat, wird die ökologische und pflanzliche Agenda in vielerlei Hinsicht fördern. Beispielsweise wurde der Anteil an Bioprodukten von 18 % auf 24 % angehoben. Das Übereinkommen ermöglicht es, zu 100 % Biolebensmittel einzukaufen.

Das kommende Beschaffungsübereinkommen für öffentliche Küchen in Dänemark verspricht, den Anteil an ökologischen und pflanzlichen Mahlzeiten in Übereinstimmung mit der neuen Ernährungsrichtlinie zu erhöhen. Das Übereinkommen wird die Nachfrage nach nachhaltigen Lebensmitteln anregen und die Industrie voranbringen.



”

*Bei unserer Umstellung auf eine mehr ökologische Küche haben wir das Handwerk neu entdeckt. Für meine Beschäftigten macht es jetzt mehr Spaß, zur Arbeit zu gehen. Es war auf jeden Fall den Einsatz wert.*

**Michael Allerup**, Unit Manager, Klinik „Bispebjerg Hospital“



## WIE BRINGEN WIR MEHR BIOLEBENSMITTEL AUF DIE SPEISEKARTE, OHNE DAS BUDGET AUSZUKNOCKEN?

Das ist eine zentrale Frage, die wie eine Riesenherausforderung klingen mag, denn es besteht kein Zweifel, dass es für den Landwirt schwieriger ist, Bioerzeugnisse zu produzieren, und deshalb kosten sie auch mehr in der Anschaffung. Vielen Küchen ist es jedoch gelungen, auf Biolebensmittel umzustellen, ohne dass die Preise aus dem Ruder gelaufen sind. Dafür ist natürlich ein gewisser Einsatz nötig, aber es ist möglich.

**Hier sind einige Tipps von denjenigen, die erfolgreich das Budget für Biolebensmittel umsetzen konnten:**

- Verringerung von Lebensmittelverschwendung
- Wissensvermittlung durch Schulung und Ausbildung des Küchenpersonals
- Erhöhter Fokus auf saisonale Erzeugnisse
- Nutzung von mehr Handwerk und Essenszubereitung von Grund auf
- Stärkerer Fokus auf pflanzliche Mahlzeiten

Wie bei jedem Neubeginn erfordert die Gewöhnungsphase anfangs eine Änderung der Arbeitsabläufe und der Einstellung. Langfristig gibt es jedoch viele Beispiele dafür, dass mehr Biolebensmittel in der Küche auf wirtschaftlich nachhaltige Weise möglich sind.

”

*Wir überprüfen ständig, welche kostspieligen Produkte wir durch günstigere Bioprodukte ersetzen können. Beispielsweise kann man die teuren Kürbiskerne durch Biokarotten ersetzen, damit unser Roggenbrot ein reines Biobrot ist.*

**Mona Carøe**, Chefökonomin, Klinik ‚Rigshospitalet Randers‘

”

*Wir möchten gern umweltfreundliche und ökologische Menüs anbieten. Hier müssen wir jedoch einen Schritt zurückgehen und besser darin werden, Speisen von Grund auf zuzubereiten, Sensorik zu lernen und die Erzeugnisse zu verstehen.*

**Christian Bojlund**, Inhaber und Koch, Løgten Madhus



## ÖKO-WISSEN

Produktion und Verbrauch werden zukünftig wahrscheinlich messbarer und nachhaltiger. Dafür sind Instrumente nötig, um die Gesamtklimabelastung eines Produkts ‚von der Wiege bis zum Grab‘ zu berechnen. Ein Instrument, das Nachhaltigkeit anhand sämtlicher Nachhaltigkeitsaspekte berechnet, ist die Lebenszyklusanalyse, bei der Biolebensmittel sehr gut abschneiden.



Erfahren Sie mehr über Ökologie auf  
[www.AgricultureAndFood.dk](http://www.AgricultureAndFood.dk)

und Innovation Centre for Organic Farming  
[www.ICOEL.dk/en](http://www.ICOEL.dk/en)



Dänischer Fachverband der  
Land- & Ernährungswirtschaft

Mit Unterstützung von:  **PLANT-BASED  
FOOD GRANT**