



MINISTERIUM
FÜR ERNÄHRUNG
UND LÄNDLICHEN RAUM

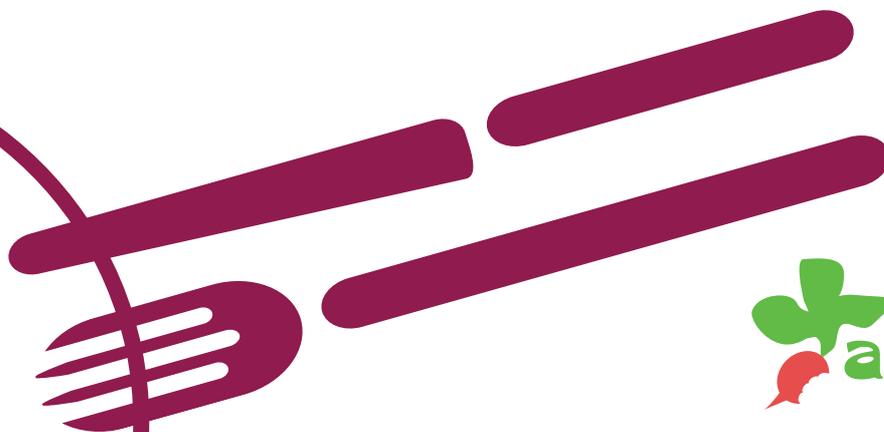


Bundesministerium für
Verbraucherschutz, Ernährung
und Landwirtschaft

Leitfaden

Regionaltypische Verpflegung im naturnahen Tourismus

am Beispiel der Naturfreunde Häuser



 **anbeissen**
Leckeres
aus der Region



Inhalt

1

Vorwort Bundesministerin Renate Künast	2
Vorwort Michael Müller	3
Gesunde Verpflegung mit regionalen Lebensmitteln ...	4
 Anbeifen: Umwelt schützen mit Genuss	5
NaturFreunde und ihr Leitbild der Nachhaltigkeit	6
Zwei Regionen, vier Häuser und viele Ideen	8
Schritt für Schritt zum regionaltypischen Angebot	11
Fachliche Tipps zur Entwicklung regionaler Angebote ...	15
Die neuen regionalen Angebote rechnen sich	26
 Anbeifen – auch in Zeitungen und im Radio	34
Mit regionalen Köstlichkeiten selbst bedient	37
Fazit	41
Von A wie Apfel bis W wie Wein	43
Rezepte	55
Zum Weiterlesen	60
Adressen	61
Impressum	64



Renate Künast



Liebe Leserinnen und Leser, die Stärkung ländlicher Räume ist mir ein zentrales agrarpolitisches Anliegen. Um dieses Ziel zu erreichen, muss die Wertschöpfung in den Regionen erhöht werden. Ein wichtiger Ansatzpunkt hierfür ist die Erschließung von Einkommensalternativen für Landwirte und neuen Erwerbsmöglichkeiten für die ländliche Bevölkerung durch regionale Initiativen. Viele Regionen verfügen über das notwendige Potenzial, zum Beispiel in Form touristisch attraktiver Landschaften, einer intakten Infrastruktur und vor allem ideenreicher und tatkräftiger Menschen. Dies muss „nur“ umgesetzt werden.

Das Modellvorhaben „Regionaltypische Verpflegung im naturnahen Tourismus am Beispiel der Naturfreunde Häuser“ zeigt, was möglich ist, wenn „Kräfte aus der Region – für die Region“ mobilisiert werden: Von der ersten Idee, lokale Direktvermarktung und touristische Dienstleistungen stärker zu vernetzen, bis hin zur Umsetzung konkreter Verpflegungskonzepte für die Naturfreunde Häuser.

Der vorliegende Leitfaden vermittelt die im Projekt gesammelten Erkenntnisse und Erfahrungen. Er soll dazu beitragen, dass die Idee nicht nur bei den Naturfreunde Häusern, sondern auch bei vielen anderen ländlichen Einrichtungen, wie z. B. Jugendherbergen, Kur- und Erholungshäusern oder auch bei Bildungseinrichtungen bundesweit umgesetzt wird.

Allen am Projekt Beteiligten möchte ich an dieser Stelle für ihren Einsatz und ihr Engagement danken. Der Dank gilt insbesondere den Projektleitern, den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Agrarverwaltungen von Baden-Württemberg, den Naturfreunde Häusern in der Projektregion und nicht zuletzt allen beteiligten Landfrauen und Landwirten. Danken möchte ich aber auch den Mitgliedern des Projektbeirates, die durch ihre Fachkenntnisse und Erfahrungen wesentlich zum Projekterfolg beigetragen haben.

Renate Künast
Bundesministerin für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft

Michael Müller



Die NaturFreunde sind der Verband für Nachhaltigkeit. Wir haben uns die ökologisch verträgliche und soziale Verbindung von Umwelt, sanftem Tourismus, Kultur und Sport auf die Fahnen geschrieben. Mehr als 700 Ortsgruppen und ihre 468 Naturfreunde Häuser in Deutschland tragen dazu bei, diese Idee in praktische Angebote im Freizeitsektor umzusetzen. Der sinnvolle und schonende Umgang mit der Natur gehört schon seit unserer Gründung 1895 zu den Grundprinzipien der NaturFreunde. Viele unserer Häuser leisten einen Beitrag zum Klimaschutz, sie sparen Energie und setzen regenerative Energien ein. Sie bieten Naturerlebnisse und Umwelterfahrung, vor allem für Familien und Kinder. Auch beim Verpflegungsangebot zeigen Naturfreunde Häuser, dass ihnen der Erhalt von Kulturlandschaften, der Umwelt- und der Tierschutz wichtige Anliegen sind. Bevorzugt werden umwelt- und verbraucherfreundlich erzeugte Lebensmittel und die Zusammenarbeit mit regionalen Erzeugern. Damit unterstützen wir ländliche Strukturen, unsere Gäste wissen das zu schätzen.

Mit dem vom Bundesministerium für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft und dem Ministerium für Ernährung und Ländlichen Raum Baden-Württemberg geförderten Modellprojekt wurden Möglichkeiten aufgezeigt und erprobt, wie regionaltypische Verpflegung und Freizeitaktivitäten in ländlichen Räumen verknüpft werden können. Modellregionen waren der mittlere Schwarzwald und der Bodensee. Es hat sich gezeigt, dass es möglich ist, regionale Produkte auf Dauer im Angebot von Naturfreunde Häusern zu platzieren. Im aktuellen Verzeichnis unserer Häuser geben bereits 50 Naturfreunde Häuser an, dass sie regionale Erzeugnisse anbieten, Tendenz steigend.

Wir danken den Verantwortlichen im Bundesministerium für Verbraucherschutz und im Ministerium für Ernährung und Ländlichen Raum Baden-Württemberg sowie dem Amt für Landwirtschaft in Donaueschingen für die Förderung, die freundliche und tatkräftige Unterstützung des Projektes. Wir danken auch den beteiligten Landesverbänden Baden und Württemberg und den Verantwortlichen der Naturfreunde Häuser Neustadt, Kniebis, Bodensee und Naturkolleg Hirzwald für ihr Engagement. Ohne aufgeschlossene Hausverantwortliche ist regionale Verpflegung nicht möglich, aber der Aufwand lohnt sich. Örtliche Landwirtschaftsverwaltung sowie Direktvermarkter und Erzeugergemeinschaften sind uns wertvolle Partner. In diesem Sinne: Guten Appetit und viel Freude beim Genuss regionaler Vielfalt in unseren Naturfreunde Häusern!

Ihr
Michael Müller, MdB
Bundesvorsitzender der NaturFreunde

Gesunde Verpflegung mit regionalen Lebensmitteln

4

Basis von **anbeißen - Lecker aus der Region** ist das Modellvorhaben „Regionaltypische Verpflegung im naturnahen Tourismus am Beispiel der Naturfreundehäuser“. Durch die Vernetzung von Direktvermarktern, touristischen Anbietern und Gästen ist es gelungen, die Akzeptanz und Verbreitung regionaler Produkte zu fördern. Es sollten zusätzliche Absatzwege erschlossen und geeignete Maßnahmen entwickelt werden, um regional erzeugte Lebensmittel dauerhaft im Angebot von Naturfreundehäusern zu platzieren. Immer mehr Gäste legen Wert auf gesunde und schmackhafte Ernährung mit frischen Produkten – zu Hause genauso wie bei Freunden, auf Ausflügen oder im Urlaub. Diese Gäste waren Zielgruppe des Modellvorhabens gemeinsam mit Betreibern von Freizeiteinrichtungen wie den Naturfreundehäusern. Dazu kamen Erzeuger und Direktvermarkter in der Region als Kooperationspartner. Sie wurden zur verstärkten Zusammenarbeit ermuntert.

Mit **anbeißen - Lecker aus der Region** wird auf den gewonnenen Erfahrungen aufgebaut: Naturfreundehäuser sind traditionell Orte der Begegnung mit Natur und Kultur der jeweiligen Region. Direktvermarktern können sie außerdem eine Plattform zum Kontakt mit Gästen, zur Information und Überzeugungsarbeit bieten. Beispielhaft kann aufgezeigt werden, wie sich regionaltypische Verpflegung und Freizeitaktivitäten im ländlichen Raum verknüpfen lassen.

Die Vermarktung von regionalen Lebensmitteln in Naturfreundehäusern kommt den einzelnen Regionen, ihren Bauern und Bäuerinnen zugute. Sie sichert Einkommensmöglichkeiten, gerade für kleinere landwirtschaftliche Betriebe. Sie steigert aber auch die Attraktivität der Naturfreundehäuser, denn ein sinnvoller und schonender Umgang mit der Natur gehört zu den Grundprinzipien des Verbandes. Lebensmittel aus der Region

zu verwenden, hat viele Vorteile:

- kurze Transportwege,
- kontrollierbare Qualität, artgerechte Tierhaltung,
- attraktive Freizeitmöglichkeit.

In Naturfreundehäusern und vergleichbaren Einrichtungen kann der Bezug interessierter Besucherinnen und Besucher zu den Bauern und ihren Familien gefördert werden. Die neuen Absatzmöglichkeiten sichern Arbeitsplätze in der Landwirtschaft und dem Handwerk der jeweiligen Regionen; Traditionen, lokale Spezialitäten, aber auch heimische Nutztierassen werden vor dem Aussterben bewahrt.

Der vorliegende Leitfaden führt haupt- und ehrenamtliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Naturfreundehäusern und anderen Freizeiteinrichtungen (Kinder- und Erholungsheime, Jugendherbergen, Wanderheime, ländliche Bildungsträger, Seminarhäuser) an regionaltypische Produkte heran und unterstützt sie in der Praxis. Er möchte dazu beitragen, die gewonnenen Erkenntnisse und Erfahrungen zu vermitteln und helfen, die Idee des Projekts umzusetzen. Die Naturfreunde wollen einen Beitrag zur Zusammenarbeit in den Regionen leisten. Wir wollen Erzeuger, Vermarkter, Landwirtschaftsverwaltung und Regionalpolitiker über die zusätzlichen Absatzmöglichkeiten informieren. Um das Anliegen öffentlichkeitswirksam darzustellen, wurde ein Kampagnenlogo mit Slogan kreiert.



Umwelt schützen mit Genuss

5

Der ländliche Raum und seine Entwicklung gewinnen wieder an Bedeutung. Eine regionale Vernetzung verschiedener wirtschaftlicher Aktivitäten – von der Direktvermarktung bis zum ländlichen Tourismus – trägt dazu bei, die Wertschöpfung vor Ort zu erhöhen und landwirtschaftlichen Betrieben alternative Einkommensmöglichkeiten zu erschließen. Gerade in Regionen mit kleineren Höfen ist es wichtig, das Angebot an landwirtschaftlichen Dienstleistungen auszubauen. So wird Einkommen gesichert und der ländliche Raum gestaltet.

Viele Naturfreundehäuser liegen in besonders reizvollen Landschaften Deutschlands. Sie sind darauf angewiesen, diese als Erholungs- und Urlaubsregionen zu erhalten. Bei immer mehr Bürgerinnen und Bürgern setzt sich die Meinung durch, dass unsere Kulturlandschaft schützenswert ist. Allerdings haben kleinbäuerliche Strukturen, wie sie in Teilen der deutschen Landwirtschaft vorherrschen, auch angesichts der EU-Agrarpolitik eine ungewisse Zukunft. Nur: wenn diese Strukturen verloren gehen, ist der Fortbestand unserer Kulturlandschaften nicht mehr gesichert. Gerade deshalb lohnt es sich, das Angebot landwirtschaftlicher Erzeugnisse von den Produkten der landwirtschaftlichen Massenproduktion abzuheben. Regionalität wird zum Qualitätskriterium landwirtschaftlicher Produkte.

Wichtig für **anbeißen - Lecker aus der Region** ist die Tatsache, dass sich die Essgewohnheiten in den vergangenen Jahren verändert haben. Die Verunsicherung durch Lebensmittelskandale im In- und Ausland führte zur kritischen Auseinandersetzung mit dem Thema Ernährung und zu einem neuen Qualitätsbewusstsein. Stärker als früher werden Produkte nachgefragt, deren Erzeugung und Vermarktungswege transparent erscheinen. Gäste möchten wissen, woher die Lebensmittel kommen

und wie sie erzeugt werden. Eine große Chance für regionale Angebote!

Lebensmittel aus regionaler und ökologischer Erzeugung liegen im Trend. Ihr Anteil am Gesamtverbrauch nimmt zu – langsam, aber stetig. Transparentere Herstellung gibt den Verbraucherinnen und Verbrauchern die Sicherheit, sich mit Qualität zu versorgen – in puncto Ökologie, Genuss, Geschmack und Nährwert. Der in vielen Jahren gewachsenen Akzeptanz von Fast-Food und Halbfertig-Produkten stehen ernährungsbewusste Bürgerinnen und Bürger gegenüber. Und mit ihnen eine ganze Bewegung: „Slow-Food“ richtet sich gegen anonyme, vereinheitlichte Angebote der Landwirtschafts- und Ernährungsindustrie und steht für die Rückbesinnung auf Lebensmittel aus heimischer, naturnaher und/oder ökologischer Erzeugung.

Diese Rückbesinnung wird durch regionale Spezialitäten gefördert. Sie stehen für die Vielfalt von Landstrichen: Käse von Hofkäseereien, Streuobstsäfte von heimischen Wiesen, Fleisch aus artgerechter Tierhaltung, der Jahreszeit entsprechende Gemüseangebote, Brot nicht gebacken aus industriellen Fertigmischungen, Milch, die nicht hunderte LKW-Kilometer hinter sich hat.

Die Vermarktung von regionalen und/oder ökologischen Lebensmitteln bietet Bauern ein zusätzliches wirtschaftliches Standbein. Neben dem Ab-Hof-Verkauf, der Beschickung von Wochenmärkten, Bauernmärkten und -läden gehört dazu auch der Absatz an die Gastronomie. Ergo: Naturfreundehäuser, die ihre Speisekarte umstellen, werden nicht nur viel positive Resonanz von ihren Gästen erfahren, sie leisten auch einen Beitrag zum Erhalt naturnaher Kulturlandschaft.



NaturFreunde und ihr Leitbild der Nachhaltigkeit

6

Die NaturFreunde verstehen sich als Teil der ökologisch-sozialen Bewegung in Deutschland und Europa. Deshalb setzen sie sich besonders ein für:

- sanften Tourismus,
- die Entwicklung ländlicher Regionen,
- zukunftsfähige Arbeitsplätze in der Landwirtschaft und im ländlichen Raum,
- bezahlbare und gesunde Lebensmittel,
- den Umbau der Landwirtschaft und die aktive Gestaltung ländlicher Räume nach den Prinzipien der Nachhaltigkeit,
- aktiven Klimaschutz und die Senkung des Energieverbrauchs,
- Umwelt- und Naturschutz.

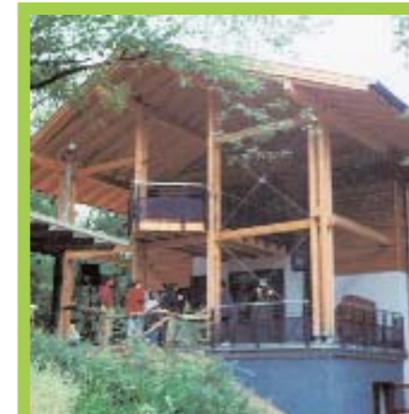
Entstanden sind die NaturFreunde 1895 in Wien als Teil der Arbeiterbewegung. Karl Renner, später österreichischer Bundespräsident, und einige Freunde wollten Arbeiterinnen und Arbeitern eine Perspektive geben, sie herausholen aus ihren viel zu kleinen Wohnungen, wollten Gemeinnsinn stiften und das Bewusstsein für die Natur wecken. Er kämpft wurde unter anderem ein freies Wegerecht in den Bergen nicht nur für Adel und Bürgertum, sondern auch für die Arbeiterschaft. „Berg frei“, der Gruß der NaturFreunde, erinnert daran noch heute.

1905 gründete sich als 42. im Gesamtverein die Ortsgruppe München. 2005 werden die deutschen NaturFreunde ihren 100. Geburtstag feiern. Leitbild heute ist die Nachhaltig-

keit. Daran sind auch Landwirtschaft und Landwirtschaftspolitik auszurichten, denn: Natur- und Verbraucherschutz waren zu lange nur Randthemen der Politik. Erst nach einer Reihe von Skandalen wie der BSE-Krise haben viele Verbraucher und Erzeuger begonnen, umzudenken.

Auch die NaturFreunde wollen erreichen, dass immer mehr Lebensmittel auf natürliche Weise im Einklang mit der Natur produziert werden, dass immer mehr Verbraucherinnen und Verbraucher nach solchen Angeboten greifen. Sie wollen eine Landwirtschaft stärken, die den Wettbewerb über die Qualität des Produkts sucht. Die Verantwortlichen in Politik, Umwelt-, Verbraucher- und Bauernverbänden, aber auch in der Wissenschaft sind aufgerufen, das Leitbild einer nachhaltigen Landwirtschaft konkret auszugestalten. Mit Leben füllen müssen es Erzeuger und Verbraucher selber.

Naturfreundehäuser (von links nach rechts): Naturkolleg Hirzwald, Burg Hohnstein, Elmstein, Rüsselsheim, 'Am Rennsteig' Oberhof



NaturFreunde und ihr Leitbild der Nachhaltigkeit

7

Die Häuser in Deutschland

In Deutschland gibt es 468 Naturfreundehäuser – von den Alpen bis zur Nordsee. Das Spektrum reicht von der modernen Familienferienstätte in Zinnowitz auf Usedom mit 240 Betten bis zur Selbstversorgerhütte mit wenigen Lagerplätzen. Die meisten Häuser liegen außerhalb der Städte, oft mitten im Wald und oft in Landschafts- oder Naturschutzgebieten. Sie sind Stätten der Begegnung in Freizeit und Urlaub, Wanderstützpunkte, Schullandheime, Seminarhäuser, Familienferienstätten, Gasthäuser, Tagungsstätten und Vereinsheime, ideal für alle, die in freier Natur Erholung und Entspannung suchen, sanften Natursport betreiben wollen oder ungestörte Spielplätze für ihre Kinder suchen.

Das Spektrum spiegelt sich in der neuesten Auflage des Verzeichnisses der Naturfreundehäuser in Deutschland wider (Naturfreunderverlag Freizeit und Wandern, Berlin 2003). 166 Häuser werden voll bewirtschaftet, 74 bieten Verpflegung nach Absprache und 83 Häuser haben Selbstverpflegung. Die Häuser der NaturFreunde sind offen auch für Nicht-

mitglieder. Dementsprechend weist die Statistik über eine Million Übernachtungen pro Jahr aus.

Die NaturFreunde verstehen sich als Verband der Nachhaltigkeit, viele Häuser leisten einen Beitrag zum Klimaschutz, indem sie auf regenerative Energien setzen, Energiesparpotentiale nutzen und Umwelt- und Naturerlebnisse anbieten. Eine Vorbildfunktion können sie jetzt auch dank eines veränderten Verpflegungsangebots übernehmen – mit dem Ziel, Kulturlandschaften zu erhalten, Umwelt und Tiere dank artgerechter Haltung zu schützen, eine umwelt- und verbraucherfreundliche Lebensmittelerzeugung zu unterstützen und mit regionalen Erzeugern zusammenzuarbeiten. Die regionale Landwirtschaftsverwaltung, aber auch Erzeugergemeinschaften sind dabei wichtige Partner.

Bestelladresse für das Häuserverzeichnis der NaturFreunde siehe S. 63



Zwei Regionen, vier Häuser und viele Ideen

Für die Startphase von **Leckeres aus der Region** wurden Häuser mit unterschiedlichsten Strukturen ausgewählt, um die gewonnenen Erkenntnisse später auf möglichst viele übertragen zu können:

1. Naturfreundehäuser ohne Bewirtschaftung/Selbstversorgerhäuser,
2. Ehrenamtlich teilbewirtschaftete Häuser mit Verkauf von Verpflegung,
3. Naturfreundehäuser mit Küche und Vollbewirtschaftung.

Schließlich fanden sich vier Modellhäuser im Schwarzwald und am Bodensee:

- 🏠 Naturfreundehaus Bodensee (LV Baden) in Radolfzell-Markelfingen, voll bewirtschaftet
- 🏠 Naturfreundehaus Titisee-Neustadt (LV Baden), teilbewirtschaftet
- 🏠 Naturfreundehaus Kniebis (LV Württemberg) bei Freudenstadt, voll bewirtschaftet
- 🏠 Naturkolleg Hirzwald (LV Württemberg) bei St. Georgen, Selbstversorgerhaus.



NFH Vereinsheim Neustadt (L 32)
Schützenstraße
(nahe Sprungschanze)
79822 Titisee-Neustadt
Tel. 0 76 51 / 23 12



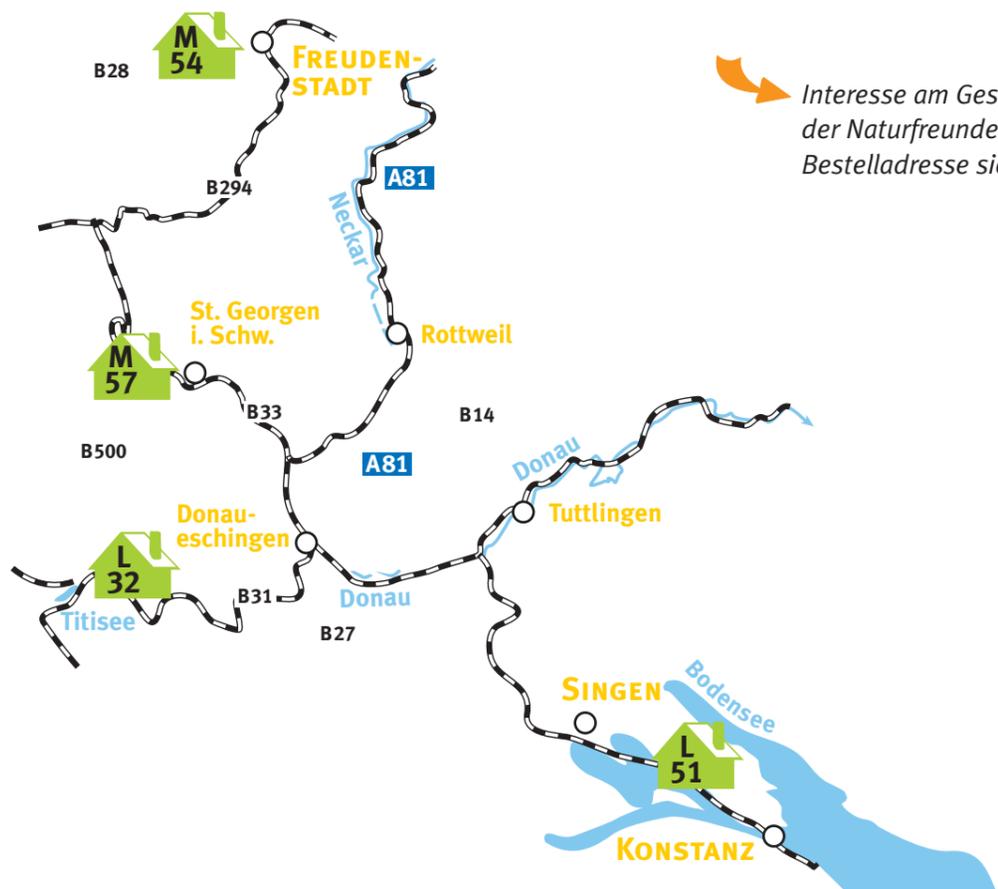
NFH Bodensee (L 51)
Radolfzeller Straße 1
78315 Radolfzell-Markelfingen
Tel. 0 77 32 / 1 04 30
Fax 0 77 32 / 1 35 95
nfhbodensee@t-online.de



NFH Kniebis (M 54)
Naturfreundeweg 12
72250 Freudenstadt
Tel. 0 74 42 / 32 94
Fax 0 74 42 / 12 36 70
kniebis@khbgmbh.de



NFH Naturkolleg Hirzwald (M 57)
Im Hirzwald 5
78112 St. Georgen
Tel. 0 77 24 / 64 71
Fax 0 77 24 / 9 48 67 03
naturkolleg.hirzwald@web.de



↪ *Interesse am Gesamtverzeichnis der Naturfreundehäuser? Bestelladresse siehe S. 63*

Zwei Regionen, vier Häuser und viele Ideen

Im Schwarzwald und am Bodensee

Für die Auswahl der Modellregionen waren folgende Kriterien ausschlaggebend:

- Lage im badischen und im württembergischen Landesteil,
- Beteiligung beider Landesverbände der NaturFreunde,
- Projektbüro vor Ort, unterstützt von einem Amt für Landwirtschaft, dessen Leitung und Mitarbeiter aufgeschlossen und zur Kooperation bereit waren,
- geeignete Strukturen in der Land-

wirtschaft, vor allem einigermaßen gut organisierte Direktvermarkter, Naturfreundehäuser mit engagierten Verantwortlichen.

Die Regionen Schwarzwald und Bodensee haben sich als geeignet erwiesen. Mit dem Amt für Landwirtschaft in Donaueschingen fand sich ein aufgeschlossener Kooperationspartner, der die Logistik und das nötige Wissen zur Verfügung stellte.

Träger des Projekts ist der Bundesvorstand der NaturFreunde Deutschlands. Eng wurde mit dem Bundesministerium für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft (BMVEL) sowie dem Ministerium für Ernährung und Ländlichen Raum Baden-Württemberg (MLR) zusammengearbeitet, die das Projekt gefördert und begleitet haben. Der Bewilligungszeitraum erstreckte sich vom 1. März 2002 bis zum 31. August 2003 und wurde bis zum 31. Dezember 2003 verlängert. Alle relevanten Fragen sind mit dem BMVEL und dem MLR abgestimmt.

Zur Projektgruppe gehörten unter anderem Vertreter der beteiligten Akteure, der NaturFreunde-Landesverbände Baden und Württemberg, der ausgewählten Naturfreundehäuser, der Landwirtschaftsverwaltung und bei Bedarf lokale Partner. Ein projektbegleitender Beirat hat die Steuerung übernommen und bei der Umsetzung von Entschei-

dungen und Aktivitäten im politischen Umfeld geholfen. Dieser Beirat setzte sich zusammen aus Vertreterinnen und Vertretern

- des BMVEL,
- des MLR,
- des Amts für Landwirtschaft Donaueschingen,
- der NaturFreunde-Landesverbände Baden und Württemberg,
- der Projektleitung,
- der Tourismusverbände,
- des Landfrauenverbands Südbaden und Württemberg-Hohenzollern,
- des Naturschutzbunds NABU e. V.,
- der Arbeitsgemeinschaft Ökologischer Landbau AÖL,
- des Deutscher Alpenvereins.

Angesprochen wurden außerdem die regionalen Landwirtschaftsverbände und Erzeugergemeinschaften.





Schritt für Schritt zum regionaltypischen Angebot

Wer seinen Gästen auf der Speisekarte erfolgreich Neues präsentieren will, muss selber von dem Angebot überzeugt sein. Deshalb wurden in Zusammenarbeit mit den Verantwortlichen der vier Naturfreundehäuser Konzepte entwickelt und erprobt, um regionaltypische Produkte dauerhaft zu etablieren.

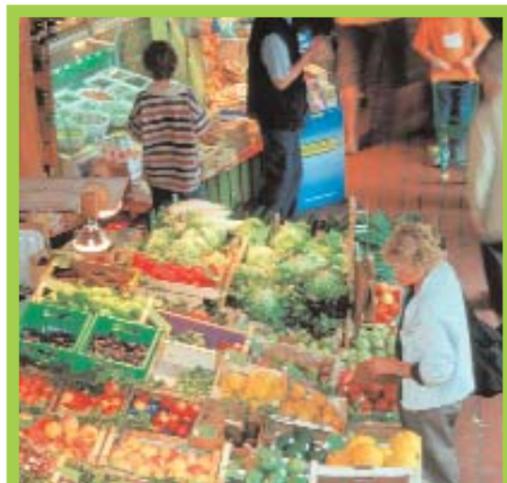
Der Projektzeitraum von 18 Monaten teilte sich in vier Phasen:

Phase 1 Information und Einführung in die Projektidee, Suche nach Kooperationspartnern, Bildung der Projektgruppe, Entwicklung von Grobkonzepten, Bildung eines Projektbeirates, Untersuchung der Akzeptanz, Ideensammlung, Probelauf.

Phase 2 Auswertung des Probelaufs, Entwicklung konkreter Vermarktungsstrategien für die unterschiedlichen Häuserstrukturen, Entwicklung von Vermarktungskonzepten, Qualifizierung der Hausbetreiber, Workshops zur Unterstützung der Kooperation, Erstellung von Informationsmaterial.

Phase 3 Erprobung der regionalen Verpflegungskonzepte für die vier beteiligten Naturfreundehäuser, Controlling und Öffentlichkeitsarbeit.

Phase 4 Evaluierung der Konzepte (Wirtschaftlichkeit, Nachfrage, Akzeptanz), Präsentation und Verbreitung der Projektergebnisse, Erstellung von Leitfaden und Abschlussbericht.



Zur Unterstützung des Projektes fanden verschiedene Workshops statt, bei denen die direkt und indirekt beteiligten Akteure (unter anderem Direktvermarkter, Landfrauen, Betreiber der Naturfreundehäuser, Verwaltung) gemeinsam Ideen erörterten. Im Mittelpunkt der Arbeit stand immer das Ziel, alle Konzepte so zu entwickeln, dass sie übertragbar sind auf andere Kooperationsvorhaben im Bereich von Direktvermarktung und Tourismus. Die beteiligten Naturfreundehäuser wollten eine Vorbildfunktion auch für andere Freizeiteinrichtungen übernehmen.

Eine Idee wird geboren

Mit 17 Naturfreundehäusern wurde Kontakt aufgenommen, um das Interesse an regionaler Verpflegung zu sondieren. Auffallend: jüngere Betreiber reagierten aufgeschlossener. In Abstimmung mit den Landesverbänden fand die Auswahl der vier Modellhäuser statt.

Das Projekt bekam einen Namen, dann wurden Informationsmaterialien erstellt und **„Ambießen - Leckeres aus der Region“** wurde auf Landeskonferenzen und einem großen Landestreffen der NaturFreunde im Sommer 2002 in Pforzheim präsentiert. Interessierte Mitglieder konnten sich mehrfach und umfassend in der Verbandszeitung „NaturFreundIn“ informieren. Eine fundierte fachliche Begleitung war gewährleistet durch die Vertreter und Vertreterinnen aus Praxis und Verwaltung im Projektbeirat.

Von März bis Oktober 2002 intensivierten **Phase 1** sich die Kontakte zu regionalen Anbietern – in enger Absprache mit den Vertretern der Naturfreundehäuser und der Landwirtschaftsämter. Dabei bewährten sich folgende Veranstaltungen und Aktionen:

- Erfassung möglicher regionaler Lieferanten
- Workshops mit Direktvermarktern und Hausverantwortlichen
- Bauernladenbesuche und Gespräche
- Tag der offenen Tür in Naturfreundehäusern mit regionalen Buffets
- Entwicklung von Informations- und Werbematerial
- Information und Befragung der Gäste
- Beratung durch Landwirtschaftsämter, Kontaktvermittlung
- Entwicklung von Konzepten für unterschiedliche Häuser.

Phase 2 Im nächsten Schritt haben die Hausbetreiber die Materialien zur Information ihrer Gäste erhalten:

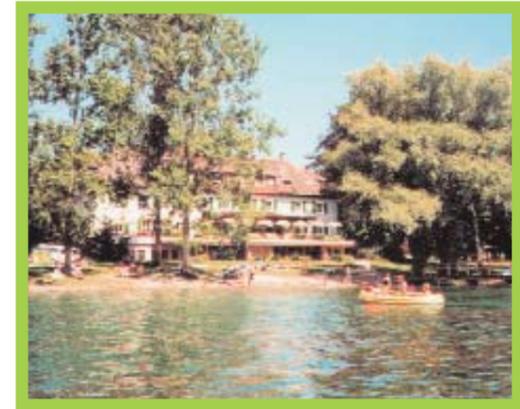
- ein Faltblatt über regionale Verpflegung,
- ein Plakat
- Blanko-Speisekarten für die eigenen regionalen Produkte

Außerdem entwickelten einzelne Häuser ein ökologisches und naturpädagogisches Rahmenprogramm mit Öko-Rallyes, Bauernhofbesuchen, Natur- und Landschafts-Erlebnistouren.

Jedem Haus sein Konzept

Selbstversorgerhäuser und ehrenamtlich teilbewirtschaftete Häuser: In dieser Projektphase wurden in Zusammenarbeit mit den Lieferanten Bestell-Listen erarbeitet, die den Gästegruppen bei der Buchung zugesandt werden. Die Grundversorgung erfolgt über örtliche Bauernmärkte und Bauernmarktläden. Neben Backwaren, Brot, Wurst und Gemüse können auch Getränke direkt von den Produzenten bezogen werden. Für kleinere und nur teilweise bewirtschaftete

Schritt für Schritt zum regionaltypischen Angebot



Häuser ist bei der Auswahl der Lieferanten zu beachten:

- auch kleinere Mengen können bestellt werden, portionsweise Abgabe und Verpackung möglich (z. B. Einschweißen in Folie)

Je konkreter die Herangehensweise, desto leichter ist Skepsis zu überwinden: Direktvermarkter mit errechneten Abnahmemengen konfrontieren!

Voll bewirtschaftete Häuser mit hauptamtlichem Personal: Je nach Region und Publikum wurden für die einzelnen Häuser individuelle Verpflegungskonzepte entwickelt. Bewährt hat sich die Vorgehensweise in Markelfingen. Die Verantwortlichen des großen, stark frequentierten Naturfreundehauses Bodensee mit öffentlicher Gaststätte haben ihre Gäste befragt, um das Interesse an regionalen und biologischen Lebensmitteln herauszufinden. Als erste Neuerung auf der Speisekarte wurde ein regionaler Gemüseteller mit frischem Gemüse vom Bodensee angeboten.



Schritt für Schritt zum regionaltypischen Angebot

12

Da in der Bodenseeregion viel Obst und Gemüse angebaut wird, kann das Haus einen Großteil der Lebensmittel aus der Region beziehen. Bei Fleisch und Fleischprodukten war die Situation anders. Als Alternative wurde über Fleisch und Fleischprodukte aus ökologischer Tierhaltung nachgedacht. Bio-Fleisch kostet in der Regel allerdings 50–100 Prozent mehr als vergleichbare konventionelle Produkte. Immerhin ergab die Gästebefragung, neben dem großen Interesse an frischen Lebensmitteln, auch, dass ein begrenzter Mehrpreis von rund 10 bis 20 Prozent als akzeptabel empfunden wird.

Kniebis Im Naturfreundehaus Kniebis, einem voll bewirtschafteten Haus, ist es dank intensiver Suche nach geeigneten Lieferanten gelungen, praktisch die gesamte Verpflegung auf regionale und ökologische Produkte umzustellen. Es zeigte sich, dass bei der Umstellung auf regionale Lebensmittel ein Einstieg mit Produkten empfehlenswert ist, die organisatorisch gut zu handhaben sind, zum Beispiel Säfte von Streuobstwiesen oder haltbare Würste. Natürlich bieten sich auch Waren an, bei denen sich Unterschiede zu Industrieprodukten deutlich schmecken lassen, wie handwerklich hergestellter Käse von Hofkäsereien oder Bauernbrot.

Theorie und Praxis

Phase 3 In der dritten Projektphase galt es, die Konzepte in der Praxis zu erproben und in die Öffentlichkeitsarbeit einzusteigen. Folgende Aktionen wurden geplant:

- ein Multiplikatorenseminar für Betreiber von Naturfreundehäusern mit Praxisbeispielen und Musterkalkulationen
- Gästebefragungen in mehreren Häusern

- Controlling
- Vorstellung des Projektes auf Konferenzen der Naturfreundehäuser
- Öffentlichkeitsarbeit, Presseartikel
- öffentlichkeitswirksame Maßnahmen, wie Tag der offenen Tür oder Familienwochenende zum Thema ‚Ernährung‘ mit Besuch eines Bioland-Bauernhofes im Schwarzwald
- Ausschreibung eines vegetarischen Kochkurses
- Entwicklung weiterer Verpflegungskonzepte: Mietkoch-Service

Zum Abschluss des Projektes wurden die Erfahrungen zusammengetragen und ausgewertet, Stichworte wie Akzeptanz, Wirtschaftlichkeit und Nachfrage standen dabei genauso im Mittelpunkt wie die Diskussion der aufgetretenen Probleme und Schwierigkeiten. Für Transparenz sorgte die Erstellung eines Abschlussberichtes samt Schlussrechnung. Auf einer regionalen Fachtagung wurden die Projektergebnisse vorgestellt. Der Plan, den vorliegenden Leitfaden aufzulegen, wurde umgesetzt. Die gewonnenen und ausgewerteten Erfahrungen stehen dadurch einem breiten Interessentenkreis zur Verfügung.



Schritt für Schritt zum regionaltypischen Angebot

13



Aufgetretene Schwierigkeiten

Es hat sich gezeigt, dass das Vorhaben, regionale Produkte dauerhaft in Naturfreundehäusern und ähnlichen Einrichtungen zu platzieren, mehr Zeit erfordert als ursprünglich vorgesehen. Dementsprechend wurde der Projektzeitraum um vier Monate bis zum 31. Dezember 2003 verlängert.

Der für das Modellhaus Titisee-Neustadt wichtige örtliche Bauernmarktladen wurde wegen mangelnder Rentabilität leider geschlossen. Dadurch war es mühsamer und zeitaufwendiger, die regionalen Lebensmittel bei den einzelnen Erzeugern einzukaufen. Es zeigte sich, dass mit einer breiteren Lieferantenbasis Engpässe oder Ausfälle besser ausgeglichen werden können.

Ein Workshop zur ökologischen Verpflegung von Jugendlichen und Schulklassen und ein vegetarischer Kochkurs für NaturfreundeKöche und -köchinnen musste leider wegen mangelnder Betei-

ligung abgesagt werden. Daraus ist der Schluss zu ziehen, dass es bei der Vorbereitung derartiger Aktionen nicht nur wichtig ist, Inhalte und den fachlichen Bezug in den Mittelpunkt der Arbeit zu stellen, sondern dass die Öffentlichkeitsarbeit als gleichwertig erachtet werden muss. Die schönsten Aktionen bleiben sinnlos, wenn niemand weiß, dass sie stattfinden.

Insbesondere bei Fleisch aus ökologischer Tierhaltung waren die Preise manchen Verantwortlichen in den Naturfreundehäusern zu hoch. Eine mögliche Lösung besteht darin, Fleischportionen zu verkleinern und die Rezepturen zu verändern.

↪ siehe dazu auch die Kapitel: *‘Die neuen regionalen Angebote rechnen sich’* auf S. 29ff. und *‘Anbieten – auch in Zeitungen und im Radio’*, S. 36 ff.



Fachliche Tipps zur Entwicklung regionaler Angebote



Die Voraussetzung dafür, regionale und biologische Lebensmittel erfolgreich einzuführen, ist eine positive Einstellung der Hausverantwortlichen, der Küchenleitung und der Gäste zur Umstellung des Angebotes. Geeignete Lieferanten müssen erreichbar vorhanden sein, die neuen Speisen glaubwürdig vermittelt und ausreichend beworben werden. Von großer Bedeutung für eine leckere und überzeugende Erweiterung der Speisekarte ist nicht zuletzt die Kalkulation der Preise samt der Akzeptanz eines begrenzten Mehrpreises.

Wenn auf regionale Verpflegung umgestellt wird, steht die Analyse der Situation im Haus und die Festlegung des eigenen Bedarfs an erster Stelle:

- Welche Lebensmittel brauchen wir?
- Was können unsere Mitarbeiter leisten?
- Was erwarten unsere Gäste?
- Welche Angebote werden bisher stark nachgefragt (Kuchen, Vesper etc)?

Außerdem ist es wichtig, sich mit der Umgebung des Hauses, mit der Konkurrenz und der heimischen Region auseinanderzusetzen, um eine Antwort auf die Frage zu finden, was regionaltypisch eigentlich heißt.

Kürbis oder Mangold?

Viele Naturfreundehäuser liegen in Landschaften, die durch ihre geologischen, soziokulturellen, historischen und klimatischen Bedingungen gekennzeichnet sind, durch eine für diese Region typische Landwirtschaft, durch eine bestimmte Flora und Fauna. Regionaltypische Merkmale, Produkte, Gerichte und Rezepte definieren sich immer über eine Mischung aus diesen verschiedenen Einflussfaktoren.

Die oft vorkommende Annäherung der Begriffe „regional“, „regionaltypisch“ und „ökologisch“ ist sinnvoll. Denn regional kann nachhaltiger und tiergerechter gewirtschaftet werden – mit dem Ziel: Weg von flächenintensiven Monokulturen hin zu kleineren Anbauflächen, die es auch ermöglichen, fast vergessene Nutzpflanzen zu kultivieren. Kürbis, Bärlauch oder Mangold erleben derzeit eine Renaissance. Dem allgegenwärtigen Trend zu Halbfertig-Produkten, zu eintönigem Fast-Food wird entgegengesteuert. Nicht nur der regionaltypischen, sondern auch der saisonalen Ernährung wird zu neuer Bedeutung verholfen.

Eine Region definiert sich hierbei nicht ausschließlich über die Grenzen einer Gemeinde, einer Stadt, eines Landkreises oder über



einen starren Radius, sondern sie bezieht kulturelle, traditionelle und landschaftliche Grenzen mit ein. Die regionaltypische Küche, die traditionelle Gerichte serviert oder Feierlichkeiten und Feste mit ihren regionalen Besonderheiten zelebriert, erhält ein Stück Kultur am Leben. Verwendet werden dafür in der Regel saisonale Produkte. Weniger deren Vielzahl, sondern vielmehr die Vielseitigkeit der Zubereitung und Zusammenstellung steht im Vordergrund.

Jedes Naturfreundehaus, jedes Haus mit Gemeinschaftsverpflegung muss sich also für seine Lage und Region eigene regionaltypische Grenzen stecken. Die (historisch gewachsene) Gemeindegrenze kann ein erster Anhaltspunkt sein. Folgende Fragen müssen die Verantwortlichen beantworten:

- Was wollen wir erreichen?
- Was können wir leisten?
- Was wächst bei uns?
- Welche Pflanzen und Tiere sind heimisch?
- Welche Traditionen gibt es vor Ort?
- Wie werden Feiertage begangen?
- Welche Gerichte werden warum gekocht?

Die Antworten darauf bilden die Basis für die Entwicklung eigener Verpflegungskonzepte. Klar muss dabei auch sein, dass vor dem Hintergrund der Ansprüche von Gästen, zum Beispiel auf der Getränkekarte, nicht alle an-

Vorteile zentraler Belieferung

1. Bestellen, beliefern, die Betreuung der Kunden bei Nachfragen oder Reklamationen läuft über eine Person oder Firma.
2. Der Lieferant ist zuständig für die Qualitätskontrolle, die Rücksprache mit und den Kontakt zu Erzeugern und Erzeugerinnen, um gleichbleibende Qualität und Frische besser zu gewährleisten.
3. Der Absatz größerer Mengen lohnt sich für Lieferanten eher; senkt den Einkaufs- und damit auch den Verkaufspreis.

gebotenen Produkte den eigenen regionaltypischen Kriterien entsprechen können. Weintrauben etwa werden in vergleichsweise wenigen Regionen Deutschlands angebaut, dennoch ist Wein von einer Speisekarte nicht wegzudenken.



Schritt für Schritt

Ist der Rahmen abgesteckt, werden die Planungen konkret. Das folgende Vorgehen ist auf seine Tauglichkeit in der Praxis geprüft:

- Information über potentielle Kooperationspartner, etwa bei der Landwirtschaftsverwaltung
- Kontaktaufnahme mit regionalen Produzenten und Lieferanten
- Kalkulation und Preisgestaltung
- Abschluss von Liefervereinbarungen
- Aufbau einer Logistik zur Belieferung

- Schulung und Qualifikation der eigenen Mitglieder, der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
- Information der Gäste und vor allem der regionalen Presse und Öffentlichkeit.

Tipps und Hinweise zur Öffentlichkeitsarbeit siehe S. 34f.

Einkauf, Logistik und Organisation

Folgende Liefervarianten sind möglich:

- Direktbezug über die Erzeuger
- Einkauf bei Erzeugergemeinschaften
- Bezug über regionale Frischdienste (Lieferservice)
- Bezug über den Lebensmitteleinzel- und -großhandel
- Einkauf über spezialisierte Naturkosthändler
- Direktbezug über Betriebe des Ernährungshandwerks (Bäcker, Metzger)



Um regionale Angebote optimal zu entwickeln, bietet es sich an, potentielle Anbieter und Anbieterinnen anhand bestimmter Stichworte auf ihre Eignung zu prüfen:

- Klassifizierung nach Lieferantentyp (Direktvermarkter, Erzeugergemeinschaften, Großhändler und andere)
- Absatzschwerpunkte und Sortimentsbreite prüfen
- Information über vorhandene Erfahrung im Umgang mit Großküchen und/oder kleineren Abnehmern
- Gebindegrößen und Verpackungssysteme erfragen (Mehr-/Einweg)
- Verarbeitungsgrad der Produkte den eigenen Kapazitäten in der Küche und beim Personal gegenüberstellen
- Information über Bestellrhythmen und dauerhafte Ansprechpartner
- Preisniveau anhand der Kalkulation prüfen
- nötige Vorlaufzeit der Bestellungen festlegen

Selbst versorgt

Hirzwald Im Naturkolleg Hirzwald bei St. Georgen werden Lebensmittel aus der Region vermarktet. Das Haus ist ein Selbstversorgerhaus mit naturpädagogischem und ökologischem Programm. Alle Gäste bekommen bei der Reservierung eine Bestell-Liste mit dem Lieferangebot des Unterkirchner Bäuerinnenladens zugesandt. Damit können sie im voraus bäuerliche regionale Spezialitäten wie Bio-Käse, Honig, Bauernbrot oder Schwarzwälder Wurstspezialitäten bestellen, die dann

während des Aufenthalts vom Bäuerinnenladen geliefert werden.

Einen Lieferservice einzurichten und zu pflegen lohnt sich für Selbstversorger-Häuser auf jeden Fall. Den Gästen ist die Organisation ihrer Versorgung eindeutig erleichtert – es bleibt mehr Zeit für Urlaub. Außerdem lassen sich auf diese Weise deutlich mehr regionale Produkte absetzen. Zusätzlich wird die Attraktivität des Hauses und seines Angebotes gesteigert.

Das Regionalregal

Neue, attraktive Angebote verdienen besondere Aufmerksamkeit: Naturfreundehäuser ohne Bewirtschaftung sollten ihre regionalen Produkte in einem speziellen Regal platzieren. Ausliegen können auch Informationen zum Hintergrund des neuen Verpflegungskonzepts, zu den Erzeugern und Lieferanten und zur Region. Gibt es einen zentralen Lieferanten, ist es sinnvoll, dass der das neue Regal auch pflegt. Wenn nicht, muss die Bestandskontrolle, die Kontrolle der Haltbarkeitsdaten, die Präsentation und der Nachschub durch Mitarbeiter des Hauses gewährleistet sein.

Für die Einrichtung eines Lieferservices gibt es vor allem zwei Möglichkeiten: die Belieferung zentral von einem Lieferanten (z. B. Naturkost-, Hof- oder Dorfläden oder Marktbeschicker) oder die Belieferung direkt von mehreren Erzeugern. Die zentrale Organisation hat für Selbstversorgerhäuser klare Vorteile, fällt der Lieferant allerdings aus, wie im Falle des Modellhauses Titisee-Neustadt, ist die Lösung der Probleme aufwändiger.

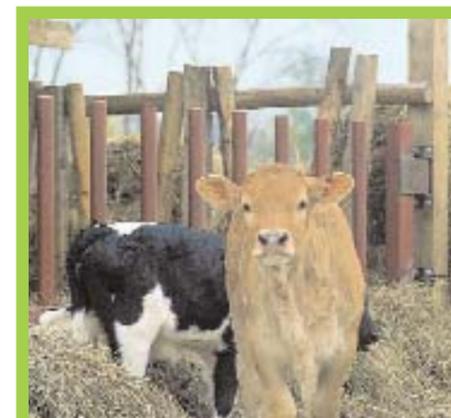
Bei dezentraler Belieferung sollte die Bestellannahme über das Haus gesteuert werden, da die Nutzer des Angebotes, sprich: Gäste/Besucher/Gruppen, möglicherweise schon im Vorfeld die Lust verlieren könnten, wenn sie sich an verschiedene Lieferanten und Erzeuger wenden müssen. Auch die Kundenbetreuung bei Nachfragen oder Reklamationen sollte über eine Person im Naturfreundehaus gesteuert werden.

Direkte Kontakte haben sich bewährt – mit Gästen und mit Lieferanten –, weil Probleme vielleicht garnicht erst auftreten, wenn alle frühzeitig erfahren, wo's hakt.

2. Saisonale Besonderheiten und die Produktpalette über das Jahr hin klären.
3. Wie kann die Zusammenarbeit mit dem Naturfreundehaus konkret ablaufen?
4. Können Gäste oder Besucher Waren zu einem vereinbarten Termin abholen?
5. Angebot mit eigenem Verpflegungskonzept abgleichen, Lücken prüfen und eventuell bei anderen Erzeugern nach fehlenden Produkten fragen.
6. Abschluss von Liefervereinbarungen.

Folgendes muss bei der Einrichtung eines Lieferservice geklärt werden :

1. Bei Naturkostläden/Hofläden/Dorfläden oder Marktbeschickern nachfragen, welche regionalen Produkte immer im Angebot sind.



Bestell-Liste Leckeres aus der Region Mittlerer Schwarzwald

Produkt	Preis	Anzahl	Produkt	Preis	Anzahl
Hausgemachte Fruchtaufstriche			Spirelli (f), 500 g	2,10 €	
Erdbeer, 220 g	2,60 €		Bandnudeln (b), 500 g	2,00 €	
Himbeer, 220 g	2,60 €		Spaghetti (f), 500 g	2,10 €	
Wald-Heidelbeer, 220 g	2,80 €		Kräuterbandnudeln (b), 500 g	2,10 €	
Bienenhonig vom Kirnacher Imker			Schwarzwälder Wurstspezialitäten		
Löwenzahn (würzig-aromat.), 500 g	5,40 €		von regionalen Bauernhöfen		
Weißtanne (dunkel, herb), 500 g	6,60 €		Ger. Bauernwurst, 1 Paar	1,90 €	
Blüte (lieblich-mild), 500 g	5,40 €		Landjäger, 1 Paar	1,10 €	
Müslis Mühlehenmühle, Buchenberg			Schwarzw. Schinken-Speck, 200 g	2,90 €	
Dinkel-Knuspermüslis, 500 g	2,50 €		Leberwurst (Dose, 200 g)	1,70 €	
Frucht-Nuss-Müslis, 500 g	2,50 €		Lyoner (Dose, 200 g)	1,70 €	
Kinder-Schokomüslis, 500 g	3,00 €		Schinkenwurst (Dose, 400 g)	3,40 €	
Bio-Früchtemüslis, 500 g	3,00 €		Bienwurst (Dose, 400 g)	3,40 €	
Tee Kirnacher Bio-Kräutertee, Biogarten Spittelhof Unterkirnach			Sonderwünsche, Fragen...		
Verschiedene Sorten, 30 g	2,70 €				
Gemüse- und Obstkörbe			Absenderin		
(saisonal gefüllt, Sonderwünsche bitte unten angeben)					
Gemüsekorb	10,00 €				
Obstkorb	10,00 €				
Hausgemachte Nudeln					
mit Eiern aus b=Bodenhaltung, f=Freilandhaltung					
Spätzle (f), 500 g	2,10 €				

NATURKOLLEG HIRZWALD • Im Hirzwald 5 • 78112 St. Georgen • Tel. 0 77 24 / 64 71 • Fax 9 48 67 03
 naturkolleg.hirzwald@web.de • www.st-georgen.de/naturkolleg

gefördert durch: Bundesministerium für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft

Kleine Gerichte

Viele Naturfreundehäuser, die von ehrenamtlichen Hausdiensten bewirtschaftet werden, haben vor allem am Wochenende und in Ferienzeiten geöffnet. Auf der Speisekarte stehen häufig geläufige Gerichte, wie Schnitzel mit Beilagen oder verschiedene kleinere Speisen wie Suppen, Salate, belegte Brote. Benötigt werden dafür kleinere Mengen, Waren, die gut zu portionieren und länger haltbar sind.

Reutlingen Ein gelungenes Beispiel für regionale Verpflegung in ehrenamtlich teilbewirtschafteten Häusern gibt es im Bezirk Mittlere Schwäbische Alb im Landkreis Reutlingen: Dort beteiligten sich die NaturFreunde am PLENUM-Projekt des Landes Baden-Württemberg zur Erhaltung und Entwicklung von Natur und Umwelt und dem Programm REGIONEN AKTIV des BMVEL mit einem Projekt, das ebenfalls die Vermarktung regionaler Produkte in Naturfreundehäusern zum Ziel hat. Im ersten Schritt wurde das vorhandene Verpflegungsangebot nach folgenden Kriterien analysiert

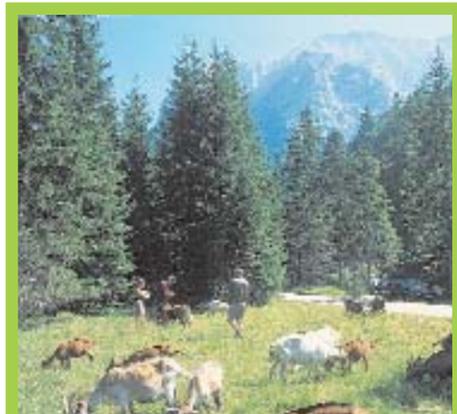
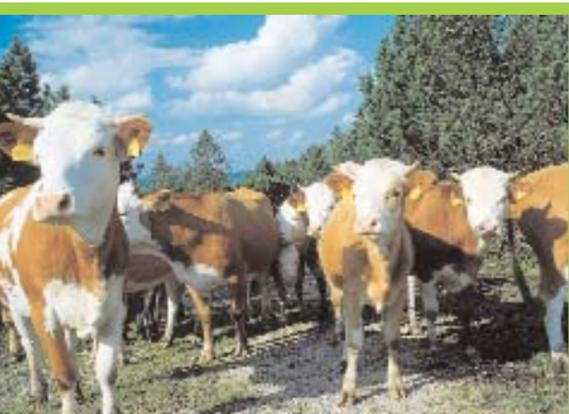
- regionale Herkunft,
- artgerechte und umweltschonende Produktion,
- Nutzen für Natur- und Umweltschutz.

Dann wurden all jene Produkte erfasst, die Vorhandenes, das nicht den genannten Kriterien entsprach, ersetzen können (Substitutionsliste). Die Waren sollten von Erzeugern und Anbietern aus der Nähe kommen, die Verpackungsart und Verpackungsgrößen zu

den Naturfreundehäusern und ihren Erfordernissen passen. Nach Gesprächen mit Mitgliedern vor Ort, mit dem Kreisobstberater, den Unteren Naturschutzbehörden, mit dem Landwirtschaftsamt und den Anbauverbänden des ökologischen Landbaus wurde ein Anbieterverzeichnis aufgelegt. Viele stellten Informationen zur Verfügung, zum Beispiel das Büro „Landschaftspflege mit Biss“ aus Horb.

Besonders wichtig ist es, auch vegetarische Speisen anzubieten und eine Wahlmöglichkeit für Schonkost und/oder Diabetiker zu organisieren. Nur wenn alle Bedürfnisse befriedigt werden, ist diese Form der Gruppenverpflegung ein Erfolg.

Um die Beteiligten in Kontakt zu bringen, wurden diverse Veranstaltungen durchgeführt: eine Brauereibesichtigung mit Verkostigung, eine Weinprobe mit Käse und Brot, zweimal wurden Lammprodukte, Wurst und Brot präsentiert. Erzeugerinnen und Erzeuger informierten über die Besonderheiten ihrer regionalen Produkte, die sowohl aus konventionellem als auch aus ökologischem Anbau stammten. Beispielsweise war zu erfahren, dass auch konventioneller Apfelsaft aus Streuobstanbau einen hohen Naturschutzwert besitzt.



Kochen lassen

Es kann ein Auswahlkriterium bei der Buchung durch Gruppen sein, ob selber gekocht werden muss oder nicht. Ohne Zweifel haben Gäste einen ganz anderen Spielraum bei der Programmgestaltung, bei Seminaren, Tagungen oder Schullandheimaufenthalten, wenn sie sich versorgen lassen. Heimische Wirte, vor allem die, die regionale Produkte verarbeiten, können Ansprechpartner sein auf der Suche nach einem Koch oder einer Köchin. Auch Handwerkskammern vor Ort sind die richtigen Ansprechpartner.

Notwendig für die erfolgreiche Planung eines Mietkochservice zu bestimmten Terminen oder für bestimmte Gruppen ist eine ausreichende Vorlaufzeit. Außerdem sind die konkreten Wünsche der Gäste zu erfragen. Gemeinsam muss über Preise geredet werden.

Mögliche Varianten:

1. Alle Mahlzeiten werden abgedeckt. Das bedeutet, die Gäste/Besucher müssen sich höchstens Getränke selbst besorgen.
2. Nur die Hauptmahlzeit (Mittag- oder Abendessen) wird abgedeckt. Das bedeutet, die Logistik zur teilweisen Selbstversorgung muss vorhanden sein.
3. Nur zu bestimmten Zeiten im Jahr oder über einen bestimmten Zeitraum wird gekocht: in den Ferienzeiten, wie Ostern, Pfingsten, Herbst, Weihnachten, bei saisonalen Aktionen, der Apfel- oder Wein-ernte, beim Schlachtfest, bei speziellen Seminaren, Tagungen, Aktionen anderer Arbeitsgruppen.

Entweder stellen der Koch/ die Köchin eine fixe Speisenfolge zusammen oder den Gästen werden Varianten zur



Auswahl angeboten und/oder sie können vorab ihre Wünsche frei äußern. Hierzu müssen sie aber rechtzeitig über das Angebot an regionalen Produkten informiert sein. Am besten zu organisieren ist das Angebot einer Vorauswahl im Zusammenhang mit Buchungsanfrage oder Buchung.

Mietköche (für private Feste und Einladungen) sind im Trend. Im Internet finden sich viele Adressen, da Mietköche auch bundesweit organisiert und bundesweit mobil sind.

Die Kosten für das wahlweise Angebot von beispielsweise zwei Vor- und zwei Haupt-speisen, einem klassischen- und einem Vollwertgericht und bei Vollversorgung einem Frühstück dürfen die Preise aber nicht zu sehr in die Höhe treiben. Präzise Kalkulation, vor allem klare Absprachen über den Zeitaufwand, sind vonnöten. Bei der Überprüfung der Kapazitäten ist zum Beispiel zu beachten, dass Frühstück, serviert am Tisch, viel weniger aufwändig sein kann als der Aufbau, die Pflege und der Abbau eines Frühstücksbüfets. Grundsätzlich gilt: Ein Kochservice sollte immer nur als Ergänzung zum bestehenden Angebot gesehen werden.



Voller Service

Voll bewirtschaftete Naturfreundehäuser oder vergleichbare Ferieneinrichtungen mit Gemeinschaftsverpflegung sind mittlere bis große gastronomische Betriebe mit hauswirtschaftlich geschulten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Sie sind auch in der Lage, die Schritte zur Einführung des neuen Verpflegungskonzepts professionell zu planen und umzusetzen. Folgende Fragen stehen im Vordergrund:

- Wie oft und in welcher Form werden den Gästen regionale und ökologische Produkte angeboten?
- Welche Produkte sind verfügbar und sollen eingesetzt werden?
- Welcher Anteil am Wareneinsatz ist möglich und kalkulierbar?

Gerade in voll bewirtschafteten Häusern können regionale Produkte in vielfältigen Varianten auf den Tisch kommen – als einzelne neue Spezialitäten, die immer nachgefragt werden können, während bestimmter Aktionswochen, etwa nach saisonalen Zyklen, oder weil das Angebot gänzlich umgestellt wird. Letzteres kann auch schrittweise organisiert werden.

Kniebis Das NaturFreunde-Ferienheim Kniebis bei Freudenstadt, eines der -Modellhäuser, liegt auf fast tausend Metern Höhe. Dennoch verarbeiten und vermarkten die Verantwort-

lichen in ihrer Küche nur ausgewählte Produkte aus der Umgebung. Das Fleisch kommt vorwiegend von Biohöfen. Unter der Überschrift „Kleine Gerichte aus unserer Region“ gibt es Fleischkäse, Wurst, Schnitzel und natürlich belegte Brote mit Schwarzwälder Schinken. Für Vegetarier und Vegetarierinnen werden Kässpätzle, Gratin aus Gemüse der Saison und Demeter-Pellkartoffeln mit Kräuterquark angeboten. Dazu gibt es Salat und als Nachtisch zum Beispiel Vollkornpfannkuchen mit hausgemachtem Apfelmus oder Apfelküchle mit regionalen Äpfeln.

Dank des Einsatzes der Pächter ist es gelungen, regionale und hochwertige Gerichte dauerhaft und vor allem zu fairen Preisen anzubieten. In voll bewirtschafteten Häusern mit hauswirtschaftlichem Personal ist es auch möglich, ständig ein regionales Menü anzubieten. Im Naturfreundehaus Kniebis fand der Alt-Schwäbische Mostbraten mit Spätzle als Hauptgang großen Anklang.

 *Die Literaturliste zum Weiterlesen liefert einen Überblick über informative und aktuelle Materialien, siehe S. 59f.*



Identität auf dem Tisch

Unsere Kulturlandschaften sind zu einem großen Teil durch die jeweiligen Besonderheiten in der Landbewirtschaftung entstanden. Geradezu zwangsläufig haben sich auch für die Region typische Traditionen entwickelt. Verarbeitet wurden allerdings nie nur regionale Produkte, vielmehr sind Spezialitäten durch internationale Einflüsse im Laufe der Zeit immer mehr zurückgedrängt worden. Häufig sind ja auch die alten Gasthäuser mit ihren traditionellen Speisekarten aus dem Dorfbild verschwunden. Verloren geht damit nicht nur regionale Esskultur, sondern auch ein Stück Identität.

Um den Gästen beides wieder näher zu bringen, empfiehlt es sich, typische Gerichte anzubieten, die vollständig aus regionalen Produkten zusammengesetzt sind. Ein Vorhaben, das mit dem Engagement und dem Interesse des Küchenpersonals eines Naturfreundehauses steht und fällt. Denn wer solche Gerichte tatsächlich nach traditionellen Rezepten zubereitet, muss auf manchen liebge gewordenen Zusatz, auf manches Hilfsmittel verzichten. In alten Kochbüchern zu schmökern kann eine gute Vorbereitung sein, der Erfahrungsaustausch mit alteingesessenen Wirten ebenso.

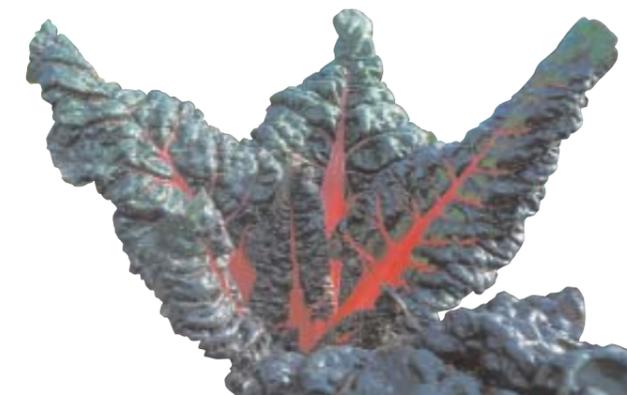
Viele regionale Gerichte sind vor allem in der gehobenen Gastronomie anzutreffen, weil immer mehr Häuser der Frische wegen auf kurze Versorgungswege setzen, und höhere Preise dort von den Gästen schneller akzeptiert werden. Immer mehr Sterneköche geben in Seminaren, aber auch in einer Vielzahl von Kochbüchern,

Einblicke in die Kunst, regionale Produkte lecker zu verarbeiten. Manches ist, umgelegt auf die Abläufe in einem Naturfreundehaus, unrealistisch, anderes dagegen durchaus alltagstauglich.

Gearbeitet werden sollte nach dem Prinzip: Qualität statt Quantität. Angesichts der eigenen Kapazitäten kann es durchaus sinnvoll sein, sich zum Start in die neue Angebotswelt auf zwei Gerichte zu beschränken – eines mit und eines ohne Fleisch. Weil neben der Regionalität auch die Saisonalität im Vordergrund steht, werden nur Produkte verarbeitet, die typisch für die Jahreszeit in der Region erhältlich sind. Kein Spargel zu Weihnachten, keine Erdbeer-Bowle im Herbst.

Typische jahreszeitliche Spezialitäten sind neue Kartoffeln, Sommergemüse, Spargel oder Steinobst, Birnen und Äpfel, aber auch Schaf-, Ziegen- oder Lammfleisch, typische Gerichte zu bestimmten Anlässen die Martinigans oder der Weihnachtskarpfen.

 *Wann hat heimisches Obst und Gemüse Saison? Siehe S. 52f.*



Kurze Wege – frische Ware

Die Lieferwege regionaler Anbieter sind kurz, die Waren frisch. Eine Zusammenarbeit mit Verarbeitungsbetrieben und Herstellern von Tiefkühlkost aus regionalem Anbau kann nicht nur bei Versorgungsengpässen weiterhelfen. Produkte wie Brot, Backwaren, Wurst und Getränke können auch direkt von den herstellenden Betrieben bezogen werden. Eine Anpassung an die Wünsche der Gäste (Größe und Gestalt der Brötchen, Art der Wurst und ihre Abfüllmenge) ist möglich, teurere Produkte können anders kombiniert oder verarbeitet werden: Im Eintopf ist mehr preiswertes, saisonales Gemüse und dafür etwas weniger Wurst als früher, das Schnitzel ist etwas kleiner, schmeckt aber viel intensiver, und der Salat ist aus jenen Sorten, die im Angebot sind, fällt dafür aber größer aus.

Reibungsverluste werden vermieden, wenn die Verantwortlichen auf etablierte Lieferdienste von Frischeprodukten zurückgreifen. Wer nach und nach sicherer im Einkauf, in der Kalkulation und im Angebot wird, kann später auch andere Wege gehen. Die Logistik vieler Frischedienste ist auf die tägliche Belieferung ihrer Besteller ausgerichtet. Die Anlieferung in Kühlfahrzeugen garantiert eine hohe Qualität. Vor allem angesichts der bisweilen geringen Abnahmemenge durch Naturfreundehäuser ist diese Zusammenarbeit zu empfehlen.

Etablierte Lieferanten für Frischware aus biologischem Anbau, wie etwa Ecofit oder „Ökologische Erzeugnisse in Reutlingen“ werden ohnehin schon teilweise genutzt (weitere sind unter www.oekolandbau.de zu finden). Auch der Kontakt mit dem ökologischen Großküchenservice ist angelaufen und sollte ausgebaut werden, nicht nur des Angebots, sondern auch der Sachkunde wegen. In der Praxis hat sich gezeigt, dass beim Einkauf regional erzeugter Produkte verschiedene Liefervarianten in vollbewirtschafteten Häusern sehr wohl erfolgreich nebeneinander existieren. Die Auswahl der passenden Lieferstruktur richtet sich nach den Anforderungen des jeweiligen Hauses, nach dessen Spezialitäten, die Gäste seit langem kennen und lieben, und natürlich nach den neu ins Repertoire aufzunehmenden Produkten.

↪ www.ecofit.de
www.gemueseabo.de
www.oegs.de
Ab S. 61 finden Sie eine Zusammenstellung weiterer Internetadressen, die Ihnen u. a. die Suche nach Anbietern und Direktvermarktern erleichtern.

Qualifizierung und Weiterbildung

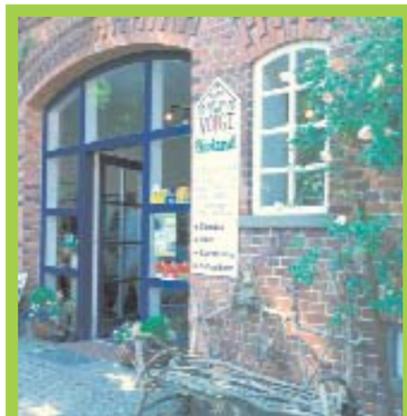
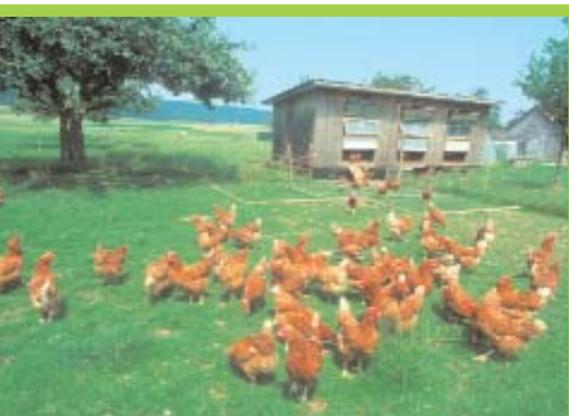
Um alle Beteiligten zu motivieren und zu qualifizieren, gibt es verschiedene Möglichkeiten: [Kniebis - Leckeres aus der Region](#) hat gezeigt, dass Gespräche, aber auch gezielte Seminare und Workshops notwendig sind, um die entwickelten Kooperationen zu unterstützen. Konkret veranstaltet wurde unter anderem eine zur Nachahmung empfohlene Multiplikatorenfortbildung mit Berichten aus der Praxis von Neueinsteigern und von Häuserverantwortlichen mit mehrjähriger Erfahrung. Das Seminar war mit etwa 20 Multiplikatoren von Naturfreundehäusern sehr gut besucht.

In Kooperation mit den NaturFreunden Württemberg und der Naturfreundejugend hat im September 2003 ein Familienwochenende auf Burg Liebenzell im Schwarzwald stattgefunden. Titel: Öko? Logisch! Thema: Nachhaltiges Ernährungs- und Gesundheitsbewusstsein. Behandelt wurden Fragen der Lebensmittelproduktion und Gentechnik, die Chancen regionaler Verpflegung in Naturfreundehäusern und verschiedene Aktionen wie eine Öko-Rallye mit Kindern, der Besuch eines Biolandhofes, um mehr Einblick in ökologische Lebensmittelerzeugung und Vermarktung zu bekommen. Auch diese Veranstaltung kann als Modellseminar dienen, zumal sie mit 35 Teilnehmern aus der Zielgruppe junge Familien mit Kindern sehr gut besucht war.



Ein weiteres Multiplikatorenseminar wurde Ende November 2003 im Bezirk Reutlingen durchgeführt. Häuserbetreiberinnen und -betreiber sollten mit Fragen der gesunden Ernährung aus regionaler Produktion und möglichen Verpflegungskonzepten für Naturfreundehäuser bekannt gemacht werden. Es gibt aber auch noch zahlreiche andere Themen, bei denen erheblicher Schulungsbedarf besteht. Wichtige Maßnahmen zur Qualifikation und Weiterbildung sind deshalb: Kochkurse für regionale und vegetarische Gerichte.

↪ *Interessiert am Programm des Multiplikatorenseminars im Naturfreundehaus Kniebis? Siehe S. 26.*



te in Naturfreundehäusern; Fortbildungen zu Logistik und Kalkulation, Lieferverträgen, rechtlichen Rahmenbedingungen, Marketing oder gemeinsame Workshops mit Erzeugern und Direktvermarktern sowie spezielle Angebote für Kinder und Jugendliche.

Rechtlicher Rahmen

Die für einzelne Produkte und Produktgruppen geltenden Hygienebestimmungen und Vorschriften für Lebensmittel in der Bewirtschaftung können bei der zuständigen Stelle, beispielsweise beim zuständigen Regierungspräsidium/Abteilung Landwirtschaft erfragt werden. Bei voll bewirtschafteten Einrichtungen mit Personal (hauswirtschaftliche Ausbildung) sind die notwendigen Kenntnisse durch die Berufsausbildung bereits vorhanden. Ehrenamtliche Hausdienste müssen sich rechtliche Grundlagen in bundes- und landesweiten Schulungen aneignen. Darüber hinaus existiert inzwischen eine Vielzahl von guten Ratgebern und Unterlagen, in denen die Einführung regionaler und ökologischer Produkte in der Gemeinschaftsverpflegung beschrieben wird.

Seminar Regionale und ökologische Verpflegung in Naturfreundehäusern
November 2002 im Naturfreundehaus Kniebis

9.00 – 9.30 Uhr Begrüßung und Vorstellung
Das Modellvorhaben „Regionaltypische Verpflegung in NFH“ bisherige Erfahrungen

9.30 – 10.00 Uhr Naturfreundehaus Einkorn: Bio aus der Region ist noch konsequenter. Ist das machbar in einem Naturfreundehaus? Erfahrungen aus der Praxis von Familie Klink (Leitung)

10.00 – 11.00 Uhr Kaffeepause

11.00 – 11.15 Uhr Ökologisches Schullandheim Licherode, Nordhessen: Regionale Verpflegung, Angebote für Schulklassen zu den Themen „Landwirtschaft und Ernährung“, Belegung max. 60 Schüler

11.15 – 12.15 Uhr ganzjährig ausgebucht, Referat & Diskussion mit der Hauswirtschaftsleiterin

12.15 – 13.15 Uhr Mittagessen mit regionalen und ökologischen Produkten

13.15 – 13.30 Uhr Film „Ökologische Lebensmittel in Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung“

13.30 – 14.30 Uhr Naturfreundehaus Kniebis: Erste Erfahrungen mit regionalen und ökologischen Produkten

14.45 – 15.30 Uhr Fairer Handel bei Importprodukten, Zwischenverpflegungsangebote, Produktverkostung

... ein Projekt der Naturfreunde Deutschlands e. V.

Die Lieferwege regionaler Anbieter sind kurz, die Waren frisch, beim Direktbezug vom Erzeuger fallen keine Mehrkosten für Zwischenhändler an. Dank solcher Einsparungen können vor allem frische regionale Lebensmittel aus konventionellem Anbau oft gegenüber der Konkurrenz aus Billigimporten bestehen. Allerdings: Die Preise für landwirtschaftliche Erzeugnisse – ob aus konventionellem oder ökologischem Landbau – unterliegen starken Schwankungen entsprechend der Qualität, der regionalen Anbaubedingungen, der klimatischen Verhältnisse und der Lieferwege. Ein Preisvergleich der verschiedensten Angebote ist deshalb auf jeden Fall zu empfehlen. Die Verantwortlichen in Naturfreundehäusern und anderen Einrichtungen mit Gemeinschaftsverpflegung sollten sich auch untereinander über aktuelle Preise und den Bezug preisgünstiger Lebensmittel austauschen.

Die Kosten für Waren aus Ökolandbau liegen dagegen über jenen konventioneller Ange-

Preisvergleich

Die bisherigen Erfahrungen und Vergleiche zeigen:

- Preise für ökologisches Obst und Gemüse liegen 30 bis 50 Prozent über den Preisen für Ware aus konventionellem Anbau. Wird vorwiegend saisonale und regionale Ware eingesetzt, verringert sich diese Differenz allerdings entsprechend.
- Bei Milch und Milchprodukten gibt es einen Zusammenhang zwischen Preis und Fettgehalt des gewünschten Produktes: je höher der Fettgehalt, desto höher der Preisunterschied. Im Durchschnitt liegen die Preise für ökologische Milch und Milchprodukte etwa 40 bis 80 Prozent über den Preisen konventioneller Ware.
- Sehr kostenintensiv sind Fleisch und Fleischprodukte aus ökologischer Tierhaltung. In der Regel ist Bio-Fleisch 50 bis 100 Prozent teurer als konventionelle Produkte.
- Produkte aus dem Trockensortiment verursachen die geringsten Mehrkosten. Es kann mit einem durchschnittlichen Mehrpreis von weniger als 50 Prozent gerechnet werden.

Quelle:

Klasse für die Masse.
Mehr Bio für die Großküche. Bio-Leitfaden.
Hrsg. Geschäftsstelle Bundesprogramm
ökologischer Landbau in der Bundesanstalt
für Landwirtschaft und Ernährung, BLE.
Bonn 2003



bote. Diese Unterschiede müssen sich die Verantwortlichen in der Küche vor dem Einsatz von Bio-Produkten klarmachen, um bei der Zubereitung der Speisen entsprechend vorzugehen.

Preise zu Öko-Produkten können bei der ZMP (Zentrale Markt- und Preisberichtsstelle für Erzeugnisse der Land-, Forst- und Ernährungswirtschaft GmbH, Rochusstraße 2, 53123 Bonn, www.zmp.de) nachgefragt werden.

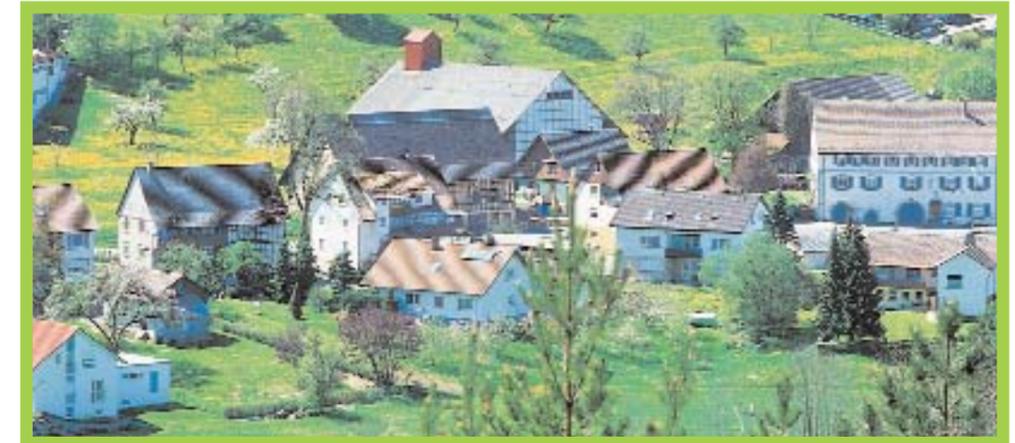
In der Regel helfen Preisvergleiche einzelner Produkte oft leider nicht viel weiter. Um saisonale Vorteile gewinnbringend ausnutzen zu können, müssten Speisekarten häufig angepasst werden, was aber vielfach aus organisatorischen Gründen nicht möglich ist. Die zentralen Fragen in der Praxis lauten deshalb vielmehr:

- Welcher Anteil regionaler und ökologisch erzeugter Produkte kann sinnvoll ersetzt werden, ohne den Geldbeutel der Gäste überzustrapazieren?
- Welcher Anteil kann eingesetzt werden, ohne überhöhte Personalkosten zu verursachen?

Gästabefragungen in Naturfreundehäusern wie im Bodenseehaus haben ergeben, dass eine Mehrheit bereit ist, für frische und hochwertigere Speisen aus regionalen Produkten einen Aufschlag von 10 bis 20 Prozent in Kauf zu nehmen. Die Praxis hat gezeigt: Preise, die um mehr als ein Fünftel steigen, liegen über der Schmerzgrenze.

Es gibt aber, das hat **Anbieten-Leckeres aus der Region** gezeigt, verschiedene Möglichkeiten, Mehrkosten zu reduzieren:

1. Speisekarten werden mehrfach im Jahr geplant und saisonal an die Preisbedingungen angepasst.
2. Die Beilagen einzelner Gänge werden variiert, weil so verstärkt auf Sonderangebote zurückgegriffen werden kann.
3. Wenn mehrere Häuser gemeinsam einkaufen, können sich durch höhere Bestellmengen günstigere Einkaufspreise ergeben.
4. Der Fleischanteil pro Portion wird verringert bei entsprechender Veränderung des Beilagenangebotes.
5. Grundsätzlich Speisen mit kleinerem Fleischanteil anbieten und verstärkt auf vegetarische Rezepte zurückgreifen.
6. Nicht nur Edelteile wie Filets oder Rostbraten verwenden. Viele Schmorgerichte ermöglichen Mischkalkulationen, weil auch preiswerteres Fleisch verwendet wird. Die Kunst besteht darin, einfache Gerichte attraktiv zuzubereiten und zusammenzustellen.



Netzwerk Region knüpfen

- Welche Kontakte zu anderen Organisationen und Verbänden können ausgebaut werden, um gemeinsame Bestrebungen zum Nutzen der Region voran zu bringen (NABU, BUND, Verbrauchervereinigungen)?
- Gibt es ein Angebot an Fortbildungen zu den Themen Landwirtschaft, Ernährung, Kulturlandschaft, Umwelt- und Naturschutz?
- Existieren weitere Naturfreundehäuser in der Umgebung, die über Wanderwege und/oder gemeinsame Aktionen einzubinden sind?
- Sind (gemeinsame) Veranstaltungen (Erzeugermarkt, Kunstmarkt mit regionaler Verköstigung) denkbar? Hier sollte das Naturfreundehaus und dessen Umgebung Veranstaltungsort sein, um es in den Blickpunkt der Öffentlichkeit zu rücken.
- Können vorhandene Initiativen, Arbeitskreise oder Teilorganisationen mit einbezogen werden, beispielsweise die Foto-AG der NaturFreunde in einen Wettbewerb zum Thema: Landwirtschaft – Kulturlandschaft in der Region?
- Besteht die Möglichkeit, gemeinsam Produkte selbst herzustellen, anzubauen oder zu sammeln (neu angelegter Kräutergarten, Obst von nahegelegenen Standorten)?
- Können entlang bestehender Wanderwege detaillierte Informationen zur Region, regionalen Gegebenheiten und/oder Erzeugern gegeben werden (Viehweiden, Heidelandschaft, Weinbau; Direktvermarkter, Hofführungen)?
- Können weitere Gastronomen und die Anbeiter von Gemeinschaftsverpflegungen überzeugt werden, dank eines zielgruppenorientierten Angebotskatalogs teilweise oder gänzlich auf regionale Waren umzustellen?



Die neuen regionalen Angebote rechnen sich

Die nachfolgenden Preisvergleiche geben einen Anhaltspunkt zum Vergleich der Wareneinsatzkosten bei Gerichten mit regionalen/konventionellen und biologischen Produkten. In der Gastronomie rechnet man den Wareneinsatzkosten einen Zuschlag von 200 Prozent hinzu, um die Kosten pro Mahlzeit zu ermitteln. Dieser Aufschlag beinhaltet Personalkosten, Kosten für Energie, Wasser, War-

tung der Küchengeräte, Reinigung der Räume zur Nahrungszubereitung, Abschreibung der Küchengeräte sowie Zinsen für das eingesetzte Kapital. Wegen der unterschiedlichen Kostenstrukturen der Einrichtungen (ehrenamtlich oder voll bewirtschaftet), muss der Gemeinkostenzuschlag je nach Haus individuell berechnet werden.

Kalkulationsbeispiel: Schweineschnitzel mit Kartoffelsalat

Menge pro Portion	Produkt	Einheit	Preis in € pro Einheit		Preis in € pro Portion		Mehrpreis Bioqualität
			bio	konv.	bio	konv.	
SCHWEINESCHNITZEL							
170 g	Schnitzel	1 kg	9,00 – 13,00 (11,00)	5,90	1,87	1,00	
	Zitrone	Stk.	0,89	0,29	0,03	0,01	
KARTOFFELSALAT							
150 g	Kartoffeln	1 kg	0,60 – 1,50 (0,60)	0,36 – 1,20 (0,40)	0,09	0,06	
15 g	Tomate	1 kg	2,00 – 2,60 (2,00)	1,12 – 1,49 (1,12)	0,03	0,016	
5 %	Gewürze				0,099	0,054	
Wareneinsatzkosten			2,119	1,14			86 %



Die neuen regionalen Angebote rechnen sich

Kalkulationsbeispiel: Pellkartoffeln mit Kräuterquark

Menge pro Portion	Produkt	Einheit	Preis in € pro Einheit		Preis in € pro Portion		Mehrpreis Bioqualität
			bio	konv.	bio	konv.	
PELLKARTOFFELN							
300 g	Kartoffeln*	1 kg	0,60 – 1,50	0,36	0,18	0,11	
KRÄUTERQUARK							
60 g	Quark	1 kg	3,75 – 4,60	1,50	0,19	0,08	
20 ml	Sahne	1 l	4,60 – 5,25	1,95	0,07	0,03	
1/4	Zwiebel	1 kg	1,20 – 1,95 (1,50)	0,45 – 0,58 bzw. 1,00 – 1,50 (1,20)	0,04	0,03	
1/4 Bund	Kräuter	1 Bund	0,40	0,12	0,10	0,03	
5 %	Gewürze*				0,03	0,01	
Wareneinsatzkosten			0,61	0,29			107 %

* Wenn nur die Kartoffeln aus Bio-Anbau stammen, beträgt der Mehrpreis 0,07 €.

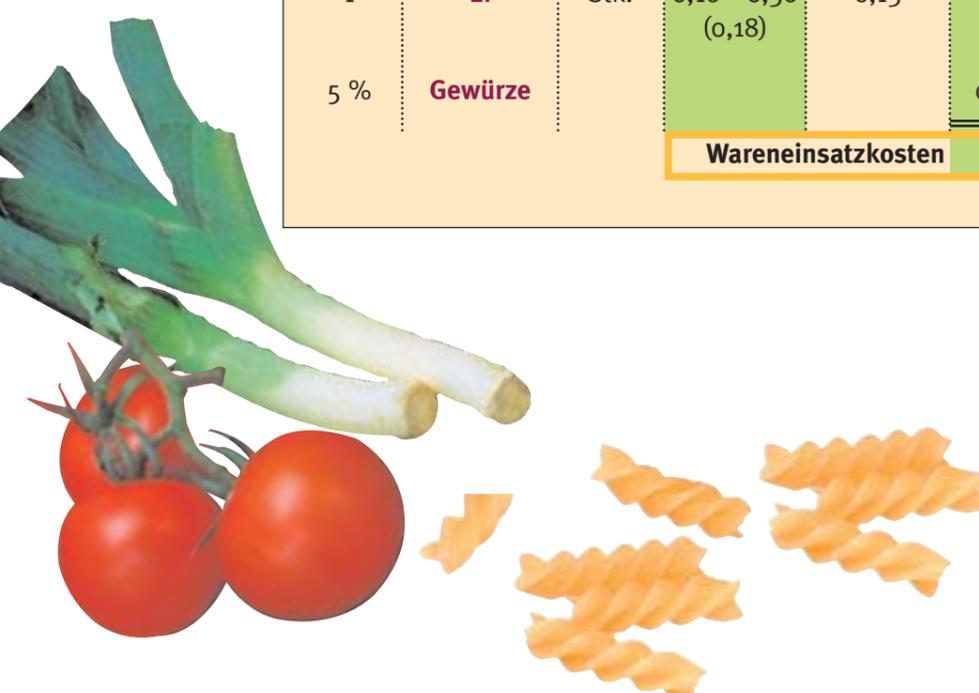
** Der Zuschlag von 5 % beinhaltet die Kosten für Salz, Pfeffer, Paprika und andere Gewürze, die sich mengenmäßig schlecht ausweisen lassen.



Die neuen regionalen Angebote rechnen sich

Kalkulationsbeispiel: Nudelauflauf mit Gemüse

Menge pro Portion	Produkt	Einheit	Preis in € pro Einheit		Preis in € pro Portion		Mehrpreis Bioqualität
			bio	konv.	bio	konv.	
NUDELAUFLAUF MIT GEMÜSE							
60 g	Nudeln	1 kg	4,20	1,80	0,25	0,12	
80 g	Möhren	1 kg	0,80 – 1,60 (0,80)	0,50 – 1,50	0,096	0,04	
80 g	Sellerie	1 kg	0,75 – 1,00	0,60 – 1,00	0,08	0,08	
80 g	Lauch	1 kg	1,90 – 4,00 (2,00)	1,20 – 2,00 (1,50)	0,16	0,12	
80 g	Tomaten	1 kg	2,50	1,10 – 1,50	0,22	0,104	
1/4	Zwiebel	1 kg	1,20 – 1,95 (1,50)	0,45 – 0,58 bzw. 1,00 – 1,50 (1,20)	0,08	0,06	
100 g	Käse	1 kg	15,00	12,00	1,50	1,20	
125 ml	Milch	1 l	1,10	0,55	0,14	0,069	
1	Ei	Stk.	0,16 – 0,30 (0,18)	0,13	0,05	0,04	
5 %	Gewürze				0,013	0,014	
Wareneinsatzkosten			2,59	1,84	40,78 %		

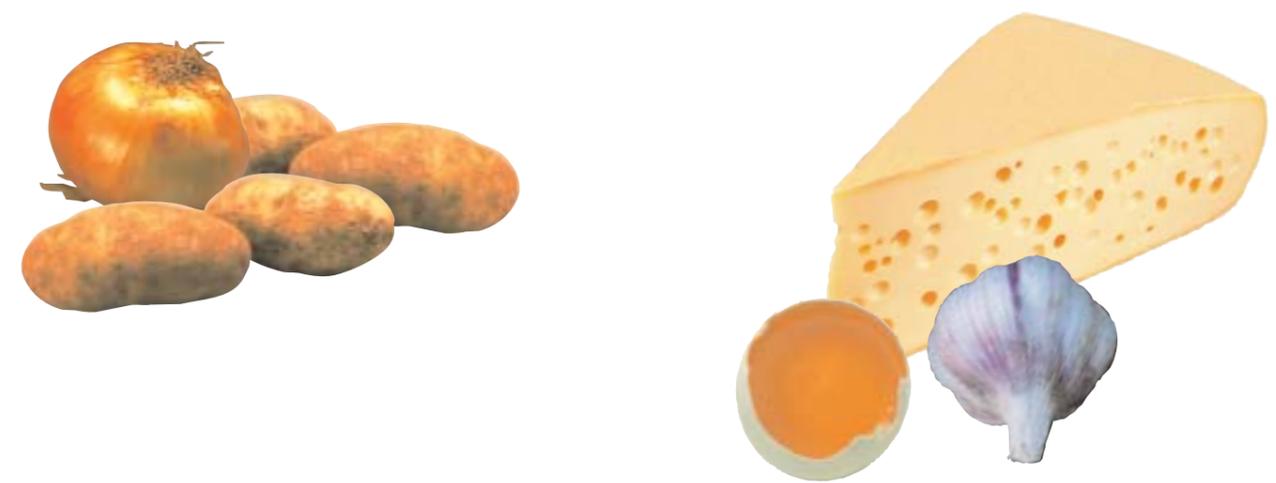


Die neuen regionalen Angebote rechnen sich

Kalkulationsbeispiel: Kartoffelgratin

Menge pro Portion	Produkt	Einheit	Preis in € pro Einheit		Preis in € pro Portion		Mehrpreis Bioqualität
			bio	konv.	bio	konv.	
KARTOFFELGRATIN							
125 g	Kartoffeln	1 kg	0,60 – 1,70	0,36 – 1,20	0,075	0,045	
1/4	Zwiebel	1 kg	1,20 – 1,95 (1,50)	0,45 – 0,58 bzw. 1,00 – 1,50	0,04	0,03	
1/4 Zehe	Knoblauch*	Knolle	0,45	0,45	0,01	0,01	
20 g	Dinkel-Vollkornmehl	1 kg	1,56	0,51	0,03	0,01	
25 g	Käse	1 kg	15,00	7,50	0,375	0,125	
25 ml	Milch	1 l	0,80	0,55	0,02	0,015	
10 g	Butter	1 kg	7,20	3,56	0,072	0,04	
1/2	Ei	Stk.	0,21	0,16	0,11	0,08	
5 %	Gewürze				0,036	0,016	
Wareneinsatzkosten			0,77	0,37	97,3 %		

* Eine mittlere Knolle Knoblauch enthält etwa zehn Zehen.





anbeissen – auch in Zeitungen und im Radio

Öffentlichkeitsarbeit ist nur erfolgreich, wenn ein bestimmtes Budget dafür vorhanden ist und Kontakte zu (Tages-) Zeitungen sowie den regionalen Rundfunkstationen geknüpft oder ausgebaut werden. Genauso wie Gäste dank eines Logos wie  die neuen Angebote immer wieder erkennen, finden sich auch Journalisten besser zurecht, wenn einzelne Merkmale auf dem Info-Material immer wieder auftauchen. Ein Logo hat auch auf Pressemitteilungen, Briefen und Einladungen immer seinen Platz. Texte sind leichter zuzuordnen, wenn ihr Schriftbild einheitlich ist. PR-Aktionen funktionieren besser, wenn ein Schema erkennbar wird.

Öffentliche Veranstaltungen zu aktuellen Themen rund um gesunde Ernährung können die neuen Angebote auf der Speisekarte vor allem in der Startphase begleiten. Natürlich sind zu Vorträgen, etwa über gentechnisch veränderte Lebensmittel, auch die örtlichen Medien rechtzeitig einzuladen. Wenn nicht ohnehin bekannt, empfiehlt es sich, herauszufinden, wer für die Thematik zuständig ist.

Pressemitteilungen oder Ankündigungen sind kurz und präzise zu formulieren. Am besten funktioniert Öffentlichkeitsarbeit über einen oder mehrere feststehende Kontakte.

Spezielle Aktionen gehören in den Veranstaltungskalender der (Tages-) Zeitungen. Lokalredaktionen können in dieser Frage weiterhelfen. Es gibt aber auch noch andere Möglichkeiten, die Öffentlichkeit für das neue Verpflegungskonzept zu interessieren und eventuell sogar Nachahmer zu finden: Motivierte Lehrerinnen und Lehrer an den Schulen der Region freuen sich sicher über einen Kontakt. Da bundesweit immer häufi-

Infos für die Gäste

Für die neuen regionalen Produkte auf der Speisekarte muss man nicht nur werben, sondern Gäste können die Umstellung besser mitvollziehen, wenn sie ausreichend informiert werden über:

- die einzelnen Erzeuger und Produkte, die im Haus angeboten werden,
- das Motto  -Leckeres aus der Region,
- gesunde Ernährung mit Produkten der Region,
- die Entstehung der jeweiligen Kulturlandschaft,
- zusätzliche Aktionen wie saisonale Wochenmenüs, Schlemmerwanderungen oder die gemeinsame Herstellung von Apfelsaft.

ger ein Mittagstisch für Schüler und Schülerinnen angeboten wird, könnten Häuser ein völlig neues Aufgabenfeld bekommen. Mit zeitlich begrenzten Aktionen in neuen Ganztagschulen sind ebenfalls viele Interessenten zu erreichen. Auch in diesem Fall ist es sinnvoll, Zeitungen der Region oder die örtlichen Radios einzubinden.

Wer das neue Angebot auf der Speisekarte entweder bei der Einführung oder dauerhaft mit Aktionen begleitet, muss dafür sorgen, dass die Information darüber sofort wiedererkennbar ist: Plakate zum Beispiel als Blickfang im Eingangsbereich haben ihren immer gleichen Platz. Schiefertafeln können eingesetzt werden; die Speisen oder Mitteilungen darauf sollten immer im gleichen Schriftbild erscheinen.

Schließen sich mehrere Naturfreundehäuser und/oder Einrichtungen in der Region zu einer gemeinsamen Darstellung ihrer Informa-

anbeissen – auch in Zeitungen und im Radio

tionen zusammen, steigert das ebenfalls den Wiedererkennungswert. Broschüren zur jeweiligen Kulturlandschaft gibt es auch bei Naturschutzbehörden oder Landwirtschaftsämtern. Alles Wissenswerte kann außerdem mit Eigenarbeit, mit Bildern, Zeichnungen oder alten regionalen Rezepten kombiniert werden. Ausgerichtet auf die nähere Umgebung des Naturfreundehauses, können interessante Landschaftsabschnitte und Wanderwege beschrieben werden. Ideal ist es, wenn solch ein Weg zu einem oder mehreren Bauernhöfen führt, deren Produkte neu im Haus angeboten werden.

Informationen über Erzeugerinnen und Erzeuger wie ihre Produkte auf der Speisekarte fördern die Transparenz und das Verständnis für die Anliegen der kleinbäuerlichen Landwirtschaft und illustrieren die Beweggründe für die Umstellung. Bei relativ gleichbleibenden, zentral arbeitenden Lieferanten bietet sich eine grundsätzliche Information an. So halten viele Direktvermarkter eigene Broschüren und Flugblätter bereit, die zum Beispiel auf den Tischen ausgelegt werden können. Wechseln die Speisen auf der Karte im-

mer wieder, ist es sinnvoll, die Erzeuger im Zusammenhang mit den einzelnen Angeboten zu nennen, zum Beispiel Rostbraten aus Bio-Fleisch vom XY-Hof in Z.

Bei allen Aktionen und besonderen Angeboten die Information der Medien nicht vergessen! Dabei kann es durchaus sinnvoll sein, auch einmal eine kleine Anzeige zu schalten. Die rechnet sich auf jeden Fall, wenn dadurch der Zuspruch entsprechend gesteigert wird.

Spezielle Aktionen wie Schlemmerwanderungen, Lamm-Wochen oder Kochabende sollten grundsätzlich mit Informationen über die Region und ihre Produkte verbunden werden. Das ist am einfachsten, wenn bestimmte Informationsmaterialien immer in ausreichender Auflage vorhanden sind. Rechtzeitig für Nachschub und Aktualisierung sorgen!





Mit regionalen Köstlichkeiten selbst bedient

Wirkungsvoll ist ein reichhaltiges Büffet mit regionalen Lebensmitteln. Auswärts zu frühstücken oder zu brunchen erfreut sich immer größerer Beliebtheit. In der Vorbereitung muss allerdings bedacht werden, dass der Zeitaufwand für Zusammenstellung und Aufbau nicht unerheblich ist und dass trotz Selbstbedienung grundsätzlich Betreuerinnen oder Betreuer nötig sind, die leere Platten austauschen, Brot schneiden, Saucen auffüllen, die einfach dafür sorgen, dass das Büffet appetitlich bleibt.

Ein solches Büffet muss vielfältig zusammengestellt sein, um die ganze Palette an Lebensmitteln aufzuzeigen. Wurst, Schinken,



Rohkost, Butter, Käse oder Salat sind genau mit Herkunft und Namen der Produzenten zu bezeichnen. Dank solcher Transparenz können Gäste für die neuen Angebote sensibilisiert und begeistert werden.

Eine Anregung gibt das „Büffet aus dem Schwarzwald“, das der Unterkirnacher Bäuerinnenladen für **anbeißen-Leckeres aus der Region** zusammengestellt hat. Vorbereitungszeit: je nach Anlieferung der Ware 1,5 – 3 Stunden mit zwei Personen; im Vorfeld muss unbedingt geklärt werden, ob Schinken oder Braten zu schneiden sind. Betreuung des Büffets: je nach Dauer der Aktion zwei oder mehr Stunden mit zwei Personen. Bei der Kalkulation des Preises muss auch an die Zeit gedacht werden, die zum Aufräumen nötig ist.

Planung ist alles

- Geeigneten Termin festlegen: zum Beispiel am Tag der offenen Tür, zur Einführung der ersten neuen regionalen Angebote, als Sommerfest, zu Ferienbeginn etc.
- Prüfen, ob sich eine regelmäßige Einführung lohnt: jeden Sonntag, saisonal zu Beginn jeder Jahreszeit oder auch jeden ersten Freitag im Monat, um das Wochen-

Mit regionalen Köstlichkeiten selbst bedient

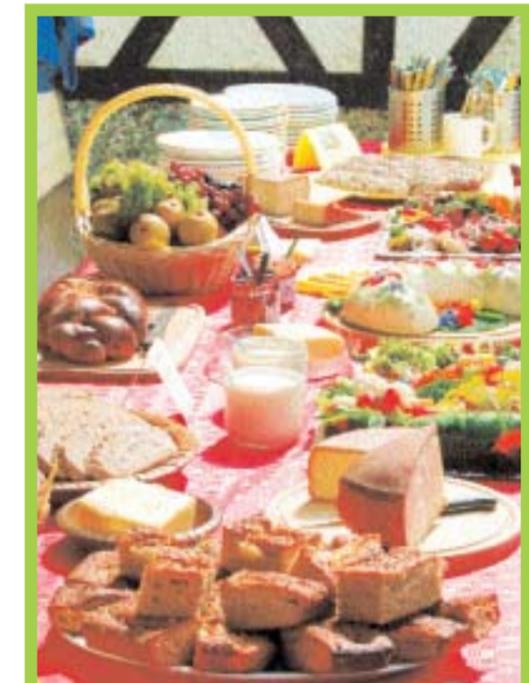
Das Auge isst mit

Information über Erzeuger und Herkunft der regionalen Angebote ist wichtig. Die entsprechende Präsentation der Speisen ist es auch. Denn das Auge isst bekanntlich mit. Im Vorfeld ist abzuklären, ob bestimmte Lebensmittel schon auf Platten oder in Schüsseln angerichtet geliefert werden. Ein Blickfang ist es, die Rohkost zum Beispiel auf einem Spiegel zu drapieren.

Büffett und Esstische sollten einheitlich dekoriert sein. Abgestimmt auf die Jahreszeit, die Region oder das Motto des Tages. Weniger ist häufig mehr...

zumal es die Verantwortlichen bei einem Büffet nicht in der Hand haben, wieviele Gäste sich an den einen oder anderen Tisch setzen. Die gemeinsame Vorbereitung am Vorabend kann ein schöner geselliger Auftakt zur Veranstaltung sein. Bei regelmäßigen Büffets ist dafür zu sorgen, dass es Wiedererkennungseffekte gibt, zum Beispiel bunte Servietten in den immer gleichen Farben, die immer gleiche Anordnung der Präsentationstische oder Infos über die Waren und ihre Erzeuger an immer gleichen Plätzen.

- Ende auf eine besondere Art und Weise einzuläuten.
- Umfang des Büffets überlegen: Je nach Art der Aktion (für geladene Gäste, über Anmeldung, oder offen für alle Besucherinnen und Besucher), muss mit einer unterschiedlichen Anzahl von Portionen gerechnet werden. Von zentraler Bedeutung für die Planung ist, welche Produkte überhaupt in welchen Mengen zur Verfügung stehen. Liegen diese Informationen vor, sind der eigenen Kreativität keine Grenzen gesetzt.
- Enge Rücksprache mit den Erzeugern, Direktvermarktern und Lieferanten vor Ort ist nötig. Wenn im Vorfeld ausführliche Gespräche geführt werden, können Lieferanten planen, um auf eventuell größere Mengen am Aktionstag vorbereitet zu sein. Mögliche Rabatte erfragen, die eigenen Bestände an Geschirr prüfen, eventuell bestimmte Platten oder Schüsseln bei den Lieferanten ausleihen.



Kirnacher Bäuerinnenladen GbR/Gerda Jäckle

Büffet aus dem Schwarzwald für 40 Personen

- 5 kg Bauern- und Dinkelvollkornbrot
- 80 Weckle oder Brötchen
- 1 kg Landbutter von einem Hof in der Nachbarschaft
- 80 g Käse pro Person verschiedenste Sorten aus Kuh- und Ziegenmilch von Schwarzwälder Hofkäsereien
- 80 g Wurst pro Person Platte mit Hausmacher Wurstwaren (Brat-, Leber- und Blutwurst, Lyoner)
- 3,6 kg Schwarzwälder Schinken
- 2 kg Bio-Wälderohschensfleisch, kalter Braten und/oder Rindfleischsalat
- 2 kg Rohkost mit Quark-/Frischkäse-Dip
- evt. Räucherforelle mit Meerrettich

- Jetzt die Mengen festlegen, Vereinbarungen über Liefertermin und Lieferung treffen. Feste Vereinbarungen verhindern böse Überraschungen. Den Auftrag klar absprechen und bestätigen lassen, nochmalige Rücksprache ein oder zwei Tage vor der Veranstaltung ist sinnvoll.
- Besonders wichtig ist es, dass man bei der Planung einer offenen Veranstaltung schon im Vorfeld Informationen bei Naturfreundehäusern mit Büffet-Erfahrung einholt. Wer die hat, wissen die Bundesgeschäftsstelle und die Landesverbände.

Regionale Büffets sind sicher ein toller Erfolg, wenn sie zusammen mit anderen Initiativen, mit Arbeitsgruppen innerhalb der Naturfreunde-Ortsgruppen, mit anderen Vereinen in der Region und natürlich mit Erzeugern, Direktvermarktern und Lieferanten veran-

staltet werden. Die Landfrauen zum Beispiel sind beste Ratgeberinnen. In jedem Fall ist der personelle Aufwand einer solchen Aktion nicht zu unterschätzen. Ein Regionales Büffet muss nicht zwingend im Naturfreundehaus durchgeführt werden. Ein Bauernhof in unmittelbarer Umgebung, der auch einer der neuen Lieferanten ist, kann ein schönes Ambiente bieten und – in wetterstabilen Zeiten – auch der eigene Garten.

Im Zusammenhang mit einem regionalen Büffet können auch Waren wie Würstchen, Marmeladen oder heimische Säfte zum Kauf und als Mitbringsel angeboten werden.

Geschirr, Besteck und Servietten

Es ist nur auf den ersten Blick einfach, ein Büffet richtig anzuordnen. In dieser Phase der Vorbereitung kommen alle Beteiligten, vor allem auch die, die die Betreuung übernehmen werden, an einen Tisch. Der Raum, in dem das Büffet stehen wird, muss genau geprüft werden: Wie sind die Präsentationstische anzuordnen, wo sitzen die Gäste, wo sind Aus- und Eingänge, wie ist die Zulieferung aus der Küche zu gewährleisten? Eine Skizze kann weiterhelfen, vor allem auch, wenn das Büffet dann tatsächlich aufgebaut wird.

Beliebte Fehler führen zu Gegenverkehr, Staus und Unmut unter den Gästen. Wer nicht dafür sorgt, dass jeder

mit einem Teller ans Büffet treten kann, hat Zentrales falsch gemacht. Besteck und Servietten dagegen können auch mitgenommen werden, wenn die Teller bereits beladen sind. Zu überlegen ist auch, ob Besteck, Servietten und Gläser nicht ohnehin besser eingedeckt werden und nur der Nachschub am Büffet zu holen ist. Zu klären ist unbedingt, wie das gebrauchte Geschirr, aber auch volle Aschenbecher oder nicht mehr benutzte Gläser dorthin kommen, wo sie hingehören. Wenn eine Rundum-Selbstbedienung geplant ist, muss durch Infos (etwa durch Plakate) eindeutig sein, wohin die abgegessenen Teller gestellt werden müssen. Darauf achten, dass dieser Platz auf keinen Fall zu klein ist!

Wandernd schlemmen

Tun sich mehrere ausreichend weit voneinander entfernte Naturfreundehäuser zusammen, können regionale Büffets auch in Schlemmerwanderungen eingebaut werden. Die einen sind dann fürs Frühstück zuständig, die nächsten fürs Mittagessen, zum Beispiel vom Büffet, im dritten Haus gibts Kaffee und Kuchen, im vierten ein Vesper mit neuen regionalen Angeboten. Eine der Stationen kann auch einer jener landwirtschaftlichen Betriebe sein, dessen Produkte sich auf den veränderten Speisekarten wiederfinden.

So könnte eine Schlemmerwanderung geplant werden: In der Vorbereitung ist wichtig, dass sich die beteiligten Häuser über Route und Zeitaufwand einigen. Nur so kann ein verbindliches Angebot bis hin zu An- und Abfahrtszeiten des ÖPNV vorgelegt werden. Auch die Verantwortlichkeiten müssen klar geregelt werden, denn wenn die Wanderung mit An- und Abfahrt geplant ist, muss es jemanden geben, der zum rechtzeitigen Aufbruch drängt.

1. Station: Frühstück mit Sekt- und Apfelsaft von Streuobstwiesen
2. Station: Mittagessen vom Büffet mit saisonalem Gemüse und Salat
3. Station: Kaffee, Tee und Kuchen
4. Station: zünftige Vesper/Jause mit Saft, Most, Bier oder Wein zum Ausklang

Ein Koch kommt

Aktionstage sind besonders geeignet, um einem breiten Publikum zu zeigen, was und wer hinter welchen regionalen Produkten steckt und warum Naturfreundehäuser oder vergleichbare Einrichtungen mit Gemeinschaftsverpflegung überhaupt auf die Idee gekommen sind, auf regionale Verpflegung umzustellen. Auch hier gibt es verschiedene Formen der Gestaltung. Nicht vergessen: Medien informieren!

- Marktplatz der Möglichkeiten: auf dem Gelände des Naturfreundehauses präsentieren sich alle neuen Partner mit ihren Produkten an Ständen. Die Ware, zum Beispiel Wurst in Dosen, Kartoffeln, Marmeladen oder Honig, kann auch verkauft werden. Im Stehen findet eine Verkostung statt oder es ist an bereitgestellten Tischen und Bänken für Bewirtung gesorgt.
- Tag der offenen Tür zeitgleich: Im Naturfreundehaus, aber auch bei den neuen Lieferanten, die in der Nähe liegen, finden zeitgleich Aktionstage statt. Die verschiedenen Orte sind durch ausgeschilderte Wege miteinander verbunden. Sind die Entfernungen zu groß, könnte ein Zubringerdienst mit Kutschen, Schleppern und Anhängern eingerichtet werden. Der Aufwand muss allerdings im angemessenen Verhältnis zum Nutzen stehen.
- Regionales Schaukochen im Haus: Ein bekannter Koch, eine Köchin kommt und verarbeitet regionale Produkte, die von



jenen Erzeugern stammen, die auch das Haus beliefern. Die wiederum werden eingebunden, indem sie während des Schaukochens über ihre Produkte und ihr Unternehmen informieren. Natürlich gibt's auch Kostproben. Die Veranstaltung ist für eine kleinere Anzahl Gäste/Multiplikatoren gedacht. So könnten Bürgermeister und Mittelständler am Ort, Verbandsvorsitzende, Schuldirektoren und auch die Pfarrer eingeladen werden. Auch in diesem Fall gilt: Medien informieren.

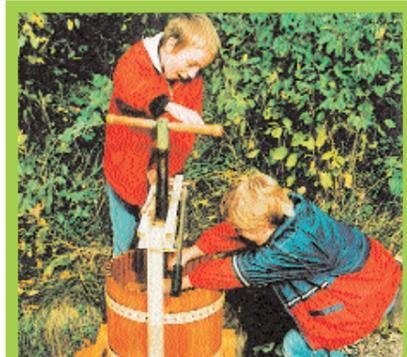
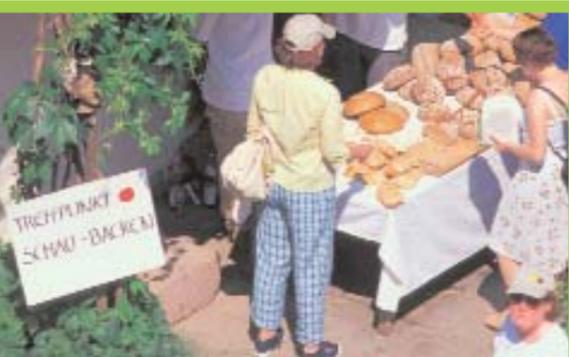
- Schaukäse, Schauwurst, Schaubacken: Diese Art der Veranstaltung kann beim Erzeuger oder mit größerem Aufwand (weil die geeigneten Maschinen erst hertransportiert werden müssen) im Naturfreundehaus durchgeführt werden. Das Publikum schaut zu, für Kinder könnte eine Mitmach-Aktion stattfinden. Parallel gibt's Informationen und Verkostungen.

Ziel der Aktionen ist es immer, die neuen Speisen auf der Karte, aber auch die Idee, die hinter dem Umstellungskonzept steckt, zu präsentieren. Mittelbar können aber auch andere Themen angesprochen werden, die in direkter Verbindung mit der Regionalisierung des Angebotes stehen, zum Beispiel der Wandel in der Landwirtschaft, der ökologische Landbau, der Erhalt von Kulturlandschaften, gesunde Ernährung, Umweltschutz oder die Region als solche. Materialien gibt es bei Landwirtschaftsämtern, Naturschutzbehörden, Bio-Anbauverbänden, Landratsämtern, Rathäusern oder Tourismusverbänden.

Je mehr Gruppen an einer Aktion beteiligt sind, desto detaillierter muss die Planung laufen. Um den Überblick nicht zu verlieren, ist es am besten, wenn die Fäden in einer Hand zusammenlaufen. Ein Ansprechpartner, eine Ansprechpartnerin ist immer auf dem letzten Stand der Dinge und kann allen Auskunft geben.

Besonders gut geeignet sind Wanderausstellungen, die auch noch einige Zeit nach den Aktionstagen stehen bleiben und auch von anderen verwendet werden können.

Öffentliche Veranstaltungen müssen auch öffentlich gemacht werden. Geeignete Möglichkeiten sind Inserate in Fach- und Verbandszeitschriften wie der „NaturFreundIn“ und deren regionalen Beiheften, in Zeitschriften von Bio-Anbauverbänden, in den Organen der Bauernverbände, in regionalen Tageszeitungen, in Amts- und Wochenblättern, durch Plakate, Flyer, Infobroschüren. Die Kontakte zu den örtlichen Medien nutzen! Eine Berichterstattung zu organisieren, ist vielfach einfacher als man denkt. Damit die Ankündigungen ihr Ziel nicht verfehlen, sollte ausreichend Zeitvorlauf eingeplant werden. Aktionen können in regionalen Terminvorschauen schon zwei oder drei Monate vorher bekannt gemacht werden. Wer die Kosten gering halten will, kann sich auf die Suche nach örtlichen und regionalen Sponsoren machen. Die Auswahlkriterien dafür müssen zusammenpassen mit den Zielen der Aktionen.



Die Erfahrungen und Ergebnisse des Modellprojektes „Regionaltypische Verpflegung im naturnahen Tourismus am Beispiel der Naturfreundehäuser“ zeigen, dass es möglich ist, regional erzeugte Lebensmittel dauerhaft in vielfältigen Einrichtungen im ländlichen Raum zu platzieren, und dass dieses Angebot von Besuchern und Gästen geschätzt und angenommen wird. Eines soll nicht verschwiegen werden: Es ist nicht immer einfach, ein Konzept durchzusetzen, auch wenn es reiflich überlegt und detailliert geplant ist. Die Verantwortlichen in den einzelnen Häusern, vor allem aber auch die haupt- und ehrenamtliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, müssen Schwung und oft auch zusätzliches Engagement mitbringen. Ohne die nötige Aufgeschlossenheit ist eine Umstellung auf regionale Verpflegung kaum möglich, weil es dann kaum gelingen wird, die Gäste und Besucher von der neuen Speisekarte, und nicht zuletzt von den (höheren) Preisen zu überzeugen. Die Erfahrungen zeigen aber, dass sich der Aufwand lohnt, dass die örtliche Landwirtschaftsverwaltung und Erzeugergemeinschaften wertvolle Partner im Sinne einer regionalen Vernetzung sind. Jeder einzelne kann so zum Erhalt unserer Kulturlandschaften beitragen.

Regional und umweltverträglich erzeugte Lebensmittel müssen bessere Marktchancen erhalten. Naturfreundehäuser und vergleichbare Einrichtungen sind ein neuer Absatzmarkt. Wenn wir weniger, dafür aber artgerecht erzeugtes Fleisch essen, schützen wir Umwelt und Klima. Gutes Essen zu genießen, gehört ganz entscheidend zur Lebensqualität. Gut heißt aber nicht nur gut schmecken, gut heißt auch, dass die Qualität stimmt. Deshalb muss unsere Nahrung nicht gegen die Natur, sondern im Einklang mit der Natur erzeugt werden.

Deshalb ist es besonders erfreulich, dass die Erfahrungen von [Anbäuer - Lecker aus der Region](#) bereits in weiteren Naturfreundehäusern Anklang finden: In ganz Deutschland geben mehr als 50 Häuser an, dass sie regionaltypische Verpflegung anbieten. Es müssen mehr werden! Der vorliegende Leitfaden möchte dazu einen zentralen Beitrag leisten.

Peter Strobel,
Projektleitung





Von A wie Apfel bis W wie Wein



Wer auf regionaltypische Verpflegung umstellen will, kann aus einer ganzen Palette von Angeboten wählen. Regionale Erzeugerinnen und Erzeuger produzieren Brot, Wurst, Aufstriche, Milch, Käse, Säfte, Bier, Wein oder Spirituosen. Es gibt Getreide, Eier, Fleisch, Obst und Gemüse. Es empfiehlt sich – nicht zuletzt der Preisgestaltung wegen –, saisonale Unterschiede zu berücksichtigen.

Die folgende Zusammenstellung informiert über verschiedene Waren. Ihr Einsatz hängt auch davon ab, wie Naturfreundehäuser oder andere Einrichtungen mit Gemeinschaftsverpflegung mit Personal ausgestattet sind, wie die Kapazitäten in der Küche sind und welche Spezialitäten die Gäste bisher besonders häufig nachgefragt haben. Ohne direkten Kontakt zu den regionalen Erzeugern und Lieferanten lassen sich allerdings keine Konzepte zur Umstellung der Verpflegung erarbeiten. Alle Akteure müssen in die Planung mit einbezogen sein.

Dank der Einführung eines bundesweit einheitlichen Bio-Siegels ist die Auswahl einfacher geworden. Landwirtschaftliche Erzeugnisse und Lebensmittel, die als Öko-Produkte gekennzeichnet sind, müssen die Regelungen der EG-Ökoverordnung einhalten. Die Richtlinien der deutschen Anbauverbände wie zum Beispiel Bioland, Demeter oder Naturland, sind in verschiedenen Details strenger als die Regelungen der EG-Ökoverordnung. Sinnvoll ist es auch, sich über regionale oder von den einzelnen Bundesländern aufgelegte Gütezeichen zu informieren und vor allem zu überprüfen, ob deren Richtlinien den eigenen Kriterien entsprechen.

Natürliches Mineralwasser

Ein aus der Tiefe der Erde gewonnenes Produkt. Natürliches Mineralwasser wird pur und für Mischgetränke verwendet (Apfel- oder Weinschorle). Das Produkt ist ganzjährig in gleicher Qualität erhältlich, kann über ein bewährtes Pfandsystem bezogen werden und stellt hinsichtlich Haltbarkeit kein Problem dar. Anders, als viele glauben, gibt es erhebliche Geschmacksunterschiede. Es lohnt sich, die Aufstellung der Inhaltsstoffe genau zu lesen. Immer beliebter ist wenig sprudelndes oder ganz stilles Wasser, wobei letzteres – vor allem in Gegenden mit gutem Leitungswasser – auch sehr preiswert gänzlich ersetzt werden kann.

Bezug: Mineralwasser in den unterschiedlichen Darreichungsformen kann bei den lokalen Händlern und Getränkemärkten bezogen werden. Soweit möglich, regionale Abfüller bevorzugen! Eventuell als Alternative ein besonders gutes zweites Mineralwasser anbieten.

Im Fachhandel für Gastronomie werden Wassersprudler für den Dauergebrauch angeboten. Vor allem in voll bewirtschafteten Häusern und bei guter regionaler Wasserqualität kann sich eine Anschaffung rasch amortisieren, zumal viele Mischgetränke besser schmecken.

Alkoholfreie Erfrischungsgetränke

Im regionalen Angebot sind eine Reihe schmackhafter Erfrischungsgetränke aus heimischen Obstsorten wie Birne, Kirsche, Johannisbeere und Traubensaft. Es gibt auch Gemüsesäfte, beispielsweise aus Karotten,



Roter Beete und Tomaten. Sie stellen eine Alternative zu den künstlichen, meist überzuckerten Erfrischungsgetränken dar, müssen allerdings genau kalkuliert werden, weil die Preise häufig relativ hoch sind. Gerne werden sie deshalb auch mit Mineralwasser, gesprudelt oder reinem Leitungswasser gemischt. Dabei ist zu beachten, dass Kohlensäure als Geschmacksverstärker wirkt, weshalb nur Säfte von wirklich guter Qualität gespritzt werden sollten. Immer beliebter werden auch Wildsäfte oder -sirupe aus Holunder und Holunderblüte, Sanddorn, Schwarzdorn oder Schlehe. Bei Biosäften ist sichergestellt, dass das Produkt ohne raffinierten Weißzucker nachgesüßt wurde. Darauf achten, ob es sich um Saft mit hundert Prozent Fruchtgehalt oder um Nektar bzw. Fruchtsaftgetränke handelt, die allerdings auch mit Honig versetzt sein können.

Bezug: Nach Möglichkeit direkt bei Keltereien vor Ort kaufen. Ein breites Sortiment bieten auch Naturkostsupermärkte und -läden, Reformhäuser oder der Naturkostgroßhandel.



Jeden Tag einen Apfel

Wussten Sie, das Streuobstapfelsaft in der Regel aus einer extensiven Bewirtschaftungsweise kommt? Es gibt Kommunen, die ihre Wiesen geteilt in Parzellen verpachten. Die Pächter sammeln die Äpfel, bringen sie zur örtlichen Kelterei und bekommen entsprechend der Liefermenge Apfelsaft von Streuobstwiesen. Billigapfelsäfte werden dagegen aus Konzentrat hergestellt, das häufig weite Wege hinter sich hat. Zum Kreis der Lieferanten zählt inzwischen auch China. In einem Glas heimischen Apfelsaft stecken dagegen die Inhaltsstoffe von vier bis sechs Äpfeln – Gesundheit pur nach dem Sprichwort: An apple a day keeps the doctor away.

Apfelsaft / Apfelwein

Apfelsaft und Apfelwein sind klassische regionale Produkte. Streuobstwiesen und Streuobstbäume sind im gesamten Bundesgebiet zu finden und stellen auch heutzutage noch eine verbreitete extensive Form der Landbewirtschaftung dar – trotz des massiven Flächenrückgangs in den vergangenen Jahrzehnten.

Gärt Apfelsaft, wird daraus Apfelwein. Je nach Region werden unterschiedliche Sorten verwendet, auch eine Vielzahl alter Apfelsorten. Inzwischen sind auch sortenreine Produkte im Angebot. Traditionell gibt es in manchen Regionen auch die Kombination mit anderen Früchten wie Trauben oder Quitten. Für das in Süddeutschland als Most bezeichnete Getränk werden Birnen und Äpfel gemeinsam gekeltert.



Bezug: Informationen darüber, wo die Produkte zu kaufen sind, haben Landwirtschaftsämter, Anbauverbände des ökologischen Landbaus, die Kreisobstfachberater in den Landratsämtern oder die Unteren Naturschutzbehörden. Auch Apfelsaft wird überwiegend in Mehrwegsystemen geliefert.

Stellen Sie mit Kindern selbst Apfelsaft her: Vom Sammeln bis zum Genuss des frisch gepressten Saftes.

Bier

Bier hat in Deutschland einen sehr hohen Stellenwert. Nach dem Reinheitsgebot, das seit 1561 nahezu unverändert gilt, dürfen zum Brauen von Bier nur Wasser, Malz Hopfen und Hefe verwendet werden. Als untergärige Biere kommen in Deutschland besonders Pils, Export und Lager in den Handel. Als obergärige Biere finden wir das immer beliebtere Weizen- oder Weißbier, aber auch Alt und Kölsch. Der Unterschied zwischen diesen Bierarten liegt in der verwendeten Hefe.

Die Fülle an Bier-Sorten, vor allem aber an Biermarken (in Deutschland gibt es ca. 5 000) leitet sich aus der Vielzahl der Brauereien, aber auch aus regionalen und saisonalen Gegebenheiten ab. So finden wir vom süddeutschen Fasnetsbier über Maibock bis hin zu Weihnachtsbier ein großes Spektrum, das

jahreszeitlich unterschiedlich verfügbar ist. Nahezu überall in Deutschland finden sich regionale Brauereien, die es lohnt zu unterstützen.

Bezug: Zu bevorzugen ist Bier aus der Region. Einige Brauereien arbeiten auch mit Rohstoffen aus integriertem Anbau. Bier wird in der Regel vom Getränkehandel oder den Brauereien angeliefert. Hier hat sich ein bewährtes Pfandsystem etabliert. Je nach Menge oder auch bei Festen kann es sinnvoll sein, Bier in wiederverwendbaren Fässern zu beziehen, zumal die Angabe 'Bier vom Fass' auf der Getränkekarte als Qualitätsmerkmal gilt.

Wein

Kaum ein anderes Getränk wird in so unterschiedlicher Qualität und damit auch zu so unterschiedlichen Preisen angeboten wie Wein. Und wie bei kaum einem anderen Getränk lohnt es sich, Informationen über Anbauggebiete, Rebsorten, Winzer und Vermarktungswege einzuholen, vor allem für jene, die nicht in einer Weinregion leben. Das Internet bietet eine Vielzahl von Details, aber auch örtliche Händler helfen in der Regel weiter.

Jede Region hat ihr Anbauklima, hat unterschiedliche Böden und Anbaumethoden und ihre Rebsorten. Eine große Rolle spielen



auch Reifegrad, Verarbeitung und Lagerung. Bei einer Umstellung des Angebots auf regionale oder sogar ökologisch produzierte Weine lohnt es sich, den eigenen Bedarf und den Anspruch der Gäste genau zu prüfen. Es kann zum Beispiel bei besonderen Gelegenheiten wie einem Sommerfest durchaus angebracht sein, Weißwein oder Rosé aus Zehnliterschläuchen zu zapfen. Ein mittel- bis hochpreisiger Rotwein eines besonderen Jahrgangs wäre dagegen fehl am Platze. Ohne Sachverstand lässt sich eine am Gast orientierte, gut kalkulierte Weinkarte nicht zusammenstellen! Wichtig ist es auch, die eigenen Lagerkapazitäten zu prüfen. Wer keinen Weinkeller hat, kann auch keine größeren Weinvorräte anlegen. Ebenso wichtig ist es, für die richtige Temperatur zu sorgen.

*Wird's
im Kühlschrank mal zu eng, Weißwein
oder Rosé eher mit einigen separat servierten
Eiswürfeln reichen als zu warm.*

Wein mit Mineralwasser zu mischen, war lange Zeit verpönt, weil minderwertige Weine mit kohlen säurehaltigem Wasser kein schmackhaftes Mixgetränk ergeben – die Kohlensäure verstärkt schlechte Aromen. Wer Qualitätsweine verwendet, kann aus einer Schorle eine jahreszeitliche Spezialität machen: Im Sommer wird wenig kühler Weißwein mit viel kühlem Wasser gespritzt, im Winter viel Wein mit wenig Wasser.

Bezug: In Weinregionen ist es naheliegender, sich mit Direktvermarktern über Abnahmemengen und Preise zu verständigen. Viele Weingüter liefern mehrmals im Jahr in der ganzen Bundesrepublik. Es ist sinnvoll, zu klä-

*Weinproben
oder Weinwanderungen mit
ernsthafter Information verbinden. Vor
allem Verkostungen sind in Verruf gekommen,
weil es häufig mehr um Quantität statt Qualität
gegangen ist. Inzwischen bieten viele Anbau-
regionen aber auch einzelne Winzer interes-
sante, lehr- und abwechslungsreiche
Programme an.*

ren, ob das Leergut mitgenommen wird oder nicht. Wo eine direkte Liefermöglichkeit nicht besteht, kann auf das Internet zurückgegriffen werden. Außerdem gibt es örtliche Händler, die sich über Dauerkundschaft freuen. Auch in diesem Fall muss offen und fair über machbare Preise geredet werden.



Spirituosen

Je nach Region und Kultur haben sich verschiedene Spirituosspezialitäten einschließlich Liköre entwickelt. Deren Produktion kann einen Beitrag zum Erhalt von Streuobstwiesen, Heckenriegeln und weiteren Kulturlandschaftselementen leisten. Immer häufiger werden sortenreine Brände angeboten. Verwendet werden dann zum Beispiel nicht einfach Äpfel, sondern nur Äpfel einer einzigen Sorte, die häufig auch sofort am Geruch zu erkennen ist.

Bezug: Direktvermarktende Landwirte bieten sich als regionale Lieferanten an. Zum Schwarzwald gehört das Kirschwasser, zu vielen Weinanbaugebieten der Tresterbrand – die mitteleuropäische Form des Grappa –, zum Münsterland der Korn und ein Wacholder.

Kaffee und Tee

Um ein tragfähiges Konzept zur Umstellung des Kaffee- und Teeangebotes auszuarbeiten, muss die Nachfrage geklärt werden. Welche Teesorten sind besonders gefragt? Wann wird Kaffee bestellt, zum Frühstück, nur zum Kuchen, auch nach dem Essen? Häuser mit Espresso-Maschinen müssen auf die Einzelproduktion von Portionen eingestellt sein, Häuser mit Kaffeeautomaten darauf achten, dass nicht zu viel auf einmal produziert wird und die Gäste dann abgestandenen Kaffee serviert bekommen. Ähnliches gilt für Tee, wobei Grüntee übrigens nicht mit kochendem,

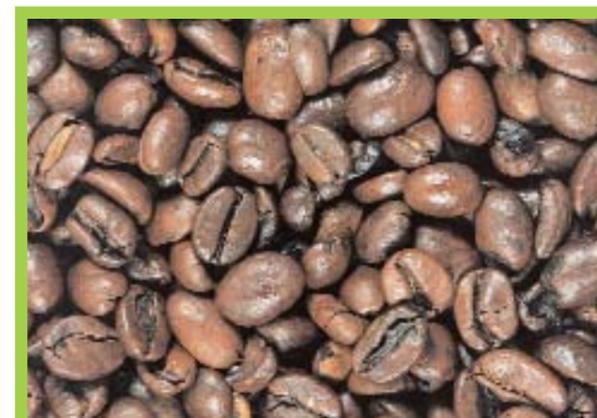
sondern mit höchstens 75 °C heißem Wasser zubereitet werden sollte, sonst wird er bitter. Bei Espresso, Kaffee, bei Grüntee und den vielen Schwarzteesorten sollte auf Produkte aus fairem Handel zurückgegriffen werden.

Möglicherweise ergibt sich auch eine Zusammenarbeit mit einer Kaffeerösterei in der Region. Regionale Aspekte treten beim Angebot von Früchte- und Kräutertees in den Vordergrund. Als Spezialität können auch eigene Mischungen angeboten werden. Bevor die neuen Heißgetränke ihren Platz auf der Karte finden, ist außerdem zu klären, ob auf Teebeutel zurückgegriffen werden kann und

*Bieten
Sie Wanderern den Service an, ihre
Thermoskanne mit Tee zu befüllen – in der
kalten Jahreszeit heiß, im Sommer frisch
gekühlt.*

soll. Unbestritten lässt sich Tee dank Teebeuteln einfacher zubereiten.

Bezug: Naturkostläden und viele Reformhäuser führen ein breites Sortiment. Auch im Internet finden sich eine Vielzahl von Lieferadressen.



Mehl und Backmischungen

In voll bewirtschafteten Häusern selbst zu backen ist – außer bei besonderen Anlässen – nur angebracht, wenn es Gruppen oder eine größere Zahl von Gästen gibt. In Selbstversorgerhäusern können Gäste über die Möglichkeit, Mehl oder Backmischungen von regionalen Lieferanten zu bekommen, schon bei der Buchungsanfrage informiert werden. Bei Backmischungen auf die Angebote von Biobetrieben zurückgreifen! So ist gewährleistet, dass keine künstlichen Zusatzstoffe verwendet werden. Auch manche Landwirte und Mühlen vor Ort bieten frisch gemahlenes Getreide in unterschiedlichen Ausmahlungen an.

Bezug: Bei Landwirten, Mühlen und in Naturkostläden.

Wirtschaftlich interessant kann die Anschaffung einer hauseigenen Getreidequetsche sein. So gibt es auch bei großer Nachfrage immer ausreichend frische Getreideflocken.

Müsli und Getreidemischungen

Im Laufe der vergangenen hundert Jahre hat sich die Bezeichnung Müsli eingebürgert für Mischungen aus Vollgetreide (geschrotet oder auch in Flockenform), aus frischen und/oder Trockenfrüchten sowie Nüssen



oder anderen Zutaten je nach Geschmack. Müslis erfreuen sich steigender Beliebtheit, da sie sich vielfältig selber mischen lassen. Sie können hervorragend in regionale (Frühstücks-) Buffets integriert werden.

Bezug: Bei Landwirten, Mühlen und Naturkostläden, die vielfach auch fertige Mischungen in ihrem Angebot haben, welche aber individuell verfeinert und kombiniert werden können.

Brot

Seit unsere Vorfahren mit dem Ackerbau begonnen haben, ist Getreide eines unserer wichtigsten Nahrungsmittel. Deutschland ist – im Gegensatz beispielsweise zu Frankreich oder Italien – international bekannt für seine Vielzahl von Brotsorten. Zumindest einige davon könnten ihren Stamplatz auch in dem neuen regionalen Angebot in Naturfreundehäusern oder anderen Einrichtungen mit Gemeinschaftsverpflegung finden. Auf

Dinkel & Grünkern

Wussten Sie, dass Dinkel, ein früher weit verbreitetes Getreide, dank des Öko-Landbaus eine Renaissance erlebt? Dinkel ermöglicht gute Erträge ohne Einsatz von Kunstdünger. Er hat mehr gesundheitsfördernde Inhaltsstoffe als die meisten Weizenarten. Grünkern ist das unreif geerntete, teils auch heute noch auf Holzfeuern gedarrte Dinkelkorn und eignet sich als Reisersatz. Eine Spezialität auf der neuen Karte könnte ein regionales Grünkern-Risotto sein.

Backwaren

Zu den beliebtesten Angeboten in Naturfreundehäusern gehört der traditionelle Kuchen am Sonntagnachmittag. Viele Rezepte lassen sich ohne Probleme von der Verwendung herkömmlicher Zutaten auf regionale- und Bioprodukte umstellen. Möglicherweise ist auch die Zusammenarbeit mit örtlichen (Bio-) Bäckereien sinnvoll; die einzelnen Portionen müssen allerdings vor dem Abschluss von Lieferverträgen genau durchkalkuliert werden. Wer Fertigbackmischungen verwendet, sollte auf industrielle Zusätze völlig verzichten.

Da gerade in teilbewirtschafteten Häusern auf die ehrenamtliche Mitarbeit zurückgegriffen wird, bietet es sich an, das neue Konzept im Rahmen eines oder mehrerer Backtage zu diskutieren und vor allem zu erproben. Gerade geübte Hausfrauen und -männer haben sicherlich keinerlei Schwierigkeiten, süße Köstlichkeiten auch aus veränderten Zutaten, wie zum Beispiel Vollkornmehl, zu backen. Umfassende Informationen über Lieferanten, Direktvermarkter und Preise sollten vorliegen.

Wie wär's, im Rahmen einer Ferienaktion ein Backhaus zu bauen? Fachlicher Rat vor Ort ist sicher einfach zu finden. Der Bau, vor allem aber die regelmäßigen Backtage machen das Naturfreundehaus zur regionalen Drehscheibe. Ein gelungenes Beispiel ist das Backhaus des Naturfreundehauses in Bad Emstal (Infos unter Tel. 0 56 24 / 69 15)

vielen (Bio-) Höfen wird auch wieder selber gebacken. Es bietet sich an, eine kalkulierbare Mischung zu finden zwischen Weizen-/ Roggen-Brot und Mehrkornspezialitäten oder Brot aus traditionsreichen alten Mehlsorten wie Dinkel.

Bezug: Bei direktvermarktenden Landwirten mit Backhaus, in Bäckereien vor Ort, vor allem mit Bio-Angebot, in Naturkostläden und auf Wochenmärkten. Absprachen mit Lieferantinnen und Lieferanten über Mengen und Preise sind für beide Seiten von Vorteil.

Viele Kuchen lassen sich auch mit Honig süßen. Honig aus der Region spiegelt die Vielfalt wider: Von Akazien- über Blüten- bis zu Heide- und Waldhonig. Auch viele Teesorten lassen sich statt mit Zucker mit Honig süßen.



Milch

Eine große Rolle in unserer Ernährung spielt Milch. Der Verbrauch nimmt Jahr für Jahr zu. Aufgrund ihrer biochemischen Zusammensetzung ist sie allerdings leicht verderblich. Wer keine Möglichkeit hat, sie tagtäglich frisch vom Bauern zu beziehen, muss deshalb auf bearbeitete Milch zurückgreifen. Zur Vermeidung von Krankheiten und zur Verbesserung der Haltbarkeit ist es daher grundsätzlich notwendig, die Milch molkereiartig zu be- oder verarbeiten. Infolge der heutigen Einkaufsmacht des Lebensmittelhandels werden molkereien und damit auch die Milchbauern permanent unter Erlösdruck gesetzt. Viele Milchbauern müssen um ihre Existenz fürchten, weil sie nicht kostendeckend produzieren. Milch vor Ort direkt zu beziehen, bringt den Höfen eine zusätzliche Einkommensquelle.

www.aktion-biomilch.de

Bezug: Bei Bauernhöfen mit Ab-Hof-Verkauf (Adressen bei den Landwirtschaftsämtern und den Bio-Anbauverbänden), in Naturkostläden und auf Wochenmärkten.

Milchprodukte

Produkte aus Milch gibt es in Hülle und Fülle, deshalb fällt Orientierung und Auswahl nicht immer leicht: Butter, Quark, Topfen, Buttermilch, Dickmilch, Sahne, Crème Fraiche, Joghurt, Frischkäse. Gerade im Käseangebot spiegelt sich die Tradition einer Region wieder. Viele Sorten sind unverwechselbar und bereichern jede Speisekarte.

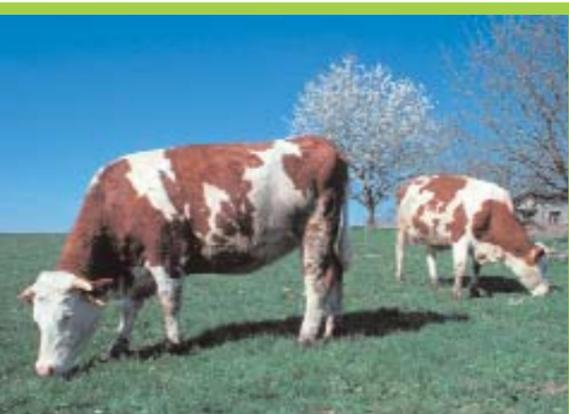
www.kaesestrasse-sh.de
www.allesbiokaese.de

Bezug: Bei Bauernhöfen mit eigener Käserei (Adressen bei Landwirtschaftsämtern und Bio-Anbauverbänden), Direktvermarktern, in Naturkostläden und auf Wochenmärkten.

Eier

Eier aus artgerechter Tierhaltung sind allen anderen, unabhängig vom Mehrpreis, vorzuziehen. Wer seine Eier über den Handel bezieht, erkennt die Art der Produktion auf jedem einzelnen Ei: Die Ziffer 0 steht für Bio-Eier. Seriöse Direktvermarkter sind übrigens auch an Mengenschwankungen zu erkennen, denn glückliche Hühner legen keineswegs immer so viele Eier, wie gerade gebraucht werden.

Bezug: Bei Öko-Betrieben und Naturkostläden



Fleisch

Fleischeinkauf ist Vertrauenssache. Deshalb sollte nur Fleisch verwendet werden, das von Händlern stammt, die detailliert über ihre Bezugsquellen Auskunft geben können. Wer direkt ab Hof kauft, sollte mit Landwirten zusammenarbeiten, die ihre Tiere nach ökologischen Standards halten. Daneben sind auch Rasse, Alter, Geschlecht und Schlachtgewicht Qualitätskriterien. Die höchsten Anforderungen sind dann erfüllt, wenn die Tiere auch schonend geschlachtet werden. Längst ist wissenschaftlich bewiesen, dass zum Beispiel der mit Stress verbundene Adrenalinausstoß dazu führt, dass Fleischportionen bei der Zubereitung schrumpfen.

Die Geschmackseigenschaften von Fleisch werden auch durch sorgfältige Lagerung und natürlich durch die Art der Zubereitung beeinflusst. Saftig, zart und schmackhaft sind die Stichworte, die viele Gäste mit guter Qualität verbinden. Angesichts der Preisunterschiede wird das Kapitel Fleisch in jedem Konzept zum Angebot regionaler Produkte eine zentrale Stellung einnehmen. Es empfiehlt sich, den Kontakt und das Fachwissen anderer abzufragen, die bereits Speisen mit Bio-Fleisch im Angebot haben. Bauern und Bäuerinnen, aber auch Metzger können ebenfalls wichtige Ansprechpartner sein, wenn es darum geht, zu vernünftigen Mehrpreisen neue und andere Fleischrezepte ins Küchenrepertoire aufzunehmen.

Bezug: Bauernhöfe mit artgerechter Tierhaltung, Bio-Betriebe (Adressen bekommt man bei Landwirtschaftsämtern und Bio-Anbauverbänden), Naturkostläden, Wochenmärkte.

Wurstwaren

Wurst erfreut sich in Deutschland ungebrochener Beliebtheit. Dabei steht eine große Vielfalt an regionalen Produkten zur Auswahl. Wer auf traditionelle europäische Spezialitäten wie ungarische Salami oder italienische Mortadella nicht verzichten will, sollte klären, warum sich diese auf der Karte finden. Im Übrigen ist Wurst von Erzeugern vor Ort vorzuziehen. Bei Bioprodukten wird auch auf Pökelsalz und chemische Farb- oder Konservierungsstoffe verzichtet.

Engagierte Bauern und Bäuerinnen freuen sich, wenn sich Konsumenten für ihre Arbeit interessieren. Machen Sie sich selbst ein Bild von der Tierhaltung. Planen Sie einen Bauernhofbesuch im Rahmen eines Aktionstages. Wanderwege entlang von Koppeln und Weiden schaffen einen Bezug zum Produkt, das im Naturfreundehaus neu angeboten wird.

Bezug: Bei Bauernhöfen mit eigener Schlachtung und Verarbeitung (Adressen bei den Landwirtschaftsämtern und den Bio-Anbauverbänden), in Naturkostläden, auf Wochenmärkten. Informationen auch im Internet, zum Beispiel unter www.bioland.de (Metzgeradressen, sortiert nach Postleitzahl)



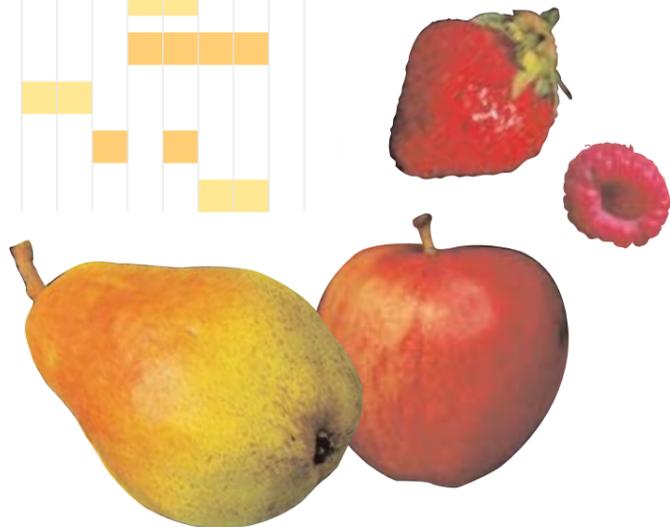
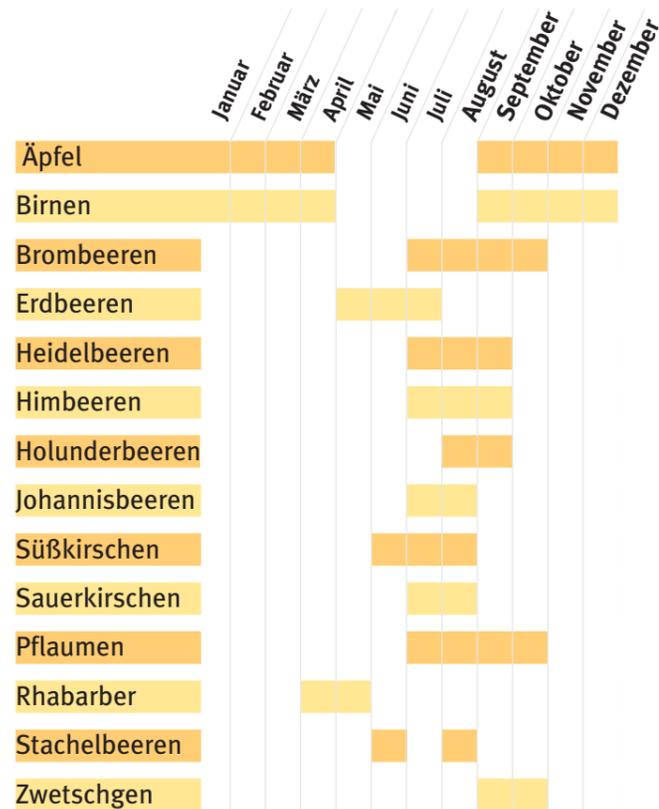
Obst

Statt Süßigkeiten als Zwischenmahlzeit jedem Gast einen Apfel schenken – geerntet in Streuobstgärten vor Ort. Es gibt auch die Möglichkeit, Baumpatenschaften für den hauseigenen Bedarf zu übernehmen. Oder wie wär's, wenn auf dem Gelände des Hauses Obstbäume gepflanzt werden?

Konventioneller und ökologischer Obstanbau bieten das ganze Jahr hindurch ein vielfältiges Angebot. Lagerobst wie Äpfel oder Birnen ausgenommen, handelt es sich allerdings um eine leicht verderbliche Ware. Die Produkte sind am günstigsten einzukaufen, wenn sie Saison haben. Obst eignet sich zum Frischverzehr, etwa als Salat, für süße Gerichte wie Zwetschgenknödel oder Kuchen, und es kann zu Saft, Kompott oder Mus verarbeitet werden.

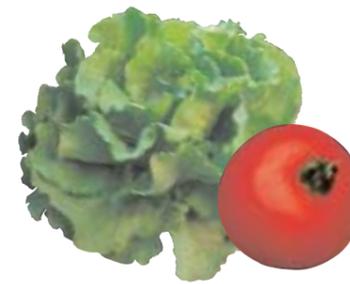
Bezug: Bei Direktvermarktern, auf Wochenmärkten, in Naturkostläden.

SAISON FÜR HEIMISCHES OBST



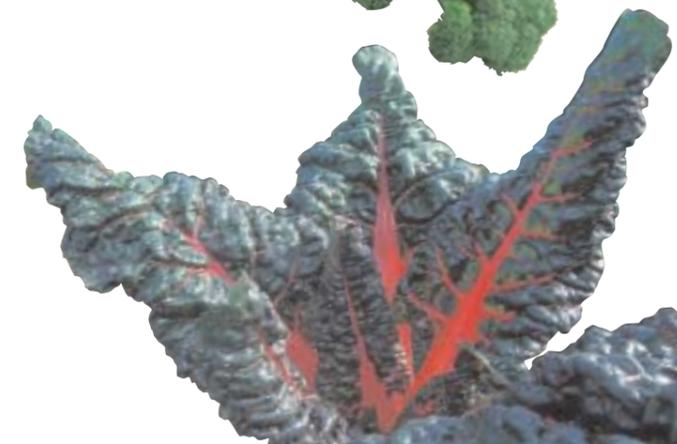
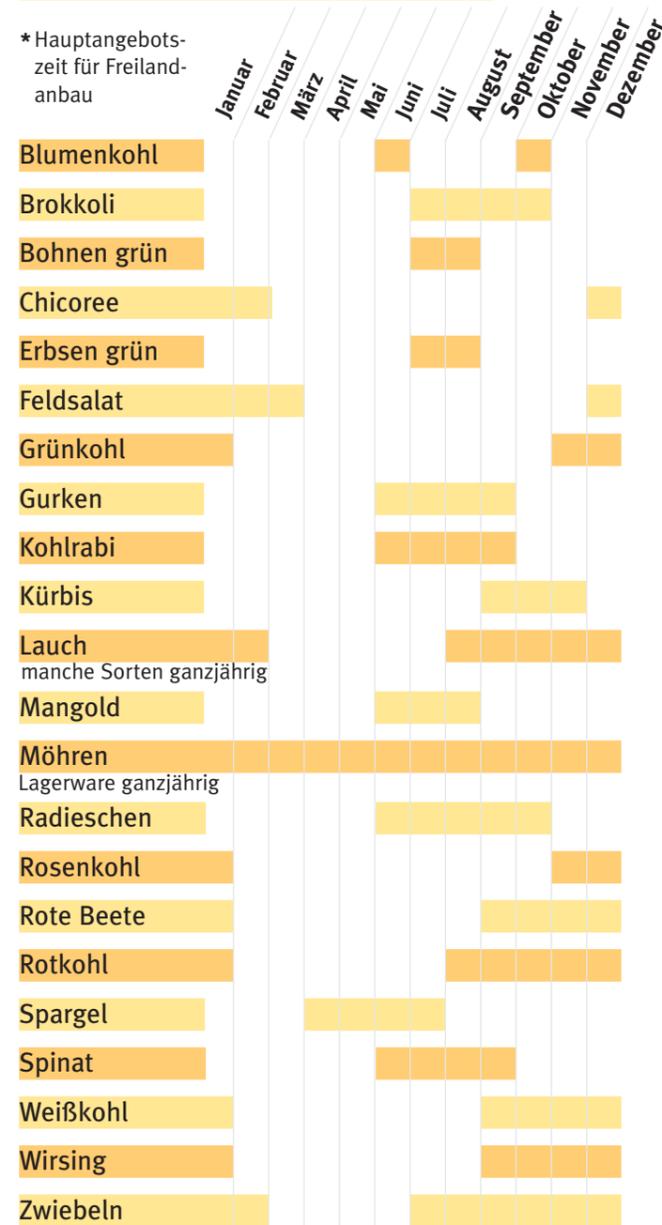
Gemüse

Keine anderen Nahrungsmittel enthalten derart viele lebenswichtige Vitamine, Spurenelemente, Mineral- und Ballaststoffe wie Gemüse. Wie bei Obst gilt, von lagerfähiger Ware abgesehen: Angebote sind dann besonders gut und preiswert, wenn sie Saison haben.



SAISON FÜR HEIMISCHES GEMÜSE*

* Hauptangebotszeit für Freilandanbau



Kartoffeln

Eignen sich aufgrund ihrer guten Lagereigenschaften zur größeren Bevorratung.

- Festkochende Sorten behalten auf Grund des geringen Stärkegehaltes beim Kochen ihre Form. Geeignet für: Pellkartoffeln, Salate, Gratin, Salzkartoffeln, Bratkartoffeln
Emma, Linda, Sieglinde
- Vorwiegend festkochende Sorten behalten trotz des hohen Stärkegehaltes ihre Form und sind am vielseitigsten verwendbar. Geeignet für: Pellkartoffeln, Salzkartoffeln, Aufläufe, Eintöpfe, Kartoffelpuffer
Granula, Velox

Kaufen

Sie Kartoffeln nur in Jute- oder Raschelsäcken, nicht in Folienverpackungen, sie können sonst schnell verderben. Achten Sie darauf, dass Kartoffeln zur Lagerung schalenfest, unbeschädigt, nicht ergrünt, trocken und sauber sind. Frosteinwirkung unbedingt vermeiden, da sich sonst Stärke in Zucker umwandelt. Die optimale Lagertemperatur liegt bei vier bis sechs Grad Celsius. Der Lagerraum muss dunkel und trocken sein.



- Mehligkochende Sorten haben durch ihren höheren Stärkegehalt einen eher trockenen Charakter. Geeignet für: Eintöpfe, Suppen, Kartoffelpuffer, Püree, Klöße, Süßspeisen, Kuchen
Ackersegen, Aula, Karlena
- Sehr frühe Sorten werden teilweise sogar unter Folie angebaut, damit sie bereits ab Mai/Anfang Juni auf den Tisch kommen können. Sie sind ein echter Genuss und wegen ihrer zarten Schale zum Schälen zu schade.
- Frühe Sorten kommen ab Juli bis Mitte August in den Handel.
- Mittelfrühe Sorten werden ab Mitte/Ende August geerntet. Viele hochgeschätzte Sorten zählen zu dieser Gruppe.
Edzell Blue, Odenwälder Blaue
- Späte Sorten eignen sich besonders gut zum Einkellern. Geerntet werden sie ab September bis Oktober.
Ackersegen, Emma, Reichskanzler, Roseval

Gemüsebratlinge & Kartoffelgratin

Rezept für 8–10 Personen

Zutaten für ca. 20 Bratlinge

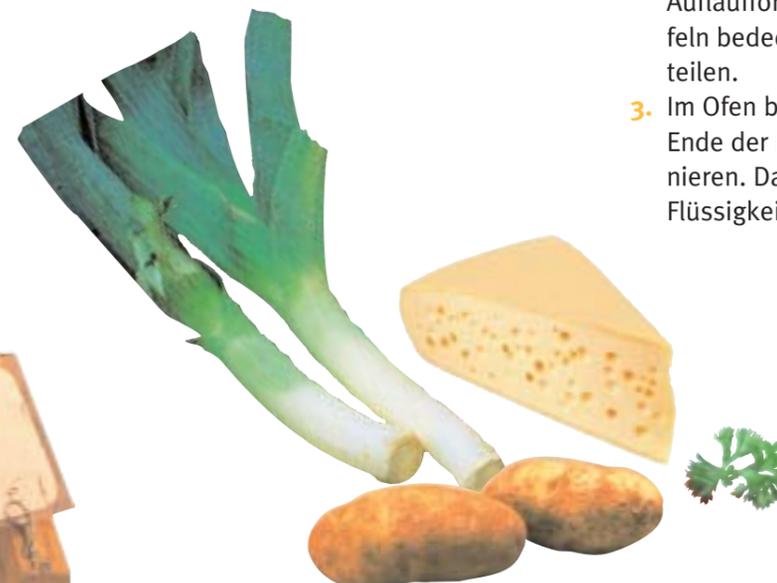
- 4–5 mittelgroße Kartoffeln
- 4–5 Möhren
- 4–5 Zucchini
- 4–5 Lauchstangen
- 6 EL Mehl
- 5 Eier
- Salz, Pfeffer, Petersilie

Zutaten für Kartoffelgratin

- 1,25 kg Kartoffeln
- 3/4 l süße Sahne
- 3/4 l saure Sahne
- 1/8 l Milch
- Salz, schwarzer Pfeffer, Muskatnuss, Butter

Zum Verfeinern

- geriebenen Emmentaler nach Geschmack



Ein vegetarisches Gericht, das auch für Ovo-lacto-Vegetarier geeignet ist. Die Zutaten können immer auf Vorrat gehalten werden, da außer Milch nur gut haltbare Lebensmittel verwendet werden.

Zubereitung der Bratlinge:

1. Die geschälten Kartoffeln, Möhren, und Zucchini fein raspeln. Mit den Händen möglichst viel Flüssigkeit aus dem geriebenen Gemüse pressen. Den Lauch in möglichst dünne Halbringe schneiden. Gemüse und gehackte Petersilie in eine Schüssel geben. Mehl darüberstäuben, mit den Eiern vermischen.
2. Aus diesem Teig etwa 20 flache Bratlinge von 7 cm Durchmesser formen. In einer Pfanne ausreichend Öl erhitzen und die Bratlinge bei mittlerer Hitze auf jeder Seite ca. 4–6 Minuten lang braten, bis sie goldgelb und knusprig sind. Eventuell Hitze rechtzeitig etwas reduzieren, um sie länger und damit weicher braten zu können. Fertige Bratlinge auf Küchenpapier abtropfen lassen und im Backofen warm halten.

Zubereitung des Kartoffelgratins:

1. Die gewaschenen und geschälten Kartoffeln in sehr dünne Scheiben schneiden oder hobeln. Eine Auflaufform mit hohem Rand mit Butter oder Öl ausstreichen und die Kartoffelscheiben dachziegelartig hineinschichten.
2. Sahne und Milch mischen, mit Salz, Pfeffer und Muskatnuss würzen und über die Kartoffeln geben. Die Auflaufform schwenken, damit möglichst alle Kartoffeln bedeckt werden. Dünne Butterflocken darauf verteilen.
3. Im Ofen bei 200°C ca. 1 Stunde lang backen. Kurz vor Ende der Backzeit mit geriebenem Emmentaler gratinieren. Das Gratin ist fertig, wenn die Kartoffeln die Flüssigkeit aufgenommen haben und weich sind.



Heidelamm-Topf

Rezept für 8–10 Personen

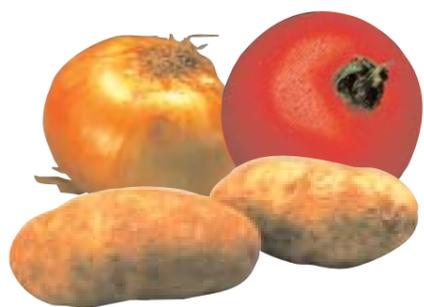
Zutaten

- 2 kg Lammfleisch von Hals oder Schulter
- 1 kg frische grüne Bohnen
- 1 kg festkochende Kartoffeln
- 200 g Räucherspeck
- 2 Zwiebeln
- 4 Tomaten
- 1/2 l Weißwein
- 1–1,5 l Gemüsebrühe
- Salz, schwarzer Pfeffer, getrockneter Bärlauch, Bohnenkraut

Ein typisches Gericht aus der Lüneburger Heide. Es kann sowohl mit Lamm- als auch mit Zickleinfleisch zubereitet werden.

Zubereitung

1. Lammfleisch in mundgerechte Stücke schneiden. Grobes Fett entfernen.
2. Bohnen dritteln und Kartoffeln würfeln. Speck und Zwiebeln fein hacken. Tomaten enthäuten und würfeln.
3. Speck und Zwiebeln kurz in etwas Fett andünsten. Mit Weißwein ablöschen. Das Fleisch, die Bohnen und Kartoffeln untermischen. Mit Salz, Pfeffer und Bärlauch würzen. Soviel Brühe dazugeben, dass alles bedeckt ist. Das Bohnenkraut obenauf legen.
4. Garzeit ca. 1 1/2 Stunden bei mittlerer Hitze. Kurz vor Ende der Garzeit die Tomatenwürfel zugeben.



Zwiebelkuchen

Rezept für 8–10 Personen

Zutaten für den Teig

- 300 g Mehl
- 80 g Butter
- 1/2 TL Salz
- 4–5 EL Eiswasser
- 1 TL Weinessig

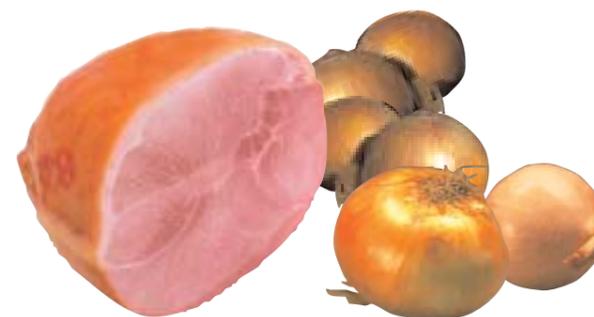
Zutaten für den Belag

- 600–700 g Zwiebeln
- 100 g gekochter Schinken oder durchwachsener Speck
- 30 g Butter
- 175 g Crème Fraîche
- 2 Eier
- Salz, Pfeffer, Kümmel
- Semmelbrösel

Zwiebelkuchen ist eine klassische (Zwischen-) Mahlzeit aus Südwestdeutschland und typisch für die Herbstzeit zur Apfelernte und Weinlese. Zum deftigen Zwiebelkuchen gibt's den Neuen Süßen, einen frisch gepressten Traubenmost.

Zubereitung:

1. Aus Mehl, kalter Butter, Salz, Eiswasser und Essig einen Mürbteig herstellen. Ca. 1/2 Stunde kalt stellen.
2. Die Zwiebeln schälen, halbieren und in Scheiben schneiden. Butter in einer Pfanne auslassen und die Zwiebeln bissfest dünsten. Mit frisch gemahlenem Pfeffer, Salz und Kümmel würzen. Die Zwiebeln etwas abkühlen lassen. Den gekochten Schinken oder Speck in dünne Streifen schneiden und kurz mitdünsten.
3. Inzwischen den Teig auf einer bemehlten Arbeitsfläche ausrollen. Die Springform fetten und mit dem Teig auslegen. Dabei einen kleinen Rand formen. Mit einer Gabel mehrmals einstechen, eine sehr dünne Schicht Semmelbrösel darauf streuen und die Zwiebeln auf dem Teig verteilen. Aus Crème Fraîche, den Eiern, Pfeffer und Salz eine Sauce bereiten. Über die Zwiebeln geben.
4. Im vorgeheizten Ofen bei 200° C ca. 35–40 Min. auf mittlerer Schiene backen. Warm servieren!





Zum Weiterlesen

Wer zusätzliche Informationen sucht, findet sie in einer Vielzahl von Büchern und Publikationen zum Thema gesunde Ernährung, aber auch zu Fragen der Kalkulation oder zur speziellen Problematik in Großküchen. Zusammengestellt ist eine Auswahl, die keinen Anspruch auf Vollständigkeit erhebt.

Akademie in aller Munde. Ein Blick in die Küche der Evangelischen Akademie Bad Boll.
Hess, Ingrid u. Jobst Kraus
Protokolldienst der Ev. Akademie Bad Boll
Bad Boll 1994
ISSN 01170 5970

BIologisch genießen! In großen Küchen. Wege zum erfolgreichen Einsatz von biologischen Lebensmitteln mit vielen Beispielen aus der österreichischen Küchenpraxis.
Hg. v. „die Umweltberatung“,
Verband Österreichischer Umweltberatungsstellen
Wien: Eigenverlag, 2000
Bezug: „die Umweltberatung“,
Speisinger Str. 19, A-1130 Wien, Österreich
Tel.: 00 43 / (0)1 / 8 04 84 67, Fax: 8 03 32 32 32
oesterreich@umweltberatung.at
www.umweltberatung.at

Bioprodukte in der Schweizer Gastronomiebranche: Vermarktung als Herausforderung für organisatorisches Lernen.
Maier, Simone
Zürich: vdf Hochschulverlag AG an der ETH, 2002
ISBN 3 7281 2836 8

Bundesministerium für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft BMVEL (Hg.): div. Broschüren und Veröffentlichungen zu den Themen Ernährung, Landwirtschaft, Umwelt und Verbraucher
Bezug: BMVEL, Postfach 30 11 63, 53191 Bonn
Tel.: 01 80 / 5 22-19 96, Fax: 5 22-19 97
www.verbraucherministerium.de

Das Salz in der GV-Suppe. Aktionen für die Gemeinschaftsverpflegung. aid Special, Heft 3772.
Strassner, Carola, Rainer Roehl u. Anja Erhart
Bonn: aid infodienst, 2003
ISBN 3-8308-0354-0
Bezug: aid-Vertrieb DVG
Birkenmaarstr. 8, 53340 Meckenheim
Tel.: 0 22 25 / 9 26-1 46, Fax: 9 26-1 76
bestellung@aid.de

Die Einführung ökologischer Lebensmittel in Großküchen und Restaurants (Video).
Meyer-Bartholdt, Ingo, Katharina Scharnefsky u. Wolfgang Medicus
Stuttgart: Matthaes Verlag, 2001
ISBN 3 87516 710 4

Erfolgreicher Einsatz ökologisch erzeugter Lebensmittel in Gemeinschaftsverpflegung und Gastronomie. Handbuchreihe Ökologische Qualität in der Praxis, Band 1.
Hermanowski, Robert, Rainer Roehl u. Monika Schreiber
Stuttgart: Matthaes Verlag, 1997
ISBN 3 87516 686 8

epfeltranc und birenmost. Geschichte und Traditionen um Obstbau und Mostherstellung rund um den Bodensee.
Prasser-Schäfer, Birgit u. Günther Schäfer
Bezug: Streuobst-Materialversand
c/o Naturpädagogischer Buchversand
Hochwiesenweg 40, 73733 Esslingen
Tel.: 07 11 / 3 10 80-84, Fax: 3 10 80-96
www.streuobst.de
Mit Anleitung und Tipps zur Mostbereitung.

Gemeinschaftsverpflegung auf Öko-Kurs (Tagungsdokumentation Fach-Forum im Rahmen der „anuga spezial“, Oktober 2001, veranstaltet von den Verbraucherzentralen).
Hg. v. Verbraucherzentrale Bayern e. V.
Bezug: Verbraucherzentrale Bayern e. V.
Mozartstrasse 9, 80336 München
Tel.: 0 89 / 53 98 70, Fax: 53 75 53
www.verbraucherzentrale-bayern.de

Im Trend mit ökologisch und regional erzeugten Lebensmitteln. Umsetzungshilfen für Gemeinschaftsverpflegung und Gastronomie. aid Special, Heft 3715.
Roehl, Reiner
Bonn: aid infodienst, 2001
ISBN 3 8308 0184 X

Klasse für die Masse. Mehr Bio in der Großküche. Bio-Leitfaden.
Konzeption, Text, Fotos: Ökologischer Großküchen-Service ÖGS, Galvanistr. 28, 60486 Frankfurt am Main
Tel.: 0 69 / 97 78 19 14
oegs@oegs.de
www.oegs.de
Hg. v. Geschäftsstelle Bundesprogramm ökologischer

Landbau in der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung, BLE
Bonn, 2003
Bezug: bestellung-oekolandbau@ble.de

Krankenhäuser auf Öko-Kurs: Eine Information für die Küchenleitungen und Verwaltungsleitungen in Krankenhäusern.

Hg v. Ministerium für Umwelt und Naturschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz des Landes Nordrhein-Westfalen MUNLV
Düsseldorf 2002
Bezug: MUNLV, 40190 Düsseldorf
Tel.: 02 11 / 45 66-6 66, Fax: 45 66-3 88
infoservice@munlv.de

Ökolebensmittel in Kindergärten und Schulen: Informationen für Eltern, Lehrerinnen und Lehrer, Erzieherinnen und Erzieher.
Hg. v. MUNLV
Düsseldorf 2002
Bezug: MUNLV (s. o.)

Öko-Lebensmittel in Mensen. Leitfaden für einen erfolgreichen Einsatz von ökologisch erzeugten Lebensmitteln in Mensen.
Hermanowski, Robert u. Rainer Roehl
Bonn 1996
Bezug: Deutsches Studentenwerk
Weberstrasse 55, 53113 Bonn
www.studentenwerke.de

Öko in der Mittagspause: Erfolgreicher Einsatz ökologischer Lebensmittel in der Gemeinschaftsverpflegung. Schriftenreihe Ökomarkt, Bd 3.
Laberenz, Helmut, Christiane Theophile u. Christel Reimer
Aachen: Shaker Verlag, 2001
ISBN 3 8265 9241 7

Nachhaltiger Konsum. Auf dem Weg zur gesellschaftlichen Verankerung.
Hg. v. Gerhard Scherhorn u. Christoph Weber
München: ökom-Verlag, 2002
ISBN 3 928244 85 X
Das Buch zeigt, wie nachhaltiger Konsum aussehen könnte und welche ökologischen, ökonomischen und sozialen Aspekte dabei eine Rolle spielen.

Natur auf dem Teller. Ökologisch erzeugte Produkte in der Großküche. SÖL-Sonderausgabe Nr. 44.
Hg. v. AGÖL & SÖL
Holm: Deukalion Verlag, 1996
ISBN 3 926104 44 9
Praktische Broschüre für Küchenleitungen, Erzeuger und Mitarbeiter

Regionale Originalrezepte. 100 Lieblingsrezepte aus der Landküche.
Diehl, Gisa
Frankfurt: DLG Verlagsgesellschaft, 1997
ISBN 3 7690 0556 2

Regionalprodukte in Großküchen – so geht's!
Regional Post, Heft 4/2001.
Hg. v. DVL Deutscher Verband für Landschaftspflege e. V., NABU Naturschutzbund Deutschland e. V.
Ansbach 2001
ISSN 1439 5479

Regionalmarketing.
Hausladen, Helmut u. Martin Heil
Bonn: aid, 2001
ISBN 3 8308 0099 1
Vermarktung von Agrarprodukten aus der Region für die Region. Erfahrungen und Information.

Regionalvermarktung vom Landwirt zum Verbraucher.
Hg. v. Kuratorium für Technik und Bauwesen in der Landwirtschaft e. V. KTBL-Arbeitspapiere, Band 224
Münster: Landwirtschaftsverlag, 1996
ISBN 3 7843 1929 7
Vermarktungsstrategien zwischen regionalen Produkten, Landwirten und der regionaltypischen Landschaft.

Schritt für Schritt zu einer ökologischen Kost.
Hohmuth, Ulrike
In: Fürsorge und Aufsicht in Kindergärten und Kindertagesstätten. Ratgeber Sicherheit.
3. Ergänzungslieferung
Stuttgart: Dr. Josef Raabe Verlags GmbH, 2001
ISBN 3 8183 0407 6

Slow-Food – Genießen mit Verstand.
Petrini, Carlo
Zürich: Rotpunkt-Verlag, 2003
ISBN 3-85869-263-8

Projektbeteiligte

NaturFreunde Deutschlands e.V.
Bundesgeschäftsstelle
Warschauer Str. 58 a, 10243 Berlin
Tel.: 0 30 / 29 77 32-60, Fax: 29 77 32-80
info@naturfreunde.de
www.naturfreunde.de

Bundesministerium für Verbraucherschutz, Ernährung, Landwirtschaft
Rochusstr. 1, 53123 Bonn
Tel.: 02 28 / 52 9-38 87, -39 72, Fax: 5 29-43 93
internet@bmvvel.bund.de
www.verbraucherministerium.de

Ministerium für Ernährung und Ländlichen Raum Baden-Württemberg
Kernerplatz 10, 70182 Stuttgart
Tel.: 07 11 / 1 26-0, Fax: 1 26-22 55
poststelle@mlr.bwl.de
www.mlr.baden-wuerttemberg.de

Amt für Landwirtschaft, Landschafts- und Bodenkultur Donaueschingen
Irmastr. 3, 78166 Donaueschingen
Tel.: 07 71 / 8 08-2 79, Fax: 8 08-3 30
poststelle@allbds.bwl.de

Verbände & Infoadressen

AID Infodienst
Verbraucherschutz, Ernährung, Landwirtschaft
Friedrich-Ebert-Str. 3, 53177 Bonn
Tel.: 02 28 / 84 99-0, Fax: 84 99-1 77
aid@aid.de
www.aid.de

Brot für die Welt, Kampagne „Mahlzeit“
Franziska Krisch c/o FAKT
Gänsheidestr. 43, 70184 Stuttgart
Tel.: 07 11 / 2 10 95-25, Fax: 2 10 95-55
mahlzeit@fakt-consult.de
www.projekt-mahlzeit.de

Deutscher Bauernverband
Reinhardtstr. 18, 10117 Berlin
Tel.: 0 30 / 3 19 04-0, Fax: 3 19 04-4 31
presse@bauernverband.de
www.bauernverband.de

Bioland Bundesverband
Kaiserstr. 18, 55116 Mainz
Tel. 0 61 31 / 2 39 79-0, Fax: 2 39 79-27
info@bioland.de
www.bioland.de

Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft BÖLW e. V.
Marienstraße 19–20, 10117 Berlin
Tel.: 0 30 / 2 84 82-3 00, Fax: 2 84 82-3 09
info@boelw.de
www.boelw.de

CMA Centrale Marketing-Gesellschaft der deutschen Agrarwirtschaft mbH
Koblenzer Str. 148, 53177 Bonn
Tel.: 02 28 / 8 47-0, Fax: 8 47-2 02
info@cma.de
www.cma.de

DGE Deutsche Gesellschaft für Ernährung e. V.
Godesberger Allee 18, 53175 Bonn
Tel.: 02 28 / 3 77-66 00, Fax: 3 77-68 00
dge@dge.de
www.dge.de

Demeter Bundesverband
Brandschneise 1, 64295 Darmstadt
Tel.: 0 61 55 / 84 69-0, Fax: 84 69-11
info@demeter.de
www.demeter.de

Ecovin Bundesverband
Wormser Str. 162, 55276 Oppenheim
Tel.: 0 61 33 / 16 40, Fax: 16 09
info@ecovin.org
www.ecovin.de

Fördergemeinschaft „Einkaufen auf dem Bauernhof“, c/o Deutscher Bauernverband e. V.
Godesberger Allee 142–148, 53175 Bonn
Tel.: 02 28 / 81 98-2 69, Fax: 81 98-2 05
www.Einkaufen-auf-dem-Bauernhof.com

Landschaftspflege mit Biss
Frank Lamprecht
Schrambergerstr. 59, 78727 Beffendorf
Tel.: 0 74 23 / 95 78 11, Fax: 95 78 11
lamprecht.f@t-online.de
www.landschaftspflege-mit-biss.de

Naturland Bundesverband
Kleinhaderner Weg 1, 82166 Gräfelfing
Tel.: 0 89 / 89 80 82-0, Fax: 89 80 82-90
Naturland@naturland.de
www.naturland.de

NaVoSch Naturorientierte Vorsorge und Schadstoffberatung
Heike-Solweig Bleuel
Friedrich-Dannenmann-Str. 16/1, 72070 Tübingen
Tel.: 0 70 71 / 5 17 99
info@navosch.de
www.navosch.de

Bundesverband Naturkost Naturwaren, Herstellung und Handel e. V.
Ebertplatz 1, 50668 Köln
Tel.: 02 21 / 13 97 56-44, Fax: 3 97 56-40
BNN.Einzelhandel@n-bnn.de
www.n-bnn.de

NABU Bundesfachausschuss Streuobst
Am Stadtfeld 23, 06636 Laucha
Tel.: 0 34 62 / 2 11 76, Fax: 2 11 76
nabuunstruttal@aol.com
www.streuobst.de

ÖGS – Ökologischer Großküchen Service
Galvanistr. 28, 60486 Frankfurt am Main
Tel.: 0 69 / 97 78 19-0, Fax: 97 78 19-19
oegs@oegs.de
www.oegs.de

Slow Food Deutschland e. V.
Geiststr. 81, 48151 Münster
Tel.: 02 51 / 79 33-68, Fax: 79 33-66
www.slow-food.de

UGB Verband für unabhängige Gesundheitsberatung e. V. Deutschland
Geschäftsstelle Gießen
Sandusweg 3, 35435 Wettenberg/Gießen
Tel.: 06 41 / 8 08 96-0, Fax: 8 08 96-50
info@ugb.de
www.ugb.de

Deutscher Brauer-Bund e. V.
Annaberger Straße 28, 53175 Bonn
Tel.: 02 28 / 9 59 06-0, Fax: 9 59 06-17
info@brauer-bund.de
www.deutsches-bier.net

Deutscher Weinfonds
Gutenbergplatz 3-5, 55116 Mainz
Tel.: 0 61 31 / 28 29-0, Fax: 28 29-20
info@dwi-dwf.de
www.deutscheweine.de

Weitere Informationen im Internet Siegel & Prüfzeichen:

www.bio-siegel.de

www.allesoeko.net

Verbände der ökologischen Landwirtschaft mit eigener Internetseite

www.demeter.de
Demeter Bund e. V. (gegr. 1924)

www.bioland.de
Bioland e. V. (gegr. 1971)

www.naturland.de
Naturland – Verband für naturgemäßen Landbau e. V. (gegr. 1982)

www.bonnet.de/ANOG
ANOG e. V. (gegr. 1962)

www.ecovin.de
ECOVIN Bundesverband Ökologischer Weinbau e. V. (gegr. 1985)

www.gaea.de
Gäa e. V. (gegr. 1989)

www.biopark.de
Biopark e. V. (gegr. 1991)

Einkaufsführer Portale zu Anbietern und Direktvermarktern

www.gutes-vom-bauernhof.de
Internetportal des BMVEL

www.oeko-markt.de
Plattform für ökologische und naturverbundene Unternehmen

www.allesbio.de
Bio-Einkaufsführer

www.oeko-fair.de
Portal der Verbraucher Initiative e. V. in Zusammenarbeit mit der Deutschen Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit gtz

www.oekotopp.de
grüne Suchmaschine rund ums Einkaufen

Anbau, Bauernhöfe, Anbauverbände:

www.biohoefe.de
Links zu Biohöfen und Anbauverbänden

www.oekotest.de
Rubrik 'Bio-Produkte' mit Adressen von Biohöfen

www.bauernhof.net
Westfälisch-Lippischer Landwirtschaftsverband informiert rund ums Thema Landwirtschaft

www.bioc.info
Verzeichnis kontrollierter Unternehmen des Ökologischen Landbaus

Sonstige Links:

www.oekolandbau.de
Informationsportal des BMVEL

www.bundesprogramm-oekolandbau.de
Seite des BMVEL zum Bundesprogramm Ökologischer Landbau

www.verbraucherzentrale.de
gemeinsame Seite aller Landesverbraucherzentralen in Deutschland

www.streuobst.de
Seite des NABU zum Thema Streuobst

http://europa.eu.int/comm/agriculture/qual/organic/index_de.htm
EU-Informationen zum ökologischen Landbau

www.soel.de
Stiftung Ökologie und Landbau

NATURFREUNDEHÄUSER

für die Hosentasche 

**Zugegeben...
man bräuchte eine etwas größere Hosentasche.**

Dennoch präsentiert sich das Verzeichnis in rucksack- und reisefreundlicher Form.



Das durchgehend vierfarbige Buch enthält neben den Adress- und Kontaktinformationen auch die Besonderheiten und Qualitätsmerkmale der einzelnen Naturfreundehäuser.



Von der Wanderhütte und der Unterkunft für Klassenreisen bis zum familienfreundlichen Hotel ist alles dabei.



Erhältlich sind die kleinen Urlaubsplaner in jedem Naturfreundehaus oder gegen Einsendung eines Fünf-Euro-Scheines beim

**Naturfreunde Verlag
Freizeit und Wandern GmbH
Warschauer Straße 58 a
10243 Berlin**



Impressum

Herausgeber

NaturFreunde Deutschlands e. V., Bundesvorstand
Warschauer Straße 58 a, 10243 Berlin

Gefördert durch

Bundesministerium für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft (BMVEL)
Referat 513, 11055 Berlin
Ministerium für Ernährung und Ländlichen Raum Baden-Württemberg (MLR)
Kernerplatz 10, 70182 Stuttgart

Projektkoordination

Elsbeth Winkler, Hans-Gerd Marian, Bernd Härle und Peter Strobel,
NaturFreunde Deutschlands e. V.

Texte

Peter Strobel (NaturFreunde Deutschlands e. V.);
Frank Lamprecht (Landschaftspflege mit Biss);
Heike-Solweig Bleuel (Naturorientierte Vorsorge- und Schadstoffberatung);
Edith Kirner (Amt für Landwirtschaft, Donaueschingen)

Redaktionelle Bearbeitung

Brigitte Johanna Henkel-Waidhofer

Gestaltung

VIVA IDEA, Stuttgart

Fotos (Fotograf bzw. Copyrighteigner (Seitenzahl/Anzahl Bilder))

© Bundesbildstelle Berlin, Bild-Nr. 131796/6–Julia Faßbender (2/1); J. Alber (Titel/1, 1/1, 4/1, 12/1, 36/1, 37/1); © BLE, Bonn/Foto: Dominik Menzler (22/1, 23/1, 24/1, 25/3, 28/1, 30/1, 32/1, 39/2, 40/1, 41/1, 43/1, 44/3, 46/1, 48/1, 50/1, 53/2, 54/1, 55/1); © BLE, Bonn/Foto: Thomas Stephan (10/1, 13/1, 15/1, 16/1, 17/1, 22/1, 23/1, 24/1, 24–25/1, 27/1, 28/1, 30/1, 35/1, 49/2, 50/1, 51/1); CCVision (Titel/1, 1/1, 27/2, 32/1, 32/2, 36/1, 42/1, 44/2, 47/1, 52/5, 53/1, 55/4, 56/2, 57/1); © 2003 www.clipart.com (Titel/2, 1/5, 5/3, 11/1, 21/2, 23/1, 27/3, 31/3, 32/1, 33/2, 34/1, 43/1, 47/1, 51/3, 53/3, 55/1, 56/4, 57/5, 59/1)
Frank Lamprecht (5/1, 6/1, 9/2, 10/1, 14/1, 15/2, 16/1, 19/2, 20/2, 29/1, 41/1, 45/1, 56/1, 58/1, U4/1); G. Lindemann (7/1); NaturFreunde Deutschlands (3/1); Naturfreundehaus 'Am Rennsteig' Oberhof (7/1); Naturfreundehaus Bodensee (11/1); Naturfreundehaus Elmstein (6–7/1, 61/1); Naturfreundehaus Kniebis (6/1); Naturfreundehaus Naturkolleg Hirzwald (6/1); Naturfreundehaus Vereinsheim Neustadt (6/1); Mikela Steinberger (8/1, 18/1, 26/1, 33/1, 36/1, 55/1); Visipix.com/Hannes Keller(31/1, 49/1, 55/1); I. Wasgindt (6/1); Elsbeth Winkler (40/1);

Druck

Oktoberdruck AG, Berlin
Februar 2004

Diese und weitere Publikationen des BMVEL können Sie kostenlos bestellen:

Internet: www.verbraucherministerium.de
E-Mail: broschuerebestellung@bmvvel.bund.de
Fax: 01 80 / 5 22-19 97 (0,12 €/Min.)
Tel.: 01 80 / 5 22-19 96 (0,12 €/Min.)
Schriftlich: Bundesministerium für Verbraucherschutz,
Ernährung und Landwirtschaft
Postfach 30 11 63
53191 Bonn



