

# Südtirols Mensen als Markt für lokale Produkte aus biologischem Anbau

Zusammenfassung zweier empirischer Studien

Helmuth Pörnbacher  
Thomas Benedikter

Bozen, März 2004

Finanzierung		Auftraggeber	Durchführendes Institut
<p>Autonome Provinz Bozen - Südtirol</p>  <p>Provincia Autonoma di Bolzano - Alto Adige</p>	<p>EUROPÄISCHE UNION Europäischer Sozialfonds</p>  <p>UNIONE EUROPEA Fondo sociale europeo</p>		<p>Sozialforschung und Demoskopie</p>  <p>Ricerche Sociali e Demoscopia</p>
 <p><b>MINISTERO DEL LAVORO E DELLE POLITICHE SOCIALI</b> Dipartimento per le politiche del lavoro e dell'occupazione e tutela dei lavoratori <u>Ufficio Centrale OPPL</u></p>		<p><b>Bahnhofstrasse 22 39014 Burgstall</b> tel. +39-0473-290057 fax. +39-0473-292521</p>	<p><b>Dominikanerplatz 35 I-39100 BOZEN</b> tel. +39-0471-970115 fax. +39-0471-978245 <b>Info@apollis.it</b></p>

Zitat: Pörnbacher, Helmuth, Thomas Benedikter (2004): Südtirols  
Mensen als Markt für lokale Produkte. Zusammenfassung zweier  
empirischer Studien, apollis, Bozen.

Interne Projektnummer: 231/232

Projektleitung: Helmuth Pörnbacher

Bozen, 2004

## Südtirols Mensen als Markt für lokale Produkte aus biologischem Anbau

Der BVG, eine Vermarktungsgenossenschaft für biologisch angebautes Obst mit Sitz in Burgstall, hat beim Europäischen Sozialfonds im Jahr 2001 ein mehrstufig aufgebautes Projekt unter dem Titel „**Südtiroler Bioprodukte in Mensen der öffentlichen Hand: Ein neues Potential für den lokalen Arbeitsmarkt und ein neuer Markt für die Südtiroler Bioproduzenten**“ eingereicht. Ziel dieses Projektes ist es, eine neue Vermarktungsschiene für biologisch produzierte Lebensmittel in Südtirol aufzubauen.

**apollis** wurde im Rahmen dieses Projektes beauftragt, eine Analyse des Südtiroler Marktes an öffentlichen und öffentlich geförderten Mensen durchzuführen. Die Untersuchung wurde zweigeteilt. Das erste Modul [1] versucht den Südtiroler Mensenmarkt anhand quantitativer Daten zu beschreiben, wobei als methodischer Ansatz eine Repräsentativbefragung unter Verantwortlichen (Leitern/innen und Köchen/innen) von öffentlichen Mensen gewählt wurde. Dazu sollte ein Überblick über insgesamt 6 Einrichtungsarten (Kinderhorte, Kindergärten, Schulen, Schüler- und Lehrlingsheime, Krankenhäuser sowie Alters- und Pflegeheime) nach marktrelevanten Kennzeichen gegeben werden, etwa zur Anzahl, zur geografische Verteilung und Anzahl ausgegebener Essen, zum Einkaufsverhalten und zur Einstellung der Betreiber zu Bioprodukten.

Daneben untersuchte **apollis** in einem zweiten Modul [2] mit einem stärker qualitativen Ansatz die Organisationsstruktur der öffentlichen Mensen unter besonderer Berücksichtigung des Beschaffungswesens. Dieser Teil der Untersuchung wurde anhand von 11 Fallstudien mit insgesamt 30 persönlichen, qualitativen Interviews durchgeführt.

Schließlich bildet eine Repräsentativerhebung unter Südtirols Biobauern den Gegenpart, um aus einer gemeinsamen Sicht der Bedürfnissen des Marktes (Mensen) und der Möglichkeiten im Anbau (Biobauern) Wege aufzuzeigen, wie eine Kooperation zwischen Mensen und Südtiroler Biobauern funktionieren könnte.

Öffentliche Mensen stellen in Südtirol einen beträchtlichen **Markt** für Lebensmittel dar. Bezüglich der Anzahl der Strukturen dominieren dabei die Kindergärten. Betrachtet man nicht die Anzahl an Einrichtungen, sondern die Mengen, welche die Mensen umsetzen, so wirken sich zwei Effekte ganz wesentlich aus: die Schwankungen in den ausgegebenen Essen, und zwar tageszeitlich, in der

Woche und im Jahr, und die Größe der Strukturen. So haben zum Beispiel die Mensen von Schulen und Kindergärten naturgemäß an Wochenenden und in Ferienzeiten geschlossen und geben außerdem keine Abendessen aus, aber auch in den Krankenhäusern bestehen erhebliche Schwankungen zwischen Mittag- und Abendessen oder zwischen Werktagen und Wochenende. Daneben zeigen sich starke Unterschiede in der Größe der Strukturen. Diesbezüglich bilden die Mensen der Krankenhäuser eine eigene Gruppe von größeren bis großen Strukturen, während sich die Kindergärten durch eine hohe Anzahl sehr kleiner Verpflegungseinrichtungen mit geografisch breiter Verteilung auszeichnen. Berücksichtigt man beide Effekte und rechnet die erhobenen Daten zu den umgesetzten Mengen auf Südtirol hoch, so werden in Südtirols Alters- und Pflegeheimen jährlich für Personal und Klienten etwa 4,3 Millionen Hauptmahlzeiten und weitere 3,4 Millionen kleine Mahlzeiten verabreicht. Dazu kommen laut Auskunft des Landesinformationsdienstes LYSIS noch einmal etwa 280.000 „Essen auf Rädern“, die in dieser Untersuchung nicht mit erfasst sind. Damit dominiert umsatzmäßig die Gemeinschaftsverpflegung älterer Menschen. Trotz ausschließlicher Verpflegung der Kinder zu Mittag ist das Volumen ausgegebener Essen in den Kindergärten und Kinderhorten mit geschätzten gut 3 Millionen Hauptmahlzeiten und weiteren 1,8 Millionen Zwischenmahlzeiten beträchtlich. In einer eigenen Klasse spielen die im Vergleich wenigen, aber großen Krankenhausmensen, die es auf geschätzte 2,6 Millionen Hauptmahlzeiten bringen. Insgesamt schätzt die Untersuchung den Umfang des Mensenmarktes in den untersuchten Einrichtungsarten auf etwa 13 Millionen jährlichen Hauptmahlzeiten und weiteren 8 Millionen Zwischenmahlzeiten.

Die **Organisation** und die Führung der Mensen sind teilweise recht komplex. Kindergärten, Kinderhorte und Schulen liegen in der Regel in der Zuständigkeit der Gemeinden, die das Personal beschäftigen und die Gebäude verwalten. Auch bei den Altersheimen liegt die unmittelbare Zuständigkeit bei Gemeinden, die Führung der Heime ist aber an Stiftungen oder private, in der Regel gemeinnützige Organisationen ausgelagert. Ein Teil der Lehrlings- und Schülerheime werden von der Landesverwaltung direkt geführt, der Großteil untersteht kirchlichen Organisationen. In Südtirols Mensen werden die Speisen in der Regel von eigenem Personal vor Ort zubereitet, die Lieferung fertiger Speisen durch eine Cateringfirma spielt eine untergeordnete Rolle. Etwas häufiger, aber ebenfalls selten kommt es dagegen vor, dass die Speisen von einer anderen Mensa geliefert, aber in der Einrichtung eingenommen werden.

Die Entscheidung für die **Menügestaltung** – und damit wohl auch zum Teil jene für oder gegen biologische Lebensmittel – liegt je nach Einrichtungstyp und Größe bei unterschiedlichen Entscheidungsträgern. Eine zentrale Figur bildet bei dieser Entscheidung allerdings der Koch/die Köchin. Dies trifft in Schüler- und Lehrlingsheimen sowie in den Alters- und Pflegeheimen am stärksten zu – hier haben die Köche offensichtlich die stärkste Entscheidungsbefugnis. Ihnen zur Seite steht bei der Menügestaltung in einigen Alters- und Pflegeheimen eine Diätfachkraft, in den Schülerheimen ist ab und zu die Heimleitung eingebunden, während in den Krankenhäusern der Diätdienst gemeinsam mit den Köchen eine zentrale Rolle bei der Menügestaltung spielt.

Auch im **Einkauf** spielen – wie bei der Menügestaltung – die Köche eine entscheidende Rolle. In Altersheimen, in Kindergärten und in Schülerheimen führen in der Regel die Köche die Bestellungen bei den Lieferantenfirmen direkt durch, selten unterstützt durch eine Verwaltungskraft. In den Krankenhäusern ist es dagegen die Ökonomatsstelle, welche die Bestellungen an die Lieferanten weitergibt. Die Größe der Einrichtung ist damit wesentlich für das arbeitsteilige Vorgehen im Einkauf, vor allem aber bezüglich der Pflicht zur Ausschreibung eines öffentlichen Wettbewerbs für die Zuteilung der längerfristigen Lieferverträge (in der Regel zwischen einem 1 und 2 Jahre Laufzeit). Diese werden in der Regel nach einzelnen Produktgruppen, in einigen Fällen aber auch für den gesamten Lebensmittelbedarf ausgeschrieben.

Mensen werden in der Regel mit Lebensmitteln beliefert, wobei die Lieferhäufigkeit mit der Größe der Mensa zunimmt. Ein kleiner, aber nicht unbedeutender Anteil kauft aber alles oder Teile der Nahrungsmittel selbst ein – in der Regel im örtlichen Lebensmittel Einzelhandel. Erstaunlich gering ist insgesamt der Anteil an Mensen, die feste Lieferverträge mit ihren Lieferanten abgeschlossen haben. In den Fällen, in denen Verträge abgeschlossen wurden, ist dies bei den Sanitätseinheiten immer unmittelbare Folge einer Ausschreibung. Während in den Altersheimen die Vertragsvergabe nach Ausschreibung immerhin noch überwiegt, dominiert bei Kindergärten, Schülerheimen und Schulmensen die Direktvergabe.

In allen untersuchten Mensen finden sich Einrichtungen, die ausgewählte Produkte aus **biologischem Anbau** bereits heute einsetzen. Am höchsten ist der Anteil an Mensen mit zumindest teilweiser Verwendung von Bioprodukten bei den Kindergärten, gefolgt von Schülerheimen und Schulmensen. Insgesamt ist der Anteil an Bioprodukten in den Mensen aber gering, weil nur ausgewählte Produkte aus biologischen Anbau stammen. Es gibt auch nur rela-

tiv wenige Einrichtungen, die den verstärkten Einsatz in Zukunft planen, wenn auch die Bewertung der Qualität biologischer Produkte durchwegs positiv ausfällt. Eine auffallend große Gruppe von Betrieben haben einfach nicht daran gedacht, eine solche Option zu prüfen. Damit zeigt sich, dass es in den öffentlichen Mensen ein starkes Informationsdefizit bezüglich der Diskussion des Gesetzgebers über den Einsatz von Bioprodukten in (öffentlichen) Mensen gibt.

Die Gründe für den derzeitigen oder geplanten Einsatz von Bioprodukten in den Mensen beziehen sich vor allem auf die Überzeugung, die Produkte hätten eine bessere Qualität und seien gesünder. Ziemlich eindeutig fällt die Meinung der Befragten zum Preisniveau von biologischen Produkten aus:  $\frac{3}{4}$  der Befragten meinen, die Produkte wären generell zu teuer, der Anteil nimmt noch zu, wenn man die Preisfrage auf die Belieferung von Mensen bezieht. Daneben wird die Aussagen genannt, die Kundennachfrage müsste anspringen und hier müsste man am meisten tun oder es würde gar keine Nachfrage herrschen. Außerdem gibt ein Großteil der Mensenverantwortlichen an, die Mensen hätten zu wenig finanziellen Spielraum, um auf biologischen Einkauf umzusteigen. An der Praktikabilität der Umstellung wird schließlich insofern gezweifelt, als man sich zum überwiegenden Teil nicht vorstellen kann, Lieferanten zu finden, die (zu annehmbaren Preisen) liefern können.

Wenn man sich nun die Produktions- und Vermarktungspotentiale auf der **Produzentenseite** ansieht, dann scheinen einige Ergebnisse einer Repräsentativerhebung unter Südtirols Biobauern wesentlich, die ebenfalls im Rahmen dieses Projektes durchgeführt wurde. Südtirols Biobetriebe zeichnen sich durch eine beachtliche Produktvielfalt aus, während die produzierten Mengen und das Potential dafür, außer im Obstanbau, mäßig ist. Daneben konnte festgestellt werden, dass Südtirols Bioproduzenten einen Fächer an Vermarktungsinitiativen aufgebaut haben, welche ihnen zufriedenstellende Einkünfte und hohe Arbeitszufriedenheit bringen. Diese Arbeitszufriedenheit hängt auch damit zusammen, dass die persönliche Motivation der Bauern auffallend hoch ist. Dieser Hintergrund ist mitzudenken, wenn man für eine Vermarktungsinitiative bei den Bauern wirbt.

Damit erscheinen für konkrete Vermarktungsinitiativen Hinweise auf mehreren Ebenen relevant.

Die erste Dimension ist jene des **Gesetzgebers**. Sowohl auf staatlicher Ebene als auch auf Landesebene gibt es Initiativen des Gesetzgebers, welche die Möglichkeiten der Bevorzugung lokaler

Qualitätsprodukte im Beschaffungswesen öffentlicher Einrichtungen ausloten. Für die Südtiroler Situation ist festzustellen, dass diese Initiativen – unabhängig von ihrer rechtlichen Seite und unabhängig davon, ob die Mensen inhaltlich überzeugt sind – faktisch noch wenig bewirken, vor allem auch deshalb, weil sie einem Großteil der Mensenverantwortlichen unbekannt sind. Als Hauptargument gegen biologische Lebensmittel wird immer wieder der Preis ins Feld geführt, wobei der eigene Spielraum für die Beschaffung teurerer Lebensmittel als sehr eng bewertet wird.

Als zweiter Punkt ist festzuhalten, dass die **Nachfrage** nach Bioprodukten in Mensen gering zu sein scheint. Von den Kunden der Mensen darf man sich heute in der Regel keine allzu große Unterstützung erwarten. Bei den Bemühungen vor allem der Bioverbände, den Konsumenten die Vorteile von Biokost nahe zu bringen, ist daran zu denken, wie man gezielt Kunden in Menseneinrichtungen ansprechen könnte. Vor allem in Schulen und Kindergärten könnten die im Zusammenhang mit Initiativen zur Gesundheits- und Ernährungserziehung erfolgreich sein.

Man kann davon ausgehen, dass der derzeit geringe Einsatz von Bioprodukten nicht daran scheitert, dass Mensenverantwortliche an der besseren **Qualität** der Produkte zweifelten; Bioprodukte haben kein Imageproblem bezüglich ihrer Qualität.

Wenn man an Mensen als Kunden denkt, dann sollte man deren **Größe** berücksichtigen: diese wirkt sich wesentlich auf Organisationsstruktur und Beschaffungswesen aus. Neben den großen Krankenhausmensen und einigen großen Altersheimen dominieren in Südtirols Mensenlandschaft aber durchwegs kleine Mensen, die am Territorium breit verstreut sind. Die erstgenannten Strukturen arbeiten arbeitsteiliger, schreiben ihre Einkäufe aus und fordern „großküchengerechte“ Lieferkapazitäten hinsichtlich Produktpalette, Lieferfrequenz, Vorverarbeitung, Verpackung sowie Flexibilität im Bestellwesen generell. In den (vielen) Kleinmensen dagegen dürfte der Spielraum der Mensenleitung in Zusammenarbeit mit der Küche deutlich größer sein, sodass die Chance einer Direktbelieferung durch einen Produzenten oder eine Produzentengemeinschaft sehr viel realistischer sind.

Aus diesen strukturellen Unterschieden der Südtiroler Mensenlandschaft und aus den heutigen Produktionspotentialen der Produzenten ergeben sich zwei Schnittmengen zwischen Anbieter und Abnehmer, die wie folgt beschrieben werden kann:

1. Die lokale Direktvermarktung von Südtiroler Biobauern an kleine Mensen. Viele Biobauern Südtirols können eine beachtliche Produktvielfalt in relativ geringen Mengen anbieten:

durch ihre Vermarktungstätigkeit bereits heute haben sie im Umgang mit Kunden relativ viel Erfahrung – dieser Aspekt erhöht auch ihre Arbeitszufriedenheit und damit die Motivation. Kleine Mensen, vor allem die Kindergärten, sind jene Strukturen, die mit kleinen Vermarktungsinitiativen erreicht werden können, wenn **a)** ein **lokaler Bezug** hergestellt werden kann, **b)** zusätzlich zu den Produkten **ein Inhalt** mit verkauft wird und **c)** dieser Inhalt in der Arbeit der Strukturen **sichtbar** gemacht werden kann. Für diese Form der Initiativen braucht es keine großen Änderungen der rechtlichen Rahmenbedingungen.

2. Eine zweite Schnittstelle ergibt sich für jene Produktionsbereiche, welche große Mengen anbieten können, im Wesentlichen dem Apfelanbau und der Milchwirtschaft. Hier ist der Mensenmarkt bereits heute ein wichtiger Markt. Allerdings kann es hier nicht darum gehen, neue Vermarktungsinitiativen aufzubauen, um Südtirols Mensen zu beliefern; vielmehr sollte hier auf die Verabschiedung eines Landesgesetzes gedrängt werden, das die Verwendung von Bioprodukten für öffentliche Mensen stufenweise zur Auflage macht und den Einsatz lokaler, biologisch angebaute Produkte finanziell, durch die entsprechende Anpassung der Wettbewerbsregelungen und durch Bewusstseinsbildung unter den Kunden und Mensenbetreibern, fördert. Auf diesem Wege könnten vorzugsweise die lokalen Bioprodukte über vorhandene Verteiler in den Mensen platziert werden.



## Literaturverzeichnis

[1] Pörnbacher, H (2004): Mensen als Markt für Südtiroler Produkte aus biologischem Anbau - Der öffentliche Mensenmarkt in Südtirol. Ergebnisbericht zu einer empirischen Untersuchung in Form illustrierter Datenblätter, apollis, Bozen.

[2] Benedikter, T (2003): Organisationsstruktur und Beschaffungswesen der öffentlichen Mensen in Südtirol. Ergebnisbericht zu einer empirischen Untersuchung, apollis, Bozen.