

Erfahrungsaustausch Gemeinschaftsgastronomie 2050



inklusiv Protokoll

Stadt St.Gallen / GastroFutura
St.Gallen, 20. November 2025



Begrüssung

Energiekonzept 2050 der Stadt St.Gallen

2024 11,1 tCO₂eq (pro Person und Jahr)

2050 (Ziel) Klimaneutralität (79 %, Volksabstimmung 2020)
Art. 3ter der Gemeindeordnung

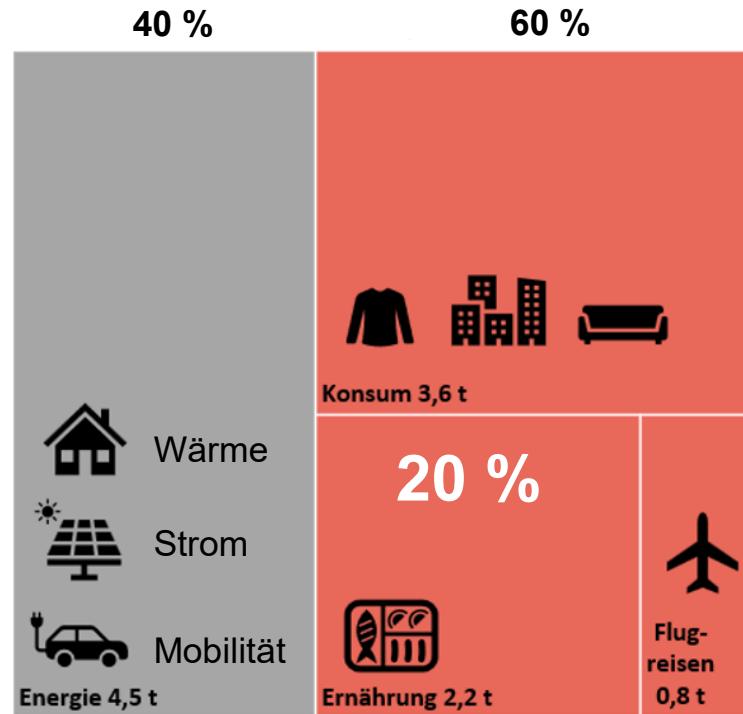
5 Bereiche

Bisher:
Wärme, Strom, Mobilität

Seit 2024:
Konsum und Ressourcen /
Querschnittshandlungsfelder

24 Handlungsfelder
88 Massnahmen

Aufteilung nach Aktivitäten



stadtsg.ch/energiekonzept



energiemonitor.stadt.sg.ch



Agenda, Ziele, Check-in, Hintergrund

Agenda

- | | |
|--|--------------|
| 1. Begrüssung | 5' |
| Peter Jans, Stadtrat | |
| 2. Agenda, Ziele, Check-in, Hintergrund | 10' |
| Clara Esteve, Umwelt und Energie | |
| 3. Impulsreferat | 15' |
| Toya Bezzola und Andreas Handke, GastroFutura | |
| 4. Austausch in Gruppen | 60' |
| Alle | |
| 5. Abschluss | 5' |
| Clara Esteve, Umwelt und Energie | |
| 6. Präsentation Gastbetrieb und Übergang zum Apéro | ab 15:35 Uhr |
| Roger Stieger, Schulärztlicher Dienst | |
| Christoph Städler, Tagesbetreuung St. Leonhard | |

Ziele, Einstellung, Infos

Ziele - Gastrobetriebe

- Informationen erhalten:
 - Hintergrunde Stadt und Energiekonzept
 - Energiekonzept Massnahmen und Unterstützungsmöglichkeiten
 - Wo die grossen Hebel in der Gastro sind
 - Umsetzung bei den Tagesbetreuungen der Stadt und Label: Fourchette Verte - Ama Terra
- Sich untereinander kennenlernen, austauschen, vernetzen und voneinander lernen

Ziele - Umwelt und Energie

- Besseres Verständnis der Betriebe und deren Bedürfnisse zu erhalten
- Gemeinsame Gestaltung einer passenden Unterstützung für Gastrobetriebe

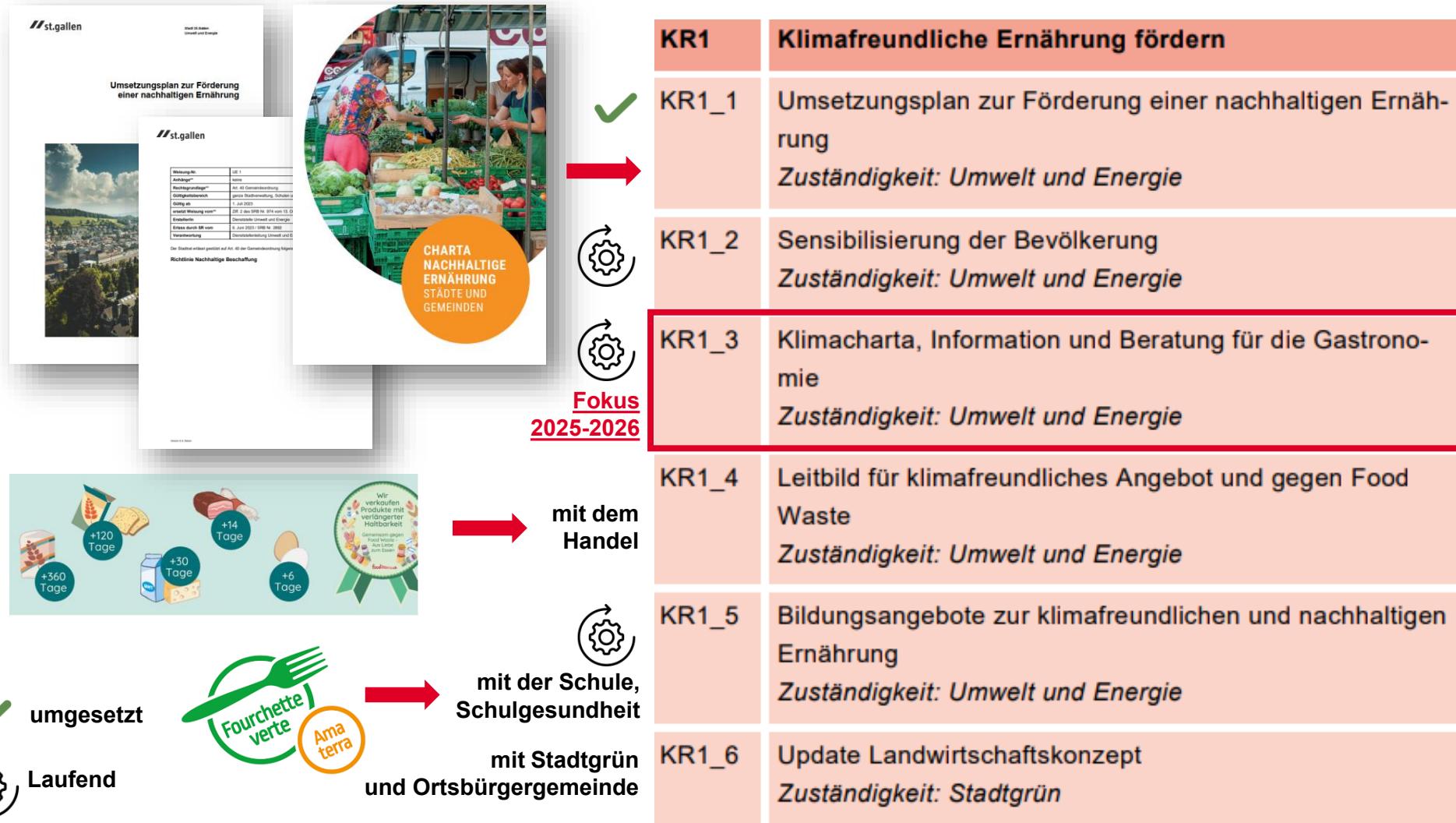
Einstellung & Infos

- Vertrauen & Vertraulichkeit
- Ausgetauschte Informationen sollen in der ERFA und deren jeweilige Organisationen bleiben
- Dokumentation und Teilnehmende-Liste werden im Nachgang geschickt

Check-in – Wer ist heute hier?

- Selbstbetrieb / Auftragnehmende / Auftraggebende
- Anzahl Mahlzeiten pro Tag: 10 -> 1'000 -> 10'000
- Nachhaltigkeit:
 - Bereits sehr engagiert
 - Wir fangen gerade an
 - Bisher nichts gemacht

Klimafreundliche Ernährung: Massnahmen



Unterstützungsmöglichkeiten

1. Kommunikation

The screenshot shows the homepage of the 'Gemeinsam wirkt' website. It features a large image of St. Gallen with a red megaphone icon in the top right corner. Navigation links include 'News', 'Agenda', 'Angebote', 'Tipps', 'Das Grüne Brett', and 'Q. Suche'. A callout box points to the 'News' link with the text 'View and register own events and offers'. Another callout box points to the 'Angebote' link with the text 'Subscribe and publish in Newsletter'. A third callout box points to the social media icons (Facebook and Instagram) with the text 'Follow and publish on social media'. The footer contains links for 'Kontakt', 'Linkliste', 'Anmeldung Newsletter', 'Disclaimer', 'Impressum', and social media icons.



3. Fördergelder / Energiefonds

- Förderbereich Wärme
- Förderbereich Elektrizität
- Förderbereich Mobilität
- Förderbereich Studien und Abklärungen
- Förderbereich Innovationen und Pilotprojekte
- Informationsarbeit und Kampagnen
- Projektbeiträge
- Betriebsbeiträge

Energiefondsreglement

The screenshots show the 'Fördergelder für Ihr Haus' section with a house icon and the 'Förderbeiträge Ladestationen' section with an electric car icon. Both sections provide information on how to apply for grants and include links to various documents.



2. Vernetzung / Kontaktvermittlung

The screenshot shows the 'Vernetzung / Kontaktvermittlung' section of the website. It features several circular profile pictures of individuals: Fredy Zaugg, Thomas Aner, Stefan Tittmann (Partizipation), Clara Esteve, Tobias Fischer (Kommunikation, Bildung), and others. Below each profile is a small image related to their field: Wärme (heat pipes), Strom (building with solar panels), Mobilität (person on an e-scooter), Konsum und Ressourcen (people at a market stall), and Querschnittshandlungsfelder (people at a workshop). The footer includes links for 'www.umwelt.stadt.sg.ch', 'st.gallen', and 'Gemeinsam wirkt'.



4. Projektberatung / -begleitung

The screenshots show various project support activities: a group holding a map in front of a wall, a person standing next to a white truck with a 'Gemeinsam wirkt' logo, a person walking up a modern staircase, and a group of people gathered on a paved area near a building.



Impulsreferat

Trends und Herausforderungen einer klimafreundlichen und nachhaltigen Gemeinschaftsgastronomie

Klimafreundliche und nachhaltige Gemeinschaftsgastronomie

GastroFutura
ERFA St.Gallen 2025

- Hebelwirkungen in der Nachhaltigkeitstransformation
- Herausforderungen
- Verein GastroFutura

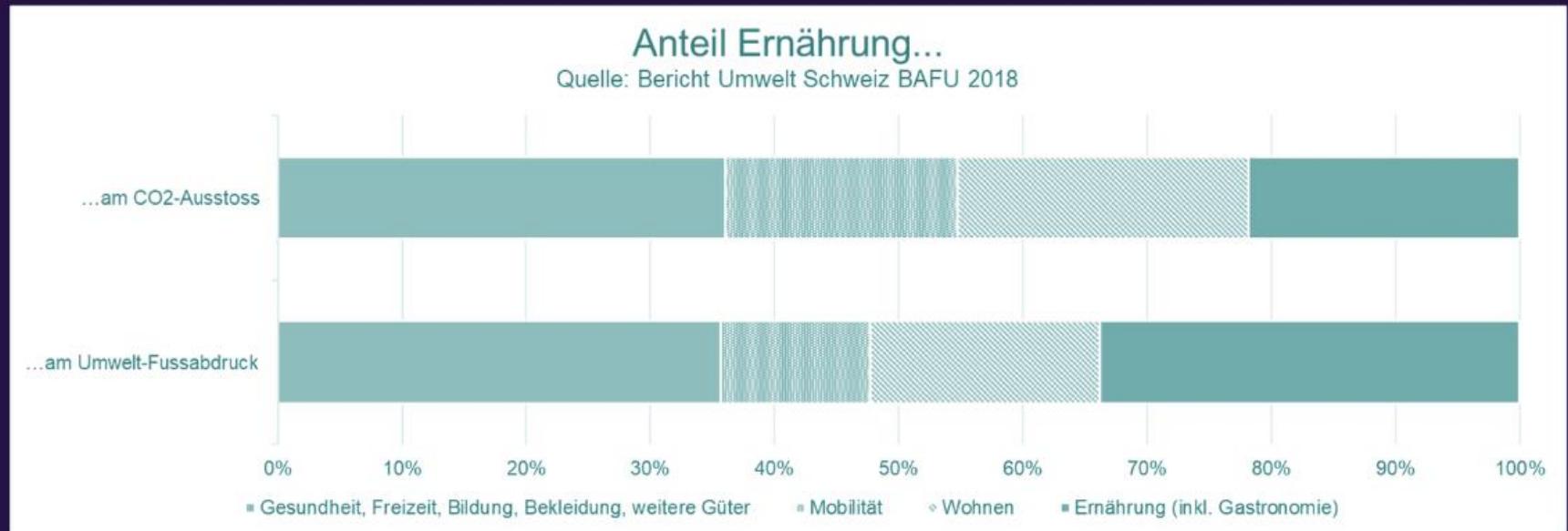


Toya Bezzola
Strategie /
Partnerschaften

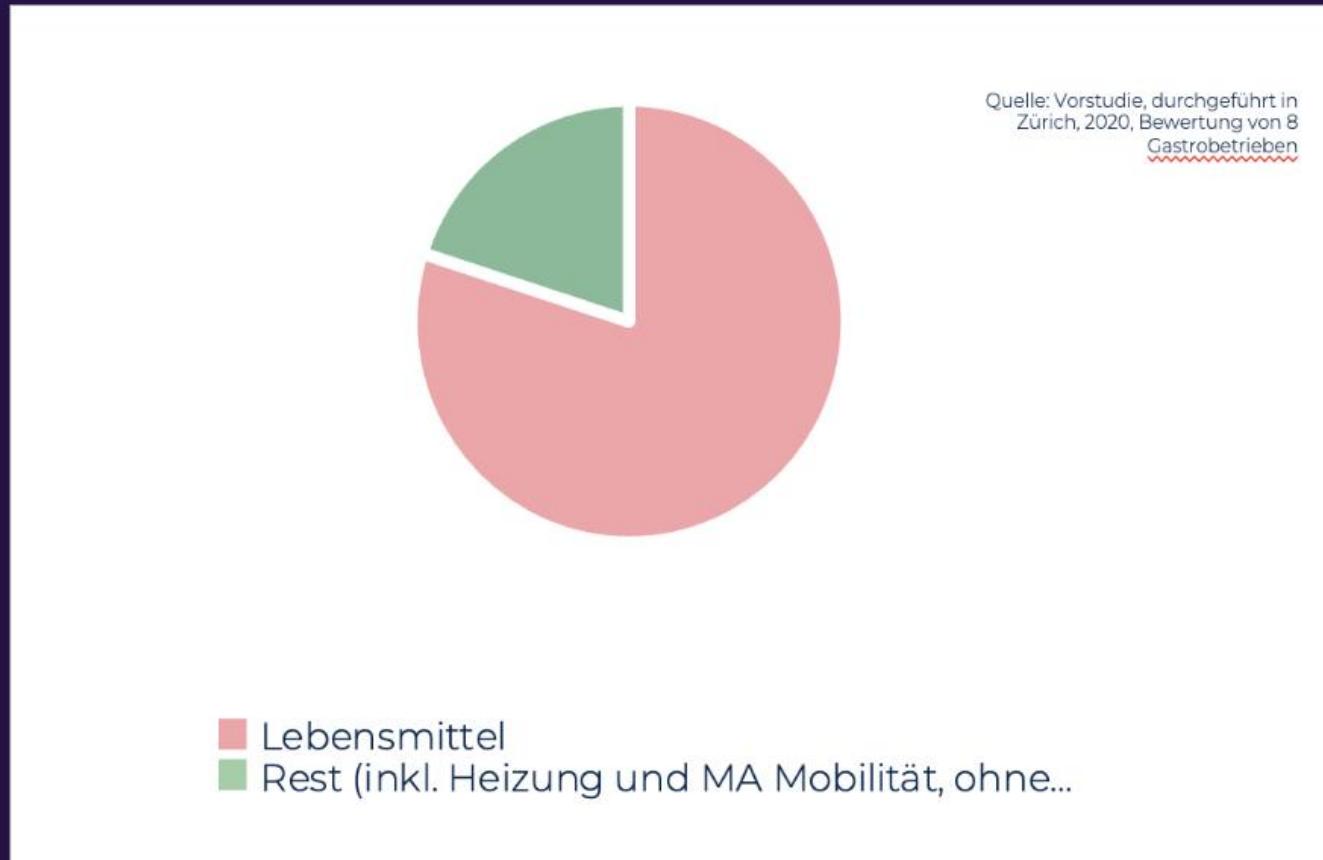


Andi Handke
Betriebe /
Coaching

Auswirkungen der Ernährung auf Umwelt und Klima

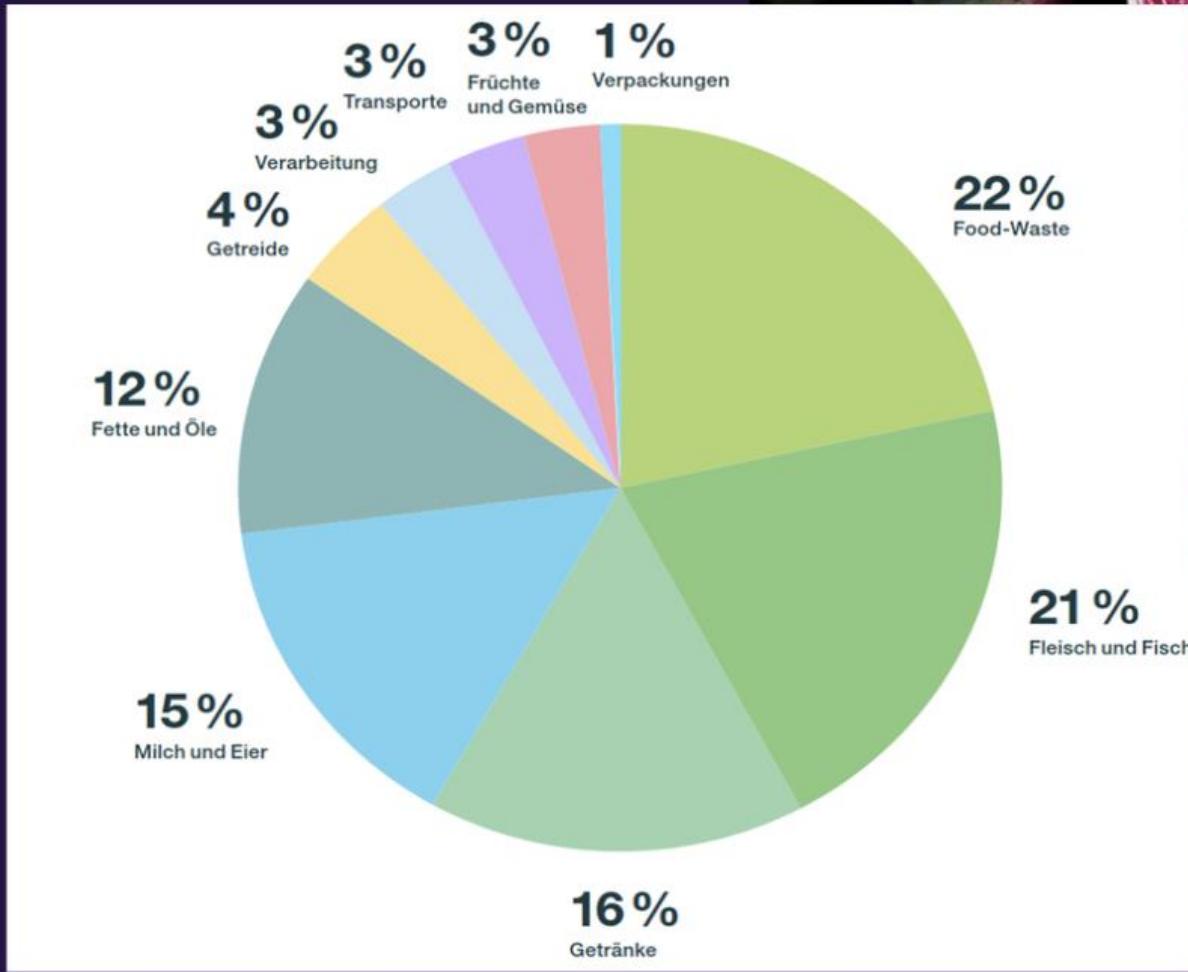


CO₂-Bilanz eines Gastronomiebetriebes



Umweltbelastung der Ernährung

Gastro
Futura



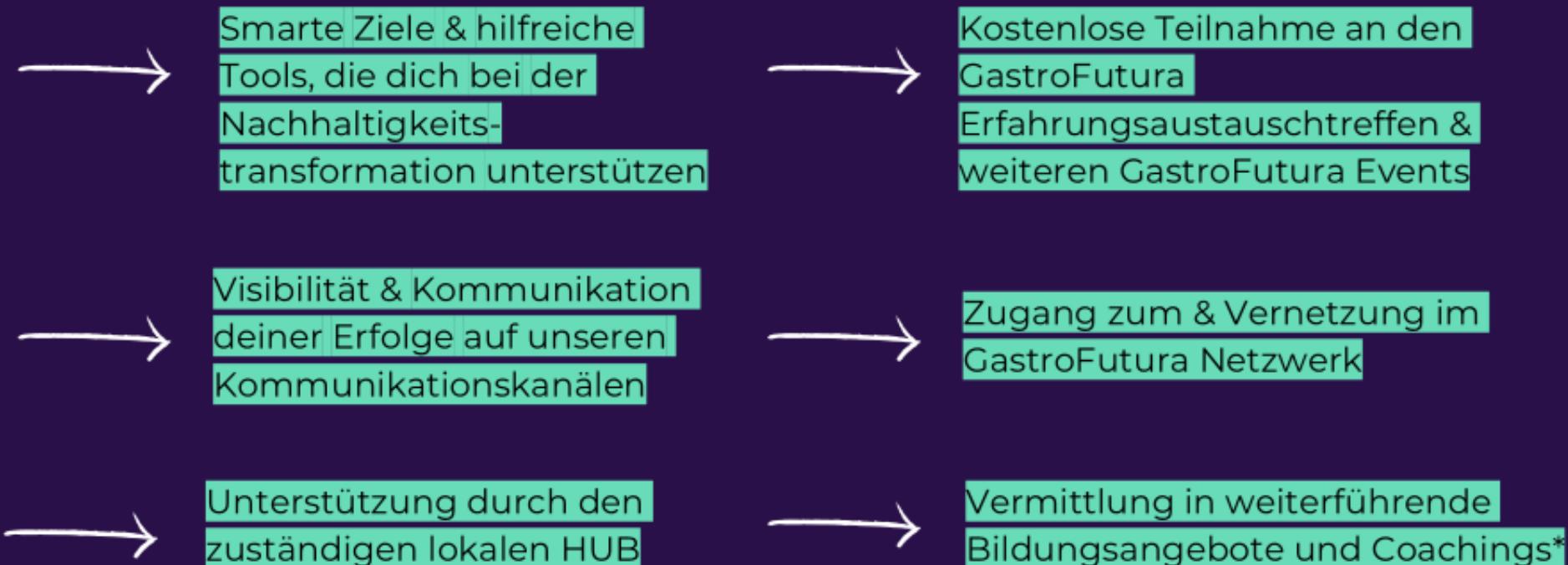


GASTROFUTURA

Das Praxisnetzwerk für eine
zukunftsfähige Gastronomie.

#zämeischbesser #wenigeristgenug

Wieso Mitglied von GastroFutura werden?



* Nicht im Mitgliederbeitrag inbegriffen; zusätzliche Kosten fallen an.

1) Gerichte auf der Speisekarte reduzieren

2) Produkte & Komponenten reduzieren

3) Hochverarbeitete Produkte reduzieren



SUFFIZIENZ -
WENIGER IST
GENUG

4) Lebensmittelabfälle vermeiden



FOOD
SAVE



MEHR
PFLANZEN

5) Tierische durch pflanzliche Produkte ersetzen & ergänzen



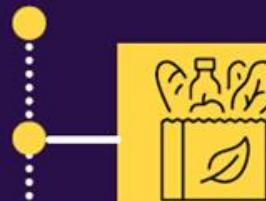
ZEITGEMÄSSES
FLEISCHANGEBOT

- 6) Nose to tail einführen & umsetzen
- 7) Fleisch als Beilage

8) Mehr Lebensmittel aus regenerativem & biologischem Anbau

9) Mehr regionale Lebensmittel

10) Nachhaltiges Getränkeangebot einführen



BEWUSSTER
EINKAUF



NACHHALTIG
KOMMUNIZIEREN

12) Nudging Massnahmen umsetzen

13) Kommunikationskanäle optimieren

ZIEL-
KATALOG



Was bietet GastroFutura?



Gastro
Futura

Open Kitchens

- Gastronomiebetriebe öffnen ihre Türen und ermöglichen anderen Gastronom:innen einen Blick hinter die Kulissen

Erfahrungsaustauschtreffen

- Peer-to-Peer Learning: Die Mitglieder lernen voneinander und entwickeln gemeinsam Lösungsansätze weiter

Coachings

- Individualisierte Coachings für spezifische Themen der Nachhaltigkeitstransformation



- gastrofutura.ch
- [GastroFutura](#)
- [GastroFutura](#)
- [GastroFutura](#)
- kontakt@gastrofutura.ch

Hebelwirkungen in der Gastronomie



Zeitgemässe Führung

Mitarbeitende wollen

- Sinn bei der Arbeit
- auf Augenhöhe geführt werden
- Mitdenken und die Zukunft mitgestalten

Dies braucht tragende Beziehungen, den steten Dialog und das Schaffen von Raum für Partizipation, gemeinsames Pröbeln und vielfältige Möglichkeiten zu Lernen.

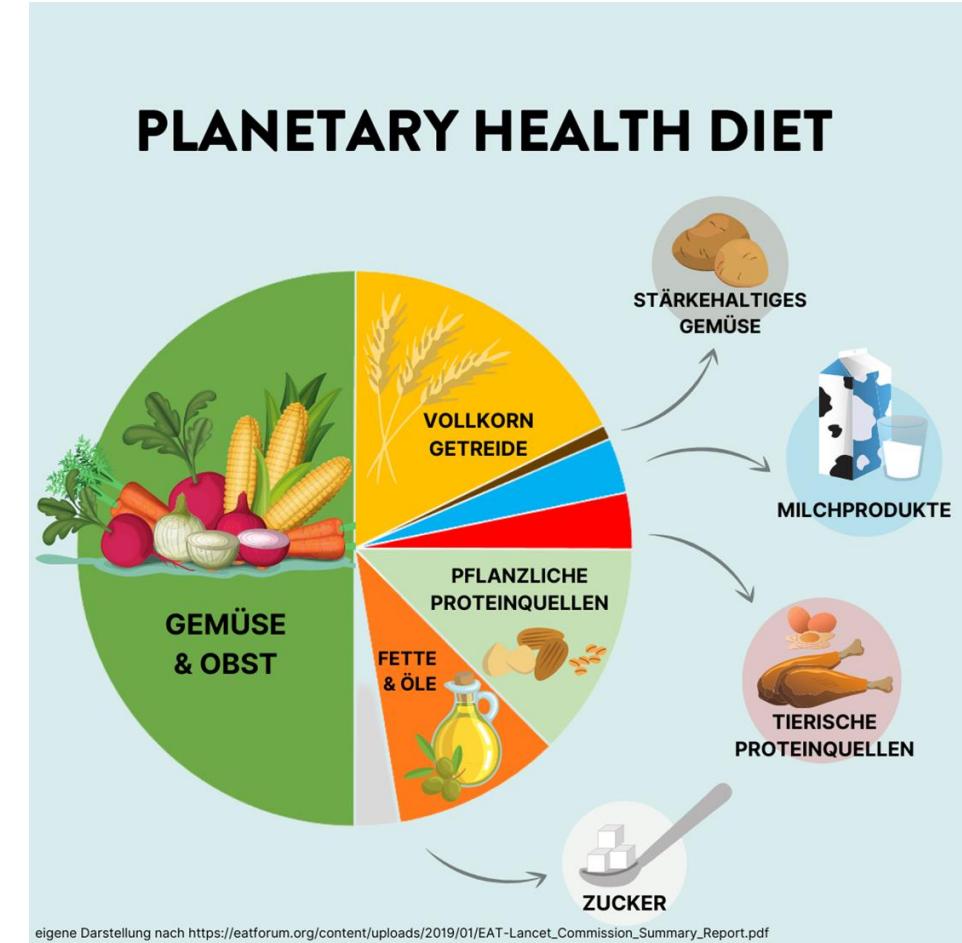


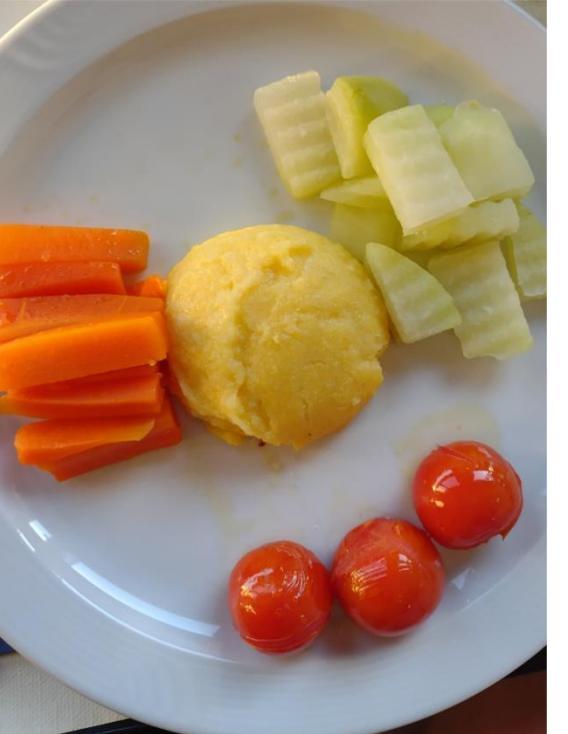


Fokus auf Pflanzliches im Angebot

- mehr Hülsenfrüchte und Nüsse
- mehr pflanzliches Protein
- mehr Vollkornprodukte

Vielfalt der Kulturen in der Küche und auf dem Teller: Indische, asiatische und orientalische Küche bieten Inspiration und Vielfalt in den pflanzlichen Rezepten.

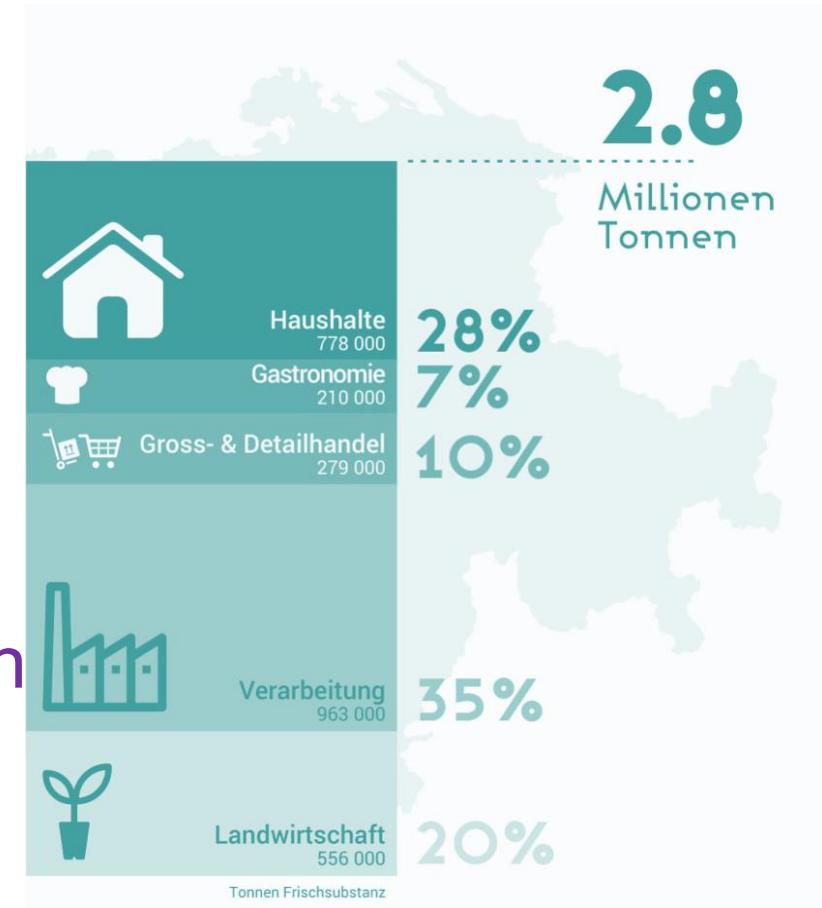




Kein Foodwaste

Keine Lebensmittel entlang der ganzen Kette wegwerfen:

- Foodwaste messen (Daten)
- Pay what you eat: Preis/kg
- Gegen Serviceschluss günstiger abgeben
- übriggebliebenes am nächsten Tag
Gericht umwandeln
- Vorgelagerte Rüstabfälle?
-> welche innovativen Möglichkeiten existieren



Kenntnis der Ursache des Foodwaste ist der
Schlüssel, um Massnahmen zu planen.

Ganze Tiere verwerten

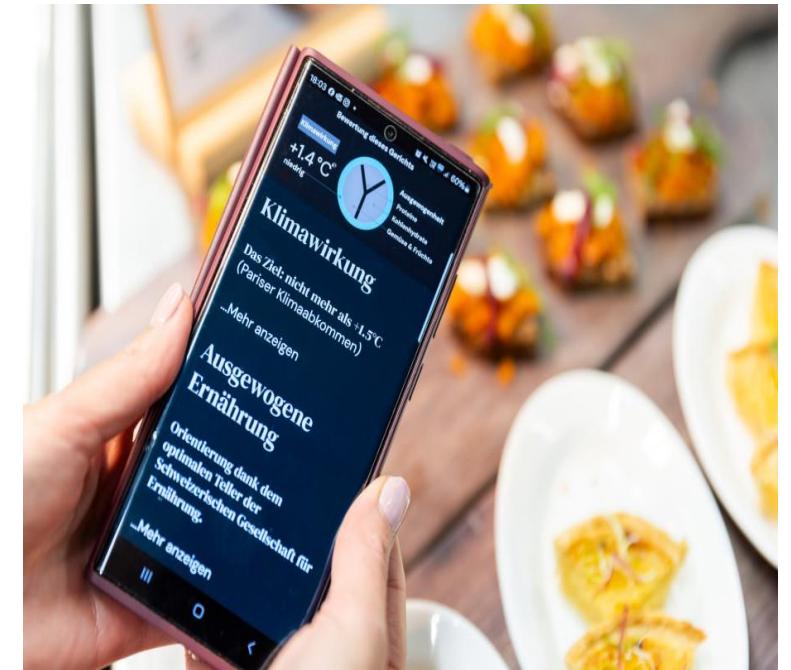
Grundsätze Fleisch

- kleinere Portionen Fleisch
- mehr Schmorstücke, Second Cuts, Innereinen
- artgerechte Tierhaltung – Feed no Food

Grasgefüttertes Fleisch aus der Schweiz bevorzugen.

Kommunikation – die Gäste mitnehmen

- Nachhaltige Wahl erleichtern (Nudging):
- Positiv und genussorientiert kommunizieren:
- Mini-Storytelling nutzen:
- Erfolge sichtbar machen (Gamification & Transparenz):
- Gäste aktiv einbeziehen:



Herausforderungen

- Erwartung nach großer Auswahl & ständiger Verfügbarkeit
- Geringes Nachhaltigkeitsbewusstsein bei Gästen
- Preissensibilität und geringe Wertschätzung für Qualität
- Geringe Akzeptanz von Veränderungen (v. a. Fleischreduktion)
- Fehlende Kommunikation & Storytelling zu nachhaltigen Massnahmen
- Schnelle Esskultur / To-Go-Mentalität erschwert nachhaltige Konzepte

Austausch in Gruppen

Workshop (3 x 10')

Themen (3 auswählen)

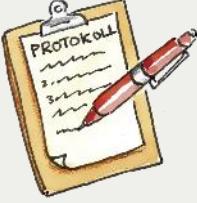
- Proteine variieren
- Food Waste
- Kommunikation
- Offenes Thema



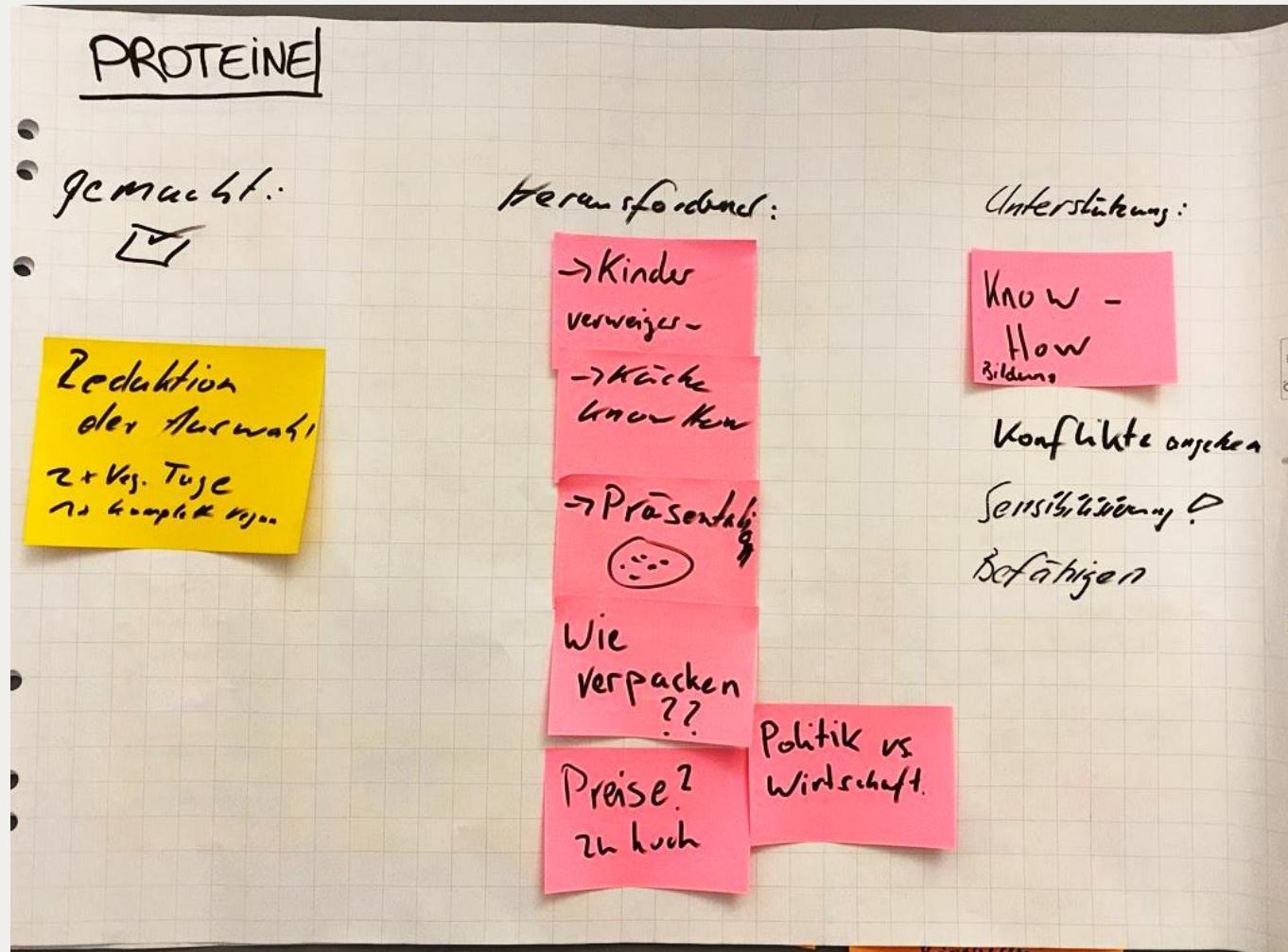
3 Fragen (10')

- Was wird schon gemacht?
- Was läuft gut?
Was sind Herausforderungen?
- Wo besteht Unterstützungsbedarf?

Ergebnisse im Plenum (20')



Thema 1 – Proteine variieren





Thema 1 – Proteine variieren

- Ein Betrieb macht bereits 2 vegetarische Tage und einen veganen Tag
- Alternative Proteine sind immer noch ein „Rotes Tuch“ und splitten die Meinungen
- Es ist schwierig bei Kindern. Gemüse und Hülsenfrüchte sollen besser „verpackt“/präsentiert werden
- Es fehlt noch an „Know-How“ und Zeit. Zum Teil sind die Alternativen auch teurer oder gleich teuer wie Fleisch. Die Köche wissen zum Teil nicht wie mit Gemüse und Hülsenfrüchte kochen -> Bildung nötig. Bisher gibt es noch keine Lehre als Vegikoch
- Ist es der Job der Wirtschaft, die Klimaziele zu erreichen?
- Die Landwirtschaft mit Fleisch und Milch-Produkten ist sehr gefördert auf Bundesebene, die Lobbys sind stark. Sie haben Einfluss bis in den Lehrplan. Pflanzliche Proteine sollten auch gefordert werden. Es sollte eine moderierte und nicht politische Diskussion über Zielkonflikte geführt werden.
- Die Bevölkerung/Gäste sollen sensibilisiert und mitgenommen werden, zum Beispiel mit dem „Planetary Health Diet“
- In einem Betrieb gibt es eine zentrale Person, die unterstützt bei der Umsetzung der SDGs
- Es wurde bereits eine „Fleischfrei Woche“ umgesetzt, es ist nicht gut angekommen
- Es gibt viele verschiedene Zielgruppen: Kinder, internationale Gäste, Altersheimbewohnende, Mitarbeitende, Studierende... Es gibt auch viele verschiedene Labels und mögliche Partnerschaften
- Positives Wording verändert den Narrativ (zB nicht als vegan betiteln)



Thema 2 – Food Waste



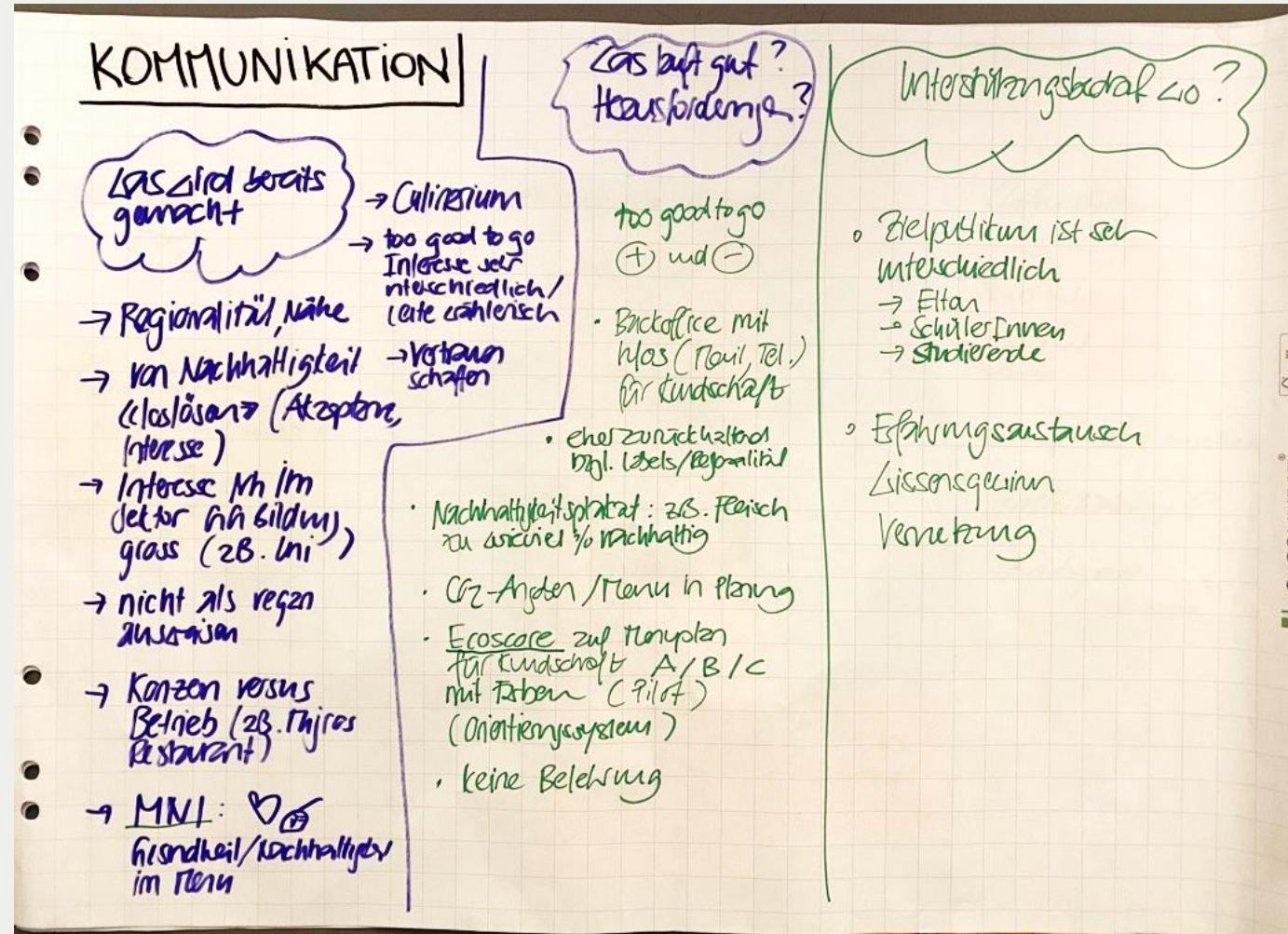


Thema 2 – Food Waste

- Viele Betriebe sind schon länger dran, z.B. mit kleineren Mengen auf dem Teller, kleinere Teller zur Verfügung stellen und die Messung vom Food Waste
- Beim Buffet, Teller zahlen nach Gewicht ist sehr effizient
- Was auf einem Buffet liegt, muss zum Teil weggeworfen werden
- Viele Betriebe sind bereits kreativ mit Resteverwertung (z.B. Reste in Wraps oder Bowls) und bieten ihre Reste über TooGoodToGo an
- Es gibt bereits eine gute Zusammenarbeit mit Lieferanten / Zusammenarbeit ist wichtig (auch Abnahme von Überproduktion)
- Buffets sollen am Ende des Service nur noch Teilangebot anbieten und nicht mehr das volle Sortiment
- Internationale Kundschaft erwartet ein volles Buffet
- Kleinere Mengen auf dem Teller schöpfen mit dem Hinweis für einen Nachschlag wieder zu kommen, sollte es zu wenig gewesen sein
- Zum Teil gibt es eine unberechenbare Gästefluktuation (Wetter...). Jahresdaten mit einer KI-Analyse können dabei helfen, um besser planen zu können.
- Massnahmenkoffer von United Against Waste ([Food Save Management](#)) nutzen
- Vielzahl an Möglichkeiten, Ideen -> Wie aussuchen/priorisieren?
- Auch hier sind Schulungen für Fachleute sowie die Sensibilisierung der Gäste nötig



Thema 3 – Kommunikation





Thema 3 – Kommunikation

- Der Menü-Nachhaltigkeits-Index (MNI: Nachhaltigkeit und Gesundheit) wird bereits benutzt und kommuniziert.
- Plakat im Restaurant: z.B. zu wieviel Prozent das Fleisch aus nachhaltiger Produktion stammt.
- Die Treibhausgasemissionen werden zum Teil mit Eco-Score (Orientierungssystem mit Stufen A bis E) angezeigt, komplementär zum Nutri-Score.
- Es wird auf Regionalität der Produkte geachtet. Mit der Kommunikation von Labels ist man eher zurückhaltend.
- In der Kommunikation sollte man sich von den Begriffen „Nachhaltigkeit“ oder „vegi/vegan“ lösen, da die Akzeptanz und das Interesse der Kundschaft damit sinkt.
- Es ist wichtig, Vertrauen zu schaffen.
- Bei Bildungsinstitutionen besteht ein grosses Interesse an nachhaltigen Angeboten (z.B. Uni St.Gallen)
- Wichtig ist, die Gäste nicht belehrend zu informieren.
- In grossen Organisationen/Unternehmen bestimmt der Konzern das Angebot, nicht die einzelnen Restaurants.
- Einige Betriebe haben zum Teil negative Erfahrungen mit TooGoodToGo gemacht
- Ein Betrieb beantwortet aktiv Anfragen der Kundschaft über die allgemeine E-Mail-Adresse oder telefonisch
- In Planung sind z.T. CO₂-Angaben im Menu
- Als Unterstützung ist die Vernetzung, der Erfahrungsaustausch und der Wissenstransfer zwischen den Betrieben gewünscht. Das Zielpublikum der Betriebe ist sehr divers. Allenfalls würde spezifischere Austausche nach Zielpublikum Sinn machen.
- Weiter ist es wichtig, dass die Bevölkerung als potenzielle Kundschaft informiert und sensibilisiert wird.

Abschluss

Abschluss

Rückblick

- PPT, TN-Liste

Ausblick

- Feedback, Themenwünsche, Anliegen -> Clara
- ERFA: 1 Mal pro Jahr im Herbst
 - Gastgeber 2026: Oberwaid, Säntis Gastro, ...?
- Thematisches Webinar
 - Food Waste und Lebensmittelhygiene-Verordnung
 - ...

Unterstützungsmöglichkeiten

The collage consists of four panels:

- 1. Kommunikation**: Shows a screenshot of a website with a landscape image, navigation links, and social media sharing options.
- 2. Vernetzung / Kontaktvermittlung**: Shows a grid of images and names for various contacts: Fredy Zügg (Wärme), Thomas Amri (Strom), Stefan Tätsmann (Mobilität), Clara Esteve (Konsum und Ressourcen), and Tobias Fischer (Querschnittshandlungsfelder).
- 3. Fördergelder / Energiefonds**: Shows a screenshot of a funding application form and several informational brochures about energy funds.
- 4. Projektberatung / -begleitung**: Shows images of people working on projects, a mobile service van, and a large event space.

Kontakt

clara.esteve@stadt.sg.ch

gemeinsam-wirkt@stadt.sg.ch

Präsentation Gastbetrieb und Apéro

Tagesbetreuung St. Leonhard



Richtlinie nachhaltige Beschaffung - Ernährung

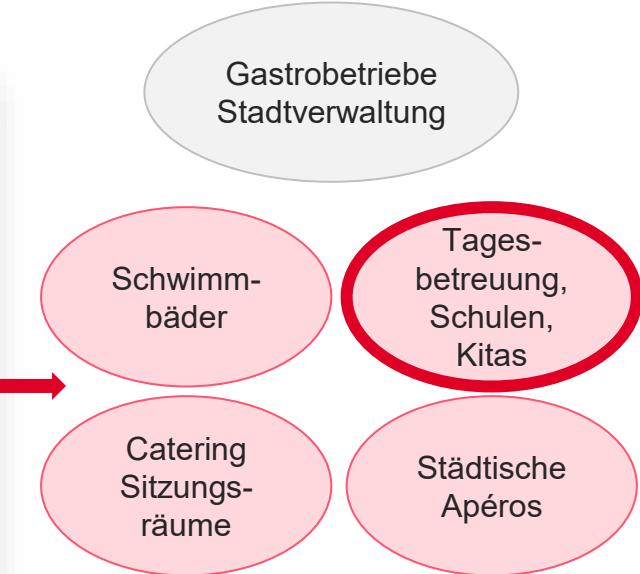
≡ **st.gallen**

- Hochbauamt
- Normalien Tiefbauamt
- Kanalisationsnormalien
- Nachhaltige Beschaffung
 - Beim Einkauf von Waren und Dienstleistungen achtet die Stadt St.Gallen konsequent auf Nachhaltigkeit. Die vom Stadtrat auf 1. Juli 2023 in Kraft gesetzte Richtlinie Nachhaltige Beschaffung hält die Dienststellen an, neben ökonomischen Kriterien auch ökologische und soziale Aspekte zu berücksichtigen.

↳ Richtlinie Nachhaltige Beschaffung (213 kB, PDF, 07.04.2025)

https://www.stadt.sg.ch/home/raum-umwelt/ausschreibungen/richtlinien_vorgaben.html

6	Kriterien für die wichtigsten Produktgruppen	7
6.1	Fahrzeuge	8
6.2	Nicht elektrische, motorbetriebene Arbeitsgeräte	9
6.3	Reinigungsmittel, Handseifen	11
6.4	Reinigungsmaschinen	12
6.5	Händetrocknung, Handpapier, Toilettenpapier	13
6.6	Büromobiliar, Mobiliar für Schulen und weitere Einrichtungen	13
6.7	Papiermaterialien (Couverts, Druckerpapier, Verpackung usw.)	14
6.8	Büromaterial	16
6.9	Elektrisch betriebene Geräte	16
6.10	Leuchten und Leuchtmittel	17
6.11	IT-Geräte	17
6.12	Treibstoffe (Diesel, Benzin), Brennstoffe (Heizöl, Gas, Holzschnitzel und Holzpellets) und Schmieröle	19
6.13	Strom	21
6.14	Textilien	22
6.15	Garten- und Grünprodukte	23
6.16	Ausrüstung Turnhallen, Spielzeug, Spielmaterial (innen), Outdoor- und Spielgeräte (außen)	23
6.17	Lebensmittel	24
6.18	Dienstleistungen	26
6.19	Öffentliche Bauten (Verwaltung, Schule, Tagesbetreuung, Sport- und Kulturanlagen)	26
6.20	Infrastrukturbauten (Hoch- und Tiefbau; Technische Anlagen und Bauten)	27



Fourchette Verte - Ama terra



Avec le soutien de • Mit der Unterstützung von • Con il sostegno di:



Fourchette Verte - Ama terra



- 1993 als Fourchette Verte in Genf gegründet
- seit 2009 in der Deutschschweiz
- seit 2014 in der Stadt St. Gallen verankert
- seit 2016 mit dem Zusatzprofil Fourchette verte – Ama Terra



Tagesbetreuung Hebel, St. Gallen

Fourchette Verte - Ama terra



Gesundheitsförderung

- Gesünderes Essverhalten in der Bevölkerung fördern
- Eine ausgewogene Ernährung in einem angenehmen und gesunden Umfeld
- Kenntnisse über den Zusammenhang zwischen Ernährung und Gesundheit
- Senkung der Risikofaktoren von nicht-übertragbaren Erkrankungen (Herzkreislauf, Diabetes, Atemwege, Muskuloskelettal, Krebs)
- Wertschätzung gegenüber den zertifizierten Betrieben

Fourchette Verte - Ama Terra



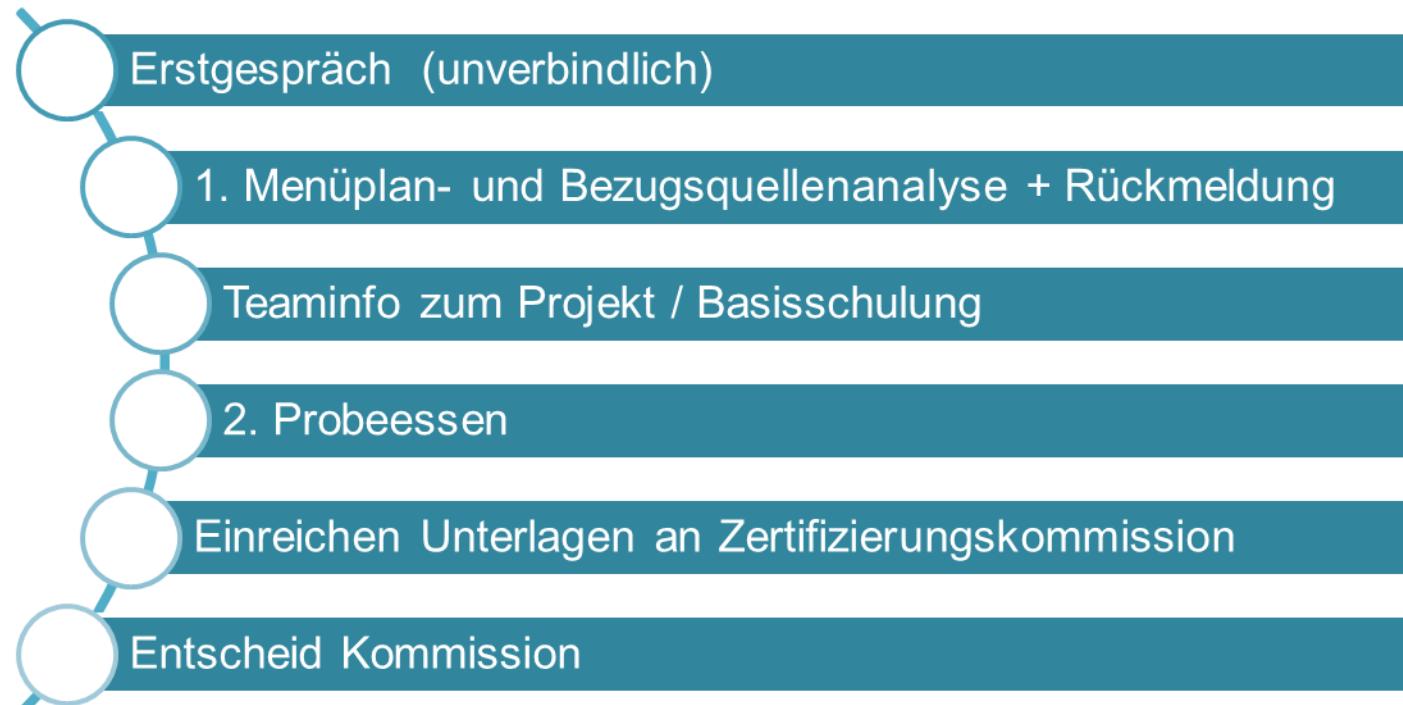
Ama Terra

- Nachhaltige Ernährung und gelebte Tischkultur
- Ergänzung zu Fourchette Verte (ausgewogene Ernährung)
- Nahrungsmittel aus ökologischer, sozialverträglicher und tierfreundlicher Produktion
- Einbezug der Kinder in Tätigkeiten rund um das Essen
- Tischkultur – Essen ist mehr als reine Nahrungsaufnahme

Fourchette Verte - Ama terra



Zertifizierungsprozess



Obligatorisch: Kontrolle
durch FV (alle 15 Monate)

Jährliche Weiterbildung für
Mitarbeitende

Fourchette Verte - Ama terra



Tagesbetreuung (TAB) und Mittagstisch (MT) der Stadt St. Gallen

16 Tagesbetreuungen und 6 Mittagstische

Anzahl Kinder/Jugendliche in der Stadt St. Gallen: 6'751* davon 1/3 in Tagessstruktur

Kinder in den TAB 2'079* (+ 85% in 10 Jahren)

Jugendliche am MT 243*

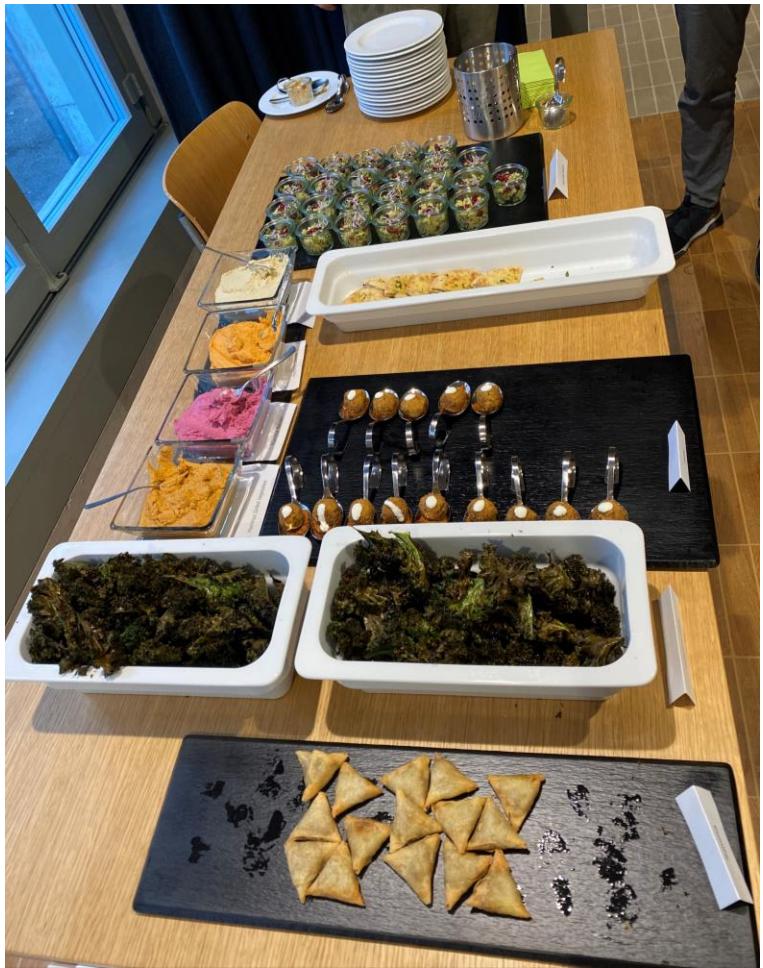
Mahlzeiten in der TAB 250'500 p.a.[°]

Mahlzeiten am MT 18'300 p.a.[°]

270'000 Mahlzeiten pro Jahr

* Stand: 2024

° Durchschnitt 2020 - 2025



Apero

