

Nachhaltigkeit in der Außer-Haus-Verpflegung

Chancen und Grenzen für Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung

Das Thema Nachhaltigkeit hat den Außer-Haus-Markt endgültig erreicht: Fair-Trade-Kaffee bei Starbucks, Bio-Milch bei Mc Donald's. Welche Erwartungen hat der nachhaltigkeitsorientierte Verbraucher an seine Ernährung außer Haus? Wie groß ist der Markt und wie lassen sich potenzielle Käufergruppen charakterisieren und erreichen? Mit welchen Anforderungen und Problemen haben Gastronomen und Küchenchefs zu kämpfen?

Die Studie verknüpft eine deskriptive Bestandsaufnahme des Marktes 2010 mit der qualitativ-empirischen Erforschung von Best-Practice-Betrieben der AHV. Dazu werden die Nachhaltigkeitsansätze dreier Branchenpioniere untersucht, gleichzeitig die Grenzen des derzeit Machbaren herausgearbeitet.



Kernergebnisse:

- Kommunikationsmaßnahmen entscheidend für Mehrpreisakzeptanz von Nachhaltigkeitsbemühungen in der AHV
- Mehrkosten können nur begrenzt an Verbraucher weitergegeben werden
- Bio-Einsatz in der GV mit Augenmaß erfolgreich möglich
- Klage der Gastronomen über einen Mangel an Bio-Convenience – Marktpotenziale für Hersteller

