

Nachhaltiges Catering

28. Juni 2022
1/26

Inhalt

1. Hintergrund.....	S.02
2. Ergebnisse.....	S.03
2.1 Grundsätzliche Abfrage.....	S.03
2.2 Essgewohnheiten.....	S.05
2.3 Erfahrungen mit Produktionen.....	S.10
2.4 Erfahrungen am Set.....	S.13
2.5 Energie.....	S.16
2.6 Ausbildung.....	S.16
2.7 Corona.....	S.19
2.8 Stimmungsbild.....	S.20
3. Auswertung.....	S.23
4. Handlungsfelder.....	S.26

Filmförderung Hamburg Schleswig-Holstein GmbH
Friedensallee 14 – 16 • D-22765 Hamburg • +49 40 398 37-0
Dänische Straße 15 • D-24103 Kiel • +49 431 72 00 40-0
www.moin-filmfoerderung.de • moin@moin-filmfoerderung.de

IBAN: DE51 2105 0000 0315 1920 00 • BIC: HSHNDEHH
Amtsgericht Hamburg HRB 52065 • Steuernr.: 27 / 116 / 00135
Vorsitzender des Aufsichtsrates: Senator Dr. Carsten Brosda
Geschäftsführung: Helge Albers

Hintergrund

Seit 2012 setzt sich die MOIN Filmförderung für ein ökologisches und nachhaltiges Umdenken in der Filmbranche ein. Um die gesamte Wertschöpfungskette eines Projekts zu berücksichtigen, nutzen wir aktuell zwei sich ergänzende Initiativen: Das Label Green Motion steht im Bereich Produktion für bundesweit einheitliche Standards und mit dem Grünen Filmpass decken wir darüber hinaus die Bereiche Development, Auswertung und Kinomaßnahmen ab.

Im Bereich Catering wird der ökologische Anspruch einer Produktion sichtbar. Und auch für die Ökobilanz sind die Bereiche Lebensmittel, Getränke, Geschirr, Fahrzeuge, Kochen, Spülen und Entsorgung sehr wichtig. Für Green Motion und den Grünen Filmpass müssen mindestens 50 Prozent des Caterings regional und 33% in Bio-Qualität sein.

2/26

Daher soll Bilanz gezogen und evaluiert werden, was bisher schon gut lief und was noch Unterstützung bedarf. Eine bundesweite anonyme Online-Umfrage wurde daher an alle Cateringfirmen in Deutschland versendet, die bei Crew United aufgeführt sind. Insgesamt wurde die Umfrage von 30 Cateringfirmen beantwortet. Wir bedanken uns bei allen Cateringfirmen, die teilgenommen haben.

In diesem Bericht werden die Ergebnisse ausgewertet und zusammengefasst, um gemeinsam die aktuelle Nachhaltigkeitslage am Set aus Sicht der Cateringunternehmen zu betrachten.

Insgesamt wurden 23 Fragen in 8 Überkategorien gestellt:

1. Grundsätzliche Abfrage
2. Essgewohnheiten
3. Erfahrungen mit Produktionen
4. Erfahrungen am Set
5. Energie
6. Ausbildung
7. Corona
8. Stimmungsbild

Anhand dieser Fragen soll die aktuelle Lage reflektiert werden, um die Hindernisse benennen zu können, um zukünftig Lösungsansätze zu erarbeiten und Handlungsfelder zu eröffnen. Dabei ist das Ziel die gemeinsame Nachhaltigkeit am Set noch weiter zu stärken.

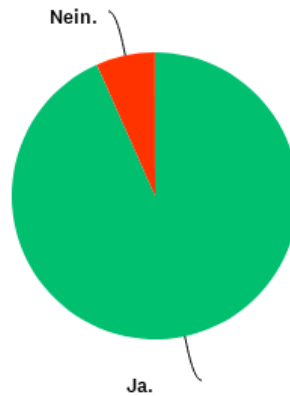
Charlotte Peters
Film Commission Hamburg

2. Ergebnisse

2.1 Grundsätzliche Abfrage

1. Frage

Wir bieten als Film Catering vegetarische, vegane, regionale und saisonale Gerichte an.



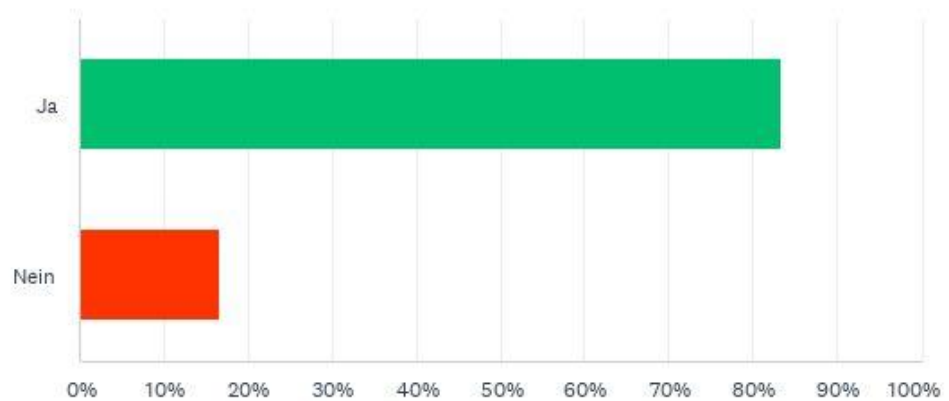
3/26

Ergebnis

28 von 30 (93%) Cateringfirmen gaben an, dass sie vegetarische, vegane, regionale und saisonale Gerichte anbieten würden. Wobei zwei Firmen angaben, dass regional nur möglich sei, wenn die Mehrkosten getragen werden würden.

2. Frage

Wir haben Lieferant*innen, die uns saisonal, regionale und Bio-Lebensmittel verkaufen.



Ergebnis

25 von 30 (83%) Cateringfirmen gaben an, dass sie Lieferant*innen haben, die saisonale, regionale und Bio-Lebensmittel verkaufen würden.

Zudem gaben einige Cateringfirmen einzeln an, wie hoch der prozentuale Anteil von Bio-, regionalen und saisonalen Lebensmitteln beim Angebot der Lieferant*innen sei.

- 32% Bio-Lebensmittel (höchste Angabe 80%, niedrigste 20%)
- 75% regionale Lebensmittel (höchste Angabe 100%, niedrigste 60%)
- 78% saisonale Lebensmittel (höchste Angabe 100%, niedrigste 60%).

Teilweise wurde der Wert von Bio, regional und saisonalen Lebensmitteln zusammen angegeben mit einem Durchschnittswert von 55% (höchster Wert 100%, niedrigster Wert 30%).

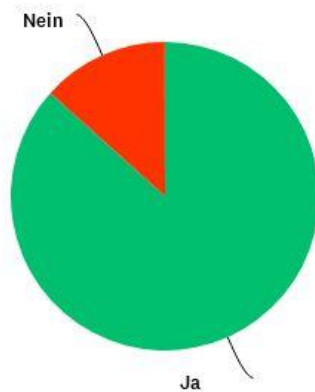
Folgende Hinderungsgründe wurden genannt:

- Dies hänge vom gegebenen Budget der Produktionsfirma ab
- Schwierigkeiten sind wechselnde Drehorte und die Möglichkeit überall einkaufen zu gehen
- Starke Schwankungen bei saisonalen und regionalen Lebensmitteln, da im Sommer/ Herbst mehr Lebensmittel zur Verfügung stehen würden als im Winter/Frühling
- Mehrere Lieferant*innen bedeutet einen höheren Aufwand
- Zu wenige Mitarbeiter*innen

2.2 Essgewohnheiten

3. Frage

Fragt ihr die Essgewohnheiten des Teams vorher ab?



5/26

Ergebnis

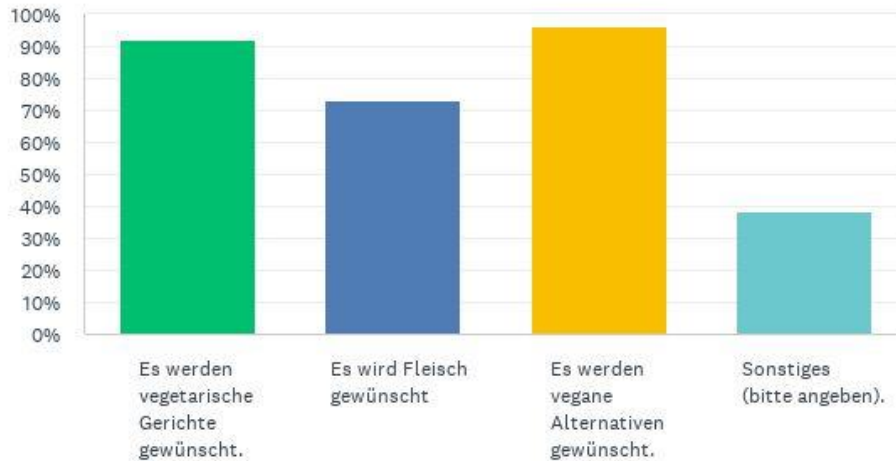
26 von 30 (87%) Cateringfirmen gaben an, dass sie die Essgewohnheiten des Teams vorher abfragen würden.

Als Begründungen, warum dies nicht immer geschieht, wurden genannt:

- Es wird sich selbstständig gemeldet.
- Wir bieten nur vegetarische und vegane Produkte an.
- Es wird nach den ersten Drehtagen eingeschätzt.
- Produktion entscheidet dies.

4. Frage

Was wird sich gewünscht, wenn die Essgewohnheiten abgefragt werden? (Es konnten mehrere Antworten ausgewählt werden.)



6/26

Ergebnis

Es wurde angegeben, dass sich

- 92% vegetarische Gerichte gewünscht werden.
- 73% Fleischgerichte gewünscht werden.
- 96% vegane Alternativen gewünscht werden.
- 40% Sonstiges gewünscht wird.

Sonstigen Angaben (nach Häufigkeit sortiert):

- Unverträglichkeiten werden ebenfalls angegeben (u.a. Glutenfrei, Diät, Laktosefrei)
- Alles ist gefragt, da einige flexitarisch leben

5. Frage

Wie sind die Reaktionen des Teams auf saisonale und regionale Gerichte?

Ergebnis

Diese Frage wurde als offene Frage gestellt und von 29 von 30 Cateringfirmen beantwortet.

- 90% gaben an, dass diese positiv, sehr gut, gut oder meistens positiv angenommen würden.
- 10% gaben an, dass dies eher gleichgültig behandelt werde.

7/26

6. Frage

Wie sind die Reaktionen des Teams an fleischfreien Tagen?

Ergebnis

Diese Frage wurde als offene Frage gestellt und von 29 von 30 Cateringfirmen beantwortet.

- 32% gaben an, dass die Reaktionen gut, positiv oder annehmend seien.
- 53% gaben an, dass es teamverschieden oder auch intern im Team sehr unterschiedlich aufgenommen werde.

Dabei wurde das Department, das Geschlecht oder die Kreativität des Essens als Begründung genannt.

- 15% gaben an, dass fleischfreie Tage negativ bewertet werden würden und Teile des Teams extern ihr Essen besorgen würden.
- Ein Cateringunternehmen gab zudem an, dass es keine fleischfreien Tage anbieten würde.

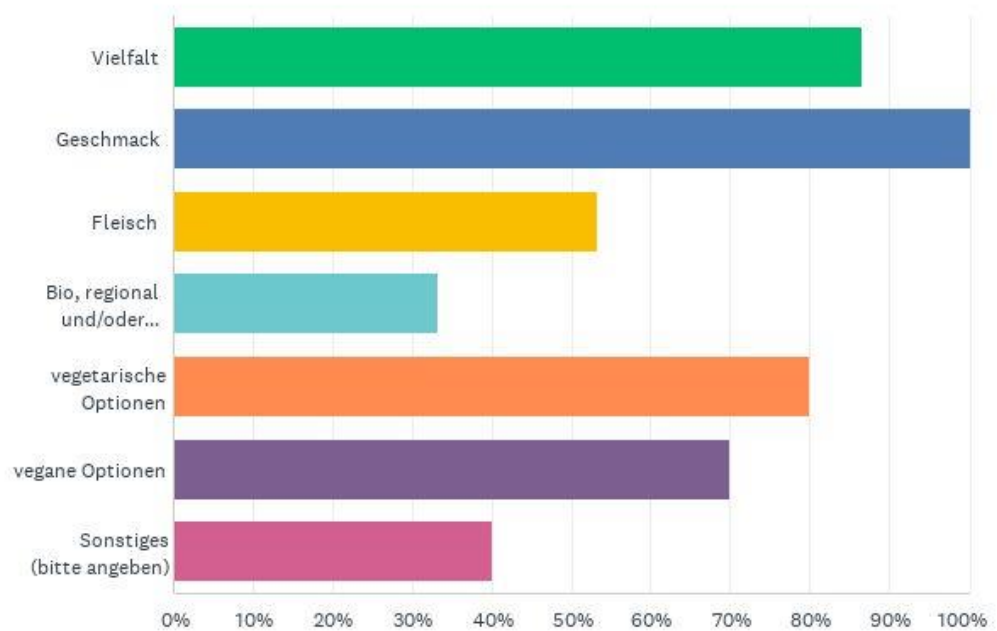
Zitat eines Caterers zu der Reaktion des Teams auf einen fleischfreien Tag:

„Einmal haben wir auch einen Regisseur gehabt, der fast 20 Teammitglieder zum Italiener eingeladen hat. Diese sind dann alle nicht zum Catering gekommen, da bleiben wir natürlich auf vielen Portionen sitzen, die dann in den Müll fliegen.“

7. Frage

Was scheint aus eurer Sicht, für das Team in Bezug auf das Catering wichtig zu sein?

(Es konnten mehrere Möglichkeiten ausgewählt werden)



Ergebnis

- 87% Vielfalt
- 100% Geschmack
- 53% Fleisch
- 33% Bio/regional und/oder saisonal
- 80% Vegetarische Optionen
- 70% Vegane Optionen
- 40% Sonstiges

Als sonstiges wurde angegeben

- Erfüllung von Extrawünschen
- Rücksicht auf Allergien
- Selbstgemachte Sachen
- Süßigkeiten
- Bio und regional, ohne mehr zu bezahlen

8. Frage

Wie ist die Verteilung der Vegetarier*innen/Veganer*innen/
Fleischesser*innen?

Ergebnis

Der **Durchschnittswert** wurde wie folgt angegeben:

- Fleisch 62%
(höchster Wert 90%, niedrigster 0, da dieses Unternehmen kein Fleisch anbietet)
- Vegetarisch 30% (höchster Wert 40%, niedrigster Wert 25%)
- Vegan 11% (höchster Wert 25%, niedrigster Wert 1,5%)

9/26

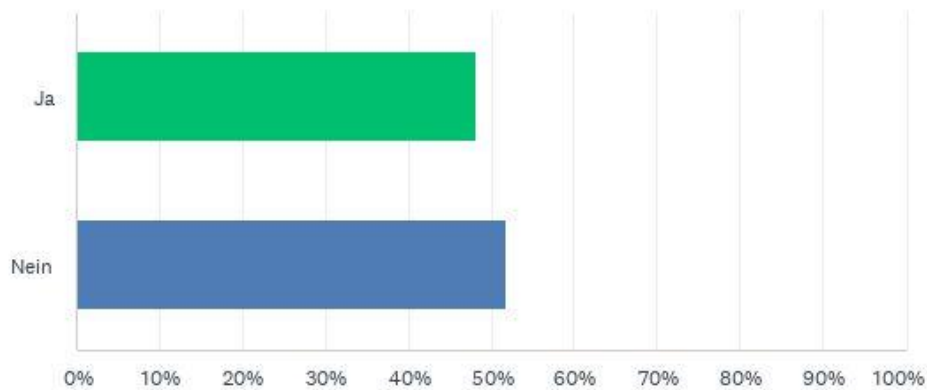
Teilweise wurde vegetarisch und vegan als ein Wert angegeben.

- Dieser betrug im Durchschnitt 37%
(höchster Wert 100%, niedrigster Wert 10%)

2.2 Erfahrungen mit Produktionen

9. Frage

Es wird hauptsächlich ein Catering gefordert, das saisonale, regionale, vegetarische und vegane Gerichte anbietet.



10/26

Ergebnis

Neben der Abstimmung Ja (48%) und Nein (52%) wurde ein zusätzlicher Kommentar mit Begründung gewünscht. Diesen haben 18 Cateringfirmen beantwortet.

Was nicht gewünscht wird und warum dies nicht gewünscht wird, wurde folgendermaßen erläutert:

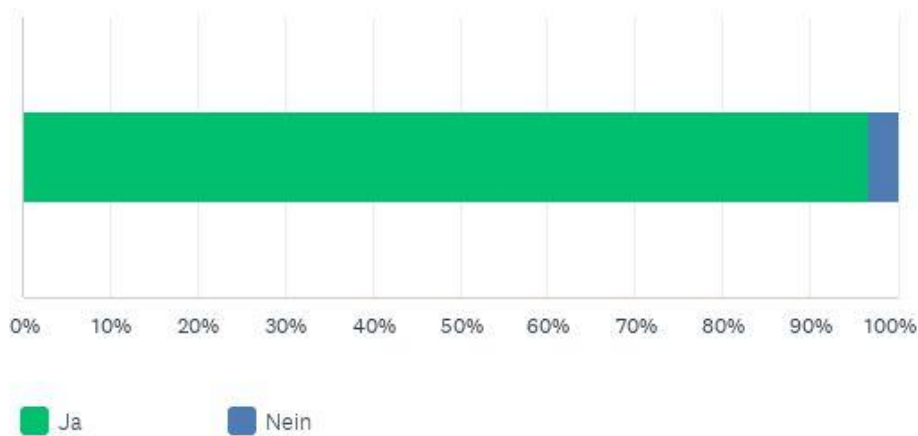
- Mehrkosten sind nicht finanzierbar/ werden nicht einkalkuliert
- Produktion bestimmt, ob und welche Lebensmittel gewünscht werden
- Budget ist ausschlaggebend für regionale Lebensmittel und Bio-Qualität
- Es kostet mehr Zeit, Bio-Lebensmittel, regionale und saisonale Lebensmittel einzukaufen
- Hängt vom Geschlecht und Alter ab: Wenn mehr junge Menschen und Frauen beteiligt sind, wird mehr vegetarisches/ veganes Essen gewünscht
- Regionales und saisonales Essen wird eher weniger gefordert

Bei der Antwort Ja sollte ein zusätzlicher Kommentar mit der prozentualen Verteilung der Bestellungen (vegan/vegetarisch/Mischkost) angegeben werden. Der Durchschnittswert war wie folgt:

- Vegan 5%
- Vegetarisch 23%
- Fleisch 65%
- Teilweise wurde vegetarisch oder vegan gemeinsam angegeben mit einem Durchschnittswert von 21%

10. Frage

Müsste das Budget eurer Erfahrung nach angepasst werden?



11/26

Ergebnis

Die Frage, ob das Budget angepasst werden müsste, beantworteten 97% der Cateringfirmen mit Ja.

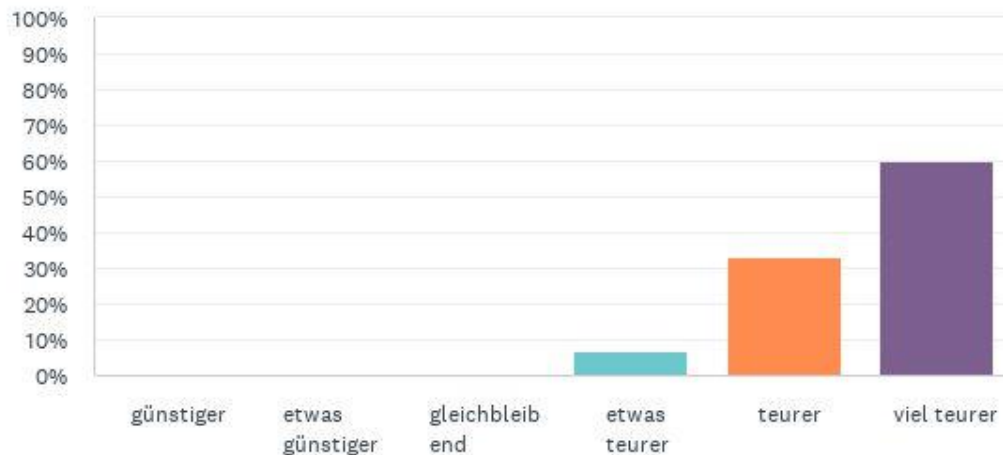
Folgende Begründung wurden vermehrt genannt:

- Regionale, Saisonale und Bio-Lebensmittel sind teurer
- Lebensmittel und Betriebskosten steigen
- Höherer logistischer Aufwand, die verschiedenen Läden anzufahren
- Frisches Kochen ist aufwendiger und teurer
- Erhöhung der Löhne
- Anforderung an das Catering und die Bezahlung ist nicht ausgewogen
- Regionale Versorgung ist bei Reiseproduktionen zusätzlich aufwändiger
- Beim Catering wird oft gespart und keine Priorität gesetzt

11. Frage

Was würde es kosten, wenn 100 % Bio / regional /
saisonal gekocht werden würde?

(ungefähre Einschätzung, auch im Vergleich zu den jetzigen Kosten)



12/26

Ergebnis

60% der Cateringfirmen gaben an, dass die Kosten viel teurer werden würden, 33%, dass sie teurer werden würden und 7%, dass sie etwas teurer werden würden.

Die Cateringfirmen wurden zusätzlich gebeten, eine Einschätzung zu geben, inwiefern sich die Kosten verändern würden.

- Überwiegend wurde geschrieben, dass der Einkauf von Bio, regionalen oder saisonalen Lebensmitteln teurer ist.
- Zudem wurde bemängelt, dass die Auswahl geringer ist, die Wege und die Beschaffung aufwendiger und die Personalkosten höher wären.
- Insbesondere Fisch und Fleisch würde teurer werden, wenn es regional sein sollte.

Die Frage nach der Anpassung des Budgets wurde sehr unterschiedlich beantwortet. Im Durchschnitt wurde eingeschätzt, dass **81% mehr Kosten** entstehen würden, wobei der niedrigste Wert bei 15% und der höchste Wert bei 300% Kostensteigerung angegeben wurde.

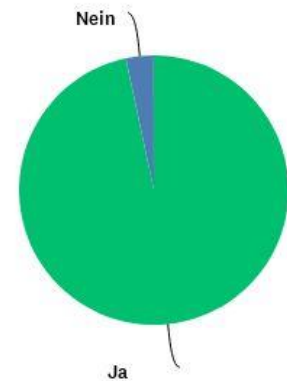
2.3 Erfahrungen am Set

12. Frage

Nutzt ihr Mehrweggeschirr?

Ergebnis

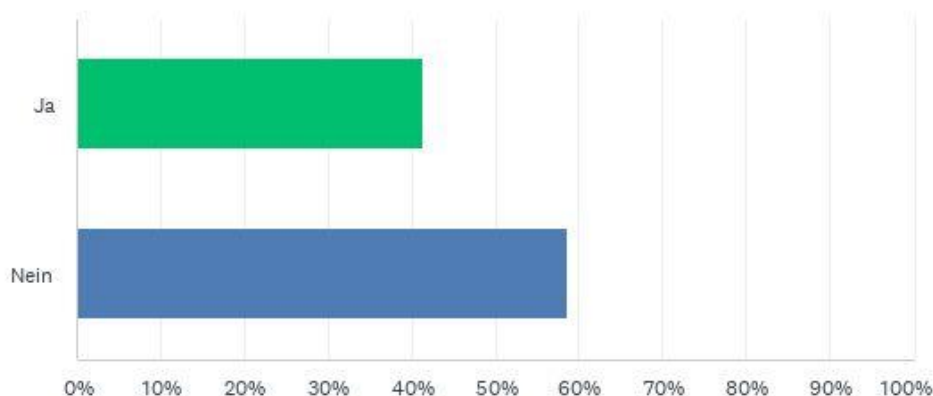
97% der Cateringfirmen gaben an, dass sie Mehrweggeschirr benutzen würden, bemängeln allerdings den Mehraufwand durch Corona und das häufige Verschwinden von Geschirr am Set. Daher werde häufiger auf Privatgeschirr insbesondere bei Tassen zurückgegriffen.



13/26

13. Frage

Nutzt ihr Wasserspender?



Ergebnis

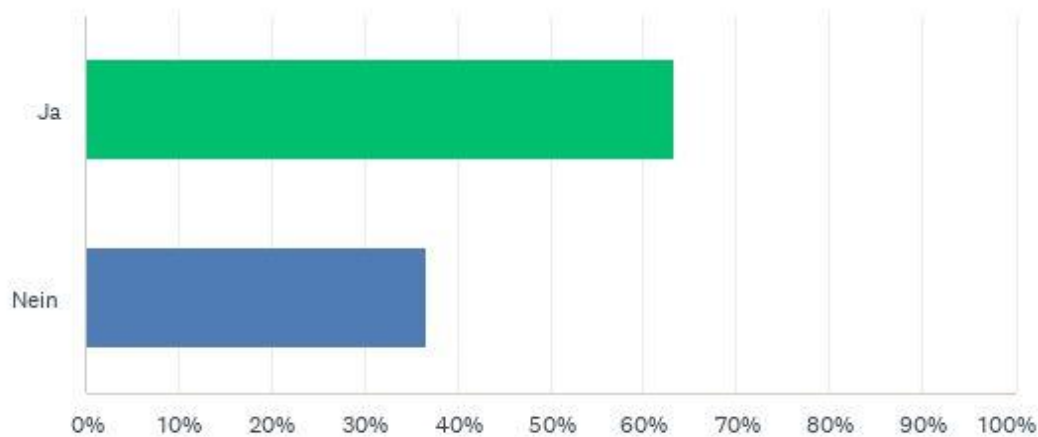
41% der Cateringfirmen gaben an, dass sie Wasserspender benutzen würden, 59% verneinten.

Als Begründung wurde folgendes vermehrt genannt:

- Hygienevorschriften ließen dies aufgrund von Corona nicht zu
- Teuer in der Anschaffung und Wartung
- Ablehnung vom Team
- Kühlungsmöglichkeit, Stromversorgung, Logistik, umfangreiches Equipment, Lagermöglichkeit ist umständlich zu organisieren
- Produktion wünscht sich diese nicht oder lehnt sie ab, wenn angeboten
- Reparaturen sind häufig notwendig

14. Frage

Trennt ihr den Speisemüll am Set?



14/26

Ergebnis

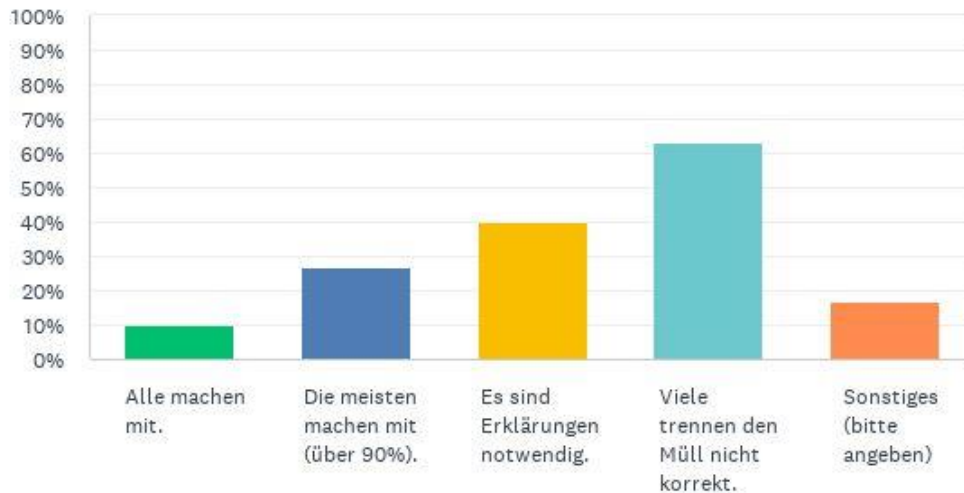
63% der Cateringfirmen bejahten dies, 37% verneinten.

Als Begründungen wurden vermehrt genannt:

- Ausreichend Mülltonnen zur richtigen Mülltrennung fehlen, da sie von Produktionsseite nicht organisiert werden
- Alle Departments nutzen die Mülltonnen und teilweise werden sie falsch genutzt
- Viele trennen nicht richtig
- Kein Platz, Mehraufwand
- Eine Tonne kostet weniger und wird daher eher bestellt, da auch der Abtransport leichter ist

15. Frage

Wie sind die Reaktionen des Teams auf Mülltrennung?
(Mehrere Antworten waren möglich.)



15/26

Ergebnis

- 63% gaben an, dass der Müll nicht korrekt getrennt werden würde,
- 40% gaben an, dass Erklärungen notwendig wären.
- 27% gaben an, dass das Team meistens mitmachen würde.
- 10% gaben an, dass alle mitmachen würden.

Begründet wurde dies von den Cateringfirmen folgendermaßen:

- Catering trennt, Team tut dies nicht, daher landet alles am Ende in einer Restmülltonne
- Häufig wird falsch getrennt
- Unachtsamkeit, Gleichgültigkeit, große Schilder werden nicht gelesen
- Catering muss die Mülltüten später durchsuchen und neu trennen, dadurch entstehen Konflikte
- Bei Stress und Überforderung wird kein Müll getrennt

2.5 Energie

16. Frage

Welche Energiequelle nutzt ihr? Und wo seht ihr den größten Energiebedarf im Cateringbereich?

Ergebnis

Diese Frage wurde als offene Frage gestellt und die überwiegende Mehrheit der Cateringfirmen beantwortete sie mit **Strom und Gas**.

Mehrheitlich wurde angegeben, dass mehr Strom als Gas verwendet werden würde für sämtliche Küchengeräte wie den Ofen und den Geschirrspüler.

Zwei von 29 Cateringfirmen sahen den größeren Verbrauch beim Gas.

16/26

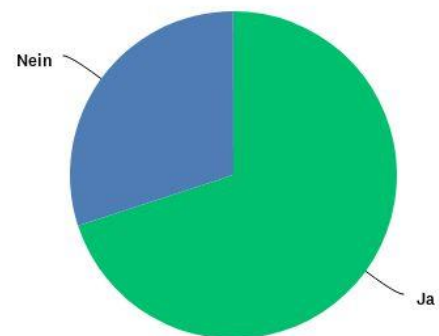
2.5 Ausbildung

17. Frage

Mir wurde während meiner Ausbildung auch das Zubereiten von vegetarischen und veganen Gerichten vermittelt.

Ergebnis

- 70% der Cateringfirmen gaben an, dass sie bei ihrer Ausbildung das Zubereiten von vegetarischen und veganen Gerichten lernten.
 - 48% von ihnen gaben an, dass diese Ausbildung auch ausreichend war.
- Die restlichen 30% gaben an, dass ihre Ausbildung in dieser Hinsicht nicht ausreichend war.

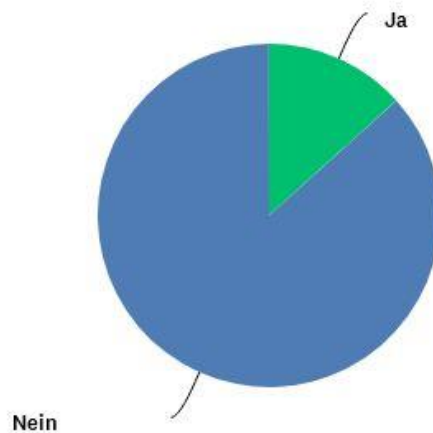


Begründungen, warum die Ausbildung nicht ausreichend war:

- vegetarisches und veganes Essen spielte zu der Zeit der Lehre noch keine große Rolle
- die Essgewohnheiten der Menschen haben sich verändert
- sie wurden in Restaurant angelernt und da wurde gelehrt, was dort im Menüplan stand
- es wurde keine Ausbildung gemacht

18.Frage

Wir bilden Köch*innen aus.



17/26

Ergebnis

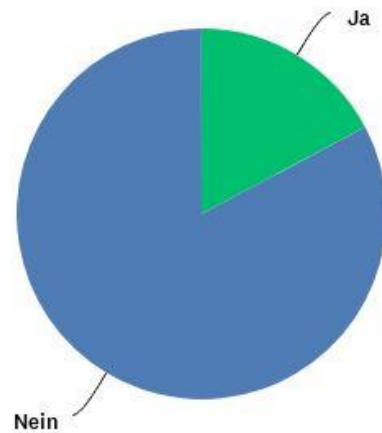
Von den 30 Befragten Cateringunternehmen gaben 26 (87%) an, dass sie keine Köch*innen ausbilden würden.

Als Begründung wurden folgende Antworten vermehrt genannt:

- Kleine Firma
- Nur Anlernen, keine Ausbildung
- Kein Platz, kein Budget
- Keine regelmäßigen Beschäftigungen
- Kein Interesse von Schulabgänger*innen
- Mobiles Catering ohne feste Ausbildungsstätte macht Ausbildung schwierig
- Partnerbetrieb in Gastro wäre notwendig
- Arbeitszeiten eignen sich nicht für Ausbildungen
- Keine Zulassung

19. Frage

Gibt es genug Nachwuchs im Catering?



18/26

Ergebnis

Im Kontrast zu Frage 18 steht die Beantwortung der Frage nach dem Nachwuchs, bei der 83% der Cateringfirmen angaben, dass es nicht genug Nachwuchs gäbe.

Vorgeschlagene Lösungsansätze und Gründe für fehlenden Nachwuchs:

- Bessere und kalkulierbare Arbeitszeiten
- Besserer Lohn
- Mehr Wertschätzung und mehr Teamzugehörigkeit mit dem restlichen Team
- Mobiles Catering ist mehr als Kochen, da es mit vielen technischen Sachen am Auto verbunden ist
- Anstrengende, körperliche Arbeit, die den Witterungsverhältnissen ausgesetzt ist
- Vereinbarkeit mit Familienplanung
- Bessere Planungssicherheit

Vor allem die Forderungen nach mehr Lohn, besseren Arbeitszeiten und Arbeitsbedingungen wurden sehr häufig genannt.

2.6 Corona

20 . Frage

Wie haben sich die Corona-Maßnahmen auf das Catering am Set ausgewirkt? Was sind eure Erfahrungen?

Ergebnis

Diese Frage wurde als offene Frage gestellt und wurde unterschiedlich beantwortet.

21% fanden die Umsetzung unter den Coronaauflagen umsetzbar oder sogar positiv, da es weniger Überangebot oder Verschwendung von Lebensmitteln gab.

19/26

Aber der Großteil nannte **folgende Herausforderungen:**

- Mehr Müll insbesondere Verpackungsmüll und Einzelverpackungen
- Mehraufwand durch Komplettbedienung
- Mehr Personalkosten und Verpackungskosten
- Schlechte Laune am Set
- Höherer Zeitaufwand durch Berücksichtigung der Hygienemaßnahmen, des Abstands und des Impfstatus
- Ortswechsel erschwerte zusätzlich
- Maskenpflicht den ganzen Tag bei Hitze
- Längere Vorbereitung des Essens
- Darstellung der Speisen wurde eingeschränkt

2.7 Stimmungsbild

21. Frage

Ist ein Umdenken der Filmschaffenden in den letzten Jahren für euch sichtbar?

Ergebnis

Diese Frage wurde als offene Frage gestellt und wurde überwiegend mit Ja beantwortet (84%).

Begründungen

- Viele Produktionen möchten grüner drehen
- Es wird mehr Müll getrennt
- vegetarisches und veganes Essen wird vermehrt gewünscht

20/26

Allerdings wird folgendes **bemängelt**:

- die Forderungen würden ohne Bereitschaft der Mehrkostendeckung ausgesprochen werden
- es gäbe noch zu viele Selbstverständlichkeiten wie:
 - o das Nicht-Nutzen von Mehrweggeschirr
 - o die originellen, nicht nachhaltigen Essenswünsche
 - o Abwechslungsreichtum fordern, ohne dabei die Ressourcen im Blick zu behalten
- Nachhaltigkeit müsse konsequenter gedacht werden
z.B. Sonderbehandlungen überdenken

22 . Frage

Welche Gründe sprechen aus euren Erfahrungen noch gegen ein nachhaltiges Catering?

Ergebnis

Diese Frage wurde als offene Frage gestellt und folgende Begründungen wurden genannt:

- Kostendeckung müsste geklärt werden
- Produktion müsste nachhaltiges Catering höher priorisieren
- Überangebot müsste beschränkt werden
- Zu wenig Teambuilding auch mit den Cateringfirmen
- Cateringfirmen werden mit Thema Nachhaltigkeit alleine gelassen
- Kein Interesse von Seiten des Teams
- Jede*r müsste bereit sein, die eigenen Gewohnheiten zu verändern: Essen, Mülltrennung, Geschirr
- Wünschenswert wäre, eine Zusammenkunft aller Cateringgewerke zu schaffen für Austausch und Arbeitsweisen. Einheitlichkeit und angegliche Preise wären ein Anfang für ein nachhaltiges Catering

21/26

23 . Frage

Hat sich euer Leitbild in den letzten Jahren verändert?

Wenn ja, inwiefern?

Ergebnis

Diese Frage wurde als offene Frage gestellt und wurde unterschiedlich beantwortet.

42% gaben an, dass sich ihr Leitbild in den letzten Jahren nicht verändert habe. Zudem wurde angegeben, dass Nachhaltigkeit für viele schon immer wichtig gewesen sei, sie dies jedoch teilweise auf eigene Kosten haben umsetzen müssen.

58% gaben an, dass sich ihr Leitbild in den letzten Jahren verändert habe.

22/26

Folgende Veränderungen wurden genannt:

- Durch die Forderung nach mehr Green Producing wurde das Catering angepasst: mehr regionale, saisonale und Bio-Gerichte, mehr vegane Gerichte und vegetarische Gerichte
- Mehr fleischlose Tage
- Mehr frisches Kochen
- Genauere Beschäftigung mit Bio und regionalen Lieferanten
- Stärkerer Fokus auf Mülltrennung
- Kein Einweggeschirr, Trinkwasseranlage installiert
- Genauere Kalkulation, um weniger Reste zu haben
- Auch neben dem Herd grün sein mit z.B. grüner Seife

3. Auswertung

Anhand von 8 Kategorien und 23 Fragen sollte die aktuelle Situation am Set in Bezug auf Nachhaltigkeit aus Sicht der Cateringfirmen reflektiert werden.

Es lassen sich folgende Punkte feststellen:

- 1 Fast alle Cateringfirmen bieten vegetarische, vegane, regionale und saisonale Gerichte an.
- 2 Über 80% gaben an, dass sie Lieferant*innen hätten, die ihnen saisonale, regionale und Bio-Lebensmittel verkaufen würden. Allerdings sei der Anteil an Bio-Lebensmitteln deutlich geringer als der von regionalen und saisonalen Produkten. Insbesondere der organisatorische Aufwand, mehrere Lieferant*innen anzufahren, sei hierbei ein Hindernis. Zudem wurde betont, dass die Entscheidung über die Lebensmittel mit der Finanzierung von Seiten der Produktionsfirma zusammenhänge.
- 3 Über 85% der Cateringfirmen gaben an, dass sie die Essgewohnheiten des Teams abfragen würden. Dies ist eine zu befürwortende Methode, um von vornherein auf Essensreste zu verzichten und insbesondere Fleischgerichte einzusparen.
- 4 Bei den Essenswünschen wurde angegeben, dass sich fast immer (über 90%) vegetarische/vegane Alternativen gewünscht werden würden und zu knapp 75% Fleischgerichte.
- 5 Saisonale und regionale Gerichte würden von den Teams mehrheitlich positiv aufgenommen werden.
- 6 Auf fleischfreie Tage würde überwiegend teamverschieden reagiert werden, allerdings wurde von 1/3 angegeben, dass diese positiv aufgenommen werden würden. 15% beschrieben allerdings negative Reaktionen bis hin zu kompletter Ablehnung.

23/26

3. Auswertung

- 7 Insbesondere Geschmack, Vielfalt/ vegetarische/ vegane Alternativen scheinen für ein gutes Catering ausschlaggebend zu sein. Regional/Saisonal/Bio wurde nur von 33% als wichtig für das Team angegeben. Hierbei wäre es wichtig, ein höheres Bewusstsein für den Zusammenhang von Bio/regional/saisonal und Nachhaltigkeit zu schaffen, da Vielfalt nicht immer nachhaltig ist und auch beim Kauf von vegetarischen Produkten die Herkunft und der Anbau wichtig sind.
- 8 Am Set sind laut Angaben der Cateringfirmen über 60% Fleischesser und um die 40% vegan oder vegetarisch.
- 9 Obwohl knapp 50% der Produktionsfirmen ein Catering fordern, das saisonale, regionale, vegetarische und vegane Gerichte anbietet, wurde bei saisonalen, regionalen und Bio-Lebensmitteln angegeben, dass die Bestellung von diesen vom Budget der Produktionsfirmen abhänge, weswegen diese auch weniger bestellt werden würden, da die Mehrkosten nicht getragen werden würden. Zudem wurde angegeben, dass die Mehrheit Fleisch bestellen würde.
- 10 97% gaben an, dass das Budget der Cateringfirmen angepasst werden müsse, da regionale, saisonale und Bio-Lebensmittel teurer seien und die Betriebskosten und Löhne steigen würden. Die Anforderung an ein nachhaltiges Catering seien nur mit einem höheren Budget möglich, da der organisatorische und logistische Aufwand höher, das frische Kochen aufwendiger und die Lebensmittel teurer seien.
- 11 Wenn 100% Bio/regional/saisonal gekocht werden würde, gaben über 90% an, dass es viel teurer oder teurer werden würde, bei einem Durchschnittswert von 81% mehr Kosten.
- 12 Mehrweggeschirr werde von fast allen genutzt, Wasserspender nur von 40%, da diese teuer in der Anschaffung, Lagerung, Wartung und Versorgung seien und häufig nicht gefordert werden würden.
- 13 Speisemüll am Set wird nur von knapp 70% der Cateringfirmen getrennt. Dies läge an der fehlenden Organisation von Seiten der Produktionsfirmen, da zu wenig Mülleimer bereitstehen würden oder nicht gefordert werden würden, da die getrennte Entsorgung umständlicher und teurer sei. Mehrheitlich wurde betont, dass die Cateringfirmen sich dies aber wünschen würden.

24/26

3. Auswertung

- 14 Insbesondere bei der richtigen Mülltrennung würde es noch im Team scheitern, da nur 10% angaben, dass alle im Team richtig trennen würden. Hier ist Handlungsbedarf, dies zu priorisieren.
- 15 Der größte Energieverbrauch liege beim Catering beim Strom und Gas. Hier ist durch z.B. Ökostrom eine nachhaltige Alternative unabdingbar.
- 16 Die Ausbildung der Köch*innen wurde als überwiegend vielseitig angegeben und auch das Kochen von vegetarischen und veganen Speisen wurde bei 70% der Ausbildungsstätten gelehrt. Allerdings gaben 30% an, dass ihnen dies nicht gelehrt wurde oder sie keine Ausbildung gemacht hätten. Hier ist auf Seiten der Ausbildungsstätten Handlungsbedarf zu erkennen.
- 17 Im Cateringebereich fehle es an Nachwuchs, was über 80% der Cateringfirmen angaben. Dies läge vor allem an den schwierigen Arbeitsverhältnissen, dem geringen Lohn, der unzureichenden Wertschätzung und der fehlenden Planungssicherheit.
- 18 Corona stellte die Cateringfirmen vor viele Herausforderungen, wie u.a. mehr Müll, Mehraufwand auf Seiten der Cateringfirmen durch Komplettbedienung und Einzelverpackungen und schlechte Laune am Set.
- 19 Die Cateringfirmen beobachten ein Umdenken in der Filmbranche in Bezug auf nachhaltiges Drehen, allerdings wurde bemängelt, dass dieses ohne die Bereitschaft der Mehrkostendeckung gefordert werden würde und häufig inkonsequent und/oder unachtsam gehandelt werden würde.
- 20 Gegen ein nachhaltiges Catering spricht aus Sicht der Cateringfirmen vor allem die Kostendeckung, die nicht geklärt sei und die fehlende Priorisierung von Seiten der Produktionen. Es müsste klarer formuliert werden, dass Extrawünsche nur bedingt erfüllt werden, dass Mülltrennung essentiell sei, dass das Geschirr zurückgebracht werden müsse und dass das Überangebot eingeschränkt werde.
- 21 Über die Hälfte der befragten Cateringfirmen gaben an, dass sich ihr Leitbild in den letzten Jahren verändert habe und sie nachhaltiger arbeiten würden, einen höheren Fokus auf Mülltrennung legen und mehr vegetarische/vegane Gerichte oder Tage anbieten würden.

25/26

4. Handlungsfelder

- Mehrkostendeckung klären
- Nachhaltigkeit als größeres Thema am Set, um ein Bewusstsein zu schaffen für Mülltrennung, nachhaltige Lebensmittel und nachhaltiges, konsequentes Handeln auch in anderen Bereichen
- Höhere Priorisierung von nachhaltigem Catering bei der Budgetplanung
- Weniger Fleischgerichte
- Mehr saisonales und regionales Essen und weniger Überangebot und Extrawünsche
- Arbeitsbedingungen verändern und Löhne anpassen
- Wertschätzung am Set
- Logistischen Aufwand für regionale/saisonale und Bio-Lebensmittel in die Planung und in das Budget miteinbeziehen
- Filmcatering als Ausbildungsberuf möglich und attraktiver machen z.B. in Form einer Kooperation mit einem niedergelassenen Restaurant
- Statt Einzelverpackungen auf Komplettbedienung setzen, um den Müll aufgrund der Coronamaßnahmen zu beschränken, allerdings müsste hier der Personalaufwand mitgedacht werden oder mehr Zeit für das Essen eingeplant werden

26/26