

# Erfahrungsaustausch Gemeinschaftsgastronomie 2050



*inklusive Protokoll*

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

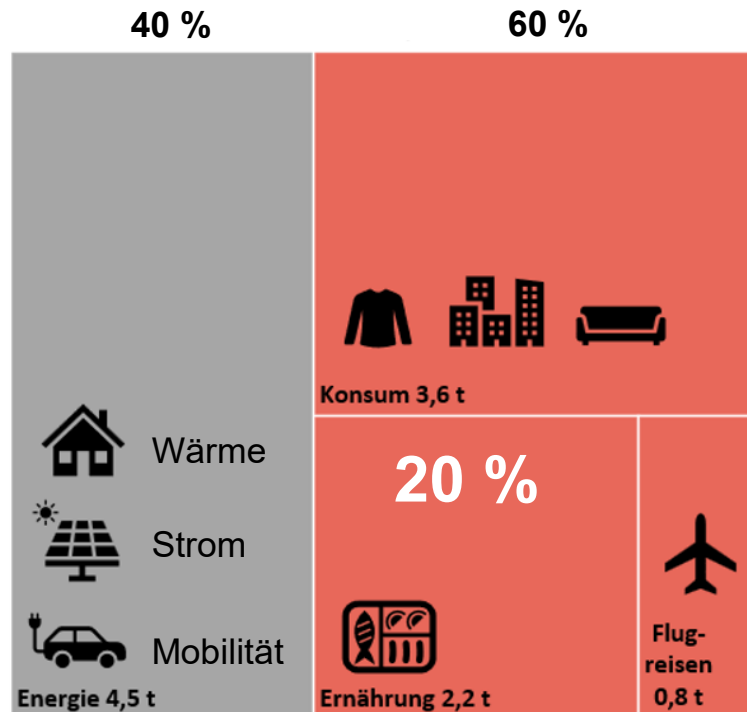


# Begrüssung

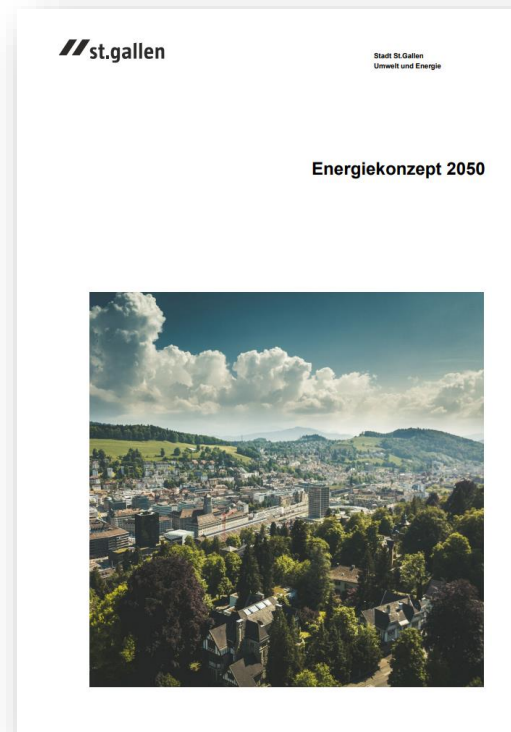
# Energiekonzept 2050 der Stadt St.Gallen

2024 11,1 tCO<sub>2</sub>eq (pro Person und Jahr)  
2050 (Ziel) Klimaneutralität (79 %, Volksabstimmung 2020)  
Art. 3ter der Gemeindeordnung

## Aufteilung nach Aktivitäten



[stadtsg.ch/energiekonzept](http://stadtsg.ch/energiekonzept)



[energiemonitor.stadt.sg.ch](http://energiemonitor.stadt.sg.ch)



5 Bereiche

Bisher:

Wärme, Strom, Mobilität

Seit 2024:

Konsum und Ressourcen /

Querschnittshandlungsfelder

24 Handlungsfelder

88 Massnahmen

# 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:
  - Hintergründe 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



**Fokus**  
**2025-2026**

KR1	Klimafreundliche Ernährung fördern
KR1_1	Umsetzungsplan zur Förderung einer nachhaltigen Ernährung <i>Zuständigkeit: Umwelt und Energie</i>
KR1_2	Sensibilisierung der Bevölkerung <i>Zuständigkeit: Umwelt und Energie</i>
KR1_3	Klimacharta, Information und Beratung für die Gastronomie <i>Zuständigkeit: Umwelt und Energie</i>
KR1_4	Leitbild für klimafreundliches Angebot und gegen Food Waste <i>Zuständigkeit: Umwelt und Energie</i>
KR1_5	Bildungsangebote zur klimafreundlichen und nachhaltigen Ernährung <i>Zuständigkeit: Umwelt und Energie</i>
KR1_6	Update Landwirtschaftskonzept <i>Zuständigkeit: Stadtgrün</i>



mit dem  
Handel

umgesetzt

Laufend

st.gallen



mit der Schule,  
Schulgesundheits

mit Stadtgrün  
und Ortsbürgergemeinde

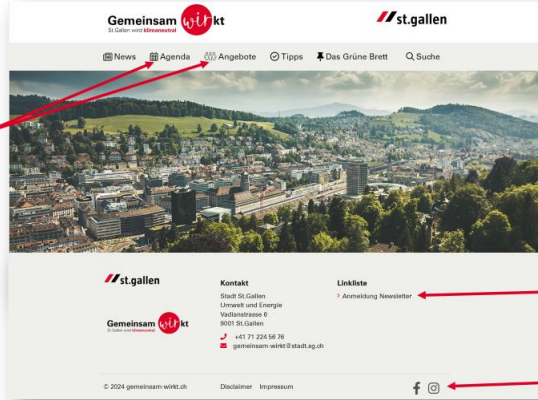
Gemeinsam  
St.Gallen wird klimaneutral **wirkt**





# Unterstützungsmöglichkeiten

## 1. Kommunikation



View and register own events and offers

Subscribe and publish in Newsletter

Follow and publish on social media

st.gallen

Gemeinsam wirkt

St. Gallen wird klimaneutral

## 2. Vernetzung / Kontaktvermittlung



Wärme  
Clara Esteve

Strom  
Fredy Zaugg

Mobilität  
Thomas Anner

Konsum und Ressourcen  
Stefan Tittmann (Partizipation)

Querschnittshandlungsfelder  
Tobias Fischer (Kommunikation, Bildung)

www.umwelt.stadt.sg.ch

st.gallen

Gemeinsam wirkt

St. Gallen wird klimaneutral

## 3. Fördergelder / Energiefonds

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



Städtischer Energiefonds: Förderbeiträge beantragen

5. Marktbreit Förderbeiträge für die Wärme Übersicht.pdf (224 KB, PDF)

6. Marktbreit Erneuerbare Energien.pdf (101 KB, PDF)

7. Marktbreit Förderbeiträge.pdf (121 KB, PDF)

8. Marktbreit Solarstrom.pdf (415 KB, PDF)

9. Marktbreit Geothermie mit Stromproduktion.pdf (245 KB, PDF)

10. Marktbreit Informationskampagne.pdf (522 KB, PDF)

11. Marktbreit Biomasse.pdf (123 KB, PDF)

12. Marktbreit Elektrofahrzeuge für Unternehmen.pdf (210 KB, PDF)

13. Marktbreit Elektroautos für Privatsphäre.pdf (427 KB, PDF)

14. Marktbreit Ladestationen.pdf (170 KB, PDF)

15. Marktbreit Veranstaltungen und PR.pdf (113 KB, PDF)

st.gallen

Gemeinsam wirkt

St. Gallen wird klimaneutral

## 4. Projektberatung / -begleitung



st.gallen

Gemeinsam wirkt

St. Gallen wird klimaneutral

# 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

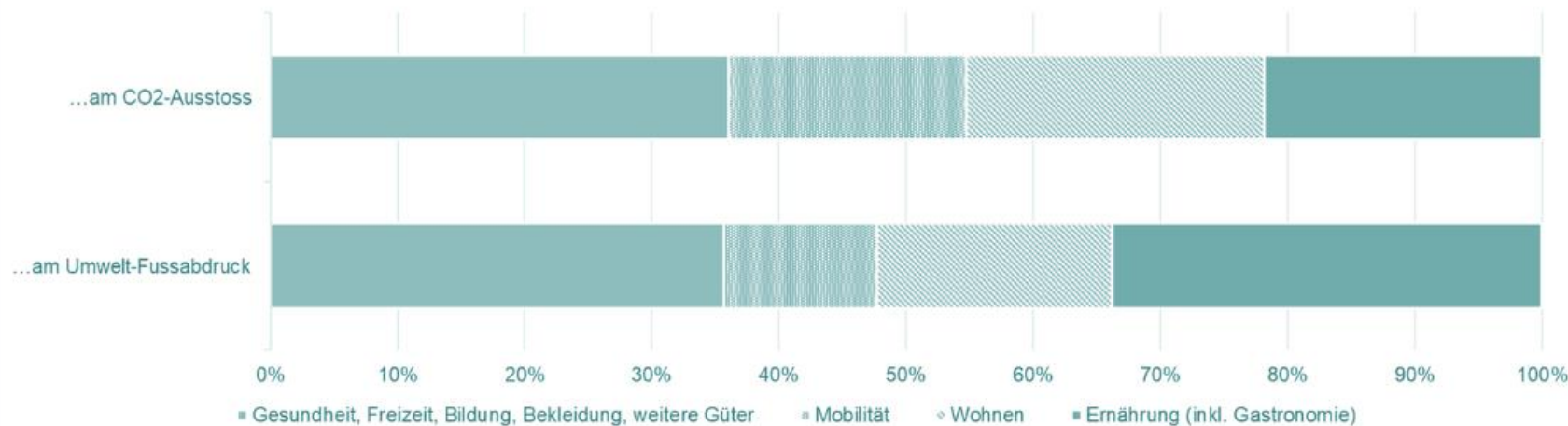


Andi Handke  
Betriebe /  
Coaching

# Auswirkungen der Ernährung auf Umwelt und Klima

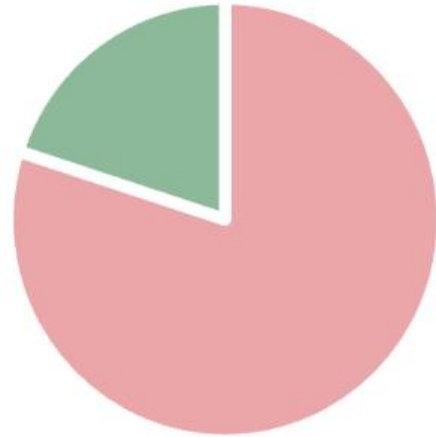
## Anteil Ernährung...

Quelle: Bericht Umwelt Schweiz BAFU 2018





# C02-Bilanz eines Gastronomiebetriebes



- Lebensmittel
- Rest (inkl. Heizung und MA Mobilität, ohne...)

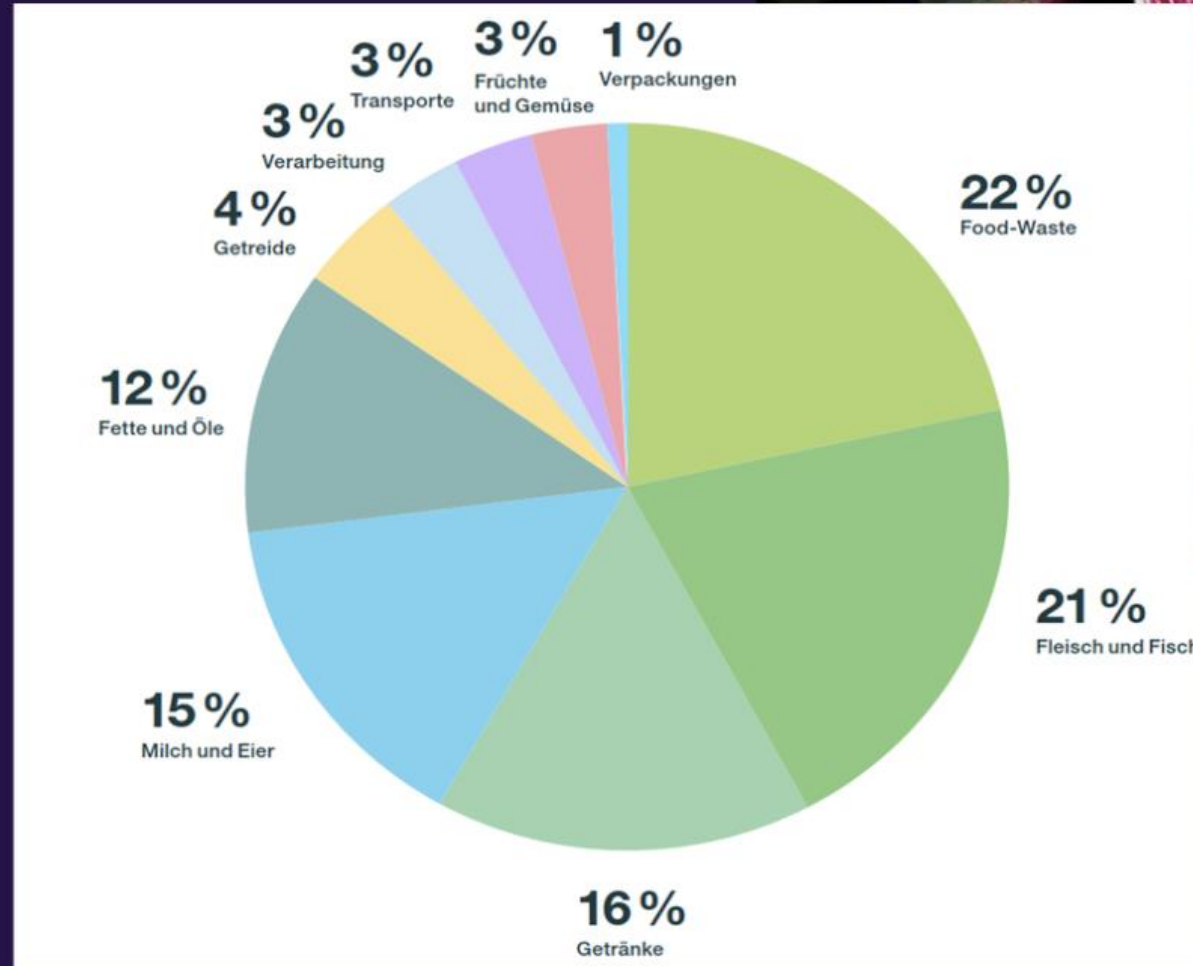
Quelle: Vorstudie, durchgeführt in  
Zürich, 2020, Bewertung von 8  
Gastrobetrieben

Gastro  
Futura



# Umweltbelastung der Ernährung

Gastro  
Futura





Gastro  
Futura

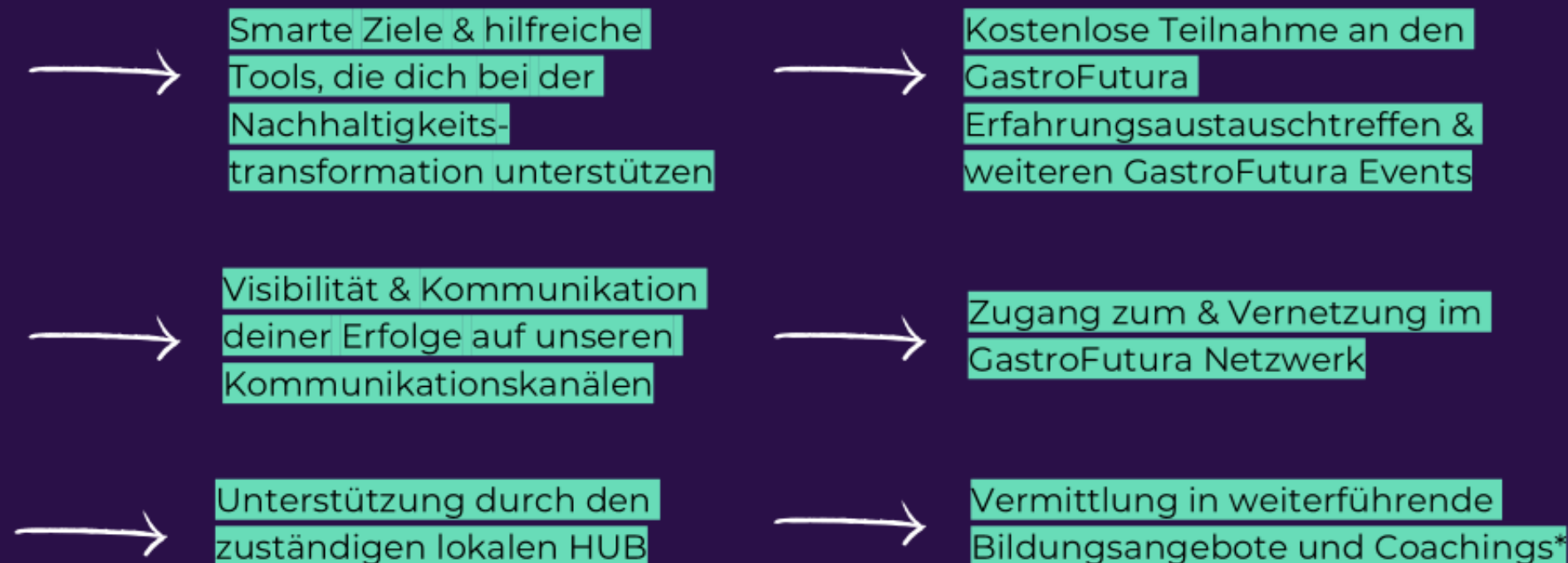
# GASTROFUTURA

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

11) Soziale Nachhaltigkeit fördern



**SOZIAL  
NACHHALTIG**

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?



## 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





**Gastro  
Futura**



[gastrofutura.ch](https://gastrofutura.ch)



GastroFutura



GastroFutura



GastroFutura



[kontakt@gastrofutura.ch](mailto: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 Probieren und vielfältige Möglichkeiten zu Lernen.





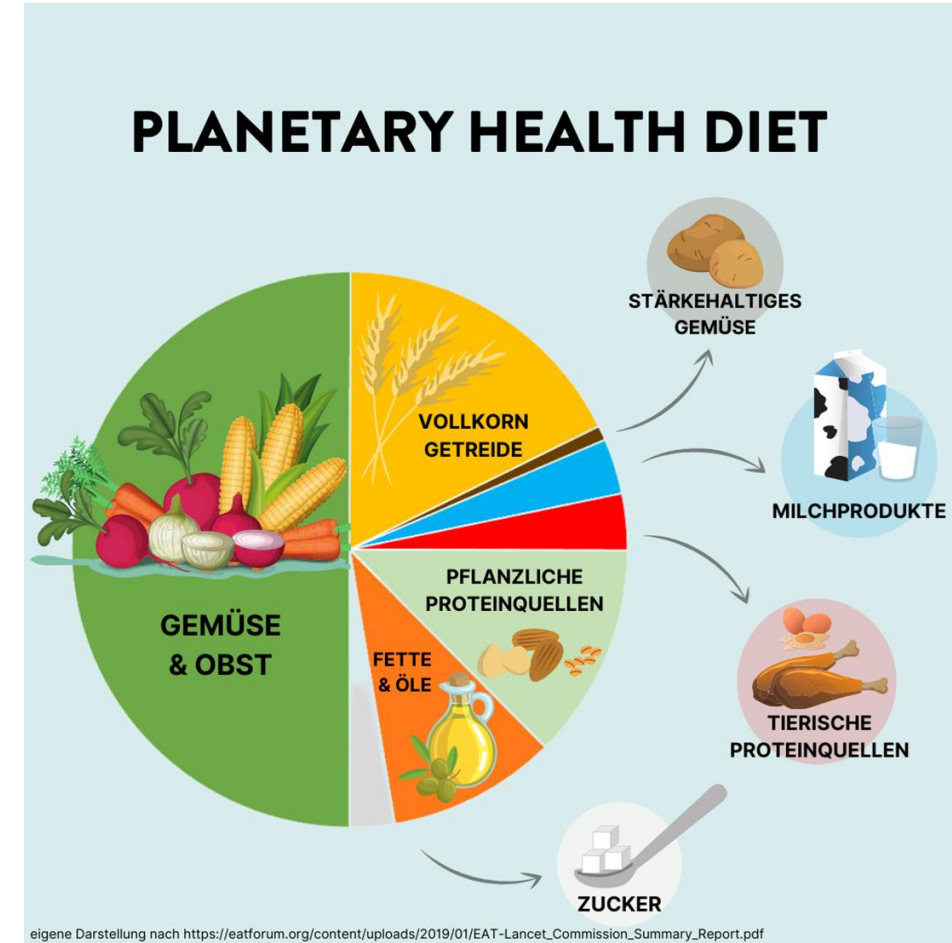




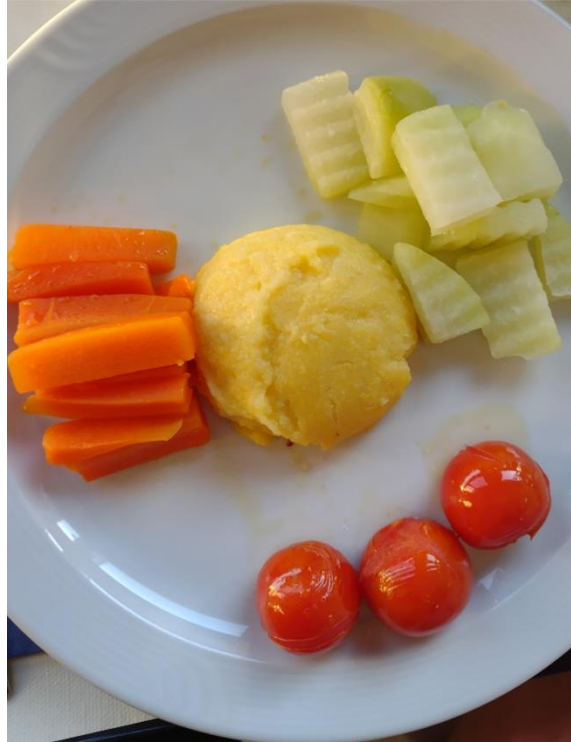
# Fokus auf Pflanzliches im Angebot

- 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.







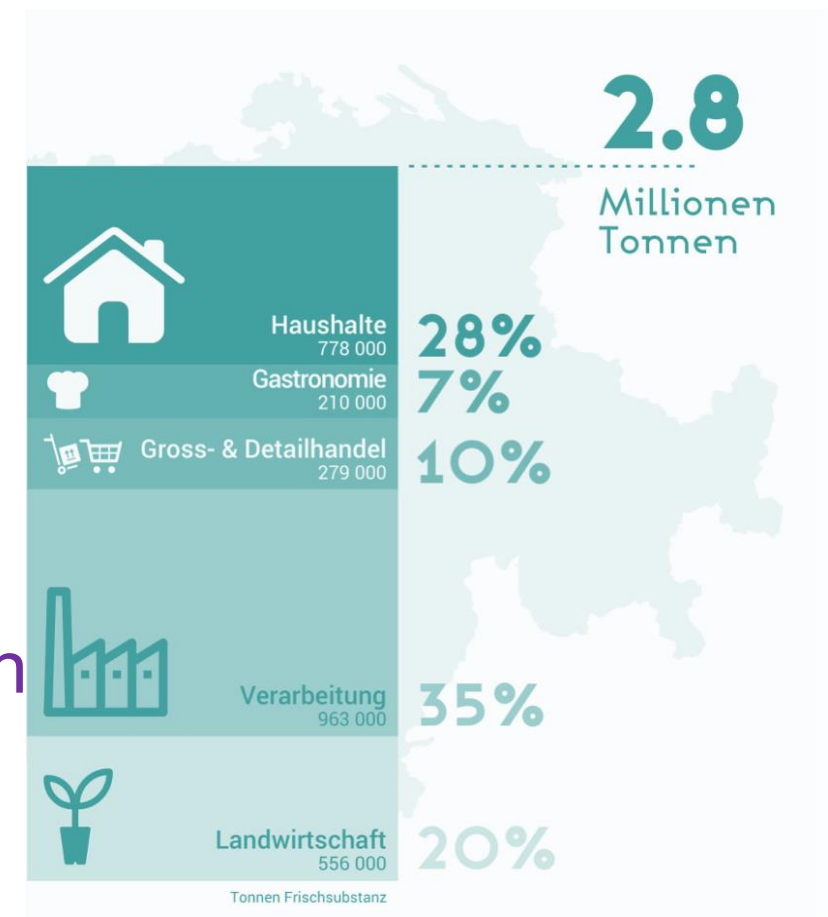


# Kein Foodwaste

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

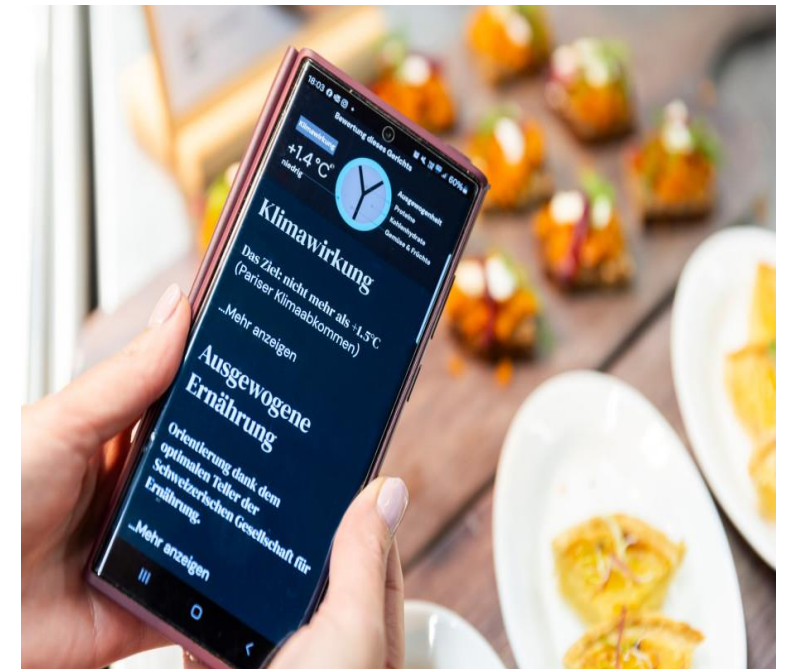
## Grundsätze Fleisch

- kleinere Portionen Fleisch
- mehr Schmorstücke, Second Cuts, Innereien
- 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

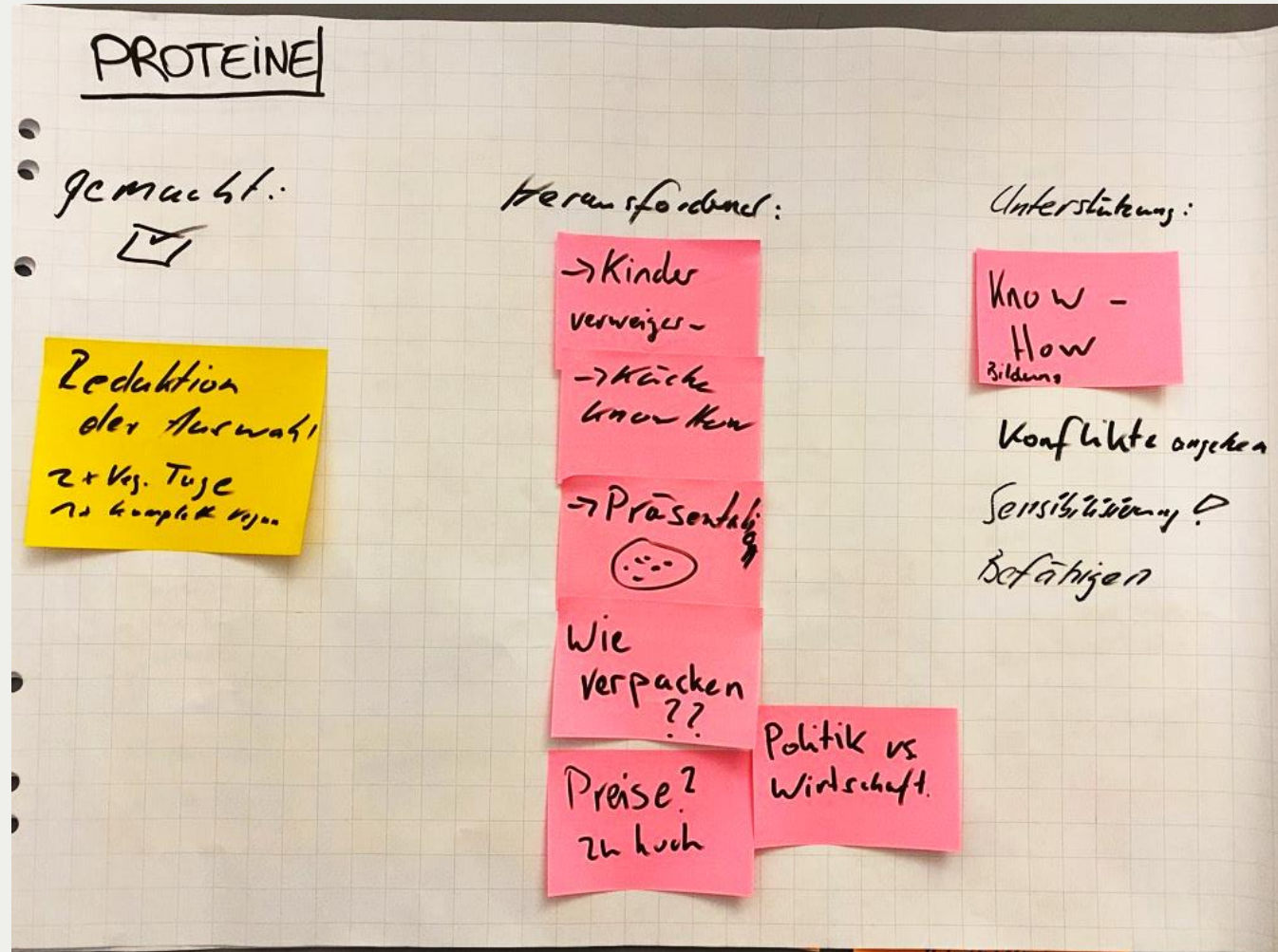


## 3 Fragen (10')

- 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 gefördert 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



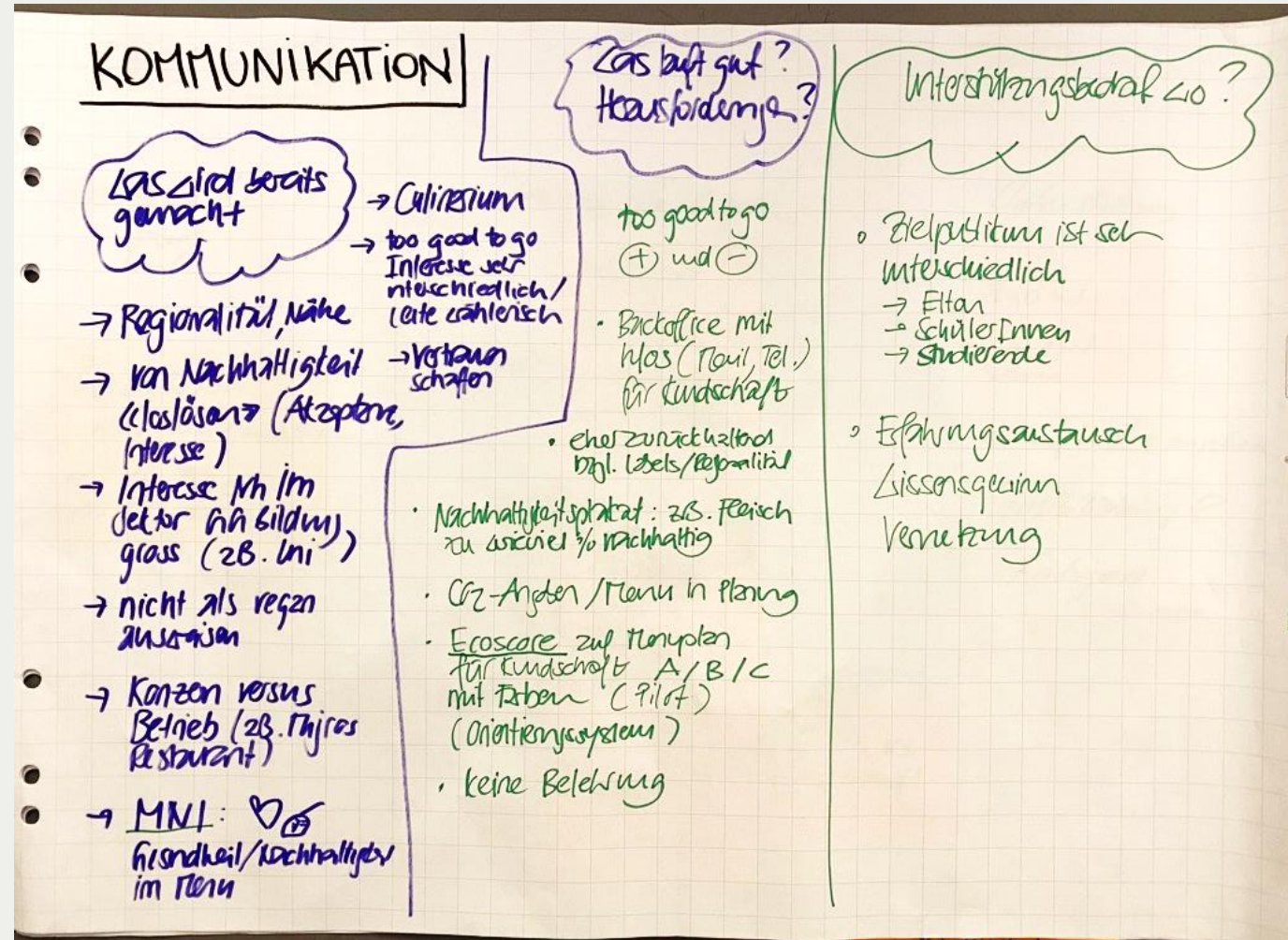




# Thema 2 – Food Waste

- 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 Gästefluktuatation (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. CO<sub>2</sub>-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



## Kontakt

[clara.esteve@stadt.sg.ch](mailto:clara.esteve@stadt.sg.ch)



[gemeinsam-wirkt@stadt.sg.ch](mailto:gemeinsam-wirkt@stadt.sg.ch)

# Präsentation Gastbetrieb und Apéro

# Tagesbetreuung St. Leonhard



# Richtlinie nachhaltige Beschaffung - Ernährung




Hochbauamt


Normalien Tiefbauamt

Kanalisationsnormalien

Nachhaltige Beschaffung

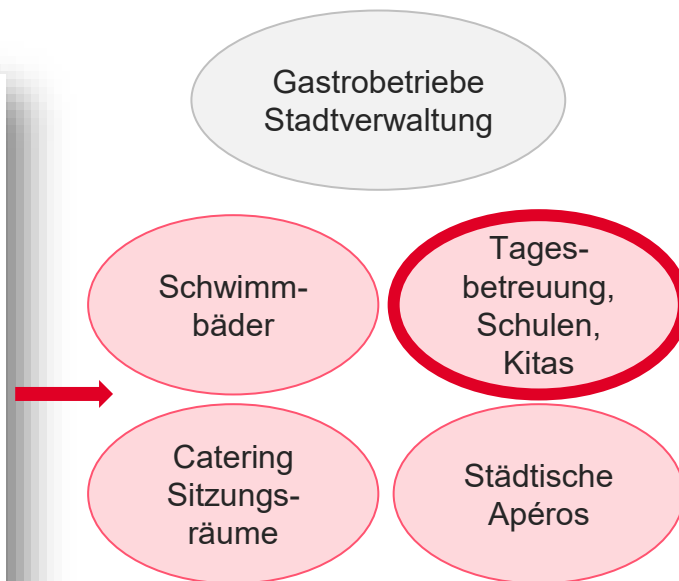
Beim Einkauf von Waren und Dienstleistungen achtet die Stadt St.Gallen konsequent auf Nachhaltigkeit. Die vom Stadtrat auf 1. Juli 2023 in Kraft gesetzte Richtlinie Nachhaltige Beschaffung hält die Dienststellen an, neben ökonomischen Kriterien auch ökologische und soziale Aspekte zu berücksichtigen.

 Richtlinie Nachhaltige Beschaffung (213 kB, PDF, 07.04.2025)



[https://www.stadt.sg.ch/home/raum-umwelt/ausschreibungen/richtlinien\\_vorgaben.html](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	Büromöbiliar, Möbiliar 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 (ausser) .....	23
6.17	<b>Lebensmittel .....</b>	<b>24</b>
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



- ✓ Qualitätslabel für die Gemeinschaftsgastronomie
- ✓ Einheitliche Richtlinien, um Qualität der Zertifizierung zu sichern
- ✓ Förderung einer ausgewogenen und nachhaltigen Ernährung in einem gesundheitsförderlichen Umfeld

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



## 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



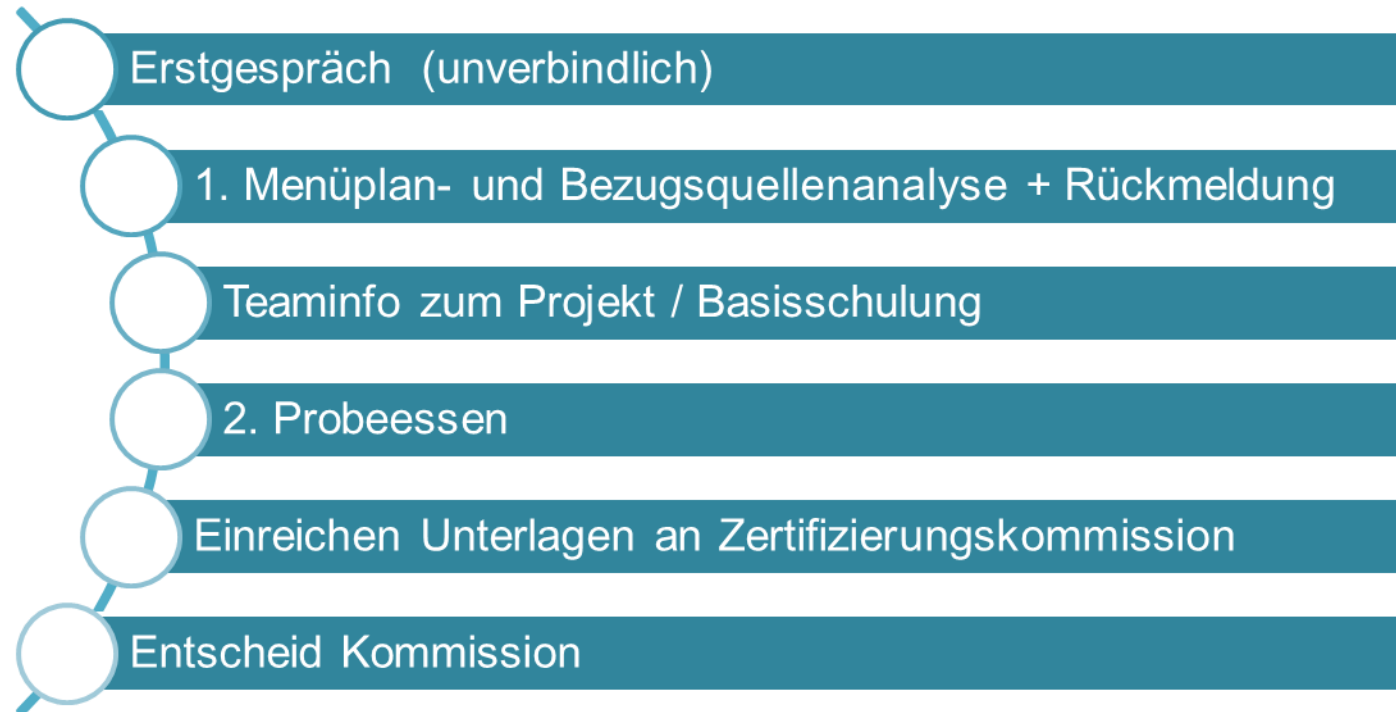
## Ama Terra

- 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





## 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 Tagesstruktur

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

