

Lokale Kooperationen mit der Südtiroler Gastronomie für eine nachhaltige Transformation des Ernährungssystems

Local cooperation with South Tyrol's gastronomy for sustainable food system transformation

V. Kircher^{1,*}, L. N. Glückert¹, C. Horvath² und C. Hoffmann¹

¹ EURAC Research, IT

² Universität für Bodenkultur Wien, AT

*Correspondence to: verena.kircher@eurac.edu

Received: 10 Jänner 2025 – Revised: 28 Mai 2025 – Accepted: 30 Juli 2025 – Published: 17 Dezember 2025

Zusammenfassung

Die Gastronomie spielt eine zunehmend zentrale Rolle in der Transformation des Ernährungssystems. GastronomInnen fungieren dabei als *Change Agents* und treiben als Vorbildfunktion nachhaltige Praktiken und Innovationen voran. Diese explorative Studie analysiert die Potenziale von Gastronomie und Landwirtschaft in Südtirol zum Ausbau regional nachhaltiger Konzepte. LandwirtInnen kritisieren eine unzureichende und inkonsistente Nachfrage nach regionalen Produkten, während GastronomInnen ein fehlendes Produktangebot und mangelndes Wissen darüber als Hauptbarrieren sehen. Beide Sektoren betonen die Bedeutung verbesserter Distributionssysteme, gesellschaftsorientierter Öffentlichkeitsarbeit sowie die Akzeptanz nachhaltiger Ernährungskonzepte. Vernetzungsplattformen, Regionale Vertragslandwirtschaft, Logistikzentren, ergänzt durch gezielte Ausbildungs- und Sensibilisierungsmaßnahmen, sind identifizierte Handlungsfelder, um Pfadabhängigkeiten zu überwinden, lokale Kooperationen zu stärken und das Ernährungssystem nachhaltig zu gestalten.

Schlagerworte: nachhaltiges Ernährungssystem, Regional, Transformation, Gastronomie

Summary

Gastronomy is increasingly perceived as a central actor in transforming food systems, with chefs engaging as *change agents* who promote sustainable practices and innovations. This exploratory study examines the potential of gastronomy and agriculture in South Tyrol to foster regional sustainable concepts. Farmers criticize inconsistent demand for local products, while restaurateurs highlight an insufficient offer as key barriers. Both sectors emphasize improved distribution systems, public awareness, and greater acceptance of sustainable food concepts. Key mechanisms include platform co-operatives, regional contract farming, logistics centers, and education and awareness-raising measures to overcome path dependencies and promote sustainable food system transformation.

Keywords: sustainable food system, regional, transformation, gastronomy

1 Einleitung

Transformationsstudien von Ernährungssystemen betonen zunehmend die Relevanz von Landwirtschaft und Gastronomie als soziale Innovatoren (Di Pierro et al., 2023; Richardson & Fernqvist, 2022). GastronomInnen als *Change Agents* beeinflussen durch ihre Kaufentscheidungen und Menügestaltung aktiv nachhaltige Konsumpraktiken sowie die Emissionsintensität ihrer Menüs (Lund-Durlacher et al., 2021). Gleichzeitig stoßen sie Wandel durch visionäre Denkweisen und Bildungsarbeit gegenüber KonsumentInnen und anderen GastronomInnen an (Richardson & Fernqvist, 2022). In Südtirol, einer stark touristisch geprägten Region, verstärkt sich die Bedeutung durch die hohe Sichtbarkeit und Multiplikatorenwirkung der Gastronomiebetriebe. Parallel trägt die Landwirtschaft in Südtirol nahezu ein Fünftel zu den gesamten Treibhausgasemissionen bei (Sparber et al., 2022). Der Anteil der ökologischen Produktion mit 6,8 % (2022) liegt dabei deutlich unter dem nationalen Durchschnitt von 17,4 % (OECD, 2023).

An der Schnittstelle zwischen lokaler Landwirtschaft und Gastronomie manifestieren sich zahlreiche Herausforderungen für Kooperationen, etwa im Bereich Logistik, Angebotsverfügbarkeit und Kommunikation (Hechenblaickner, 2022). Das explorative Forschungsprojekt NEST (Gestaltung eines nachhaltigen Ernährungssystems in Südtirol) untersucht, wie diese beiden Sektoren gemeinsam zur Transformation des lokalen Ernährungssystems beitragen können. Der vorliegende Beitrag stellt einen Teilauszug aus NEST dar und fokussiert sich auf die Perspektiven und Kooperationspotenziale zwischen Landwirtschaft und Gastronomie zur Beantwortung der zentralen Forschungsfragen: Wie können vermehrt regionale, ökologische und faire Produkte in Südtirols Gastronomie integriert werden? Und welche Maßnahmen sind dabei erforderlich, das Ernährungssystem durch die Zusammenarbeit zwischen Landwirtschaft und Gastronomie in Südtirol nachhaltiger zu gestalten?

2 Theoretischer Hintergrund

2.1 Nachhaltige Ernährungssysteme und Regionalisierung als Teilansatz

Nachhaltige Ernährungssysteme vereinen ökologische Tragfähigkeit, soziale Gerechtigkeit und wirtschaftliche Stabilität (FAO, 2018). Laut dem Deutschen Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL, 2023) gelten drei Schlüsselstrategien zur Transformation der Ernährungssysteme als zentral: Förderung pflanzenbasierter Ernährung, Ausbau ökologischer Landwirtschaft und Regionalisierung von Wertschöpfungsketten (Jägle et al., 2023). Letztere stärkt die lokale Versorgung, verbindet ProduzentInnen mit KonsumentInnen und fördert Resilienz, wirkt allerdings per se nicht zwangsläufig ökologisch vorteilhaft, sondern soll „einen ökologischen oder sozialen Mehrwert garantieren“ (Jägle et al., 2023, S. 9). Vor der Hintergrund nachhaltiger Ernährungssysteme im Kontext Südtirols steht weniger die

Ernährungssicherheit im Fokus (Südtiroler Landesregierung, 2021), sondern die nachhaltige Wirtschaftsweise und der Ausbau lokaler Kooperationen. Eingebettet in lokale Ernährungssysteme sind dabei oft *Food Hubs*, Bürger- oder Erzeugergenossenschaften, deren Wirtschaftsweisen auf partizipativen und sozial-ökologisch verantwortlichen Werten basieren (Berti & Mulligan, 2016).

2.2 Erfolgsfaktoren und Herausforderungen lokaler Kooperationen

Lokale Kooperationen gelten als Schlüssel zur Umsetzung für die Regionalisierung von Ernährungssystemen (Jägle et al., 2023). Sie ermöglichen abgestimmte Anbau- und Lieferprozesse, fördern die Erschließung von Wettbewerbsvorteilen und stärken Vertrauen (Berti & Mulligan, 2016). Erfolgsfaktoren dafür sind wiederholter persönlicher Kontakt, transparente Kommunikation und gemeinsame Werte (Ermann et al., 2018). Ein aktueller Treiber für verstärkt lokale Kooperationen zwischen Gastronomie und Landwirtschaft ist der zunehmende Wunsch nach Regionalität und Nachhaltigkeit auch in der Gastronomie (Richardson & Fernqvist, 2022). Gesellschaftliche Wertewandel und Food-Trends wie *Regenerative Food*, Regionalität und *Vegourmets*¹ werden laut Rützler (2024) sowohl die Gastronomie als auch die Landwirtschaft langfristig prägen. Darüber hinaus verstärken politische Initiativen wie die EU-weite „Farm-to-Fork“-Strategie die Aufmerksamkeit für dieses Thema. Diese fordert eine Anpassung der Ernährungssysteme entlang der gesamten Wertschöpfungskette und hat Projekte wie NEST inspiriert.

Gleichzeitig bestehen Herausforderungen wie unzureichende Kenntnisse über das lokale Angebot und fehlende Vermarktungsstrukturen, die eingeschränkte Verfügbarkeit qualitativvoller, saisonaler Produkte sowie der hohe Zeitaufwand für bilaterale Partnerschaften oder Personalmangel (Hechenblaickner, 2022). In kleinstrukturierten Produktionssystemen, wie jenem in Südtirol, beeinträchtigen fehlende Skaleneffekte sowie soziale und ökologische Auflagen zusätzlich die Wettbewerbsfähigkeit regionaler Produkte im Vergleich zu nicht-lokalen Märkten (Jägle et al., 2023). Schließlich ist auch Kommunikation und die Akzeptanz der Gäste ein entscheidender Faktor für die erfolgreiche Etablierung nachhaltiger Ernährungskonzepte in der Gastronomie (Han & Wahyudi, 2017).

¹ Vegourmets meiden Fleisch aus standardisierter, industrieller Produktion ebenso wie Plant-based Food. Es geht vielmehr darum, originäre Speisen aus Gemüse, Obst, Getreide, Hülsenfrüchten und Kräutern kreiert, bei deren Genuss niemand das Tierische vermisst (Rützler, 2024).

3 Methode

3.1 Forschungsdesign

Diese Studie folgte einem qualitativen, explorativen Forschungsansatz, um die komplexen Zusammenhänge und Dynamiken sozio-ökologischer Transformationen zu erfassen (Leedy et al., 2019; Richardson & Fernqvist, 2022). Der induktive Zugang, gestützt auf halbstrukturierte Fragebögen, erlaubte das Generieren kontextspezifischer Einsichten an der Schnittstelle zwischen Landwirtschaft und Gastronomie zur Beantwortung der Forschungsfragen (Hollweck, 2015). Die Datenerhebung war Teil des Forschungsprojekts NEST und basierte auf persönlichen, halbstrukturierten Interviews mit insgesamt 55 AkteurInnen (s. Tabelle 1). Ziel war es, die Perspektiven von Betrieben zu erfassen, die bereits lokal kooperieren und einer Transformation des Ernährungssystems offen gegenüberstehen. Die Auswahl erfolgte bewusst und gezielt fokussiert auf kooperationsbereite und positiv eingestellte Betriebe, um vertiefte Einblicke in Potenziale und Herausforderungen von Transformationsprozessen zu gewinnen. Dieser Ansatz orientierte sich an Scharmers U-Theorie, die in frühen Phasen des Wandels besonders die Einbindung von „PionierInnen des Wandels“ betont (Scharmer, 2016). Aufgrund des Forschungsdesigns und der Verzerrung in der Sampleauswahl lassen sich keine generalisierbaren Aussagen ableiten.

3.2 Stichprobe und Datenerhebung

Ein spezielles Bewerbungsverfahren lieferte 16 Gastronomiebetriebe, die entweder bereits Nachhaltigkeitsansätze

verfolgten oder offen dafür waren. Ergänzend wurden 39 LandwirtInnen befragt, die bereits mit der Gastronomie kooperierten oder Interesse daran bekundeten. Zusätzliche Auswahlkriterien waren eine hohe Vielfalt an hergestellten Produkten oder angebauten Kulturen, um ein differenziertes Verständnis für unterschiedliche Vermarktungsmöglichkeiten und Herausforderungen außerhalb der etablierten Vermarktungsstrukturen durch Genossenschaften zu ermöglichen (s. Tabelle 1). Die Identifikation dieser LandwirtInnen erfolgte mit Unterstützung lokaler Interessensvertretungen. Nach 39 Interviews kulminierte der Grad an zusätzlichem Erkenntnisgewinn. Um das Vertrauen unter den Akteuren zu erhöhen, wurden die Interviews persönlich und gemeinsam mit dem Beratungsring für Berglandwirtschaft (BRING) und dem Bioland-Verband Südtirol durchgeführt. Das Sample umfasst 15 konventionelle und 24 bio-zertifizierte Betriebe.

3.3 Datenanalyse

Die über die Umfrageplattform SurveyMonkey erhobenen Antworten wurden exportiert und mithilfe des Kodierungsprogramms NVivo und Excel analysiert. Die Auswertung folgte der offenen Kodierung, bei der relevante Aussagen mit Codes versehen und anschließend zu übergeordneten Kategorien (zweiten Grades) verdichtet wurden. Diese Kategorien bildeten die acht Handlungsfelder (s. Abb. 1), für die es gezielte Maßnahmen zur Transformation des Ernährungssystems in Südtirol benötigt. Damit bilden sie die analytische Basis dieser Studie.

Tabelle 1: Samplebeschreibung

Gruppe	Anzahl	Auswahlkriterium	Betriebsform
LandwirtInnen	39	Interesse an/Kooperation mit Gastronomie, Diversität im Anbau, kein Monokulturanbau, Zugang über lokale Verbände	15 konventionell, 24 bio-zertifiziert
GastronomInnen	16	Bewerbung für Projektteilnahme, Offenheit für Transformation	5 durch mind. ein Nachhaltigkeitslabel zertifiziert (u. a. Bio-Hotels, Nachhaltigkeitslabel Südtirol), 11 nicht

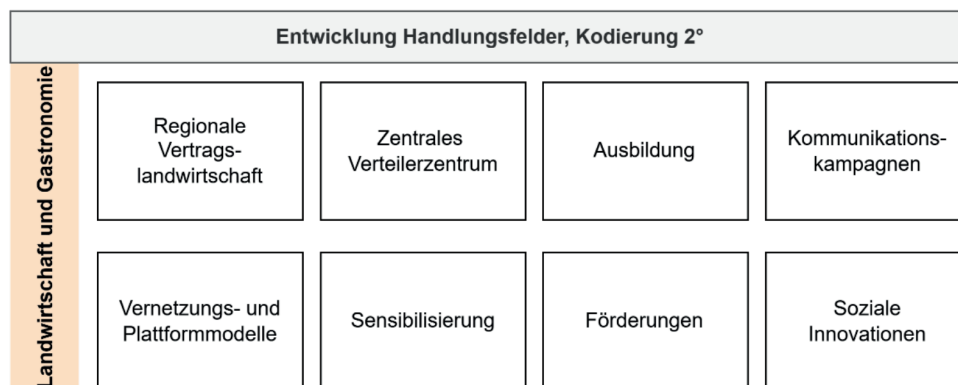


Abbildung 1: Die resultierenden acht Handlungsfelder. Eigene Grafik.

4 Ergebnisse

4.1 Reflektionen der Landwirtschaft

Die Mehrheit der Befragten (92%) kooperieren bereits bilateral mit der Gastronomie. Fünf der Betriebe erzielen dabei einen Umsatzanteil zwischen 60%-97%. Für 68 % der Befragten macht die Gastronomie allerdings weniger als 20 % des Gesamtumsatzes aus. Mehr als die Hälfte (53%) der befragten LandwirtInnen wäre bereit, mehr Produkte an die Gastronomie zu liefern, 47% müsste ihre Anbauweise dafür nicht umstellen. Das deutet auf ein großes ungenutztes Potential hin.

Eine gesicherte Abnahme (66%) ist Voraussetzung einer damit verbundenen Produktionserhöhung. Darüber hinaus nennen die LandwirtInnen persönlichen Austausch zwischen beiden Sektoren (69%), eine konstantere Nachfrage (49%) sowie erhöhtes Verständnis für Produktionsschwankungen (49%) als weitere Voraussetzungen, um den Vertrieb an die Gastronomie zu erhöhen (s. Abb. 2).

Weiter bewerten 63% der Befragten eine zentrale digitale Plattform als Chance für eine gesteigerte Abnahme, sechs sprechen sich dagegen aus, sieben sind unentschlossen. Solch ein *Logistik-Hub* soll über eine reine Vernetzung der AkteurInnen hinausgehen und sowohl infrastrukturelle Aufgaben (Bündelung, Qualitätskontrolle) als auch kommunikative Dienstleistungen (Akquise, Verhandlung, Sensibilisierung) übernehmen. Skepsis besteht hinsichtlich der Finanzierung dieser Plattform, dem Erreichen einer kritischen Masse und der Präferenz für direkten Austausch, insbesondere in der Anfangsphase. Weitere Maßnahmen zur Überwindung von Vertriebs- und Logistik-Hürden umfassen den Aufbau gemeinsamer Infrastrukturen (z. B. Kühllager, Veredelungsanlagen) oder den Abbau bürokratischer Hürden, um einfache und effiziente Kooperationen und Betriebsabläufe zu ermöglichen (z.B. Mini-Genossenschaften, gemeinsame Lieferlizenzen). Weiter äußert die Landwirtschaft den Wunsch nach Plattformen zur reinen Vernetzung mit der Gastronomie oder Wissensplattformen, die zum Beispiel Informationen zu alternativen Anbaumethoden und den Austausch unter LandwirtInnen fördern.

Laut Aussagen aus der Landwirtschaft herrsche derzeit wenig Diversität in den Lehrplänen („Hab ‘ viele PraktikantInnen, die kennen nur Milch und Wein. [...] die Bildung hat hier Scheuklappen“, L16), Weiterbildungen seien rar. Das Wissen des Küchen- und Servicepersonals über die Produktphilosophie sowie die Anpassung der Menüs an saisonale Gegebenheiten werden zudem als zentrale Faktoren für mehr regionale und nachhaltige Produkte in der Gastronomie angesehen. Führende KöchInnen haben in Südtirol bereits Vorreiterrollen in der Ausgestaltung einer regionalen Südtiroler Küche mit saisonalen Zutaten eingenommen. Dennoch fehle es im breiten Durchschnitt an Kenntnissen zur kreativen Zubereitung saisonaler, lokaler Produkte sowie der ganzheitlichen Nutzung von Zutaten („interessante Gerichte aus Fenchelgrün, Fermentiertes.“ L1).

„Jahresverträge“ und „gemeinsame Anbauplanungen“ werden insgesamt 18-mal als zentral für eine stärkere Integration lokaler und ökologischer Produkte sowie eine verbesserten Kooperation mit der Gastronomie genannt. Stabile Abnahmeverträge gewährleisten planbare Einkommen, Kontinuität und Planungssicherheit, gerade für Betriebe mit Fruchtfolgezyklen. Abnahmeverträge unterstützen die Umstellung auf ökologische Praktiken oder alternative Kulturen, denn viele LandwirtInnen „aus Milch- oder Obst wären bereit umzustellen, wenn Abnahmesicherheit [gegeben ist]“ (L1). Bedarfsorientiertes Anbauen fördere Suffizienzprinzipien und reduziere folgerichtig Lebensmittelverschwendung, da „man nur anbaut, was gebraucht wird“ (L23). Umgekehrt trägt die Gastronomie bereits oftmals zur Reduzierung von Lebensmittelverlusten bei, indem sie Übermengen abnehmen. Zudem bestünde in den Küchen der Gastronomie weiteres Potenzial, große Mengen nicht-normgerechter Produkte oder „vermeintlicher Abfälle“ (LW3) zu verwerten. Zur Abnahme nicht-marktkonformer oder standardisierter Produkte ist sich die Landwirtschaft der Bedeutung gezielter Kommunikation und der notwendigen Ressourcen zur Verarbeitung bewusst. Die Landwirtschaft erkennt zudem an, dass Abnahmeverträge eng mit Menüanpassungen und einem aufwendigeren Bestellverhalten verknüpft sind. Ziel sei:

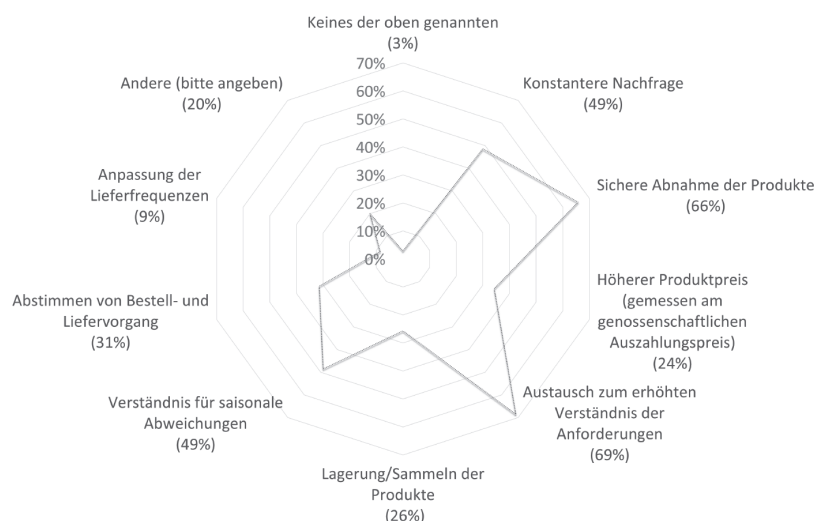


Abbildung 2: Voraussetzungen für eine gesteigerte Zusammenarbeit mit der Gastronomie. Eigene Grafik.

„Dass Landwirt weiß, was er anzubauen hat und Koch, was er wann wie zu bestellen hat“ (L1)

Darüber hinaus wird Kommunikation als entscheidender Faktor zur Akzeptanz nachhaltiger, regionaler Produkte und einer erhöhten Zahlungsbereitschaft wahrgenommen. Begrenzte personelle Ressourcen und Zeit begünstigen allerdings standardisierte und kosteneffiziente Systeme wie den Einkauf via Großhandel. Eine „Sensibilisierung an allen Ecken“ (L27) sei erforderlich, um Aspekte wie die Produktphilosophie und organisatorische Anpassungen, etwa veränderte Bestellprozesse, zu vermitteln. Dies bildet die Grundlage, um alternative Bestell- und Einkaufsstrukturen außerhalb etablierter Systeme zu ermöglichen.

4.2 Reflektionen der Gastronomie

Die Gastronomiebetriebe sehen strukturelle und organisatorische Barrieren als größte Hindernisse regionaler Beschaffung: hoher Aufwand bei der Produktsuche, fehlende Kenntnis über das Angebot, wenig Zeit für aktive Suche und hohe preisliche Unterschiede.

„Ich habe nicht die Zeit aktiv auf Suche zu gehen nach einem Bauern. Das Angebot ist schwierig zu finden“ (GW9). Die Suche nach Lieferanten sei „telefonisch zu zeitaufwändig“ (GW13).

Als wesentliche Voraussetzungen für verstärkte Zusammenarbeiten nennen die Gastronomiebetriebe mehr öffentliches Marketing (63 %), ein erhöhtes Angebot (56%) und bessere Vertriebskanäle (44 %) sowie mehr Fortbildungen (38%). Erst an vierter Stelle wird die Preisdiskussion (31 %) genannt (s. Abb. 3).

Ein grundlegendes Problem liegt laut Gastronomie im unzureichenden Angebot und der geringen Sichtbarkeit regionaler Produkte: „Oft fehlen Produkte von den Landwirten,

oder Produkte werden nicht prominent genug vermarktet“ (GW15). Die Gastronomie sieht daher Handlungsbedarf in der Landwirtschaft, auch wenn sie die eingeschränkten Möglichkeiten und strukturellen Herausforderungen der Landwirtschaft versteht, etwa durch zu geringe Skaleneffekte, „die sich auf den Preis zu Lasten der Bauern niederschlägt“ (GW 8) oder der Produktion von Ackerfrüchten, die aufgrund von „zu wenig Flächen topographisch begrenzt“ (GW3) ist. Weiters mangelt es an lokalen Produkten abseits von Milcherzeugnissen, „Getreide und Gemüse [aus Südtirol] kenne ich nichts, um ehrlich zu sein, Hendl und Fleisch kenne ich auch nichts“ (GW9). Der etablierte Schwerpunkt auf Obst-, Wein und Milchproduktion in der Landwirtschaft verstärkte das dünne regionale Angebot (GW1, 9). Diese genannten Gründe führen dazu, dass alle 16 befragten Gastronomiebetriebe auf Produkte außerhalb Südtirols angewiesen sind.

Fortbildungen zur Integration von und Identifikation mit regionalen Produkten werden als vierthäufigste Voraussetzung genannt. Wenn „Mitarbeiter Bescheid wissen, dann leben sie auch die Philosophie und können sie an den Gast weitergeben“ (GW8). Zeit- und Personalmangel sowie hohe Qualitätsansprüche der Gäste würden die Bereitschaft hemmen, mehr regionale Produkte zu beschaffen. „In [der] Küche muss man viel in kurzer Zeit leisten. Man greift schnell auf Convenience-Produkte zurück, um gleichbleibende Qualität zu garantieren. Das ist mit regionalen Lebensmitteln nur bei Milchprodukten [gewährleistet]“ (GW10). Praxisnahe Fortbildungen in der Küche zum holistischen Umgang mit regionalen Produkten sowie zu Energie, Logistik, Bebauung etc. wurden weiter genannt. Bestehende Kurse zu innovativen Themen wie vegetarische Küche oder Nose-to-Tail werden bereits vom Hoteliers- und Gastwirterverband (HGV) angeboten und sind stark nachgefragt.

Die persönlichen Erfahrungen der GastronomInnen verdeutlichen, dass die Branche in Südtirol vor der Herausforderung steht, traditionelle Werte mit modernen Nachhaltig-

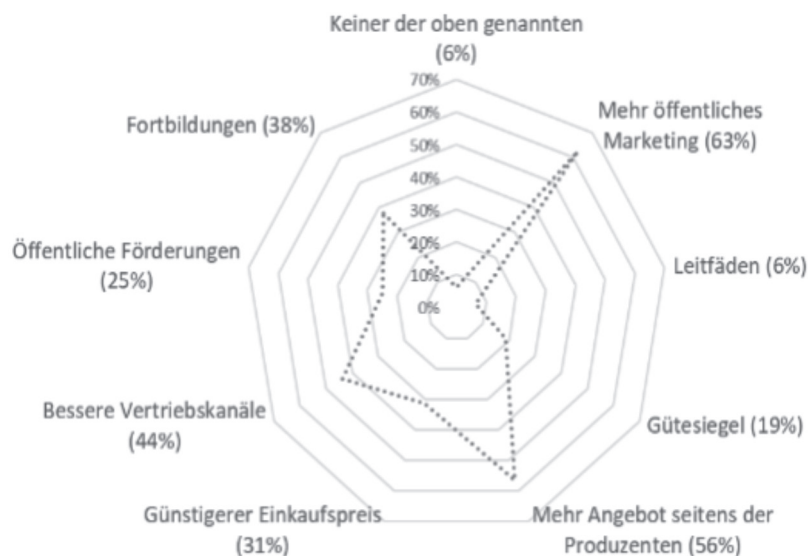


Abbildung 3: Voraussetzungen für mehr regionale Produkte in Südtirols Gastronomie. Eigene Grafik

keitsanforderungen zu vereinen. Zum Beispiel integrieren Gastronomiebetriebe „Zertifizierungen wie Fußabdruck-Kompensation, Turn-to-zero, Maßnahmenkatalog, usw.“ (GW8) in ihr Betriebskonzept. Gleichzeitig wird über den eigenen Sektor reflektiert, dass nicht alle bereit sind, Veränderungen umzusetzen, solange Betriebe „Infinity Pools wichtiger [erachten], als die landwirtschaftlichen Erzeugnisse vom Nachbarn zu unterstützen“ (GW1).

5 Diskussion und Ausblick

Lokale Kooperationen und die damit verbundene Regionalisierung ist eine Strategie, Ernährungssysteme nachhaltig zu transformieren (BMEL, 2023; Jägle et al., 2023). Die Ergebnisse zeigen deutlich, dass noch ungenutztes Potenzial regionaler Kooperationen zwischen Landwirtschaft und Gastronomie in Südtirol besteht. Ihre Umsetzung wird jedoch durch strukturelle, organisationale und institutionelle Barrieren erschwert. 41 % der Landwirtschaftsbetriebe kritisieren die geringe Nachfrage, während über 50 % der Gastronomiebetriebe fehlendes Angebot und geringe Sichtbarkeit als zentrale Hürden sehen. Zudem ist die Landwirtschaft risikoavers. Sie würde die Produktion nur mit Abnahmesicherheit erhöhen, vor allem dann, wenn sie dafür Personal einstellen müssten. Das heißt im Umkehrschluss, man müsste die Anzahl an Betrieben erweitern und neue Betriebe dafür begeistern, in neue Geschäftsmodelle, wie sie im Folgenden beschrieben werden, einzusteigen. Sowohl die gastronomischen wie auch die landwirtschaftlichen Betriebe sollten dahingehend gestärkt und unterstützt werden. NEST-Forschungsprojekt identifizierte dafür entscheidende Determinanten und Voraussetzungen zur Förderung lokaler Kooperationen und nachhaltiger Ansätze. Aus den acht resultierenden Handlungsfeldern (s. Tabelle 1), für die es gezielte Maßnahmen zur Transformation des Ernährungssystems in Südtirol zu formulieren gilt, werden im Folgenden vier zentrale Handlungsfelder vorgestellt, in denen die Provinz nach Einschätzung des NEST-Forschungsteams über den größten Handlungsspielraum auf lokaler Ebene verfügt. Die daraus abgeleiteten Empfehlungen richten sich an EntscheidungsträgerInnen und PraktikerInnen der Region.

5.1 Regionale Vertragslandwirtschaft

Die Landwirtschaft äußert klare Bereitschaft zur Produktionserhöhung- oder Umstellung, sofern Abnahmesicherheit besteht. Dafür sind Jahresverträge, Abnahmesicherheiten und gemeinsame Anbauplanungen eine zentrale Voraussetzung für ein umfangreiches Angebot landwirtschaftlicher Erzeugnisse aus der Region. Die Gastronomie hingegen betont den Bedarf an konstantem Zugang zu qualitativ hochwertigen, regionalen Produkten und sieht im fehlenden Angebot eine Haupthürde. Eine Regionale Vertragslandwirtschaft (RVL) kann die Bedürfnisse beider Seiten vereinen. Diese Vermarktungsform umfasst gemeinsam geregelte Vereinbarungen zu Anbau, Menge, Qualität und Preisen sowie eine gemeinsame Risikoteilung.

Die Landwirtschaft ist sich gleichzeitig bewusst, dass eine solche strategische Anbauplanung seitens der Gastronomie operative Anpassungsmaßnahmen erfordern, etwa bei der frühzeitigen Menüplanung, saisonaler Menügestaltung und kommunikationsintensiveren Bestellverhalten. Solche Anpassungen werden in der Küche zusätzlich durch begrenzte Zeit- und Personalressourcen erschwert. Modelle regionaler Vertragslandwirtschaft müssten diese strukturellen Rahmenbedingungen und die individuellen Bedürfnisse der Akteure berücksichtigen. Eine neutrale Vermittlungsstelle kann dabei die erforderliche Kommunikation effektiv unterstützen. Beispiele für RVL-Modelle in Südtirol sind „Eggental tastes local“ des Tourismusvereins Eggental, das lokale Akteure vernetzt oder „RegioKorn“, ein Projekt koordiniert von der Meraner Mühle. Angewandte Modelle von RVL in der Schweiz, meist selbstverwaltete Genossenschaften, stärken durch bedarfsgerechten Anbau u.A. die Reduktion von Lebensmittelverschwendung, die regionale Versorgung, kurze Transportwege sowie die Kommunikation zwischen den Sektoren (Berti & Mulligan, 2016; Eichenberger, 2014; Ermann et al., 2018).

5.2 Zentrales Verteilerzentrum

Ein weiteres Ergebnis ist der Wunsch nach Strukturen zur zentralen Bündelung, Bestellung und Verteilung regional nachhaltiger Erzeugnisse. Sowohl Landwirtschaft als auch Gastronomie beklagen ineffiziente Bestell- und Lieferprozesse, die Kooperationen erschweren. Solche regionalen Marktplatzkonzepte könnten Großabnehmenden eine Übersicht über die regionale Produktvielfalt bieten, Aufgaben wie Qualitätskontrolle, Sortierung und gebündelte Lieferungen übernehmen und dadurch strukturelle Lücken schließen (Michenthaler & Salzmann-Schojer, 2021). Dies reduziert den Verwaltungsaufwand für die Gastronomie durch standardisierte Abläufe und entlastet die Landwirtschaft bei der Vermarktung, unter Berücksichtigung saisonaler Schwankungen, Personalmangel und Küchenrealitäten. Die Wirtschaftlichkeit eines Verteilerzentrums setzt eine ausreichende Größenordnung und Kontinuität im Angebot voraus. In Südtirol sind vergleichbare Initiativen derzeit häufig auf ehrenamtliches Engagement angewiesen. Infolge der geringen Vermarktungsmengen ist die Stabilität des Angebots oft zusätzlich eingeschränkt.

Ein Beispiel aus Österreich ist „Ja-Zu-Nah“, eine Plattform der Landwirtschaftskammer Niederösterreich, die Mengen für Großabnehmer bündelt und die zentrale Bedeutung institutioneller Großstrukturen verdeutlicht. In Südtirol bieten Genossenschaften wie Wippland, die Bürgergenossenschaft Obervinschgau (BGO) oder die Bürgergenossenschaft Brixen (b*coop) über ihre Online-Plattformen regionale Produkte an. Deren Einbindung in den lokalen Großhandel könnte die Nutzung bestehender Infrastrukturen optimieren, Synergien schaffen und die Akzeptanz weiterer Verteilerzentren stärken (Berti & Mulligan, 2016).

5.3 Sensibilisierung

Die Sensibilisierung ist für Landwirtschaft und Gastronomie zentral zur Integration lokaler und nachhaltiger Ansätze. Beide Sektoren betonen die Bedeutung von gut informiertem Service- und Küchenpersonal, um die Philosophie regionaler Produkte ehrlich zu vermitteln. Dies betrifft nicht nur die interne Umsetzung nachhaltiger Ansätze, sondern auch die Kommunikation gegenüber den Gästen, etwa bei höheren Preisen, *Nose-to-Tail* oder saisonbedingten, limitierten Produktverfügbarkeiten. Insbesondere GastronomInnen nehmen hier eine Schlüsselrolle als *Change Agents* ein: Sie wirken als VermittlerInnen zwischen Produktion und Konsum, beeinflussen Essgewohnheiten und steigern über Kommunikation und Vorbildwirkung die Akzeptanz für nachhaltige Praktiken (Richardson & Fernqvist, 2022; Di Pierro et al., 2023). Während die Landwirtschaft anerkennt, dass eine mit der Gastronomie abgestimmte Anbauplanung unumgänglich die Menü- und Bestellprozesse komplexer gestalten, verweist die Gastronomie zusätzlich auf hohe Gästeansprüche und Personalmangel als Herausforderungen. Convenience-Produkte in der Küche sind oft eine ad-hoc Lösung für die Küche, um diesen Herausforderungen entgegenzutreten. Praxisbeispiele zeigen jedoch auch, dass lokale und nachhaltige Ansätze nicht zwangsläufig kostenintensiver sein müssen. Diese können in einigen Fällen sogar zu Einsparungen führen, etwa durch die Verarbeitung von Rohprodukten anstelle von Convenience-Waren oder vegetarischen Speisen.

Punktuellen, lokale Sensibilisierungsmaßnahmen, wie Genussfestivals zu lokalen Produkten, fördern lokale Kooperationen und erhöhen die Sichtbarkeit regionaler Produkte. Um die Akzeptanz höherer Preise für regionale und nachhaltige Produkte zu steigern, ist eine systemisch verankerte und breite Auseinandersetzung mit lokalen Lebensmitteln und Arbeitsweisen auf Provinzebene notwendig.

5.4 Ausbildungen

Der zunehmende Trend nach Regionalität, *Regenerative Food* oder *Vegourmet*² wird beide Sektoren in Zukunft beeinflussen (Rützler, 2024). Praxisnahe Aus- und Fortbildungsangebote sollten daher an diese Entwicklungen angepasst werden, da die Nachfrage in beiden Sektoren häufig das Angebot übersteigt.

Auszubildende Mitarbeitende der Gastronomie sollten gezielt Kenntnisse zur Verarbeitung regionaler Produkte, vegetarischer Speisen, Abfallvermeidung und Kommunikation mit den landwirtschaftlichen ProduzentInnen, aber auch den Gästen vermittelt bekommen. Gleichzeitig können attraktive Ausbildungs- und Arbeitsumgebungen im Service und in der Küche wieder mehr junge Menschen für diese Berufssparten begeistern. Ein Beispiel für einen lokalen *Change*

Agent ist dafür das Südtiroler Bio-Hotel Steineggerhof, das auf vegane, traditionelle Küche spezialisiert ist (Richardson & Fernqvist, 2022). Hier übersteigt die jährliche Nachfrage nach Service- und Küchenausbildung die verfügbaren offenen Stellen.

In anderen Regionen, etwa in der Schweiz, zeigt sich eine ähnliche Diskrepanz zwischen Angebot und Nachfrage. Das Interesse an regenerativen Praktiken übersteigt laut Abteilung für Pflanzenbau und Biodiversität der Berner Fachhochschule dort die verfügbaren Beratungs- und Schulungsressourcen (Rützler, 2024). Informationsplattformen wie *Regenerative Schweiz* oder *Soilify* setzen hier an, vernetzen AkteurInnen und bieten Informationen und Kurse an. Dieser Weiterbildungsansatz über Plattformen wird auch von der Südtiroler Landwirtschaft befürwortet, solange eine breitere Diversität an Lehrgängen in der Aus- und Weiterbildung an den landwirtschaftlichen Fachschulen nicht verankert ist.

6 Limitationen

Das NEST-Forschungsprojekt identifizierte zentrale Determinanten für lokale Kooperationen und nachhaltige Ansätze. Die Umsetzung der empfohlenen Maßnahmen ist jedoch von externen Faktoren wie Marktakzeptanz und wirtschaftlich-strukturellen Rahmenbedingungen abhängig. Darüber hinaus sind die abgeleiteten Handlungsfelder aufgrund des explorativen Forschungsdesigns und der gezielt auf Transformationsbereitschaft fokussierten Stichprobe nicht generalisierbar.

Danksagung

Wir danken dem Nachhaltigkeitsreferenten Klaus Egger und dem Amt für Wissenschaft und Forschung der Autonomen Provinz Bozen, für die Förderung und inhaltliche Begleitung des Forschungsprojekts NEST.

Referenzen

- Berti, G., & Mulligan, C. (2016). Competitiveness of Small Farms and Innovative Food Supply Chains: The Role of Food Hubs in Creating Sustainable Regional and Local Food Systems. *Sustainability*, 8(7), Article 7. <https://doi.org/10.3390/su8070616>
- BMEL. (2023). *Nachhaltige Agrar- und Ernährungssysteme*. BMEL. <https://www.bmel.de/DE/themen/internationales/agenda-2030/nachhaltige-agrar-und-ernaehrungssysteme.html>
- Di Pierro, R., Frasnetti, E., Bianchi, L., Bisagni, M., Capri, E., & Lamastra, L. (2023). Setting the sustainable development targets for restaurants and Italian HoReCa sector. *Science of The Total Environment*, 855, 158908. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2022.158908>

² Vegourments meiden Fleisch aus standardisierter, industrieller Produktion ebenso wie Plant-based Food. Es geht vielmehr darum, originäre Speisen aus Gemüse, Obst, Getreide, Hülsenfrüchten und Kräutern kreiert, bei deren Genuss niemand das Tierische vermisst (Rützler, 2024).

- Eichenberger, U. (2014). Das Know-how zur regionalen Vertragslandwirtschaft [Text/html,application/pdf,text/html]. *Kultur und Politik. Zeitschrift für ökologische, soziale und wirtschaftliche Zusammenhänge*, 2(14). <https://doi.org/10.5169/SEALS-891160>
- Ermann, Langthaler, Penker, & Schermer. (2018). *Agro-Food Studies*.
- FAO. (2018). *What is it? | Sustainable Food Value Chains Knowledge Platform | Food and Agriculture Organization of the United Nations*. <https://www.fao.org/sustainable-food-value-chains/what-is-it/en/>
- Han, S., & Wahyudi, W. (2017). THE ACCEPTANCE OF SUSTAINABLE FOOD CONCEPT: A QUALITATIVE EXPLORATION IN STENDEN UNIVERSITY HOTEL, THE NETHERLANDS. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 19. <https://doi.org/10.9744/jmk.19.2.91-98>
- Hechenblaickner, T. (2022). *Erfolgsfaktoren regionaler Kooperationen im Lebensmittelbereich*. Management Center Innsbruck.
- Hollweck, T. (2015). Robert K. Yin. (2014). *Case Study Research Design and Methods (5th ed.)*. *Canadian Journal of Program Evaluation*, 30(1), 108–110. <https://doi.org/10.3138/cjpe.30.1.108>
- Jägle, J., Meier, J., Hanke, G., Quack, D., Wolff, F., Brunn, C., Jánoszy, B., & von Mering, F. (2023). *Bausteine für die Transformation zu einem nachhaltigen Ernährungssystem*. Umweltbundesamt.
- Leedy, P. D., Ormrod, J. E., & Johnson, L. R. (2019). *Practical research: Planning and design* (Twelfth edition). Pearson.
- Lund-Durlacher, D., Gössling, S., Antonschmidt, H., Obersteiner, G., Smeral, E., & Wildenberg, M. (2021). Gastronomie und Kulinarik. In U. Pröbstl-Haider, D. Lund-Durlacher, M. Olefs, & F. Pretenthaler (Hrsg.), *Tourismus und Klimawandel* (S. 93–106). Springer Berlin Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-662-61522-5_5
- Michenthaler, J., & Salzmann-Schojer, K. (2021). Regionale Nachhaltige Ernährungssysteme erforschen und mitgestalten – Entwicklung eines Lernmoduls. *HiBiFo – Haushalt in Bildung & Forschung*. <https://doi.org/10.3224/hibifo.v10i4.01>
- OECD. (2023). *A territorial approach to the Sustainable Development Goals in Bolzano-Bozen, Italy*. OECD. https://www.oecd.org/en/publications/a-territorial-approach-to-the-sustainable-development-goals-in-bolzano-bozen-italy_fb8e8ee0-en.html
- Richardson, L., & Fernqvist, F. (2022). Transforming the Food System through Sustainable Gastronomy—How Chefs Engage with Food Democracy. *Journal of Hunger & Environmental Nutrition*, 1–17. <https://doi.org/10.1080/19320248.2022.2059428>
- Rützler, H. (2024). *Food Trends 2025: Was und wie wir in Zukunft essen werden* [Zukunftsinsitut]. <https://www.zukunftsinstitut.de/zukunftsthemen/food-trends-hanniruetzler>
- Scharmer, C. O. (2016). *Theory U: Leading from the Future as It Emerges*. Berrett-Koehler Publishers.
- Sparber, W., Niedrist, G., Alberton, M., Zebisch, M., Habicher, D., Castagna, M., Chersoni, G., Fedrizzi, R., Höllrigl, J., Lollini, R., Moser, D., Palermo, F., Prina, M. G., Tappeiner, U., Trentin, F., Troi, A., Vaccaro, R., Vettorato, D., Zambelli, P., & Windegger, F. (2022). *Auf dem Weg in Richtung Klimaneutralität: Szenarien für Südtirol: Ergänzende wissenschaftliche Analysen zum Klimaplan – Update 2022* (S. 93). Eurac Research. <https://doi.org/10.57749/JY00-P949>
- Südtiroler Landesregierung. (2021). *Everyday for Future* (S. 19). nachhaltigkeit.provinz.bz.it