

Unser Essen ist uns nicht „Wurst“. Deshalb verfolgen wir ein Verpflegungskonzept, welches das **individuelle Wohlbefinden** unserer Gäste und zugleich das **Gemeinwohl** berücksichtigt.

A

Die Essensqualität eines Gerichtes zur Erfüllung des **individuellen Wohlergehens** hängt von vielen verschiedenen Faktoren ab, die in einem harmonischen Zusammenhang gebracht werden müssen. Deshalb legen wir Wert auf höchste Qualitätsansprüche, natürlich unter Einhaltung aller für einen sicheren Genuss notwendigen Hygienestandards. Unsere zeitgemäße Qualitätsinterpretation lässt sich mit den Schlagwörtern **lecker, vollwertig, vegetarisch, gesund & bunt** kennzeichnen und orientiert sich zugleich an den Qualitätsstandards der Deutschen Gesellschaft für Ernährung. Dementsprechend gestaltet unsere Küchenleitung die Speiseauswahl.

Gesundheitsförderliche Lebensmittelauswahl

<i>Saisonale Lebensmittel</i>	sind frisch und orientieren sich am natürlichen Kreislauf der Natur
<i>Regionale Produkte</i>	gute Verträglichkeit der lokal vor Ort wachsenden Lebensmittel
<i>vollwertige Produkte</i>	vitamin- und mineralreich
<i>Anbau</i>	durch Verwendung von 100% ökolog. Lebensmittel ohne chemische Pestizide und Herbizide
<i>Vegetarische Zutaten</i>	gesundheitsförderliche Aspekte

Nährstoffoptimierte Versorgung

<i>hohe Verarbeitungstiefe</i>	frisch und qualitätsliebend vor Ort gekocht
<i>kurze Warmhaltezeiten</i>	Erhalt wertvoller Vitamine
<i>schonende Garmethoden</i>	Nährstoffe erhalten durch Dünsten, Dämpfen und Grillen
<i>Zielgruppenspezifisch</i>	aufgrund des Geschmacks, Optik, Geruch, Konsistenz
<i>Personenspezifisch</i>	Rücksicht auf Allergien, Unverträglichkeiten, kulturelle Essgewohnheiten, Krankheiten
<i>das Fett muss weg</i>	Nur gute Fette werden verwendet

Passende lebensweltbezogene Rahmenbedingungen

<i>äußere Umstände</i>	ansprechende Gestaltung des Speisesaals, ruhige Essensatmosphäre
------------------------	--

Pädagogische Aspekte

Als Schullandheim und als die zentrale Bildungsstätte der Naturfreundejugend Deutschlands verstehen wir uns als **ein Ort des (Er-)Lernens und (Er-)Lebens**. Wir möchten nicht nur während eines Aufenthaltes für eine qualitativ hochwertige Verpflegung sorgen, sondern über eine offene und kommunikative Darstellung unserer Ziele einen Austausch hierüber in Gang setzen. Wichtig erscheint uns in diesem Zusammenhang die Feststellung, dass Essen in einem „Mehr“ als reiner Nahrungsaufnahme besteht. Vielmehr ist Essen auch eine Kulturform und erfüllt soziale Funktionen.

Interesse am Thema Verpflegung wecken und Anregungen geben

Thema Fleischgenuss?

Essen kann lecker **und** gesund sein!

gemeinschaftliches und geordnetes Essen

Es sind vielschichtige Prozesse und Auswirkungen mit dem Bereitstellen unseres Verpflegungsangebotes verbunden. Diese müssen bestmöglich mit dem Leitbild unseres gesamten Handelns – der **Orientierung am Gemeinwohl** – in Einklang gebracht werden. Hier gibt es fünf Bereiche mit jeweiligen Zielvorstellungen, die im Folgenden genannt werden und die wir in unserer Arbeit bestmöglich umzusetzen versuchen.

Ethisches Verkaufen

„Das Ziel ist es, unsere Kund*innen als gleichwertige Partner*innen zu sehen, einen Kontakt auf Augenhöhe zu gestalten und das Wohlergehen und die Bedürfniserfüllung unserer Kund*innen im Blick.“

- Beratung zu unterschiedlichen Verpflegungsleistungen, kein Mindestverzehr
- Getränke müssen nicht im Haus gekauft werden
- Keine „Verkaufstaktik“

Solidarität mit Mitunternehmern

„Unternehmen sollen für kooperatives und solidarisches Verhalten belohnt werden. Aus ruinöser Konkurrenz soll eine Lern- und Solidargemeinschaft der Unternehmen werden.“

- *Mitbewerber*innen* → Wir scheuen uns nicht Alternativen zu nennen.
- *Lieferant*innen* → Wir bevorzugen Lieferant*innen, die sich an Gemeinwohl-Gedanken orientieren.

Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen

„Das Produkt/Dienstleistungsportfolio sollte diesen Anforderungen mit folg. grober Zielsetzung entsprechen: Unternehmen bieten im Branchenvergleich ökologisch hochwertige Produkte/Dienstleistungen an und ermöglichen und fördern eine möglichst suffiziente, maßvolle Nutzung sowie sinnvolle Anwendung Ihrer Produkte und Dienstleistungen.“

- regionale Produkte → Minimierung der Transportwege
- saisonale Produkte → Minimierung des Verbrauchs der durch Lagerung notwendigen Ressourcen
- 100% Bio-Lebensmittel → keine naturbelastende Herbizide und Fungizide
- Verzicht auf Fleisch → Minimierung der CO²-Emissionen und Maximierung der Anbauflächen (ca. 70 % der weltweiten landwirtschaftlichen Flächen werden momentan für Tierhaltung genutzt)
- Verzicht auf Kleinstverpackungen → Reduzierung von Müll
- ressourcenschonender Umgang von Wasser und Energie beim Produktionsprozess

Soziale Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen

„Unternehmen berücksichtigen bei der Gestaltung ihrer Produkte und Dienstleistungen die Bedürfnisse benachteiligter Kund*innen.“

- *Verpflegungsangebot* → Rücksicht auf Unverträglichkeiten wie Gluten und Lactose, Allergien und besondere (kulturell-religiöse) Ernährungsgewohnheiten (vegan, kosher etc.)
- *Preis* → aufgrund fehlender Fördergelder müssen wir unser Essen so teuer anbieten, wie es ein nachhaltiges Wirtschaften erfordert. Gleichwohl sind wir uns bewusst, dass finanzielle Mittel häufig begrenzt sind und wir uns an einem Preis orientieren wollen, der für möglichst alle Gäste bezahlbar ist. Dabei unterstützt uns die Gemeinnützigkeit, denn es werden alle erwirtschafteten Mittel ausschließlich und direkt für unsere Unternehmensziele eingesetzt.

Erhöhung der sozialen und ökologischen Branchenstandards

„Ziel ist, dass Unternehmen einer Branche bezüglich der für sie relevanten sozialen und ökologischen Aspekte kooperieren, innovative Lösungen finden bzw. bereits bestehenden Initiativen beitreten und diesbezügliche Informationen transparent anderen Mitbewerber*innen zugänglich machen, um hiermit zu einer Erhöhung der Standards beizutragen.“

- regelmäßige Treffen und Schulungen sowie Teilnahme an themenbezogene Veranstaltungen
→ Überprüfung und Optimierung eigener Angebote bzw. Arbeitsprozesse
→ Erfahrungsaustausch