Gemeinwohlbericht

Kompaktbilanz 2020-2022

erasmus

Genuss. Werte. Sinn. **RESTAURANT**

INHALT Seite

Allgemeine Informationen zum Unternehmen 1
Wer wir sind und was wir machen 2
Wie wir zum Gemeinwohl fanden 4
Testat 6

Nachhaltigkeit in Bezug auf unsere Lieferkette 7
Das stete Abwägen 7
Wie wählen wir unsere Produkte aus? 7
Einen Schritt zurück: Regional ist doch nachhaltig...Braucht es bio wirklich? 8
Eine Regionalerfahrung 9
Von regional-biologisch zu ganzheitlich nachhaltig 10
Der gesellschaftliche Klimawandel 10
Diese Landschaft kann man essen! 12
Menschenwürde vs. Klimawandel? 14
Freude ist eine Superkraft! 14
Ein regionales Beispiel für unsere ganzheitlich nachhaltige Lieferkette 15
Fazit zu unserer Lieferkette 17
Was kaufen wir ein? 18
Wie überprüfen wir soziale Risiken? Wie fördern wir Fairness? 18
Welche Zertifikate können uns dabei helfen? 20
Konkrete Beispiele für Solidarität und Gerechtigkeit in unserer Zulieferkette 21
Ziele und nächste Schritte 23
Was genau heißt *ökologisch* bei uns? 23
Ökostrom und Ökogas, bringt das was? 27
Was machen wir ökologischer als andere? 27
Das Denken in Systemen 29
Wie wir Transparenz und Mitentscheidung in unserer Lieferkette fördern 30
Ziele 30

Nachhaltigkeit in Bezug auf unsere FinanzpartnerInnen 31
Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln 31
Mit welchem Geld sind wir gestartet? 31
Nachfinanzierung 32
Wie nachhaltig sind unsere Banken? 33
Fremdfinanzierung aufgeschlüsselt nach Finanzierungsart 33
Ziele 33
Handeln wir vorbildlich? 33
Sanierungsbedarf 34
Finanzierung sozial-ökologischer Projekte 34
Porsche für den Klimaschutz verschenkt 34
Eigentumsbeteiligung und Mitentscheidung 35

Nachhaltigkeit in Bezug auf unsere Mitarbeitenden 36
Unternehmenskultur 36
Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz 37
Diversität 38
Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit 38
Weiterbildungen und Entwicklungsmöglichkeiten 39
Krankenquote 40
Arbeitsverträge 40
Selbstorganisierter Verdienst 41
Überstunden 42
Höchst,- und Mindestverdienst 42
Verpflegung 43
Ökologisch auch hinter der Bühne 43
Der Weg zur Arbeit 43
Happy Birthday 44
Transparenz gegenüber unseren Mitarbeitenden 44
Wie treffen wir Entscheidungen? 45

Nachhaltigkeit in Bezug auf KundInnen und Mitunternehmen 46
Wie kommen wir zu unseren KundInnen? 46
Unsere KundInnen stehen im Mittelpunkt 46
Unsere KundInnen sind Helden! 47
Wir schaffen es nur gemeinsam! 48
Mit wem kooperieren wir? 48
Zickensommer 49
Wir zaubern den Geist aus der Flasche 49
Keine Angst vor den Großen 50
Für Karlsruhe 50
Kulturgut Wein 50
Immer im Einsatz 51
International vernetzt 51
Die großen Kleinen 51
Make Weidehaltung great again 52
Spoulwater 53
Viele Wege, ein Ziel 54
Ohne Radikalismen 54
Wir brauchen keine Zusatzstoffe 54
Wir sind konsistent 55
Wir sind effizient 56
Wir sind suffizient 56
Wir sind maßvoll 57
Unsere KundInnen inspirieren uns 57
Transparenz gegenüber unseren KundInnen 57

Nachhaltigkeit in Bezug auf die Gesellschaft 59
Wir erfüllen das Bedürfnis unserer Kundinnen nach:
Lebenserhaltung, Gesundheit und Wohlbefinden 59
Schutz und Sicherheit 59
Zuneigung und Liebe 60
Verständnis und Einfühlung 60
Teilnahme und Geborgenheit 60
Muße und Erholung 61
kreativem Schaffen 61
Identität und Sinn 63
Freiheit und Autonomie 63
Für das Recht auf Genuss 65
Für mutige Kommunikation 65
Für das persönliche Wachstum aller Menschen und die Gesundheit unseres Planeten 66
Für die 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung 66
Sozialleistungen und Fördergelder 67
Freiwillige Beiträge an Verbände und Vereine 67
Für sauberes Trinkwasser für alle 68
Für Verknüpfung von Theorie und Praxis 68
Für die italienische Genusskultur 68
Für Steuerfairness und positiven Lobbyismus 68
Für Eigeninitiative 70
Für ein grabenfreies Miteinander 70
Unser ökologischer Fussabdruck 71
Keine Angst vor Diskurs 73
Gastbeitrag für eine bessere Zukunft 73

Ausblick 75
Kurzfristige Ziele 75
Langfristige Ziele 75
EU-Konformität (EU COM 2013/2017) 76
Wer war bei der Erstellung des GWÖ-Berichtes involviert? 77
Wie viele Arbeitsstunden wurden dafür aufgewendet? 77
Wie wurde der Bericht kommuniziert? 77

Anhänge
- tabellarische Auflistung und Beschreibung aller LieferantInnen und DienstleisterInnen
- 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung - Zukunftsfähige Gastronomie
- exemplarische Speisekarte Stand Oktober 2021

Allgemeine Informationen zum Unternehmen

Firmenname: Erasmus bio fine dining

Rechtsform: Einzelunternehmen

Eigentums- und Rechtsform: Einzelunternehmen

Website: www.erasmus-karlsruhe.de

Branche: Gastronomie und Einzelhandel

Firmensitz: Karlsruhe

Gesamtanzahl der Mitarbeitenden: 12 (2020) // 8 (2021) // 8 (2022)

Vollzeitäquivalente: 9 (2020) // 7 (2021) // 7 (2022)

Saison- oder Zeitarbeitende: 0

Umsatz: 635 T (2020)// 450 T (2021) // 500 T (2022)

Jahresüberschuss: 63 T (2020) // -22T (2021) // 50T (2022)

Tochtergesellschaften / verbundene Unternehmen: keine

Berichtszeitraum: Oktober 2020 bis Oktober 2022, aufgrund zu vieler Herausforderungen schaffte es die Verfasserin erst im Oktober 2024 den Bericht fertig zu stellen.

Wer wir sind und was wir machen

Mein Mann Marcello und ich, Andrea Gallotti, haben das Restaurant Erasmus **2014 in Karlsruhe gegründet**, mit dem Ziel, **Genuss und Sinn** miteinander zu verbinden. Die akademische Grundausbildung hierfür haben wir an der **University of Gastronomic Sciences** in Pollenzo, Italien, erhalten.

- Seit 2016 ist das erasmus Deutschlands **erstes fine dining Restaurant,** dass zu 100 % mit Biozutaten kocht.
- Unseren angeschlossenen Bio-Feinkostladen haben wir im gleichen Jahr eröffnet.
- 2020 waren wir eins von 18 Pionier-Restaurants das vom Guide Michelin Deutschland mit dem ***grünen Stern*** ausgezeichnet wurde.
- 2021 wurden wir von der Metro und einem deutschlandweiten öffentlichen voting mit dem **1. Platz für nachhaltige Gastronomie** ausgezeichnet.
- 2023 haben uns unsere MitarbeiterInnen in der Busche-Studie anonym als ***top Arbeitgeber Gastronomie*** bewertet.

Den ersten monetär-positiven Jahresabschluss haben wir trotz Beginn der Coronapandemie 2020 erreicht. Unser Antrieb ist die Vorstellung, ethisches Wirtschaften umzusetzen und gleichzeitig finanziell erfolgreich zu sein.
Den **Genuss** unserer Gäste und vielfältigste **Wertschöpfung** entlang der Lebensmittelkette sehen wir als die wichtigsten Motoren hierfür.

Wir versuchen, das Schöne mit dem Guten zu verbinden. In gelebter **Gemeinschaft** mit anderen möchten wir nach **Lösungen** suchen, die gleichzeitig **Freude** machen und Genussgewohnheiten **enkeltauglich** verändern, bzw. erhalten.

Das Erasmus ist ein á la carte Restaurant mit **30 Sitzplätzen**. Der kleine Feinkostladen ist eine **synergetische Ergänzung** zum Restaurant, um nachhaltige, qualitativ hochwertige, Produkte und die Wertschöpfungsketten dahinter zu fördern.

Wie wir zum Gemeinwohl fanden

Ich, Andrea, las in der Oberstufe, um das Jahr 2003, das erste Mal einen Zeitungsartikel über die ***transition town***- Bewegung. Seitdem verfolge ich die Entwicklung einer **neuen Art des Wirtschaftens.** Ich involvierte mich in Aktivitäten mit der Regionalwert AG, Slow Food und Slow Cities. Von da an wurde mir klar, dass diese Themen mein Leben bestimmen würden.

Die Entscheidung, Unternehmerin zu werden, ist ein Jahrzehnt später gefallen. Ich war mittlerweile ausgebildete Köchin, studierte Gastronomien (Gastronomic Sciences B.Sc.) und angehende Fachkraft für Landwirtschaft. Mir wurde immer klarer, wie groß das **positive Veränderungspotential** und damit auch die Notwendigkeit war, im **Spannungsfeld Landwirtschaft-Ernährung** aktiv zu werden. Die Liebe zu Marcello und seine Berufung zum Kochen vermengten sich mit meinem Tatendrang. Die Idee des gastronomischen Unternehmens wurde geboren und 2014 mit dem Restaurant erasmus umgesetzt.

AGRI.BIO PIEMONTE

AGENZIA FORMATIVA B 262

ATTESTATO DI PARTECIPAZIONE

Il presente documento attesta che **Pommerenke Andrea**
Nata in **Germania** il **23 settembre 1985**
Residente in **Via Vittorio Emanuele 277 – 12042 Bra (CN)**
Cod. Fiscale **PMM NDR 85P63 Z112L**

ha partecipato ai seguenti **3 Corsi** di **16 ore ciascuno** organizzati da Agri.Bio dal titolo:

"IL PERIODO DI PASQUA: ESTRAZIONE 500, 502, 503 E 506. ALLESTIMENTO 501, 508 E CORNOZOLFO"
Relatore: **Ivo Bertaina**
Svoltosi nei giorni **27, 28 e 29 Aprile 2012** presso la sede di **Agri.Bio.Piemonte**

"BIORTICOLTURA SOSTENIBILE"
Relatore: **Giorgio Lubrano**
Svoltosi nei giorni **11, 12 e 13 Maggio 2012** presso la sede di **Agri.Bio.Piemonte**

"IL COMPOSTAGGIO CON LA FERMENTAZIONE A TEMPERATURA CONTROLLATA"
Relatore: **Roland Ulrich**
Svoltosi nei giorni **25, 26 e 27 Maggio 2012** presso la sede di **Agri.Bio.Piemonte**

Cissone, 4/09/2012

Il Responsabile di Sede Agri.Bio.Piemonte
Ivo Bertaina

AGRI.BIO. ONLUS ASSOCIAZIONE PRODUTTORI E CONSUMATORI BIOLOGICI E BIODINAMICI

Loc. San Sebastiano, 1 12050 Cissone (CN)
Tel. 0173 748211; Fax 0173 748720 e-mail info@agribionotizie.it
www.agribionotizie.it Codice Fiscale - Partita IVA 03192810046

Die Gründerin nahm parallel zu Ihrem Studium an Lehrgängen teil, um die Praxis der biologisch-dynamische Landwirtschaft kennenzulernen.

Die Gründer im Frühjahr 2014

Als wir während der Gründungsphase Anfang 2014 von einem *businessangel* gefragt wurden, was denn der Zweck eines Unternehmens sei, sammelten wir all unsere **holistische Vorstellungskraft** und gaben eine nach unserem Empfinden fein austarierte Antwort.
Die Reaktion: „Falsch! Der Sinn eines Unternehmens ist das Geldverdienen!"

Wir, Marcello und Andrea, wären das Wagnis der Ehe, der Familiengründung und des gemeinsamen Unternehmens nicht eingegangen, wäre unser **Wertegerüst** nicht so ähnlich. Die Werte der Gemeinwohlökonomie: Menschenwürde, Solidarität und Gerechtigkeit, ökologische Nachhaltigkeit, Transparenz und Mitbestimmung, sind fest verankert in unserem privaten und unternehmerischen Leben.

Daher spielten sie schon in unserem Businessplan eine maßgebliche Rolle.
Seit 2014 setzen wir sie mit unseren täglichen Entscheidungen nach größter Möglichkeit mit allen Berührungsgruppen - LieferantInnen, FinanzpartnerInnen, MitarbeiterInnen, KundInnen und Gesellschaft - um.

Als Menschen und Unternehmer haben wir den Anspruch, **aus und mit der Mitte der Gesellschaft** etwas Neues anzubieten, **gangbare Wege zu finden**, den aktuellen Herausforderungen in Gesellschaft, Umwelt und Ökonomie zu begegnen.

Wir wollen für das **mutige Vortasten**, das **unvoreingenommene Analysieren**, das **optimistische Neu-Denken**, das **kreative Lösungssuchen** stehen. Dabei möchten wir uns auf wissenschaftliche Erkenntnisse berufen. Ausgrenzung, Abwertung, Belehrung und Verabsolutierungen möchten wir vermeiden.

Wir müssen jedoch anerkennen, dass wir seit der Gründung immer wieder an **ökonomische Grenzen** stoßen. Der Businessangel lässt grüßen. Für manches waren wir vielleicht zu früh. Einige Fehler gehören womöglich auch zum Gründen dazu.

Es bleibt aber ein dumpfer Zweifel: Die ausschließliche Ausrichtung auf fine dining ließ schon viele Menschen vor uns scheitern. Nun haben wir auch noch den Anspruch, mit teuer erarbeiteten Gemeinwohlleistungen erfolgreich zu sein. Braucht es *nur* eine **bessere Kommunikation** unseres Mehrwertes oder haben wir uns womöglich zu viel vorgenommen?

Vielleicht befinden wir uns auch an einem Scheideweg. Auf der einen Seite geht es Richtung **Diversifizierung**. Wir könnten neben dem fine dining und dem Feinkostladen noch andere Zweige aufbauen. Auf der anderen Seite steht die Möglichkeit, anzuerkennen, dass unser Schaffen eher Kunst als Wirtschaft ist, woraus die **Suche nach MäzenInnen** folgen würde.
Wir hoffen, dass uns dieser Bericht bei der Klärung unserer Lage hilft.

Ich, Andrea, wünsche mir, in diesem Prozess und in der Zeit darauf, andere UnternehmerInnen kennenzulernen, die unseren **freudebetonten Ansatz** an den zu bewältigenden Wandel teilen. Gerne möchte ich **inspirieren und motivieren** aber eben auch **Grenzen anerkennen**. Es wäre mir eine große Freude, zu sehen, dass es NachfolgerInnen einmal leichter haben, in der Gastronomie ganzheitlich-erfolgreich-enkeltauglich zu wirtschaften.

Testat

Das stete Abwägen

Für uns selbstverständlich, nimmt die Auswahl unserer Produkte, ob Lebensmittel („food“) oder Nicht-Lebensmittel („non-food“) den Großteil unserer Aufmerksamkeit in Anspruch. Was sind unsere Einkaufsrichtlinien? Das ist eine sehr komplexe Frage, auf die es keine schnelle Antwort gibt. Das **stete Abwägen** und das s**tändige Weiterentwickeln** unserer Zulieferkette werden auch in Zukunft nicht entfallen. Wir erkennen an, dass Nachhaltigkeit durch Anpassung an neues Wissen, neue Kontakte und neue Entdeckungen, Erfindungen und Entwicklungen bestimmt ist.

Wie wählen wir unsere Produkte aus?

Bio ist für uns das Fundament für gastronomische Nachhaltigkeit. Es gibt keinen anderen gesetzlich definierten und unabhängig kontrollierten Produktstandard, der dem Wunsch unserer Gäste nach Nachhaltigkeit besser entspricht.
Für uns ergibt sich daraus jedoch eine weitere Frage: **Ist die Nachhaltigkeit, die Bio uns gibt, ganzheitlich?** Längst bietet der Markt eine Vielfalt an Bioqualitäten. Ein Ausleseprozess ist für uns unabdingbar.

Für uns ist es so: Wenn Bio gepaart mit **regionaler Authentizität**, nachweisbar höherem **Tierwohl**, **alten Rassen und Sorten**, herausragendem **Geschmack** und sozialem **Mehrwert** auftritt, dann ist das für uns das Höchste an gastronomischer Produktqualität.
Wenn also ein Produkt für die **gastronomisch Identität** einer Region steht, deren **kulturelle und soziale Seele** quasi zusammenhält, für Mensch und Tier eine Wohltat darstellt, über die Biozertifizierung den höchstmöglichen gesetzlichen Umweltschutzstandard garantiert und gleichzeitig eine **geschmackliche Einzigartigkeit** in sich trägt.

Dann entdecken wir eine Nachhaltigkeit, die ökologische, soziale und kulturelle Aspekte miteinander vereint, eine Nachhaltigkeit, die ganzheitlich ist. Das ist für uns der Weg in die Zukunft: **Meßbare Nachhaltigkeit, die Spaß macht**.
Das ist dann ein Bio, das wir bevorzugen, weil es genau zu unseren Bedürfnissen und den Bedürfnissen unserer KundInnen passt. Eben

Genuss. Werte. Sinn.

Um keine unerfüllbaren Hoffnungen zu wecken: Nicht alle unsere Zutaten entsprechen diesem sehr hohen Standard. Doch wir sehen unsere Arbeit als einen **Weg**, auf dem wir dankbar für alle GefährtInnen, Neuzugänge, Motivatoren und Zweiflerinnen sind. Nach fast 10 Jahren können wir beglückt feststellen, dass die uns begleitende Gruppe gewachsen ist.

Einen Schritt zurück: Regional ist doch nachhaltig und transparent. Braucht es bio wirklich?

Als GastronomInnen arbeiten wir sehr nah an und mit Menschen. *Sicherheit* ist für uns ein abstraktes Konzept, welches sich höchstens in der Retrospektive beweisen lässt.

Zu wissen, wo das Essen herkommt, heißt unter Umständen nichts anderes, als, zu wissen, wo das Gift auf die Felder kommt, so ähnlich haben wir es mal Felix Prinz zu Löwenstein, sagen hören.

2016 ist die Bundesrepublik von der Europäischen Kommission wegen zu hoher Nitratwerte im Grundwasser angeklagt worden. Die ungestoppte Überdüngung als Folge der auf den Export ausgerichtete Tierhaltung führte 2018 zur Verurteilung der Bundesrepublik vor dem Europäischen Gerichtshof. Auch das ist regionale Landwirtschaft.

Regional fühlt sich meist gut an, keine Frage. Es spart Transport CO2 und stärkt die lokale Wertschöpfung. Nur leben wir scheinbar in einer Zeit, in der das **Urteilsvermögen** über gute fachliche Praxis in der Landwirtschaft und größere agrarwissenschaftliche Zusammenhänge, wie bei den meisten von uns, auch bei uns GastronomInnen, nicht aus dem Allgemeinwissen entsteht.

Natürlich ist es schön und bereichernd, LandwirtInnen vor Ort kennenzulernen und deren Produkte zu genießen. Auch wir nutzen diese Strategie, in der Hoffnung, dass wir uns alle unter Freunden wohlwollend, respektvoll und ehrlich verhalten. Ob damit jedoch automatisch einer ganzheitlichen Nachhaltigkeit gedient wird, darüber haben wir keine **Sicherheit**.

Eine Regionalerfahrung

Als wir 2014 eröffneten, hatten wir keinesfalls eine klare Biokante. Wir glaubten, dass die kleinen landwirtschaftlichen Betriebe, mit denen wir arbeiteten sich keine Zertifizierung leisten könnten. Wir wollten den Nachhaltigkeitsbegriff offen, regional, saisonal und **unbürokratisch** mit Leben füllen.

Eines Tages erfuhren wir, dass einer unserer nicht biozertifizierten Partnerhöfe, den wir mit seinen alten Tierrassen und familiären Struktur als Bilderbuchbetrieb empfanden, seinen Tieren **importiertes Soja** fütterte.
Hilfe!, dachten wir, *dann sind wir ja voll im Risiko, dass hier gentechnisch verändertes Soja gefüttert wird, was wahrscheinlich auch noch auf ehemaligen Regenwaldflächen angebaut wurde* - zwei Aspekte, die die deutsche Bevölkerung - und damit auch unsere Gäste -, auch außerhalb der Slow,- und Bionische, mehrheitlich ablehnt.
Die Gedanken überschlugen sich. Schließlich warben wir mit herausragender Nachhaltigkeit. Was, wenn dies nicht wir, sondern ein Journalist oder eine Kundin herausgefunden hätte? Wir waren doch mit unserer landwirtschaftlichen Ausbildung fachlich total gut vorbereitet, wie konnte uns dies entgehen?
Die Antwort war schnell gefunden: Wir liebten die direkte Beziehung zu diesem Betrieb so sehr, dass wir uns genierten, alzuviele Fragen zu stellen, geschweige denn, uns schriftlich abzusichern. Schließlich hatten wir unsere Erwartungen klar kommuniziert. **Die gute Beziehung fühlte sich so sicher an.**
Außerdem fehlte uns im Alltag schlichtweg die Zeit, allem detailliert nachzugehen, wollten wir doch gute Gastgeber und auch noch Eltern sein, statt Fragebögen zu verteilen und auszuwerten.
Wir waren zutiefst verunsichert.

Der Wunsch, unsere **Glaubwürdigkeit** und die **Sicherheit** unserer Gäste zu schützen, hat uns auf die Suche nach einer Lösung gehen lassen. Diese lag auf der Hand aber wir scheuten uns von der Konsequenz: Die Biozertifizierung. Hier konnten wir die **Kontrolle der Gentechnikfreiheit** und anderer Nachhaltigkeitsstandards *outsourcen*. Wir konnten einen Mindeststandard fixieren, für dessen Kontrolle der Staat verantwortlich ist. Wir konnten uns und unsere Gäste ohne zusätzliche Arbeit absichern. Was für eine Erleichterung!

Von regional-biologisch zu ganzheitlich nachhaltig

Wir kaufen also möglichst regional und natürlich saisonal ein, das finden wir ganz logisch.Unseren Küchenstil bezeichnen wir in der Technologiestadt Karlsruhe manchmal mit einem Augenzwinkern als: *italienische Software auf regionaler hardware*.

Es sind aber neben der möglichst hohen Regionalität und der ausgeprägteren ökologischen Nachhaltigkeit, die für uns durch ein Biozertifikat bestätigt werden muss, eben auch die **handwerkliche und geschmackliche Einzigartigkeit** eines Produktes, oder sagen wir, die sozialen und kulturellen Aspekte der gastronomischen Nachhaltigkeit, jene, die Menschen und Tieren ein Leben in Würde ermöglichen-, die uns im erasmus interessieren.

In dieser Situation ist es auch möglich, dass wir die ökologische *Belastung*, die durch die Reise aus einer ferneren Region, entsteht, in Kauf nehmen wollen, um die sozialen und kulturellen Aspekte der gastronomischen Nachhaltigkeit zu stärken.

Der gesellschaftliche Klimawandel

Uns interessiert neben den Gasen, die das Klima erhitzen eben auch der **gesellschaftliche Klimawandel**.
Weil wir im Essen so viele **zusammenhaltsfördernde Elemente** sehen, soviel Potenzial für **Nähe und Verbundenheit** trotz räumlicher Distanz; weil wir unseren Gästen ein tief gehendes Genusserlebnis bieten möchten; weil wir Europa als eine faszinierend vielfältige **Genussregion** sehen; weil wir überzeugt sind, dass der europäische Binnenhandel unsere innereuropäische **Gemeinschaft** und unseren **Wohlstand** stärken; aus diesen Gründen können wir uns nicht vorstellen, unseren Gästen beispielsweise Orangen vorzuenthalten, mit der Begründung, dass diese klimaschädlich seien.

Die Herausforderung, die wir beispielsweise beim Einkauf und der Verarbeitung einer Orange anerkennen, ist folgende: Wir müssen ein Produkt finden, dass **möglichst viele Nachhaltigkeitsaspekte** vereint und diese Aspekte an unsere KundInnen kommunizieren. Das Transport- CO2 könnte in der Wagschale mit dem Aufhalten des gesellschaftlichen Klimawandels ausgeglichen, wenn nicht sogar überwogen werden.

Kurz und knapp liegt unserem Ansatz folgende Frage zu Grunde: Wenn wir unser Genussverhalten enkeltauglich gestalten möchten, schaffen wir es eher über die Betonung eines **linearen Einzelaspektes der Nachhaltigkeit**:

Ich esse jetzt keine Orangen mehr, weil sie weit reisen müssen.
Einsparung von CO2

oder über eine ehrliche Abwägung **aller Nachhaltigkeitsaspekte**?:

Ich esse jetzt Orangen, deren Ursprung ich kenne.
Ich weiß,
dass sie ohne Ausbeutung von Natur entstehen, denn sie sind biozertifiziert.
Durch die direkte Handelsbeziehung sind sie erntefrisch und hocharomatisch
und sichern den AnbauerInnen ein gutes Einkommen.
Ich genieße es,
mich mit den AnbauerInnen trotz der Entfernung verbunden zu fühlen.
Ihre Arbeit bekommt durch meinen Genuss einen Sinn.
Ich bin dankbar,
ein so weit gereistes Produkt als Besonderheit genießen zu dürfen.
Ich bin mir bewusst,
dass der Transport CO2 Emissionen verursacht.
Die Orangen dürfen daher etwas teurer sein,
weil sie, emotional und sensorisch, etwas ganz Besonderes für mich sind.

Anerkennung des CO2 Verbrauchs
mit gleichzeitiger Erkenntnis des Schutzes des gesellschafltichen Kilmawandels und des ökologischen Mehrwertes durch die Biozertifizierung

Wir haben uns, es mag nicht überraschen, für Letzteres entschieden und möchten es an dieser Stelle auch nicht verpassen, zu betonen, dass diese Strategie für uns wirklich nur anwendbar ist, wenn und weil die **Genusserfahrung** sich von gewohnten Orangen absetzt.

Unsere Orangen kommen von den *Contadini per Passione*, drei junge Leute, die wir in unserer Unizeit kennengelernt haben.

Ein Beispiel, wie wir dieses nicht regionale und dennoch vielseitig nachhaltige Produkt bewerben:

Diese Landschaft kann man essen!

La tradizione é un´invenzione ben riuscita, (*Die Tradition ist eine gut gelungenen Erfindung*), hat Massimo Montanari, Historiker und Professor an der Universität der Gastronomischen Wissenschaften uns gelehrt.

Die Ankunft der von uns direkt importierten sizilianischen Bioorangen ist in unseren Augen so eine gelungene Erfindung. Die *Contadini per Passione*, gegründet von Paolo Barbera, den wir während unserer Unizeit kennengelernt haben, erhalten Ihr Geld direkt von uns, einen Betrag, der leicht über dem Preis liegt, den wir für Bioorangen aus dem Großhandel ausgeben würden.

Wussten Sie, dass Orangen am gleichen Baum zeitversetzt reifen? Die Natur beschenkt uns durch diesen Trick monatelang mit geschmacksintensiven, saftig-süßen Orangen.
Es wird aber oft als *kosteneffizient* und *wirtschaftlich notwendig* dargestellt, die Bäume fristgerecht und großflächig abzuernten. Unreife, saure, geschmacklose Orangen gelangen so in den Handel, leider auch in den Biohandel. Warum nur verschmähen wir *aus Gründen der Kosteneffizienz* dieses großzügige Geschenk der Natur? Macht das Sinn? Kann man von Effizienz sprechen, wenn unsere Sinnlichkeit auf diese Art verletzt wird?

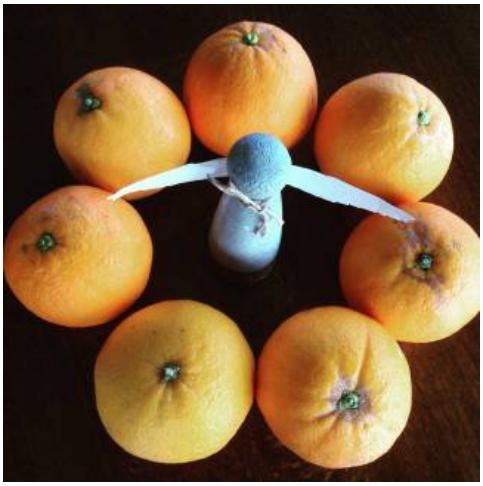
Die wahren Kosten dieses Exzellenzproduktes, welche der biologische Anbau, Paolos bewusster Verzicht auf Ausbeutung von Arbeitskräften und die selektive Ernte, mit sich bringen, sind mit unserem Aufpreis beglichen.
Wir finden es sinnvoll, für mehr Geschmack, Ökologie und Fairness 10 ct.je Kilo Orangen mehr auszugeben.

Das Foto haben wir übrigens im Sommer 2019 aufgenommen, als wir Paolo besucht haben. Bei einem gemeinsamen Mittagessen klagte er uns sein Leid über die verheerenden sizilianischen Parallelstrukturen und wie schwierig es sei, davon dauerhaft unabhängig zu wirtschaften. Der direkte Handel sei hierfür existenziell.

Als echter Sizilianer würde Paolo sich schämen, wenn seine Orangen Ihnen keine Freude bereiten würden. Er würde uns enttäuschen, wenn er nicht an seiner Haltung für Fairness, Genuss und Zunkunftsfähigkeit festhalten würde. Unser Vertrauen in ihn ist ein hohes Gut, das er nicht leichtfertig verspielen würde.

Durch die staatliche Biozertifizierung sind wir gegen Ausbeutung der Natur abgesichert. Hinzu kommt die Entanonymisierung der Lieferkette, die Tatsache, dass eventuelle Fehlhandlungen als eine Missachtung unserer Freundschaft gedeutet würden.

Der direkte Handel ist für uns also kein Relikt aus der Vergangenheit und kein romantisches add-on, er ist eine gelungene Erfindung in einer sich neu sortierenden Welt.



Gastronomische Nachhaltigkeit hört bei Weitem nicht bei der Einsparung von Co2 auf. Allein diese Prämisse scheint uns in Anbetracht der aktuellen *Trends* in unserem Lebensmittelsystem schon wertvoll, betont zu werden.

Regional ist nicht automatisch ganzheitlich nachhaltig, auch nicht, leider, wenn es bio ist. Die Biozertifizierung sichert uns gegen Ausbeutung der Natur ab aber sie steht nicht automatisch für ganzheitliche gastronomische Nachhaltigkeit. Wir und unsere Gäste finden, Essen soll Kulturgut bleiben und die Mannigfaltigkeit unserer Welt sinnlich wahrnehmbar mitteilen.

Womit wir bei der *Menschenwürde* angekommen wären.

Menschenwürde vs. Klimawandel?

Wir befürchten, dass ein reines Fokussieren auf das Reduzieren von Co2-Emissionen uns den Blick auf *den anderen Klimawandel* vernebelt: den sozio-kulturellen oder *gesellschaftlichen Klimawandel*. Dieser bringt mindestens diese Folgen mit sich: Verlust an kultureller Diversität, soziale Spannungen wegen inakzeptabler Arbeitsbedingungen, politische Isolation, kulturelle Ausgrenzung, das psychisch belastende Ausführen von als sinnentleert empfunden Tätigkeiten.

Freude ist eine Superkraft!

Wir sind überzeugt, zuversichtlich und voller Hoffnung: Das Bewahren kultureller Vielfalt, Toleranz und Wertschätzung kann durch den **Erhalt vielfältiger Esskulturen** geschehen. Das **Erreichen globaler Gerechtigkeit** kann mit globalem Handel in Verbindung mit moderner Technologie gelingen. Alles, was mit der Herstellung und dem Genuss von gutem Essen zusammenhängt, verbindet, stiftet Sinn, schafft **positive Identifikationsflächen**, belebt die Vielfalt, hält psychisch, körperlich und gesellschaftlich gesund. *Würde* geht über faire Arbeitsbedingungen hinaus.

Klimaschutz im Lebensmittelsystem kann ganzheitlich gedacht werden. Sozio-kulturelle Aspekte und Umweltauswirkungen können gleichzeitig verbessert werden.

Wandel kann und darf nicht nur, sondern er *muss* auch Spaß machen. Das erleben wir jeden Tag. Spaß ist eine Kulturleistung. **Freude ist eine Superkraft**.

Demut und Konzentration beim Öffnen des Parmigiano-Reggiano

Beim Öffnen war dieser Parmigiano genauso alt wie unsere Tochter. Als sie schlief, gärte die Milch.Während wir ihren ersten Husten kontrollieren ließen, wurde der Käse auf Hohlräume abgehört. Als wir sie an die Kita gewöhnten, wechselte der Käselaib den Reiferaum. Wir wechselten Windeln und kitzelten, die Käser lüfteten, bürsteten und wendeten.

Ein regionales Beispiel für unsere ganzheitlich nachhaltige Lieferkette

Der Hinterbachhof ist ein Mutterkuhbetrieb in Malsch (20 Minuten Fahrt vom Restaurant), mit dem wir im Jahr 2020 eine Kooperation gestartet haben.

Das **Hinterwälder Rind** ist eine alte, an die Begebenheiten vor Ort angepasste und daher gesundheitlich robuste Rasse, dessen Bestand wir durch unsere Nachfrage stärken können. Ein landwirtschaftliches System mit vielen unterschiedlichen Rassen ist widerstandsfähiger z.B. gegen Krankheiten, als ein von genetischer Einfalt geprägtes. Der Erhalt alter Rassen bedeutet also **Zukunftssicherung**.

Der junge Betriebsleiter, Markus Jörger, füttert **ausschließlich eigenes Heu**, bzw. die Kühe grasen die Weiden selbst ab.
Auf Silage und weitgereistes Soja, welches im schlechtesten Fall auf ehemaligen Regenwaldflächen angebaut wurde, wird verzichtet. Auch Getreide, welches wie die Silage gar nicht so recht dem Verdauungstrakt des Rindes entspricht und außerdem für den oft kritisierten hohen Flächenverbrauch der Rinder verantwortlich ist, wird nicht verfüttert.

Der Auftrieb auf die **Streuobstwiesen** ermöglicht den Erhalt dieser Hotspots für Insekten, seltene Vögel und Co. Die Weide auf diesen Flächen wird durch die Kühe natürlich abgegrast, ohne Traktor, ohne Diesel und ohne Bodenverdichtung. Würden die Bäume gefällt, um dort Ackerbau zu betreiben, ginge die hohe **Biodiversität** an dieser Stelle verloren. Wiesen speichern zudem CO2 aus der Luft. Weidende Tiere verwandeln Gras in tierisches Eiweiß. Welch ein geniales Geschenk der Schöpfung!

Der großzügige Stall ist an drei Seiten offen und enorm hoch, die Tiere sind damit das ganze Jahr *draussen*, was Ihrem Bedürfnis entspricht.
Nochmal Tierwohl: Die Rinder dürfen ihre **Hörner** behalten. Das geht, weil sie auch im Stall genug Platz haben, um sich nicht aus Versehen gegenseitig zu verletzen - und weil Markus darauf achtet, dass die Herde sich in Harmonie entwickelt. Diese Arbeit verlangt Zeit für die Beobachtung, Zeit mit und bei den Tieren - und eventuell die verantwortungsvolle Entscheidung, dass ein Tier die Herde früher als geplant verlassen muss.

Die **Befruchtung** der Kühe findet natürlich, durch den Bullen, statt, nicht durch den Tierarzt. Auch das halten wir für ein nachvollziehbares Tier-Bedürfnis.

Die Jungtiere bleiben ganze **neun Monate** bei der Mutter.
Markus' älteste Mutterkuh ist 17 Jahre alt. Vielleicht gebärt sie nächstes Jahr ihr letztes Kalb. Und dann? Sie wird nicht geschlachtet, weil sie nicht mehr *nützlich* ist, sondern darf weiter in der Herde bleiben. Aus Dankbarkeit und Respekt.

Die Tiere sind zutraulich, neugierig und sauber. Die ausgewachsenen Rinder strahlen eine tiefe **Entspanntheit** aus, die Kälber sind aufgeweckt und **kontaktfreudig**.

Hier haben wir also eine für Mensch und Tier würdevolle, klimaschonende, flächenarme, am Tierwohl ausgerichtete, an ihre Umwelt angepasste und damit **zukunftsfähige Rinderhaltung**. Auf Flächen, die gleichzeitig Biodiversität fördern, CO2 speichern und Streuobst liefern, findet zusätzlich die geniale Umwandlung von Gras in tierisches Eiweiß statt. Die Transportemissionen sind sehr gering. Der direkte Kontakt ermöglicht eine Zusammenarbeit auf Augenhöhe und viel beiderseitige zwischenmenschliche Bereicherung. Über die Jahre ist eine Freundschaft entstanden

Die Gefahr, die gesetzlich höchstmögliche ökologische Nachhaltigkeit wegen Mangel an Fachkenntnis nicht persönlich bestätigen zu können, umgehen wir, indem der Betrieb in Zukunft biozertifiziert ist und dazu noch **Biolandmitglied** wird.

Teil der Lieferkette ist in diesem Fall auch ein kleiner, regionaler, handwerklich arbeitender Schlachthof und ein **junger Landmetzger**, der die Zerlegearbeit in unserer Küche als Dienstleistung macht. Dies hat den wunderbaren Vorteil, dass unsere Mitarbeitenden diesen normalerweise nicht sichtbaren Teil der Wertschöpfungskette miterleben dürfen. Das Fleisch, dass sie nachher verarbeiten, wird hierdurch entanonymisiert. Die folgende Zubereitung findet **achtsam und wertschätzend** statt, weil unserem Team das lebende Tier hinter dem Produkt Fleisch bewusst ist. Außerdem gewinnen unsere Mitarbeitenden so Einblicke in einen immer seltener handwerklich ausgeführten Beruf.

Marcello Gallotti und Markus Jörger

Wo haben wir vorher unser Rindfleisch bezogen?

Einen ganz ähnlichen Betrieb hatten wir an der Nahe. Dort werden **Glanrinder**, eine andere alte Rasse, gehalten. Wir hatten also auch vorher schon einen sehr hohen Nachhaltigkeitsstandard, was Rindfleisch betrifft. Nur sind es nun statt 150 eben **15 km Entfernung** vom Hof zum Teller. Wir haben unsere würdevolle, bereits enorm nachhaltige Rindfleischlieferkette damit ökologisch noch ein Stück verbessern können.

Fazit zu unserer Lieferkette

Ganzheitliche gastronomische Nachhaltigkeit muss also Klimaschutz, Kulturgutpflege und globale Fairness miteinander vereinen. Anders gesagt: Die Würde gehört in die Lieferkette, die möglichst klimaschonende Auswirkungen haben soll. Daher unser Ansatz:

Bio
+mehr Tierwohl
+möglichst regional
+sozio-kulturell wertvoll
+ geschmacklich einzigartig

Labels oder auf unserer Befürfnisse spezialisierte HändlerInnen gibt es bisher nicht. Wir müssen also selbstständig auswählen, uns informieren, die Lieferlogistik aufbauen, es ist absolute **Pionierarbeit**. Wir pflegen Beziehungen zu einer für die Branche absolut unüblichen Vielzahl von LieferantInnen. Ganzheitliche Nachhaltigkeit erreichen wir also durch ein **stetiges Abwägen** und Neuentdecken von besseren Optionen. Wir sind nicht perfekt in unserem Urteilsvermögen. Nachhaltigkeit anzustreben, heißt für uns, sich immer weiterzuentwickeln.

Wir investieren bewusst ein höheres Einkaufsbudget und viel Zeit in unsere Lieferkette. Dies macht das Genusserlebnis für unsere Gäste natürlich teurer. Als Pionierunternehmen sprechen wir eine Zielgruppe an, die es sich leisten kann, einen höheren Beitrag zum Wandel beizusteuern. Anders können wir unsere Wirtschaftlichkeit nicht erreichen.

Wir sehen in den Entwicklungen der letzten Jahre, dass dieser Teil der Gesellschaft mit seiner wachsenden Nachfrage einen **Kipppunkt** herbeiführen kann, ab dem es dann für Alle erschwinglicher wird, sich ganzheitlich-nachhaltiger zu ernähren.
Gesellschaftlich fair finden wir es nicht, dass wenige, finanziell starke Menschen momentan einen Wandel für alle ermöglichen müssen. Wir wären glücklicher, wenn staatliche Steuerinstrumente mehr genutzt würden...aber das ist ein anderes Thema.

Was kaufen wir ein?

An Produkten werden **Lebensmittel und Betriebsmittel** (Verpackung, Reinigungsmittel, Kleidung, etc.) eingekauft. **Dienstleistungen** sind: Gartenpflege, Grafikdesign, Drucksachen, Reinigung von Tischwäsche und Arbeitskleidung und die (Lohn-,) Buchhaltung.

Alle Produkte (food und non-food) sind, wo möglich, **biozertifiziert**, stammen aus dem **nächstmöglichen Umfeld** und werden fast ausschließlich von **Familienunternehmen** hergestellt, bzw. vertrieben. Alle Produkte, außer Gewürzen, Schokolade und Espressobohnen, stammen aus Europa.

Im Anhang befindet sich eine detaillierte Tabelle mit fast allen LebensmittelieferantInnen und DienstleisterInnen, sowie eine beispielhafte Speisekarte.

Wie überprüfen wir soziale Risiken?
Wie fördern wir Fairness?

Durch den teilweise **direkten Bezug** von Waren von zertifizierten Unternehmen (Bioverbands-Zertifikate, Fairtrade etc.) und vorzugsweisen Bezug von regionalen, kleinen und **mittelständischen (Familien-) Unternehmen** fördern wir sozial resilientes Unternehmertum und einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten miteinander. Durch die Minimalisierung des anonymen EU-Bio- Anteils und den ausschließlichen Bezug in Europa, wodurch die Erfüllung gewisser gesetzlicher Mindeststandards grundsätzlich vorausgesetzt werden kann, fördern wir Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette.
Auch **Wartungsverträge** für Spülmaschinen, Wasserfilteranlagen, Esprossomaschine und Fettabscheider, den Einkauf einer Kassensoftware, sowie die Hygienekontrollen haben wir über kleine regionale Betriebe abgewickelt.

Unsere Lieferantenstruktur ist bewusst aus autarken Kleinbetrieben zusammengestellt, die möglichst wenig LieferantInnen haben und Ihre Produkte in einer Kreislaufwirtschaft erzeugen.

Durch Mitgliedschaften in **Verbänden** (Bioland, Bundesverband der Nachhaltigen Wirtschaft, Gemeinwohlökonomie, Futurewomen, Slow Food, Biospitzenköche) und bevorzugte Kooperation mit Unternehmen, die sich hier ähnlich engagieren, fordern und fördern wir Solidarität und Gerechtigkeit. Wir sind überzeugt: Den bevorstehenden Wandel schaffen wir nur durch **Verbundenheit und Partnerschaften**, nicht durch Konkurrenz und Abgrenzung.

Durch direkten Austausch mit ZulieferInnen (z.B. Naturkost Rinklin, Bäuerliche Erzeugergemeinschaft Schwäbisch Hall und Südfisch) und Bauern (Vinaturel, Brunnenhof in Künzelsau, viele Winzer, Horst Reiser, italienische KleinsproduzentInnen), können Probleme erkannt, auf Augenhöhe besprochen und **gemeinsam** gelöst werden. Sollten nach längerer Zeit (über ein Jahr), keine für beide Seiten zufriedenstellende Lösung gefunden werde, würden wir die Lieferbeziehung beenden.

Wo immer möglich, besuchen wir unsere LieferantInnen in unserem Urlaub. Wir verknüpfen die Italienreise zum Beispiel mit Besuchen bei unseren ProduzentInnen entlang des Weges.
Wie bei der Menschenwürde können wir, auch was Gerechtigkeit und Solidarität entlang der Lieferkette angeht, Unstimmigkeiten nicht ganz ausschließen. Dennoch fühlen wir uns mit unserer Auswahl an LieferantInnen vergleichsweise gut abgesichert.

Indem wir, wo möglich, mit **genossenschaftlich** organisierten ProduzentInnen arbeiten, denken wir soziale Risiken tatsächlich sicher ausschießen zu können.

Wir bauen auf **langfristige Lieferbeziehungen**. Manchmal dauert es ein wenig, bis sich diese eingespielt haben. Aus diesem Grund vermeiden wir häufiges Wechseln.
Die Beziehung, Verlässlichkeit und das gemeinsame Gestalten eines resilienten Lebensmittelsystems stehen für uns im Vordergrund.
Auf jeden Fall basiert unser Unternehmen auf Zufriedenheit unserer LieferantInnen.

Was den Bezug in Italien angeht, wo soziale Risiken teilweise nicht ausgeschlossen werden können, haben wir **sichere Quellen** ausfindig gemacht. Das hierfür nötige Urteilsvermögen bitten wir jemandem, der Mitten in Rom die ersten 30 Jahre seines Lebens verbracht hat und dann entschieden hat, dass dieses Land ihm keine Zukunftsperspektive bietet, zuzusprechen.

Weiterhin würden wir LieferantInnen sofort auslisten, wenn wir erführen, dass Sie unser würdefördendes Beschaffungsmanagement nicht unterstützten.

Welche Zertifikate können uns hierbei helfen?

Wo die Kontrolle schwierig und das Risiko besonders hoch ist, zum Beispiel bei Gewürzen und Tee, verlassen wir uns auf fairtrade Siegel, bzw. eigene vergleichbare oder sogar höherwertigere firmeninterne Zertifizierungen (Sonnentor).

Die große Mehrheit unserer bereits ökologisch zertifizierten Produkte entsprechen zudem den die ganzheitliche Nachhaltigkeit noch mehr fördernden Richtlinien der **Bioanbauverbände** (Bioland, Demeter, Naturland, Ecovin, Biodyvin,...) und unterstützen dadurch eine faire, partizipative und solidarische Lieferkette.
Im Weinbereich sei noch die vorbildliche Respekt-Biodyn Initiative genannt, deren Winzer wir bevorzugen.

Unsere Garnelen (https://www.rossodimazara.eu/en), sowie unsere handgetauchten Jakobsmuscheln sind **friends of the sea** zertifiziert, was soziale Risiken minimiert.

Identifikation und Sinnstiftung sind für uns wichtige Garanten für Würde in der Lieferkette, daher arbeiten wir gerne mit Produkten aus **geschützen Ursprungsbezeichnugen**, **Slow Food Arche Passagieren** und **Slow Food Presidi** (siehe Seite 74).

handgetauchte Norwegische Jakobsmuscheln

Französische Bio-Miesmuscheln

Versprechen

Wir bestätigen, dass die Menschenwürde in unserer Zulieferkette bei den wesentlichen LieferantInnen nicht verletzt wird.

Konkrete Beispiele für Solidarität und Gerechtigkeit in unserer Zulieferkette

Mit unserem Großhändler Naturkost Rinklin stehen wir über das beiderseitige Engagement im **Bioland Verarbeitung und Handel e.V** im regen Austausch. Harald Rinklin ist hier Vorstand. Andrea Gallotti ist stellvertretende Sprecherin für die Gastronomie.
Mitten in der Coronapandemie ist eine unserer Kühltheken im Feinkostladen kaputt gegangen. Rinklin hat uns die Neuanschaffung zinsfrei vorfinanziert, wir konnten die Rückzahlung auf 12 Raten verteilen.

Unser Weinhändler Vinaturel beschäftigt bewusst **Geflüchtete** in seinem Lager, was bürokratisch ein enormer Mehraufwand ist aber laut eigener Aussage zwischenmenschlich bereichernd, sowohl für die Stammbelegschaft als auch die zu integrierenden Mitarbeitenden.

Marcello zu Besuch bei Rudolf Bühler, unser Lieferant für biodynamisches Eichelschwein

Im Feld Solidarität und Gerechtigkeit sehen wir auch das Thema **Tierwohl**. Bioland, unser Partnerverband ist mit der 2013 eingeführten Tierwohlkontrolle als Pionier zu loben. Unser Fleisch und die meisten tierischen Produkte sind bevorzugt von Bioland oder von Demeter zertifiziert.

Bei Demeterbetrieben, wie auch EU-Bio-Betrieben (vorwiegend Italien) haben wir selbst im Blick, die besonders tierwohlengagierten Betriebe herauszusuchen.

Georg Schweisfurth, Elke und Horst Reiser, Marcello Gallotti bei der Verleihung der „Tierschutz-Kochmütze"

Seit 2018 sind wir von der Schweisfurth Stiftung mit der „Tierschutz auf dem Teller-Kochmütze" ausgezeichnet. Besonders gelobt hat die Jury unser **vegetarisches Angebot**, die **Ganztierverarbeitung** und den ausschließlichen Einkauf von **Fleisch aus extensiver Haltung**. Alle drei sind für uns wichtige Elemente einer auf Gerechtigkeit basierenden Lieferkette

Eine Motivation, in den Lockdownzeiten nicht die Füße hochzulegen, war das Bewusstsein, dass **unsere Nachfrage** für unsere LieferantInnen wichtig ist. Wir haben uns Abholgerichte, Genusskörbe fürs homeoffice, Picknickpakete und selbst zuzubereitende Firmenweihnachtsfeier-Menüs ausgedacht, um unsere Lieferketten am Leben zu halten.

Als es in Folge der Ukrainekrise in Italien zu explodierenden Stromkosten kam, haben viele unserer LieferantInnen die Preise erhöhen müssen. Finanzielle Unterstützung seitens der Politik, wie wir sie in Deutschland erhalten haben, gab es in Italien nicht. Wir haben die höheren **Kosten mitgetragen**, ohne uns von den Lieferbeziehungen abzuwenden.

Wir haben in der Pandemie 16 Tsd. Euro in vier sehr stabile Sonnenschirme von der Firma May für unsere Gartenterrasse investiert und damit die **lokale Wirtschaft gefördert**. Die Schirme sind mit selbst produzierter Sonnenenergie, bzw. eingekaufter Energie aus Wasserkraft der Illwerke vkw hergestellt.

Ziele und nächste Schritte

Unser Anspruch an Verbandsbio ist es, dass soziale Fragen zu Gehältern und Arbeitsbedingungen, zur **Grundvoraussetzung zum Beitritt** hinzukommen. Hierfür zu werben, ist ein anspruchsvoller Prozess, dem sich Andrea bei jeder Gelegenheit in Netzwerktreffen stellt.

Als eine unserer nächsten Investitionen möchten wir gerne auch unsere Terrassenbestuhlung erneuern. Unsere Gäste sitzen bereits auf FSC - zertifziertem Holz. Unsere nächste Ausstattung soll zudem **in Deutschland hergestellt** sein und damit die Wertschöpfung in unserem Land mit hohen sozialen Standards stärken.

Was unseren **Mobilfunkanbieter** angeht, möchten wir Kontakt mit Wetell (GWÖ-bilanziert) aufnehmen.

Versprechen

Wir bestätigen, dass Solidarität und Gerechtigkeit in unserer Zulieferkette nicht verletzt sowie die **Marktmacht** bei den LieferantInnen nicht ausgenutzt wird.

Wir führen grundsätzliche **keine Preisverhandlungen** mit unseren Lieferanten und Lebensmittelverarbeiterinnen. Erstens erlaubt uns unsere Relevanz dies nicht und zweitens vertrauen wir unseren PartnerInnen, was eine faire Preisgestaltung angeht.

Auch sehr hohe Preise geben wir an unsere KundInnen weiter, ohne uns zu fragen, ob diese Preise marktkonform wären. Was für uns zählt, ist der **Nutzwert** der Produkte. Dieser liegt unserer Meinung nach über den realen Preisen. Dieses **Selbstbewusstsein** versuchen wir bestmöglich in der Ansprache unserer KundInnen zu nutzen.

Durch die Wahl von mittelständischen, familiengeführten Unternehmen ist eine Ausnutzung von Marktmacht entlang der Lieferkette zumindest **unwahrscheinlich**.

Was genau heißt *ökologisch* bei uns?

Tiere verarbeiten wir grundsätzlich ganz. Hierdurch wird **Transport Co2** gespart, welches üblicher Weise durch den Export einzelner Fleischteile entsteht.

Dienstleitungen, wie die Reinigung der Tischwäsche, werden regional gesucht, um **Transportwege** kurz zu halten.

Strom und Gas werden als **Ökostrom und Ökogas**, beides klimaneutral, von den Stadtwerken Karlsruhe bezogen.

In unserem Garten, hinter dem Restaurant, und auf unserer Dachterrasse haben wir einen Schwerpunkt auf **bienenfreundliche Bepflanzung** gesetzt. In unserem Garten hält ein befreundeter Imker zwei Bienenvölker.

Das Papier für den Drucker und die Speisekarten ist **ökologisch und recycelt**.

Der **Raumduft**, den wir auf den Gästetoiletten verwenden ist demeterzertifiziert und stammt von Taoasis (gemeinwohlbilanziert, EK Volumen 2022 rund €300).

Für die neue gewerbliche Spülmaschine haben wir ein ökologisches Reinigunsmittel gefunden, somit sind nun alle unsere **Reinigungsmittel ökologisch zertifiziert**. Diese kaufen wir hauptsächlich über Rinklin von der Firma Sonett (Details siehe Tabelle im Anhang).

Einige Kräuter, teilweise auch Tomaten und Zucchinblüten, stammen aus **eigenem Anbau** auf unserer Dachterrasse.

Samenfeste runde Zucchini (Pro Specie Rara)

Durch die Bevorzugung **alter standortangepasster Rassen und Sorten** stärken wir die Biodiversität und damit die Widerstandsfähigkeit unserer Landwirtschaft gegenüber bedrohlichen äußeren Faktoren, wie Dürren, Krankheiten und anderen ökologischen Ungleichgewichten.

Unsere Tischwäsche kommt von Rivolta Carmigniani, ist 100 by OEKO Tex, sowie STeP by OEKO-Tex- zertifiziert. Die Tischwäsche besteht aus **Leinen und Baumwolle** und wird in Italien produziert, wo **Umweltauflagen** hoch sind.

Was Fisch angeht, konzentrieren wir uns auf Fische, deren **Bestände reichlich groß** sind. Unsere KundInnen konnten wir so mit vielen neuen Genusserfahrungen überraschen. Wir greifen, wann immer möglich, auf das **MSC Zertifikat**, sowie **EU-Bio-Zertifizierung** (Acquakultur) zurück.

Unsere Garnelen (https://www.rossodimazara.eu/en) sind und als **turtle free** und **plastic free** ausgezeichnet.

Geschenk einer vielfach talentieren Mitarbeiterin

Über die Angebotsgestaltung im Restaurant vermindern wir unsere Co2 Emissionion durch die Reduzierung von Fleisch, als Produkt von klimagasemitierenden Nutztieren, bzw. durch ein attraktives alternatives **vegetarisches Angebot**.

Bei unseren landwirtschaftlichen Partnerbetrieben geschieht Co2 Einsparung über das Ersetzen von zugekauften Betriebsmitteln wie Pflanzenschutzmitteln, Dünger und Futter, als Folgen der Stärkung der betriebsinternen **Kreislaufwirtschaft**. CO2 wird auch gespart über die **reduzierte Bodenbearbeitung**, welche die Bindung von Co2 im Boden fördert.

Auch die Diversität in der **Fruchtfolge**, bei Verbandszertifiziertem Bio gegeben, welche eine gesunde Bodenstruktur und Nährstoffverfügbarkeit für die Pflanzen fördert, ist ein ökologisches Einkaufskriterium. Hierdurch wird Düngemittel eingespart, welches unter Umständen den Nitratgehalt des Grundwassers anhebt. Ein sozialer Nebeneffekt ist die wirtschaftliche Stärkung und Förderung der finanziellen Unabhängigkeit unserer LandwirtInnen, die dadurch entsteht, dass die Abhängigkeit von *einer* Ernte und deren schwankendem Marktwert aufgebrochen wird.

Die Einsparung von benötigter Anbaufläche ist ein weiteres ökologisches Einkaufskriterium. Es geht um die von den Bio-Anbauverbänden gestärkte **flächengebundene Tierhaltung**, also die Ablösung von zugekauftem Futter durch selbst angebautem und vor allem von den Tieren selbst geerntetem Futter. Dadurch entfallen neben den Co2 Emissionen auch externalisierter Ressourcenverbrauch (Fläche in anderen Gegenden, die für den Futteranbau benötigt wird).

Auch dies hat wiederum selbstverständlich positive soziale Folgen, denn die „freigewordene“ Fläche kann dann für den Anbau der vor Ort benötigten Lebensmittel verwendet werden.

Der **Wasserschutz** ist ein weiteres ökologisches Einkaufskriterium. Über die Ablöse von mineralischen Düngern durch organische Dünger, durch die Biozertifizierung gegeben, und die Förderung einer gesunden Bodenstruktur, dem Schutz der Bodenorganismen und der verminderten Überdüngung wird die wichtige Ressource Wasser für zukünftige Generationen bewahrt.

Wie werden nun die ökologisch relevanten **Bodenorganismen** durch unseren Einkauf geschützt? Es geht um die Förderung einer gesunden Struktur des Bodens, welche durch den Verzicht auf mineralischen Dünger, eine vielfältige Fruchtfolge, (beides durch Verbandszertifizierung gegeben), das Befahren mit leichteren Traktoren (üblich in von uns bevorzugten kleineren Betrieben), die Ersetzung des Pflügens durch eine reduzierte Bodenbearbeitung, die Mulchung und die Einsaat von Dauerbegrünung erreicht wird.

Ein ökologisch,- wie auch soziales -Thema ist die Züchtung von Nutztierrassen für den Ökolandbau. Durch den Kauf unserer Eier unterstützen wir mit einem Cent je Ei die **ökologische Tierzucht** gemeinnützige GmbH. Gerade im Geflügelbereich ist es nach unserer Erfahrung nicht damit getan, die Bruderhähne mit aufzuziehen, da der Genusswert dieser Tiere schlichtweg zu gering ist, um vermarktungsfähig zu sein. Es braucht also mehr Forschung und Züchtung für Zweinutzungsrassen, die wir gerne unterstützen.

Als abschließendes ökologisches Einkaufskriterium möchten wir benennen, dass wir selbst **Zusatzstoffe** nicht verwenden und diese in unserem Einkauf deutlich minimieren, auch auf in der Verbands-Bio-zertifizierung zugelassene Zusatzstoffe bezogen, weil Zusatzstoffe Co2-intensiv und zentralisiert (Transport-Co2) hergestellt werden.

Offensichtlich handelt es sich hier um ein System, in dem viele Punkte vielfältig und **nicht linear** miteinander verbunden sind.

Fakt ist, dass der ökologische Landbau all diese Themen voranbringt. Wir versuchen unter den ökologischen LandwirtInnen nun jene zu suchen, die sich auf Ihren Betrieben besonders engagiert für die Umsetzung **möglichst vieler Vernetzungen** einsetzen.

Ökostrom und Ökogas, bringt das was?

Nach langer Ablehnung, insbesondere des Themas "Ökogas", ist bei den Stadtwerken Karlsruhe im April 2021 der Wechsel zu Ökostrom und Ökogas beantragt worden.
Warum sind wir überhaupt noch bei den Stadtwerken? Klar, in unserem Businessplan haben wir 2013 überzeugt vertreten, dass wir mit Naturstrom zusammenarbeiten wollen. Bei der Unternehmensgründung mit Säugling konnte dieser Wechsel jedoch nicht gleich erste Priorität sein. Wir begannen zudem zu zweifeln, ob es nicht sinnvoller wäre, bei den bestehenden Energieversorgern durch eine andere Nachfrage die Energiewende zu beschleunigen. Die Stadtwerke Karlsruhe wurden außerdem zu einem wichtigen Kunden für uns. Würde Naturstrom dies jemals werden? Das Agieren auf lokaler Ebene bringt doch vielleicht eher die wertvollen Kurzschlüsse? Der fehlende Mut, die Mehrausgaben für Ökostrom und Ökogas verkraften zu können und die Zweifel an deren Wirksamkeit in Richtung ganzheitlich nachhaltiger Energiebeschaffung (insbesondere beim Thema Biogas aus dafür angebautem Monokulturmais) hatte uns bisher von diesem Schritt abgehalten.
Nach langem Abwägen, haben wir uns jedoch entschieden, diesen Schritt zu gehen und stehen nun bei jeder Gelegenheit dafür Rede und Antwort. (weiterführende Infos: www.stadtwerke-karlsruhe.de)

Was machen wir ökologischer als andere?

Der Anteil an biologisch zertifizierten gastronomischen Unternehmen in Deutschland ist noch verschwindend gering, circa 2%. Da eine Zertifizierung auch nur auf einzelne Komponenten bezogen sein kann, zum Beispiel: "Wir verwenden nur Bioeier.", ist der Anteil an gastronomischen Unternehmen, die 100% biozertifizierte Zutaten verwenden, nochmal geringer. Wir zählen also, was den ökologisch nachhaltigen Einkauf angeht, zu den **absoluten Pionieren** in Deutschland.

Hinzu kommt, dass wir, im Unterschied zu anderen potenziellen 100%- Bio Unternehmen auf **eigene Standards** achten, die auch bei dem im Vergleich zu den EU-Bio-Richtlinien höheren Verbandsbiostandards noch einmal eine Auswahl der Betriebe erfordert, um Rassen,- und Sortenvielfalt, Fruchtvielfalt, handwerkliche/zusatzstoffarme Verarbeitung und andere bereits erwähnte Aspekte zu fördern.

Als innovativ betrachten wir, dass wir seit 2016 offensiv damit **werben**, in Deutschland das erste bio-fine-dining Restaurant zu sein und damit aktiv dazu beitragen, dass bio über die Verbindung mit Exzellenz in die **Mitte der Gesellschaft** vorrückt.

vegetarische und rein pflanzliche Gerichte
aus unserer Küche

Das Denken in Systemen

Durch das **Studium der Gastronomischen Wissenschaften** ist uns ein guter Grundstein gelegt, um die ökologischen, sozialen und kulturellen Schwächen unseres Lebensmittelsystems zu kennen und Wege zu nutzen, um diese zu umgehen.

Wir betrachten unser Lebensmittelsystem **holistisch**. Die Stärke eines Systems gegenüber einer linearen Verbindung sehen wir darin, dass es immer einen alternativen Weg gibt. Dieser mag erstmal kompliziert erscheinen – und unter Berücksichtigung nur eines Faktors von vielen auch nicht zielführend - aber mit Blick auf das ganze System halten wir diese alternativen Wege für **systemrelevant**. Eine Inanspruchnahme dieser "Umwege" stärkt die Struktur des Systems und schütz es vor einem potentiellen Zusammenbruch.

Dies bedeutet, dass ein Weg, der heute der Beste erscheint, morgen schon von einem neuen Weg ersetzt werden kann. Das hängt damit zusammen, dass sich das System und alle seine Beteiligten stetig weiterentwickeln – deren Wissen ebenso. **Informieren, Beobachten und Netzwerken** sind für uns die drei konkreten Evaluierungstools für Risiken aller Art und Voraussetzung unserer konsequenten Umsetzung des nachhaltigen Einkaufs.

Versprechen

Wir bestätigen, dass wir keine Produkte oder Dienstleistungen zukaufen, die in der Lieferkette mit besonders hohen schädlichen Umweltauswirkungen einhergehen.

Wie wir Transparenz und Mitentscheidung in unserer Lieferkette fördern

Wir sind zusätzlich zur EU-Biozertifierung noch Partner von **Bioland**. Im Anbauverband Bioland versammeln sich LandwirtInnen, Verarbeiter, Händlerinnen, Gastronomen und Verbandsmitarbeiterinnen, um gemeinsam zu planen und zu handeln.

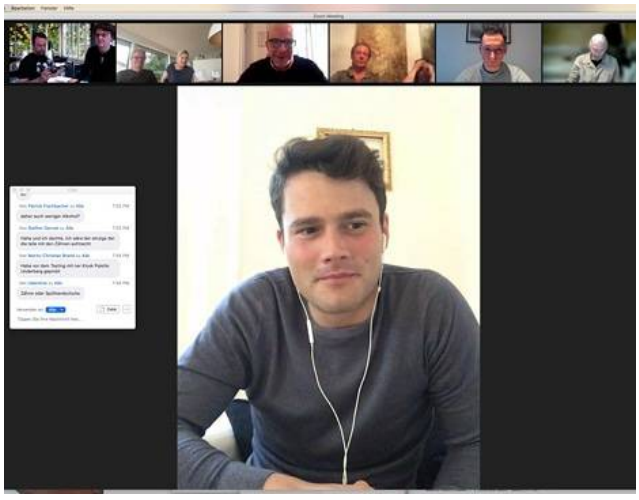
Wir nehmen an **Veranstaltungen** teil, zu denen alle Mitglieder der Zulieferkette aktiv eingeladen werden. Auf diesen Veranstaltungen werden Bedürfnisse aller angesprochen und gangbare Wege gefunden.
Zum Beispiel fand im Oktober 2020 eine von Bioland organisierte eintägige Tagung zum Thema "Handel in der Gastronomie" in Augsburg statt, an dem GastronomInnen, HändlerInnen und Bioland-Mitarbeitende teilnahmen. Die verschiedenen TeilnehmerInnen der Wertschöpfungskette haben Ihre Bedürfnisse, Hürden, Problematiken, Verbesserungspotenziale beschrieben und sich ausgetauscht, wie die Zukunft gemeinsam verbessert werden kann.

Sofern Projekte bekannt sind wie zum Beispiel die Upländer Bauernmolkerei, deren Unternehmen einzigartig für Partizipation entlang der Lieferkette steht, werden diese bevorzugt eingekauft. Ebenso bevorzugen wir, wo möglich, die Zusammenarbeit mit als **Kooperativen** organisierten Unternehmen.

Mit Frank John, einem Winzer in Neustadt/Pfalz haben wir seit 2020 eine exklusive **Sektkooperation**. Die Mengen bestimmt der Jahrgangsertrag. Den Preis der Winzer.

Ziele

Wir möchten das Thema Transparenz und den partizipativen Umgang mit Mitarbeitenden in den Bioverbänden immer wieder ansprechen und uns dafür einzusetzen, dass für deren Einhaltung Beweismechanismen etabliert werden.



Digitaler Austausch mit Emilio Foradori, Weingut Foradori (GWÖ-bilanziert)

Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Einleitend möchten wir erwähnen, dass die wirtschaftlichen Aspekte der Nachhaltigkeit unsere größte **Herausforderung** darstellen. Im sechsten Jahr nach Öffnung haben wir das erste Mal einen Überschuß erwirtschaftet. Dann kamen drei von der Pandemie geprägte Jahre. In dieser Zeit ist bei uns, wie anderen gastronomischen Betrieben, enormer Schaden entstanden, auch wenn sich dies nicht unmittelbar in der BWA wiederspiegelte.

Mit welchem Geld sind wir gestartet?

Unsere Eigenmittel setzen sich aus **Ersparnissen, Erbschaften und Privatdarlehen** von Familienmitgliedern zusammen. Zu Beginn der Coronapandemie haben wir unsere Gäste gezielt gebeten, über den Erwerb von Gutscheinen in uns zu investieren. Das Thema Crowdfunding haben wir bisher abgelehnt. Warum? Wir wollten stets unter *normalen* Bedingungen Erfolg haben, auch wirtschaftlich.
Dass dieser Anspruch sehr hoch ist, haben wir über die Jahre gelernt. Mittlerweile wären wir offen für alternative Finanzierungsarten, haben aber noch nichts Konkretes geplant.

Unsere Eigenkapitalquote (Eigenkapital : Gesamtkapital x 100) entsprach bei der Gründung im Jahr 2014 21 %.
Der durchschnittliche Eigenkapitalanteil von mittelständischen Unternehmen von 10-49 Mittarbeitern lag 2019 bei 31,5%. In Unternehmen von weniger als 10 Mitarbeitern lag der Anteil bei 22,2 %.

https://de.statista.com/statistik/daten/studie/150148/umfrage/durchschnittliche-eigenkapitalquote-im-deutschen-mittelstand/

Mit viel Elan und aus der Überzeugung kommend, hier einen Partner zu haben, der unser Potenzial erkennt, haben wir uns 2013 mit unserem Businessplan an die **GLS-Bank** gewendet. Die Enttäuschung war dementsprechend groß, als wir die Nachricht erhielten, unser Eigenkapital würde für eine Finanzierung nicht ausreichen. Weiter folgte leider nichts, kein Gesprächsangebot, kein Versuch, eine Lösung zu suchen, uns vielleicht mit erfahrenen UnternehmerInnen in Kontakt zu bringen. In der Nachbetrachtung haben wir, auf den Businessplan bezogen, vieles anders gemacht. Zwischen Theorie und Praxis sind viele noch unüberwindliche Hürden sichtbar geworden. Wir können uns gut vorstellen, dass unser Businessplan naiv und unrealistisch wirkte. Andererseits: Vielleicht ist es auch ein übliches Geschehen bei einer Gründung, dass sich Vieles einfacher vorgestellt wird, weil ansonsten die nötige Antriebskraft fehlte? Trotz unserer Enttäuschung ist unsere Sympathie für Ethikbanken groß. Von unserer Seite stünde einer Zusammenarbeit nichts im Wege.

Dass keine Bank gerne Gastronomieprojekte finanziert, haben wir mittlerweile gelernt. Nur muss nach unserem Verständnis die nötige gesellschaftliche Transformation in allen wirtschaftlichen Bereichen stattfinden und dementsprechend müssen auch Ideen in **risikobehafteten Branchen** finanziert werden können. Vielleicht bieten ja gerade diese ein besonders **hohes Potenzial** an Schlagkraft für Veränderung? Warum wir es nicht geschafft haben, innerhalb der kleinen GLS-Communitiy vernetzt zu werden, um von den bereits etablierten Unternehmen, die teilweise bereits seit mehreren Generationen für einen Wandel unserer Wirtschaft stehen, eine Art "Entwicklungsferment" zu erhalten? Waren wir einfach zu früh? Hatten wir Pech mit den AnsprechpartnerInnen? Haben wir zu wenig Energie ins Netzwerken gesteckt?

Jedenfalls hat die **Sparkasse Karlsruhe-Ettlingen** uns den Kredit (aber auch kein Netzwerk) gegeben. Dieser Kredit ist Ende 2023 abbezahlt.

Nachfinanzierung

Fehler in den Anfangsjahren und die Coronalockdowns haben uns im Frühjahr 2021 eine wirtschaftliche Notsituation aufgezeigt. Wir wendeten uns mit einem Kreditwunsch an unsere Hausbank. Diese stellte eine unzureichende Kapitaldienstfähigkeit fest. Den nötigen Kredit in Höhe von **100 T Euro** bewilligte uns die Volksbank Karlsruhe. Er läuft bis Sommer 2032.

Wie nachhaltig sind unsere Banken?

Auf dem **Fairfinanceguide** wird die Sparkasse mit 64 % im gelben Bereich bewertet.

Die Volksbank ist dort über ihr Spitzeninstitut, die DZ Bank Gruppe, mit 42 % bewertet.

Fremdfinanzierung
aufgeschlüsselt nach Finanzierungsart
Angaben in Tsd. EUR und in % vom Fremdkapital

41 T Sparkasse Karlsruhe Gründungsfinanzierung (Stand September 2021)	28 %
9 T Sparkasse Karlsruhe Bürgschaft für Mietsicherheit.	3 %
Seit Ende 2021: 100 T Volksbank Karlsruhe	68 %

Ziele

Wir arbeiten mit viel Kraft daran, dass uns die Zukunft, auch in Verbindung mit der Gemeinwohlökonomiebewegung finanziell stabil werden lässt. Wir engagieren uns für andere **politische Rahmenbedingungen**, die Unternehmen wie uns die Investition ins Gemeinwohl erleichtern.

Ziel unseres Unternehmens ist es, **ohne Neuverschuldung** alle anfallenden Kosten zu decken.

Unsere Ausgaben sind „Einkommen" der LieferantInnen, MitarbeiterInnen und der Gesellschaft. Sofern ein Mittelüberschuß vorhanden wäre, würde dieser für das **Weiterbestehen und die Weiterentwicklung** des Unternehmens und die Bildung von Risikorücklagen verwendent

Handeln wir vorbildlich?

Ist es eine ethisch korrekte Haltung, alles, was man selbst besitzt, in eine Unternehmensidee zu stecken, das Risiko einzugehen, alles zu verlieren? Wir haben über die Jahre rund **300 Tsd. Euro** aus Erbschaften und privaten Darlehen in unser Unternehmen investiert. Wäre es ethisch korrekter gewesen, von diesem Geld ein Haus zu finanzieren, das unsere Kinder erben könnten? Handeln wir vorbildlich? Wir sind zwiegespalten.

Versprechen

Wir bestätigen, dass die **Verteilung von Geldmitteln** trotz stabiler Gewinnlage fair erfolgen würde.

Sanierungsbedarf

Unsere Ausstattung mit **Kühlaggregaten** ist kritisch zu hinterfragen. Sie sind sehr alt, sehr laut und geben sehr viel Wärme ab, was auf eine nicht effiziente Funktionsweise schließen lässt. Um einen Eindruck über unseren aktuellen Energieverbrauch und die Rentabilität einiger Neuanschaffungen zu bekommen und auch um das Thema "Energieneutralität/energiepositives Wirtschaften" besser zu verstehen, haben wir im Frühjahr 2021 einen *check* von der **Regionalen Kompetenzstelle Energieeffizienz Mittlerer Oberrhein** (KEFF) genutzt. Es war ein sehr aufschlussreicher Termin. Details folgen weiter unten.

Für den Austausch der Geräte würde jedoch Kapital in Höhe von 30 T Euro benötigt, welches momentan noch nicht erwirtschaftet wurde.

Finanzierung sozial-ökologischer Projekte

Unser Unternehmen ist ein sozial-ökologisches Projekt. Jeder Euro, der bisher investiert wurde, fördert die **Transformation** zu einer sozial-ökologisch nachhaltigen Gesellschaft.
Trotz nicht vorhandener Mittel haben wir uns aus sozialer Überzeugung und mit dem Elan eines wirklich gut beginnenden 6. Jahres im späten Frühjahr 2020 mit 4900 € an einem neuen Auto für den **CVJM Karlsruhe** beteiligt. Unternehmerisch war dies ein leichtfertiger Fehler, wie sich später herausstellte. Wir hatten die Entwicklung der Pandemie falsch eingeschätzt.

Porsche für den Klimaschutz verschenkt

Völlig gaga finden wir, dass wir einen Porsche für den Klimasschutz verschenkt haben: Jeder weiß, dass der Transport von Mineralwasser das Klima belastet.
Weil wir darauf aufmerksam machen möchten, dass dieser Transport bei Vorhandensein erstklassigen Leitungswassers, wie wir es in Karlsruhe haben, völlig ungerechtfertigt ist, bieten wir Leitungswasser gratis an und laden unsere Gäste ein, eine freiwillige Spende an "Viva con agua", einen Verein, der Brunnen in Regionen baut, wo Menschen keinen Zugang zu sauberem Trinkwasser haben, zu hinterlassen.
Wir haben in unserem Restaurant bisher (Stand September 2019) rund 35 Tausend mal einen Menschen verwöhnt. Nehmen wir an, jeder dieser Gäste hätte nur eine halbe Flasche Wasser (Einzelpreis € 7) getrunken und bezahlt. Wir hätten **122 500 Euro Umsatz** machen können.Den Wert eines Sportwagens. Neu.

Versprechen

Wir bestätigen, dass unser Geschäftsmodell nicht auf ökologisch bedenklichen Ressourcen aufbaut. Es ist über die Forschung zum ökologischen Landbau belegbar, dass unser Unternehmen Ressourcen wie gesunden Boden, reines Wasser und saubere Luft sogar aufbaut, bzw. **regeneriert**.

Eingentumsbeteiligung und Mitentscheidung

Das erasmus ist ein **Einzelunternehmen.** Die Eigentümerin haftet mit ihrem Privatvermögen.

Es findet keine finanzielle Mitentscheidung und keine Eigentumsbeteiligung statt. Es wäre für unsere MitarbeiterInnen auch nicht interessant, diesen Schritt zu gehen, da sie in der momentanen wirtschaftlichen Lage des Unternehmens als Angestellte finanziell besser dastehen und besser abgesichert sind, als dies als Beteiligte der Fall wäre.

Sobald es die Möglichkeit gibt, dies attraktiv darzustellen, ist die Form einer **Beteiligung** angestrebt.

Versprechen

Wir bestätigen, dass keine feindlichen Übernahmen erfolgt sind.

Nachhaltigkeit in Bezug auf unsere Mitarbeitenden

Unternehmenskultur

Wir sind ein kleines Familienunternehmen, in dem **familiär** miteinander umgegangen wird. Nun ist diese Umgangsform nur vermeintlich einfach. Über die Jahre mussten wir lernen, uns selbst als Menschen und UnternehmerInnen zu **schützen** und dennoch offen zu bleiben und **Vertrauen zu schenken**. Wir lernen immer noch täglich, besser, klarer und unmissverständlicher zu kommunizieren und zu handeln und diese Instrumente auch bei unseren MitarbeiterInnen attraktiv zu machen.

Wir treffen uns zweimal jährlich als Team zum **gemeinsamen Essen**. Mal dürfen die Auszubildenden sich ausprobieren. Dann bereiten wir mit einer japanischen Mitarbeiterin zusammen Sushi zu. Wir gehen gemeinsam eine Pizza essen oder besuchen ein Sternerestaurant.

Die traditionelle Pastaherstellung zu erlernen, stiftet Sinn.

Würde hat für uns auch etwas mit **Sinnstiftung** zu tun. Durch unsere ökologische Ausrichtung, den regionalen Bezug, das Bewahren traditioneller Rezepte und Arbeitsschritte, teilweise auch lokaltypischer Gargefäße, die Verarbeitung ganzer Tiere und die teilweise persönliche Belieferung von unseren LandwirtInnen, sind unserer Mitarbeitenden Teil eines **wärmenden Ganzes**. Sie erleben unsere Werte jeden Tag. Sie sind Zeugen wunderschöner Lebensphasen und herausfordender Momente.
Bei uns gibt es keine Masken aber einen Sauerteig, dessen Wohnort (Behältnis) von unserem team liebevoll mit wechselnden Gesichtern bemalt wird.

Wir arbeiten in einem Gebäude, dessen für Bewirtung nutzbare Fläche im Sommer mehr als doppelt so groß ist wie im Winter. Der Wunsch, dieses Potenzial voll auszuschöpfen, hat uns in den letzten Jahren immer wieder in die Lage versetzt, mit studentischen Aushilfen zu arbeiten, da Fachkräfte, die zu uns passen, sehr schwer zu finden waren.

Im Berichtszeitraum fand diesbezüglich ein Umdenken statt. Wir werden zukünftig mit einem **festen team** von 6 MitarbeiterInnen arbeiten. Die personellen Schwankungen, die das Arbeiten mit StundentInnen mit sich bringt, hat unser team stets sehr viel Energie gekostet. Diese wurde nicht durch einen entsprechenden Mehrwert, den die Aushilfen bringen sollten, ausgeglichen.

Einmal am Tag isst das team gemeinsam - im Sitzen und in Ruhe.

Bei der Busche Studie 2023 wurden wir anonym von unseren Mitarbeitenden durch überdurchschnittliche Bewertungen in allen relevanten Kategorien als „**Top Arbeitsgeber**“ im Gastgewerbe ausgezeichnet. (https://www.busche-studie.de)

Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz

Die Inhaberin versucht mit **gutem Beispiel** voran zu gehen, indem Sie regelmäßig Sport macht und davon auch im Team berichtet. Einer unserer Mitarbeiter ist übergewichtig und trank während seiner Arbeitszeit ausschließlich Cola statt Wasser. Wir haben ihm vorgeschlagen, auf aromatisiertes Wasser umzusteigen und die Vorteile dieses Wechsels für ihn immer wieder thematisiert. Mittlerweile trinkt der Mitarbeiter während der Arbeitszeit normales Mineralwasser.

Für den Arbeitsschutz bieten wir allen Mitarbeitenden die Anschaffung von geeigneten **Schuhen und Berufsbekleidung** an, mit teilweiser Kostenübernahme. Dazu sind wir nicht verpflichtet.

Wir essen vor jeder Schicht gemeinsam ein von uns frisch zubereitetes Essen, mit der gleichen hohen Produktqualität, mit der wir auch für unsere Gäste kochen. Die **Verpflegung** ist kostenlos.

Diversität

Es gibt keine Betriebsvereinbarung oder Maßnahmen, jedoch Offenheit gegenüber jeder gesellschaftlichen Gruppe. In 2020 waren wir **10 Mitarbeiter aus 6 Nationen**. Davon waren 6 weiblich und 4 männlich. Unsere Ehe selbst ist International, unsere Kinder wachsen zweisprachig auf. Wir beschäftigen einen Mitarbeiter mit geistiger **Schwerbehinderung**. Verpflichtet sind wir dazu nicht. Das ist im gastronomischen Berufsalltag eines Kleinstbetriebes alles andere als leicht. Die Familie der Person signalisiert uns jedoch, dass unsere Entscheidung gut und sinnvoll ist und dass wir bitte daran festhalten sollen. Auf unser Drängen hin begleitet uns im Prozess des Möglichmachens dieser Arbeitsbeziehung ein Sozialarbeiter. Mittlerweile hat sich die Beziehung gefestigt und es hat sich ein gutes Gleichgewicht eingestellt. Wir sind sehr stolz, das geschafft zu haben.

Unsere breit gefächerte **Alterstruktur** (63, 48, 43, 40, 37, 35, 34, 29, 22, 19 Jahre im Jahr 2020) schenkt uns verschiedene Blickwinkel und eine gute Mischung aus Innovation und Bodenständigkeit.

Auch in Bezug auf Religion und sexuelle Orientierung sind wir stets ein diversifiziertes Unternehmen gewesen.
Für Mitarbeitende die sich im **Ramadan** befinden kochen wir auch mal individuell zeitlich passend ein Abendessen. Dass Sie Ihre Schichten in diesem Zeitraum reduzieren dürfen, ist für uns auch selbstverständlich.

Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit

2020: 28 Monate

2021: 42 Monate

2022: 49 Monate

Weiterbildungen und Entwicklungsmöglichkeiten

Ich, Andrea, habe ab Frühjahr 2020 zum Erlernen guter (Selbst-) Führung und Kommunikation an einem achtmonatigen **MBSR- Coaching** für Führungskräfte teilgenommen. Auch bei unseren MitarbeiterInnen möchten wir diese Fähigkeiten gerne stärken. Wir denken an Maßnahmen, die als team durchgeführt werden. Dafür braucht es aber erstmal sprachliche Förderung bei einigen Mitarbeitenden, um die gemeinsame Kurssprache Deutsch für alle zu ermöglichen.

Hierfür haben wir zwei Mitarbeiterinnen einen **Deutschkurs** zum Erreichen des Sprachlevels B1 finanziert. Die Sprachkurse wurden im Spätsommer 2021 erfolgreich abgeschlossen. Der nächste Schritt ist nun das Finden eines passenden, finanzierbaren, Kommunikationstrainings.

Strahlende Bioexpertinnen

Wir haben stets kommuniziert, jegliche Form von **Weiterbildung** zu unterstützen.
Weiterbildungen, die der Entwicklung der Persönlichkeit dienen, sind im Gaststättengewebe noch unüblich. Gleichzeitig ist es uns ein Anliegen, dass unsere **Werte und Haltung** auch von unseren MitarbeiterInnen nachvollzogen wird. 2020 haben wir erstmals 2 MitarbeiterInnen für jeweils 1 Tag zur **biologischen Landwirtschaft** schulen lassen.

Für zwei unserer Auszubildenden haben wir **Praktika** bei befreundeten Köchen in Italien organisert, für das wir sie im dritten Ausbildungsjahr **bezahlt freistellen**.
Ein anderer Auszubildender hat, bezahlt freigestellt, bei unseren niederländischen Fischerfreunden das Sammeln wilder Wattaustern kennengelernt und das Filettieren von Fisch perfektioniert.
Einer langjährigen Mitarbeiterin haben wir ein Praktikum in einer Karlsruher Patiserie organisiert, für das wir sie bezahlt freigestellt haben.

Nach unserer Einschätzung ist dieses Engagement nicht selbstverständlich in vergleichbaren gastronomischen Betrieben.

Krankenquote

Wir hatten 2020 insgesamt **76 Krankentage**, gemeldet von vier MitarbeiterInnen, drei davon studentische Aushilfen. 14 Kranktage beziehen sich auf eine Blinddarmentzündung einer langwierigen Mitarbeiterin.

Es gab keine Betriebsunfälle, außer ein paar kleiner Schnitte.

Versprechen

Wir bestätigen, dass wir keine Strukturen, Verhaltensweisen oder Teilaspekte erfüllen, die menschenunwürdige Arbeitsbedingungen unterstützen.

Arbeitsverträge

Wir halten uns an die Tarifverträge, mit dem mittelfristigen Ziel, übertariflich zu bezahlen. Dieser Prozess benötigt Zeit. Als Kleinbetrieb sind wir nicht verpflichtet, uns an den Tarifvertrag zu halten. Üblicher Weise wird in der Gastronomie der Bruttolohn mit steuerfreien Zuschlägen möglichst niedrig gehalten. Diese Form der Lohnoptimierung nutzen auch wir. Die Erhöhung des Bruttolohnes musste also schrittweise erfolgen. Für die Zeit nach dem letzten Corona-Lockdown (ab Juni 2021) wurde den MitarbeiterInnen eine Gehaltserhöhung ermöglicht, die, je nach Person, die Anpassung an den Tarifvertrag abgeschlossen hat. Einige Mitarbeitende wurden bereits vorher übertariflich bezahlt.

Wir schließen alle unsere Arbeitsverträge schriftlich und **unbefristet** ab.
Schon seit 2015 bieten wir allen Mitarbeitenden **vermögenswirksame Leistungen** an.

Dieses Angebot wird von 4 Mitarbeitenden von neun genutzt (Stand Dezember 2022).
Wir zahlen **steuerfreie Zuschläge** an 7 von neun Mitarbeitenden und Auszubildenden, was deren Nettoverdienst erhöht (Stand Dezember 2022)
Die bewusst lange **Probezeit** von sechs Monaten ermöglicht es beiden Parteien, sich gut kennenzulernen und erlaubt es uns, das Wagnis eines unbefristeten Vertrages einzugehen.

Selbstorganisierter Verdienst

Im Juni 2021, zum „Restart" nach dem langen Coronalockdown wurden in Einzelgesprächen mit unseren Mitarbeitenden viele Gehälter hochgesetzt. Grundlage hierfür war der Gehaltstarifvertrag, in dem sich alle MitarbeiterInnen auf Basis der Dauer ihrer Betriebszugehörigkeit und ihrer Fähigkeiten **selbst eingestuft** haben.

Die meisten unserer Mitarbeitenden sind Quereinsteiger. Die Einordnung im Tarifvertrag den Mitarbeitenden zu überlassen, steigert, so hoffen wir, deren **Selbstbestimmung und Selbstwert**.

Was auch selbstorganisiert passiert, ist die **Verteilung des Trinkgeldes**. Alle bekommen ihren Teil anhand der tatsächlich gearbeiteten Schichten.

Jährlich werden **Gehaltsgespräche** geführt.

Es gibt keine umsatzabhängige Bezahlung. Alle Mitarbeitenden werden mit Festlohn bezahlt. Alle sind **sozialversicherungspflichtig** angestellt.

Selbstorganisierte Arbeitszeit

Die Dienstpläne werden von den MitarbeiterInnen selbst erstellt. Die Absprache funktioniert hier gut. Bedürfnissen, auch das Wochenende betreffend, wird nachgegangen und **Ausgeglichenheit** stellt sich im direkten Gespräch ein. Sonntag und Montag, sowie die meisten **Feiertage sind Ruhetage**.

In der Vergangenheit (bis März 2020, also dem ersten Corona-lockdown) war **Teildienst** (10-14 Uhr und 18-22 Uhr) bei uns Standard. Dieser ist sehr zehrend und schwer mit einer Partnerschaft und sozialem Leben vereinbar. In der Zukunft soll es anders organisiert sein. Diesen Plan haben wir mit dem gesamten team im lockdown erstellt: Wir haben zukünftig nur noch Abends geöffnet (Di-Sa). Die Schicht beginnt für alle um 14 Uhr. Pause ist von 17:45 Uhr bis 18:30 Uhr. Arbeitszeitende ist zwischen 22 und 00 Uhr, je nach Auslastung. Zusätzlich ist Donnerstag und Freitag Mittags geöffnet. Eine Person arbeitet an diesen Tagen zusätzlich zu Marcello ab 10 Uhr und macht an dem Tag um 17:45 Uhr Feierabend, mit einer Mittagspause von 11:15 Uhr bis 11:45 Uhr.

Teilzeitmodelle haben wir immer angeboten. Dieses Angebot wird momentan von 5 Mitarbeitenden von neun (Stand Dezember 2022) genutzt.

Überstunden

Arbeitsstunden inklusive Überstunden werden von den ArbeitnehmerInnen täglich in einem Stundenzettel vermerkt und am Ende des Monats von der Inhaberin in eine Lohnbuchhaltungssoftware übertragen. Jede einzelne Überstunde wird **abgefeiert oder ausgezahlt**. Dies ist in der fine dining Gastronomie äußerst ungewöhnlich. Arbeitslasten werden unter Absprache verteilt, damit auf individuelle Bedürfnisse, wie private Termine, Rücksicht genommen werden kann.

Die Anzahl an Überstunden war in der Vergangenheit (vor Corona), je nach MitarbeiterIn, teilweise sehr hoch. Zum Teil hat dies kulturelle Gründe: Wenn jemand bereits 10 Jahre ohne Anrechnung der Überstunden gearbeitet hat, hat es sich für uns als Arbeitgeber als unheimlich schwer herausgestellt, am Rhythmus und der Arbeitsstruktur dieses Mitarbeitenden etwas zu ändern. Meistens hatten wir von den MitarbeiterInnen, die sich als nicht zu uns passend herausgestellt haben, mehr **Eigenverantwortung** erwartet, als diese bereit waren zu leisten.

Überstunden sind in der Gastronomie ein unumgängliches Mittel um Arbeitsspitzen zu bewältigen. Im lockdown ist in uns Ideen gereift, wie wir unsere Speisekarte besser strukturieren können, um die Überstunden dennoch zu **verringern**. Der Plan ist aufgegangen: Es fallen seitdem deutlich weniger Überstunden an, wir schaffen es besser, Arbeitslasten gleichmäßiger zu verteilen.

Höchst,- und Mindestverdienst ohne steuerfreie Zuschläge Stand Dezember 2022

€ 2816,00 - € 2028,00

Unsere **Auszubildenden** erhalten das **Gehalt nach Tarifvertrag** plus die Auszahlung tatsächlich berechneter **steuerfreier Zuschläge mit Höchstsatz**, plus die Übernahme der **Unterkunftskosten** während des Berufsschulunterrichtes in Blockform.

Das **Einstiegsgehalt für unsere Aushilfen** im Servicebereich lag schon vor der Einführung des Mindestlohnes bei 12 Euro. Im Vertrag ist eine Erhöhung auf **13 Euro** nach der Probezeit verankert. Steuerfreie **Zuschläge mit Höchstsatz** werden dazu gezahlt.

Am **Trinkgeld** werden alle beteiligt.Bei allen Mitarbeitenden beteiligen wir uns auf Wunsch an der Berufsbekleidung (Schuhe, Kochjacken, Kochhosen, Serviceblusen).

Von Mitarbeitenden, die aus anderen Betrieben in der Gegend zu uns gewechselt sind und aus unserer eigenen Berufserfahrung, wissen wir, dass die Kombination aus Gehalt, Arbeitszeit und Arbeitsklima bei uns außergewöhnlich ist.

Versprechen

Wir bestätigen, dass unsere Mitarbeitenden nicht durch ungerechte Arbeitsverträge einseitig belastet oder ausgebeutet werden.

Verpflegung

Wir legen den Lebensmitteln und Getränken am Arbeitsplatz (gemeinsames Essen in der Arbeitspause, manchmal geselliges Beisammensein nach dem Abendservice) die gleichen **Werte** zugrunde, wie dem Essen und den Getränken für unsere Gäste. Unsere Verpflegung ist 100 % ökologisch und saisonal, mit einem starken regionalen Schwerpunkt und mindestens 75 % fleischlos, gerne auch pflanzlich. Tierische Produkte stammen aus extensiver Haltung (Weidehaltung). Das Wasser ist bei uns **klimaneutrales Karlsruher Leitungswasser**, wahlweise gesprudelt. Espresso kommt aus der hochwertigen **Siebträgermaschine**.

Ökologisch auch hinter der Bühne

Im Service nutzen wir **Rückseiten von alten Speisekarten** für Notizen. Wir haben ein strenges **Mülltrennsystem**, dessen Einhaltung wir auch kontrollieren.

Der Weg zur Arbeit

Da wir uns im Stadtgebiet befinden, nutzen 40 % der Mitarbeitenden das Fahrrad. Einen eigenen Fahrradständer haben wir dafür eingerichtet.
Öffentliche Verkehrsmittel nutzen ebenfalls 40 %. Letzteres fördern wir durch einen steuerfreien Fahrtkostenzuschuß in Höhe des Monatstickets. 10 % der Mitarbeitenden kommen zu Fuß. 10 % fahren Auto.

Wir als Inhaber haben uns im Frühjahr 2022 entschieden, dass unser nächstes Firmenleasing elektrisch oder hybrid sein sollte. Lieferschwierigkeiten und eine Preisexplosion haben dann zu der Entscheidung geführt, dass wir nicht mehr leasen, also keinen eigenen PKW (privat oder geschäftlich) mehr nutzen, sondern komplett auf Stadtmobil, Bahn und ÖPNV zurückgreifen.

Happy Birthday

Wir wählen auch unsere **MitarbeiterInnengeschenke** für Geburtstage möglichst ökologisch aus. Zum Beispiel erhält eine langjährige Mitarbeiterin von uns stets einen Gutschein für ein Biohotel ihrer Wahl.

Versprechen

Wir bestätigen, dass in unserem Unternehmen weder Verschwendung von Ressourcen gefördert noch unökologisches Verhalten geduldet wird.

Transparenz gegenüber unseren Mitarbeitenden

Wir haben den **Tarifvertrag** und den **Lohn- und Gehaltstarifvertrag** für alle zugänglich ausgelegt. Unsere **Umsatzzahlen** teilen wir momentan noch nicht aktiv. Sollten wir hierzu gefragt werden, würden wir uns Zeit nehmen, dieses Thema zu erläutern. Wir sprechen aber häufig an, wo wir generell wirtschaftlich stehen, warum wir bestimmte unternehmerische Entscheidungen über Anschaffungen, zusätzliche Caterings oder ergänzende Schließ,- und Öffnungstage, treffen.

Wir beantworten alle Fragen ehrlich und umfassend und gehen oft aktiv auf unsere Mitarbeitenden zu, um unsere Entscheidungsprozesse **nachvollziehbar** zu machen.

Wir machen nach fast jedem Service ein **feedback**. Vor komplizierten Tagen treffen wir uns auch auf ein Teamgespräch vor Arbeitsbeginn. Unsere MitarbeiterInnen wissen, dass Sie uns mit allem ansprechen können.

Wie treffen wir Entscheidungen?

Wir sind für alle Beiträge und Ideen offen, Mitarbeitende können **Anliegen** persönlich mit uns besprechen. Wenn ein Anliegen vorliegt, ist es unser Anspruch, die Wünsche umzusetzen, bzw. einen Weg dorthin aufzuzeigen.

Wir nehmen zum Beispiel **Ideen für neue Gerichte** auf und entwickeln sie mit unseren MitarbeiterInnen weiter.

Wenn wir BewerberInnen auf offene Stellen bei uns probearbeiten lassen, fragen wir auch unsere MitarbeiterInnen nach i**hrem Eindruck**.

Im zweiten Coronalockdown haben wir mit dem gesamten team an einem großen Tisch **Ideen gesammelt**, was wir als Abholgerichte und in unserem Laden anbieten könnten.

Versprechen

Wir bestätigen, dass wir einen Betriebsrat nicht verhindern würden.

Nachhaltigkeit in Bezug auf KundInnen und Mitunternehmen

Wie kommen wir zu unseren KundInnen?

Die für uns erfolgreichste Gewinnung neuer KundInnen läuft über **direkte Empfehlung**. Wenn auch langsam, ist dies für uns der Weg, um einen Kundenstamm zu etablieren, der wirklich sucht, was wir bieten.

Die Betreuung der Stammkunden findet vor allem vor Ort, **im direkten Kontakt**, statt. Ergänzend versenden wir e-mail-Newsletter. Bis Ende 2021 waren wir auch auf Instagram sehr rege. Weil wir unsere knappe Zeit aber lieber in direkte Beziehungen -zu unseren KundInnen, Mitarbeitenden, KollegInnen, LieferantInnen, FreundInnen und Kindern - investieren möchten, haben wir von Instagram Abstand genommen. Wir möchten dieses Marketinginstrument gerne in professionelle Hände geben.

In regionalen Kulturmagazinen und der örtlichen Tageszeitung schalten wir darüber hinaus regelmäßig **Anzeigen.** Zusammen mit Einträgen (Fotos) in Gastroführern und Werbepostkarten investieren wir so circa 4 T Euro pro Jahr. Bezogen auf unseren Jahresumsatz ist das weniger als 1 % und damit 3 % weniger als branchenüblich.

Unsere KundInnen stehen im Mittelpunkt

Wir fragen uns häufig, was wir als Gäste denn gerne erleben wollten und entwickeln daraus Ziele.
Zum Beispiel haben wir uns entschieden, unsere **Gutscheine mit einem unbegrenzten Einlösezeitraum** zu verkaufen. Es kommt immer wieder vor, dass alte Gutscheine bei unseren KundInnen auftauchen, zum Beispiel nach einem Umzug. Die Freude unserer KundInnen, darüber, dass der Gutschein nicht verfallen ist, ist dann immer groß.

Bei der Planung von Veranstaltungen werden wir manchmal nach *Komplettangeboten* gefragt, die Getränke schon beinhalten. Wir möchten uns, im Sinne unserer KundInnen, nicht durch einen hohen **Komplettpreis** absichern, dies erklären wir und erfahren immer Dankbarkeit für unsere kundInnenorientierte Entscheidung.

Für uns selbstverständlich, enthalten unsere Trüffelgerichte ausschließlich **echten Trüffel**, keine Trüffelaromen,- Öle oder Essenzen.

Wir glauben, dass es langfristig einen stabilen Umsatz ermöglicht, unseren Gästen mit Ehrlichkeit, Großzügigkeit und **von Mensch zu Mensch** zu begegnen und weit mehr als sehr gute Geschmackserlebnisse zu bieten.

Wir kriegen immer wieder von unseren Gästen gespiegelt, dass die Heterogeneität unserer Kundschaft als angenehm empfunden wird. Diese hat unbestreitbar ihre Grenzen aber sie kommt sicher dadurch zu Stande, dass wir uns bemühen, **alle Gäste gleich** zu behandeln, von der geschäftsessenden DAX-Vorständin bis zum geburtstagfeiernden Studenten. Wir lieben die Diversität unserer KundInnen, ohne die unsere Arbeit viel zu langweilig wäre.

Wir bieten bewusst ein Menü mit Fisch und Fleisch und eines vegetarisch, wahlweise vegan, an. Denn wir wünschen uns, dass Familien oder Paare mit **unterschiedlichen Genussvorstellungen** bei uns eine sehr gute Zeit haben können.

Unsere KundInnen sind HeldInnen!

Wir arbeiten und leben in dem vollen Bewusstsein, dass unser Angebot dennoch nicht für alle Menschen zugänglich ist. Wir leiten hieraus jedoch keinen Handlungsbedarf ab. Unser Ziel ist es, außergewöhnliche Genussmomente zu schaffen, die neben der üblichen persönlichen Bereicherung einen **Mehrwert für die Lebewesen entlang der Entstehungskette des Genussmoments** schaffen. Wir ermöglichen es damit unseren KundInnen zu HeldInnen zu werden.

Wir schaffen es nur gemeinsam!

Wir verurteilen niemanden für den eigenen Konsum. Manchmal denken wir, dass bestimmte Konsummuster Ausdruck einer Epoche sind, die nun schlichtweg zu Ende geht. Es wäre nicht der erste Epochenwechsel der Menschheit. Dann erkennen wir in starken Vorlieben einfach Arbeitsaufträge. Ist es nicht unsere Aufgabe, als Dienstleister Angebote zu machen, die auf Bedürfnisse eingehen? Fragen wir als Dienstleister denn genug nach, was denn das wahre Bedürfnis ist oder *meinen* wir dies zu kennen und reagieren mit altbewährten Angeboten?
Wir arbeiten und leben in der Überzeugung, dass wir mit **Zusammenhalt, Empathie und Nachsicht** am weitesten kommen. Ausgrenzung, Herabsetzung und Schuldzuweisungen lehnen wir ab.

Versprechen

Wir bestätigen, keine unethischen Werbemaßnahmen durchzuführen.

Mit wem kooperieren wir?

Wir kooperieren mit **Unternehmen** die in der Wertschöpfungskette vor oder nach dem Restaurant angesiedelt sind, also landwirtschaftliche Betriebe, lebensmittelverarbeitende Betriebe und Handelsbetriebe. Ebenso kooperieren wir mit **Verbänden und Vereinen**. Ob bereits große Werteschnittmengen bestehen, ist dabei immer häufiger zweitrangig, denn uns interessiert ja der gemeinsam zu bewältigende Wandel.

Mit **anderen Restaurants** kooperieren wir innerhalb der Slow Food chefs alliance, innerhalb der Vereinigung Bio Spitzenköche und innerhalb der Fachgruppe Gastronomie im Bioland Anbauverband, deren stellvertretende Sprecherin Andrea ist, sowie auf lokaler Ebene, wenn es z.B. um das Feiern der italienischen Gastronomielkultur oder einen mit einer Kultbar zusammen organisierten Cocktailabend geht. Auch eine Azubikooperation haben wir schon ausprobiert, in der die Ausbildungszeit wechselnd in drei sehr unterschiedlichen Betrieben absolviert wird, um die Vielschichtigkeit des Kochberufes erlebbar zu machen.

Wir sind überdurchschnittlich viel in **Netzwerken** innerhalb und außerhalb unserer Branche engagiert, die die Transformation unserer Wirtschaft voran bringen. Innerhalb der Branche geben wir gerne Erfahrungen weiter.

Über die Marketingabteilung der Stadt Karlsruhe erreichen uns immer wieder Anfragen von **BloggerInnen**, die wir nutzen, um Menschen für unsere Themen zu begeistern.

Zickensommer

Dreierlei vom biodynamischen Zicklein

2021 haben wir mit anderen GastronomInnen an einem vom Bioanbauverband Demeter organisiertem Forschungsprojekt zum Thema **Zickleinfleisch** teilgenommen. Die stetig wachsende Nachfrage an Ziegenkäse in Deutschland sollte zukünftig mit einer höheren Nachfrage an Zickleinfleich einhergehen, um den Kreislaufgedanken der ökologischen Lebensmittelwirtschaft in Praxis zu verwandeln. LandwirtInnen und KöchInnen wurden in Kontakt gebracht, um Bedürfnisse abzuklären. Es wurden Zickleinfleischgerichte zubereitet und den Gästen angeboten. Folgend fand ein Auswertungstreffen statt. Ziel war die Klärung der Fragen, was vermarktungsfähiges Zickleinfleich mitbringen muss, welche Rezepte funktionieren könnten, wie die besondere Zutat den KundInnen angepriesen werden könnte. Seitdem ist das Zicklein bei vielen unserer KundInnen eine beliebte Zutat.

Wir haben es geschafft, Genussverhalten zukunftsfähiger zu machen.

Wir zaubern den Geist aus der Flasche

Unsere sizilianischen Orangen müssen wir palettenweise bestellen. Da in kurzer Zeit keine Tonne Orangen über unsere Ladentheke geht, kooperieren wir mit Axel Hubach, einem vielfach prämiertem Brenner in Bad Dürkheim, um den Geist unserer Spitzenorangen in der Flasche einzufangen. Wir haben so einen **Orangengeist** kreiert**,** der genuss-qualitativ und nachhaltigkeits-qualitativ seines gleichen sucht.

Keine Angst vor den Großen

2021 war Andrea Jury Mitglied für den **Metro Preis für nachhaltige Gastronomie**. Hier fand ein reger, branchenübergreifender Austausch, außerhalb der Bio-/Slow Food-Welt, über nachhaltige gastronomische Praxis statt. Hierbei hat Andrea auch einen Zugang zum DEHOGA gefunden, den sie zukünftig gerne ausbauen möchten.

Ebenso sind wir seit Frühjahr 2023 Mitglied bei **Greentable**, einer branchenweiten, regen Initiative.

Für Karlsruhe

In Karlsruhe ist Andrea Mitglied im **Nachhaltigkeitsrat der Karlsruhe Tourismus GmbH**. Ziel und Praxis ist die Beratung und Überwachung der Stadt auf dem Weg zur Tour Cert Zertifizierung und der positive Wandel der lokalen Tourismusbranche.

Kulturgut Wein

Mit WinzerInnen organisieren wir **Weinabende** oder auch **Weinbergsbesichtigungen**, um unseren KundInnen oder BloggerInnen die Einzigartigkeit des jeweiligen Betriebes erlebbar zu machen.

Immer im Einsatz

Auf (online-) Veranstaltungen und Podcasts referiert Andrea zu Anlässen wie dem Weltfrauentag, dem Tag der nachhaltigen Gastronomie oder bei Messen, über die Biozertifizierung, best-practice Beispiele für nachhaltige Gastronomie, das Recht auf Wahlfreiheit bezüglich Gentechnik in Lebensmitteln, Frauen in der Gastronomie, MitarbeiterInnenbindung und KundInnenansprache.

Ebenso ist Andrea, im Winter 2021/22 in das Netzwerk der **Futurewomen** aufgenommen worden.
Im **Bundesverband für Nachhaltige Wirtschaft** ist das erasmus schon Mitglied seit einer Zeit, in der der BNW noch „Unternehmensgrün" hieß. Beide Netzwerke zielen auf die branchenübergreifende Verbindung mit Gleichgesinnten ab.

2022 haben wir zwei Mal kostenlos vor **Rotary-, bzw. Lionsclubs** die Vorteile dargestellt, die eine nachhaltige Gastronomie für uns und alle anderen Beteiligten mit sich bringt.

International vernetzt

Bereits zum zweiten Mal haben wir 2022 an dem italienischen Projekt ***tempi di ricupero*** teilgenommen. Der ehemalige Rektor unserer Universität (University of Gastronomic Sciences) lädt global KöchInnen ein, in einer Woche im Jahr Gerichte zu kreiieren, die aus Zutaten bestehen, die in der gängigen Praxis nicht genussvoll verwertet werden. Es geht hier vor allem um Innereien und ungewöhnliche Pflanzenteile. Die Idee ist, dei Konzepte „**nose to tail**" und „**root to leaf**" zu stärken, krummes Gemüse hübsch in Szene zu setzen, aus vermeintlichen Resten, bzw. minderwertigen Zutaten großartiges zu kreieren.

Die großen Kleinen

Ein **Imker** stellt in unserem Garten am Restaurant seine Bienen unter.
Eine benachbarte **Kita und die Grundschule** im Viertel haben dies bereits zum Anlass genommen, mit den Kindern einen Bienentag zu organisieren. Auf die Theorie in den Einrichtungen folgte ein aufschlussreiches Treffen mit dem Imker und seinen Tieren bei uns im Garten.

Ebenfalls mit der Kita haben wir eine **Weihnachtsbäckerei** organisiert.

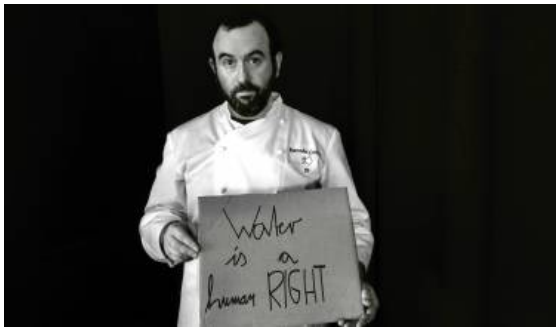
Mit der **Stiphtung Christoph Sonntag** haben wir bereits zwei Mal in Ettlingen mit einer 7. Klasse unseren Rinderbetrieb besucht und danach gemeinsam in der Schulküche ein Mittagessen „unter Anleitung des Spitzenkoches" zubereitet.

Make Weidehaltung great again

Im Herbst 2021 haben wir im Kontext der „**Öko-Aktionswochen Baden Württemberg**“ mit **Dr. Anita Idel** und unserem Rinderhalter Markus Jörger ein gemeinsames Kundenevent zum Thema „klimaschonende Rinderhaltung“ auf dem Hinterbachhof organisiert. Der Zuspruch war sehr gut. Der Wissenstransfer und das Bauernhoferlebnis für alle TeilnehmerInnen eine große Bereicherung. Unser Ziel, dass die TeilnehmerInnen zwischen extensiver Weidehaltung und intensiver Rindermast in der Klimabewertung zu differenzieren lernen, haben wir erreicht.

Soulwater

Wir servieren unser **Leitungswasser** aus schönen s*oulbottles,* welche wir als erstes Unternehmen an die KarlsruherInnen verkauft haben. Viele Menschen konnten wir so anregen, privat auf Wasser in Plastikflaschen zu verzichten. Die Soulbottles werden in Deutschland aus Glas (80% Altglas), Edelstahl, Porzellan, Naturkautschuk (fair rubber zertifiziert) in Handarbeit und klimaneutralisert, in Zusammenarbeit mit internationalen DesignerInnen hergestellt. (Vertiefung über Schritte der Nachhaltigkeitsmaximierung in den letzten Jahren: siehe soulbottles.de)



Beteiligung unseres teams an der social media Kampagne von „Viva con agua“

Viele Wege, ein Ziel

In all diese Aktivitäten investieren wir schätzungsweise **6 Stunden pro Woche**. Ziel dieser Kooperationen ist es, die ökologische und handwerklich arbeitende Lebensmittelbranche zu stärken und auszubauen, für **höhere Branchenstandards** zu werben, sich unter FachkollegInnen zu vernetzen und zu unterstützen und MitbürgerInnen für eine bewusste und zukunftsfähige Ernährung zu begeistern.

Ohne Radikalismen

Wir sind überzeugt, dass wir den Wandel der Branche nur hinbekommen, wenn wir zusammenhalten. Wir möchten, dass alle mit an Bord kommen.
Witziger Weise waren wir beide mit 15 eher radikal unterwegs. Heute entscheiden wir uns bewusst gegen Radikalität (regional, vegan, italienisch). Wir setzen uns stattdessen **für Vielfalt** ein, auch was die gangbaren Wege zu mehr gastronomischer Nachhaltigkeit angeht, denn die Bedingungen vor Ort sind immer unterschiedlich und Nachhaltigkeit sehen wir nicht als Ankommen, sondern als sich-auf-den-Weg-machen.

Versprechen

Wir bestätigen, dass wir auf schädigendes, diskreditierendes Verhalten gegenüber Mitunternehmen komplett verzichten.

Wir brauchen keine Zusatzstoffe

Viele **Konsistenzen**, die BesucherInnen von fine dining Restaurants gewohnt sind, werden nur möglich durch die Verwendung von Zusatzstoffen.
Wir sind uns sicher, dass die gleichen GenießerInnen beim Lebensmitteleinkauf darauf achten, möglichst wenig dieser Stoffe zu sich zu nehmen, sich also über die Zutatenliste im Supermarkt informieren. Im Unterschied zur Lebensmittelindustrie ist die Verwendung von Texturveränderern, Aromen, Geschmacksverstärkern und Emulgatoren in der gehobenen Gastronomie nicht reguliert. Eine Transparenzpflicht besteht zwar, wird aber nicht kontrolliert.

Wir nutzen Zeit, Wissen, Kreativität und Hingabe, um ohne diese Hilfsstoffe ein begeisterndes Ergebnis zu erreichen.

Wir sind konsistent
= sich möglichst weit in natürliche Kreisläufe einfügend

Wir richten unser Angebot bewusst nicht an bestimmten Zutaten aus und nehmen damit Umsatzeinbußen in Kauf. Hierzu zählt zum Beispiel das Rinderfilet. Das Gesetz der Natur sorgt für **200 Kg Rind am Rinderfilet**, dessen Wertschätzung wir uns mit sehr viel Freude annehmen. Alle KundInnen, die für unseren Ansatz offen sind, sind nachhaltig begeistert von unseren Kreationen. Es ist uns aber bewusst, dass wir durch unsere Ausrichtung viele potenzielle fine- dining-KundInnen noch nicht erreichen.

Die Ganztierverarbeitung würde ohne **selbstgemachte Fertiggerichte**, die wir über den Laden verkaufen, nicht funktionieren. Unsere KundInnen dürfen sich regelmäßig über das wahrscheinlich beste ragú alle Bolognese der Stadt, Zuppa di pesce, Kutteln nach Fiorentiner Art, Toskanisches Wildschweinragú, Sizilianische Caponata und vieles mehr freuen. Als Verpackungssystem haben wir uns für das traditionsreiche **Weckglas** entschieden. Unsere KundInnen bringen die leeren Gläser gerne gespült zurück, wodurch wir sie wiederbefüllen können.

Das hochmoderne, durch Wärmerückkopplung sehr energieeffiziente Weckgglaswerk befindet sich in Bonn. Glas ist aufgrund der nahezu unbegrenzt verfügbaren Rohstoffe, die es für seine Herstellung benötigt und aufgrund der unendlichen und vollständigen Wiederverschmelzbarkeit unvergleichbar nachhaltig. 2023 hat Weck Insolvenz angemeldet und ist von der Aurelius Gruppe aufgekauft worden. Wir hoffen, das mit der angekündigten strategischen Neuausrichtung unter der jungen Geschäfstführerin Dr. Joyce Gesing die Kommunikation der Nachhaltigkeitsaspekte dieses uns immer wieder begeisternden Traditionsproduktes ausgebaut wird.
Denn das Haltbarmachen als Methode der **Vermeidung von Lebensmittelverschwendung** und als potentielle Superkraft zum **Bewahren traditioneller Rezepte**; die Verpackung von *Conveniencegerichten*, wenn man sie so nennen will, in Glas; die ausschließliche Produktion in Deutschland; all das finden wir ziemlich faszinierend und stark und würdig in den sozialen Medien und auf der homepage des Unternehmens besser erleben zu dürfen.

Wir sind effizient
= Verhältnis von Nutzen zu negativen ökologischen Auswirkungen möglichst hoch

Auf die **Steigerung unserer Energieeffizienz** im Berichtzeitraum sind wir sehr stolz (siehe E3).
Wir haben unseren gasbetriebenen **Pastakocher** im Berichtszeitrsaum abgeschafft. Er hat sich im Vergleich zum Topf mit Wasser auf dem Gasherd als energetisch weniger effizient herausgestellt.
In eine energie-effiziente und wassersparende **Spülmaschine** haben wir im Berichtszeitraum 15 T Euro, in einen hocheffizienten **Ofen** 10 T Euro investiert.

Wir sind suffizient
= negative ökologische Auswirkungen reduzierend

Immer wieder positiv von unseren KundInnen bewertet wird unser **vegetarisch/ pflanzliches Angebot**. Dass wir hier kein Angebot „ohne etwas“ anbieten, sondern die vegetarisch/pflanzlich Genießenden bei uns aus dem vollen Schöpfen dürfen, ist scheinbar immer noch etwas Besonderes im fine dining Bereich.
In unserer Gesellschaft inflationär geäußerten Vorsätzen („lieber weniger Fleisch und dafür besseres“, „lieber öfter pflanzlich“, „Lieber weniger essen gehen und dafür hochwertiger“) begegnen wir mit sehr attraktiven Angeboten. Unsere KundInnen müssen nicht auf die Politik warten, sie können selbst aktiv werden.
Wir schaffen es also, Suffizienz anzubieten, die nicht als diese wahrgenommen wird. Darauf sind wir ziemlich stolz und wir sehen hier, in dem Instrument des Genusses, der Freude und dem Zugewandtsein eine Superkraft für die nötige Transformation unseres Lebensmittelsystems.

Wir haben die Aluminium-Paraffin-Teelichter auf den Tischen durch aufladbare **LED-Lampen** ersetzt. Somit sparen wir je Abend 14 Einmal-Teelichter, aufs Jahr gerechnet, rund 3200 Stück.

Uns werden fast alle Waren in **Mehrwegkisten** geliefert.
Auch die Espressobohnen von Tostino lassen wir uns jetzt in **Mehrwegkanistern** liefern, statt in dickwandigen Plastikverpackungen.

Wir sind maßvoll

Auch wenn dies auf den ersten Blick nicht unserem unternehmerischen Interesse zu entsprechen scheint, plädieren wir für: „Lieber weniger essen gehen und dafür hochwertiger."

Versprechen

Wir bestätigen, dass wir unverhältnismäßige ökologische Auswirkungen nicht bewusst in kauf nehmen.

Unsere KundInnen inspirieren uns

Wir holen täglich **Feedback** bei unseren KundInnen im Restaurant, bzw. Feinkostladen ein.
Onlinebewertungen sind weit verbreitet und werden auch von unseren KundInnen stark genutzt. Wir nehmen auch hier Anregungen entgegen.
In unseren **Newslettern** rufen wir immer wieder zu feedback, auf, z.B. als wir nach einer längeren Pause unseren Feinkostladen wiedereröffnet haben und die KundInnen nach Ihren Wünschen für das Sortiment gefragt haben.

Der Kontakt zum Hinterwälder Hof, unserem Rinderhalter ist über einen Kunden entstanden.

Eine Kundin im Feinkostladen kauft immer mit ihren eigenen Gefäßen ein, was uns veranlasst hat, diese Möglichkeit des **unverpackten Einkaufs** im Newsletter und auf unserer homepage explizit zu bewerben.

Transparenz gegenüber unseren KundInnen

Informationen bezüglich der Wertschöpfungskette, der ökologisch relevanten Informationen und der Inhaltsstoffe sind auf den **Etiketten** der Produkte im Feinkostladen und in der **Speisekarte** des Restaurants, sowie auf der **homepage**, auf themenspezifischen **Postkarten,** in **Zeitungsartikeln,** auf **Vorträgen** und in **Anzeigen** angegeben und werden gerne **mündlich** oder **per e-mail** ergänzt.

Im Juni 2021 haben wir unseren KundInnen zum restart nach dem lockdown unsere wirtschaftliche Auswertung zum Ende 2020 offenbart. Mit Übergabe der Rechnung gaben wir folgende Aufstellung an unsere KundInnen weiter:

100 € Menüpreis, netto

-35 € Personalkosten

-30 € Warenkosten

-25 € andere Kosten

bleiben 10 € für die Rückzahlung privater Darlehen und das eigene Leben. Von den 10 € waren 6,40 staatliche Hilfen. Da dies nur eine Momentaufnahme darstellt, weder die negativ abgeschlossenen Vorjahre, noch die zum Dezember 2020 offenen Forderungen abbildet, möchten wir Ihnen mitteilen: Wir haben sicher viele Erfolge in den letzten Jahren verbuchen können. Für unseren wirtschaftlichen Erfolg dürfen wir uns aber gemeinsam noch ein bischen mehr anstrengen. Willkommen zurück! ;-)

Versprechen

Wir bestätigen, dass unsere Produkte keine Schadstoffe enthalten, die KundInnen und Umwelt belasten und dass keine schädlichen Nebenwirkungen bei der zweckgemäßen Verwendung unserer Produkte entstehen.

Nachhaltigkeit in Bezug auf die Gesellschaft

Wir erfüllen das Bedürfnis unserer KundInnen nach Lebenserhaltung, Gesundheit und Wohlbefinden

Wir bieten besondere Genussmomente, die im Einklang mit Natur und Gesellschaft (ent-)stehen. Natürlich braucht niemand ein Gourmetessen, um zu überleben. Auf der anderen Seite liegen zahlreiche wissenschaftliche Belege vor, dass der Mensch **Schönheit, Muße und Genuss** braucht, um ein gutes, würdevolles und gesundes Leben zu führen.
Bei uns wird der Gesundheitsgedanke automatisch auf die Umwelt der Genießenden mitgedacht.
Durch den Verzicht auf Zusatzstoffe, die Nutzung von 100 % **ökologischen Zutaten**, -voller **Sekundärstoffe** und frei von Pestiziden und Massentierhaltung - sowie das Mitservieren von **sinnstiftenden Geschichten** hinter den Zutaten, steigern wir das Wohlbefinden unserer Gäste.

Wir erfüllen das Bedürfnis unserer KundInnen nach Schutz und Sicherheit

Wir sind, was **Lebensmittelunverträglichkeiten** und **Ernährungsvorlieben** angeht, ungwöhnlich anpassungsbereit. Es liegt wahrscheinlich an unserer Italienischen Gastgeberseele: Wir möchten, dass sich ALLE bei uns wohlfühlen, egal wie kompliziert Ihre Ernährungswünsche die Abläufe für uns werden lassen.
Aufgrund unserer Größe wären wir nicht dazu verpflichtet aber wir haben ein Unternehmen engagiert, dass uns vierteljährig auf Hygienerisiken scannt. Die Lebensmittelüberwachungsbehörde der Stadt Karlsruhe vergibt uns jedes Jahr den „**Hygiene Smiley**“.

Es macht uns glückselig, wenn sich unsere Gäste **Liebe schenken**. Ob dabei Teller, PartnerInnen oder Geschlechterrollen getauscht werden, ist uns völlig gleich.

Wir erfüllen das Bedürfnis unserer KundInnen nach Zuneigung und Liebe

Wir sind unseren Gästen, LieferantInnen und Mitarbeitenden gegenüber stets zugeneigt und sensibel für ihre **Bedürfnisse**. Unsere Liebe gilt der Schöpfung, mit all ihren manchmal verrückten, anstrengenden, herzerreißenden, verbindenden, uneinigen, überwältigend schönen Formen des Seins. An dieser Liebe versuchen wir unsere KundInnen teilnehmen zu lassen. Wir setzen uns für den **Erhalt des Schönen** ein, indem wir es unseren KundInnen auf eine tiefgehende Art darbieten.

Wir erfüllen das Bedürfnis unserer KundInnen nach Verständnis und Einfühlung

Wir sind überzeugt, dass alle, wirklich alle Menschen die gleichen Bedürfnisse verbindet. Hier setzen wir an, indem wir Angebote zur Befriedigung dieser menschlichen Bedürfnisse machen. Wir grenzen niemanden aus. Wir verstehen Menschen, die ein gutes Essen mit einem Stück Fleisch verbinden. Wir verurtreilen dies nicht, sondern sehen darin einen **Arbeitsauftrag**, dieses Genussbedürfnis zukunftsfähig zu erfüllen.

Seit 2019 zaubern wir den Gästen, die uns mit Hunden besuchen (was nicht in jedem fine dining Restaurant möglich ist), ein extra Lächeln aufs Gesicht, wenn wir Ihnen ein ***Königshappen***-Leckerli zur Begrüßung schenken. So genießen auch die VierbeinerInnen bei uns ein genussintensives, in Deutschland und aus deutschen Zutaten hergestelltes Bioerlebnis.

Wir erfüllen das Bedürfnis unserer KundInnen nach Teilnahme und Geborgenheit

Unser Unternehmen ist Teil einer Wertschöpfungskette. Unsere Mitarbeitenden und Gäste dürfen über unsere Kommunikation und unsere Haltung Teile dieser werden, was Gefühle von Geborgenheit und Teilnahme entstehen lassen kann. Wir nisten uns nicht in einer radikalen Ecke ein, auch wenn dies wahrscheinlich finanziell sinnvoll wäre, könnten wir dadurch doch unser Marktsegment ideal definieren. Wir glauben an die **verbindende Kraft des Essens**. Unser Angebot soll Familien Genuss ermöglichen, die heterogene Vorlieben haben dürfen. Wir möchten Essen als ideale Projektionsflächen einer blühenden Zukunftsvision ins Spiel bringen.

Wir erfüllen das Bedürfnis unserer KundInnen nach Muße und Erholung

Wir stehen für Genussmomente die Tragen.
Seit 2021 bieten wir in Kooperation mit unserer Stadtteilpfarrerin jährlich ein vegetarisches „**Dinner in Stille**“ im Rahmen der Karlsruher Woche der Stille an.
Wie wir das Schöne mit dem Guten gleichberechtigt verbinden können, ist die Kernfrage unseres unternehmerischen Handelns.

Was wir immer wieder im KundInnenfeedback erfahren ,ist die Wertschätzung unserer natürlich gelebten **italienischen Entschleunigung**.
Wir bieten bewusst kein schnelles businesslunch an, weil unsere Speisen Zeit und Wertschätzung verdienen und wir unseren KundInnen einen hingebungsvollen Genuss wünschen.

Wir erfüllen das Bedürfnis unserer KundInnen nach kreativem Schaffen

Die Ganztierverarbeitung fordert eine Menge Kreativität von uns und unserem Team. Es ist sehr herausfordernd, Fleisch von nicht gemästeten, sich viel bewegenden Tieren zart auf den Teller zu bringen. Dieses Thema ist bisher völlig unterbelichtet in der Fachliteratur unserer Branche, was wir wirklich bedauern. Der „Erdbeerjoghurt-mit-echten-Erdbeeren-der-nicht-nach-Erdbeeren-schmeckt-Effekt“ betrifft auch die allgemeine Zartheitserwartung von Fleisch. Wir haben in unserer Küche eine wirklich **innovative Mischung aus Technologie und Zubereitungsart** etabliert, die nun exzellent funktioniert. Der Weg dahin war lang und forderte viel Experimentierwillen und eine dicke Haut unseres Teams gegenüber unverblümter Gästekritik.

Neben unserem Team sind irgendwie auch unsere KundInnen kreativ, wenn sie sich auf unser teilweise sehr ungewöhnliches Angebot **einlassen**. Wir sind zusammen auf der Suche nach einem zukunftsfähigen, spaßmaximierenden Lebensmittelsystem. Wir können es nur gemeinsam finden.

Für die Aufwertung unseres Ambientes haben wir, nach unseren Möglichkeiten, **lokale KünstlerInnen** involviert. Unsere KundInnen sind durch uns teilweise auf diese noch unbekannten Kreativen aufmerksam geworden und haben sie tatkräftig unterstütz.

Pavel Miguel beim Montieren seiner Kunst.

Wir haben uns nicht ohne Grund für ein **Bauhausdenkmal** entschieden, um unser Unternehmen zu gründen.
Wie Walter Gropius und seine Wegbegleiter weg von der industriellen Fertigung kunsthandwerklich entwickelter Formen, hin zur Herausbildung einer zeitgemäßen Formensprache kommen wollte, beschäftigen wir uns heute mit dem **Sinn und Zweck** einer zeitgemäßen Gastronomie.
Wir lehnen Lebensmittel ab, die industriell gefertigt aber an traditionelle (vorindustrielle) Lebensmittel erinnern sollen.
Zeitgemäße Gastronomie bedeutet für uns: Die Wertung von gesundheitlichen, sozialen, energetischen und sensorischen Aspekten des Essens als gleichwertige Teile der gastronomischen Ästhetik anzuerkennen.
Wie im *Neuen Bauen,* steht die Sozialverantwortung in unserem Unternehmen im Mittelpunkt.

Wir erfüllen das Bedürfnis unserer KundInnen nach Identität und Sinn

Wir bieten zahlreiche sinnstiftende Elemente, sowohl unseren Mitarbeitende, als auch unseren LieferantInnen und unseren KundInnen. Der Mensch definiert sich über sein essen und wird über sein Essen definiert, das war schon immer so. Aus diesem Grund unterstützen wir durch unseren Einkauf die Idee der **Slow Food Arche des Geschmackes** und der **Slow Food Presidi**. Dies sind lokaltypische Lebensmittel, also Sorten, Produkte und Rezepte, deren historische Verankerung, traditionelle Herstellung, geschmackliche Einzigartigkeit und lokale Wertschöpfung von Slow Food dokumentiert und beworben wird. Beispiele sind hier: Bamberger Hörnla Kartoffeln, Pistacchio di Bronte, Moscato di Sarancena, Parmigiano von vacca bianca Modenese Kühen, Hinterwälder Rind, Schwäbisch-Hällisches Landschwein, Nduja di Spilinga.

Unser Ziel ist es, friedvolle Wege aufzuzeigen, positive Identifikationsflächen zu bieten, **beziehungsstärkende Konsumalternativen** zu liefern, menschenverbindende Angebote zu machen. Wir suchen stetig nach mehr Sinn, auch wenn wir uns bewusst sind, dass wir nie alles durchblicken werden können.

Wir erfüllen das Bedürfnis unserer KundInnen nach Freiheit und Autonomie

Niemand wird bei uns ausgeschlossen oder diskriminiert. Wir leben eine **inklusive, internationale und auf Vielfalt aufbauende** Unternehmenskultur.

Das Thema **Kommunikation** sehen wir auch im Bereich der Freiheit. Ist es nicht so, dass wir als KonsumentInnen täglich weitreichende Entscheidungen treffen, die aus uns erfolgreich vermittelten Botschaften resultieren?
Wir scheuen uns nicht vor komplexen Essensthemen und versuchen immer wieder differenziert an Ernährungsaspekte heranzutreten.
Wir verurteilen nicht und stehen für Wandel durch und mit Freude.
Indem wir Wissen und Informationen mitservieren, ermöglichen wir **mündigere Entscheidungen**. Wir hüten uns vor Vereinfachungen und verabsolutierenden Aussagen.
Wir bieten einen neuen fine-dining-Genuss, der auch zukünftigen Generationen Freiheit und Würde ermöglicht.

LADEN
Mittwoch 14 – 18.30 Uhr
Donnerstag und Freitag 10 – 18:30 Uhr
Samstag 9 – 13 Uhr

RESTAURANT
Mittwoch – Montag
mittags ab 12 Uhr abends ab 18 Uhr
Dienstags geschlossen

Fleisch und Geist

Die Verarbeitung eines Tieres in unserem Restaurant gehört zu der verantwortungsvollsten Aufgabe, die wir uns vorstellen können. Warum? Evolutionsgeschichtlich betrachtet emanzipieren wir Menschen uns fortschreitend von der Natur. Die Tiere hingegen sind immer noch viel stärker mit ihr verbunden. Ihre Eingespieltheit auf die Stoffwechselkreisläufe von »Mutter Erde« hinterlässt fruchtbare Böden. Ihr Fett und ihr Fleisch hat uns in vergangenen Zeiten karge Wintermonate überstehen lassen, und ihr Dasein als Herdentier schützt heute noch Feld, Flur und Wasserwege vor Verbuschung und erhält eine für uns Menschen wertvolle Kulturlandschaft.

Wir Menschen haben die Tiere aus ihrer Wildheit in Haus- und Nutztierrassen domestiziert. Dadurch haben wir eine elterliche Verantwortung übernommen – eine Verantwortung, die wir mit Herz und Verstand zu tragen haben. Wenn wir Ihnen also Fleisch servieren, zeigen wir gerne das tierische daran. Ein respektvoller Umgang ist oberstes Gebot, nichts wird weggeworfen, alles wird verwertet. Wir recherchieren stetig in der Kulturgeschichte des Essens nach historischen Rezepten und Methoden, um dieser Aufgabe umfassender begegnen zu können.

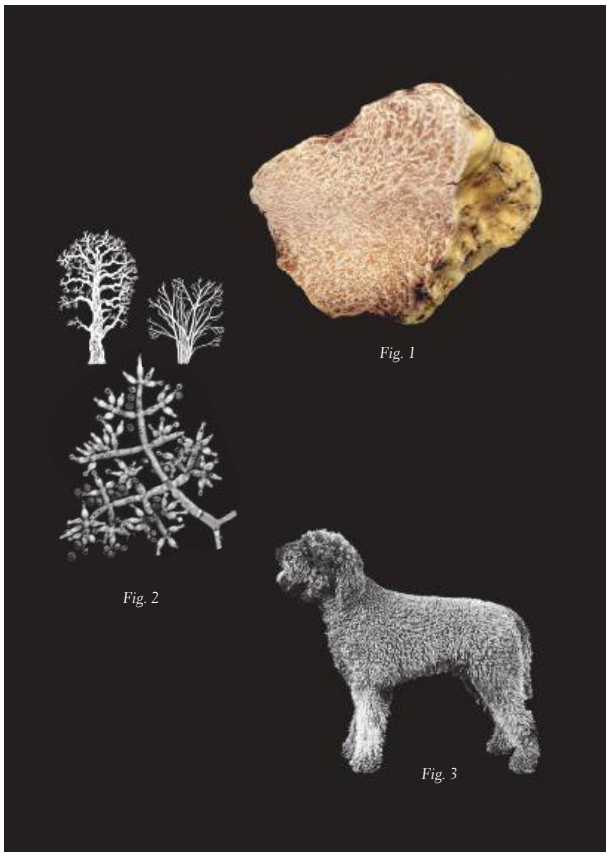
Für unsere Fleischgerichte kaufen wir nicht einzelne Premiumstücke wie Filets oder Rücken, sondern verarbeiten grundsätzlich komplette Tiere. Wir kaufen von Bauern, die sich der Erhaltung aussterbender Nutztier-Rassen verschrieben haben, wie etwa das alte pfälzische Glanrind von unserem demeter-Bauern Herrn Simon.

erasmus
RESTAURANT & LADEN

Nürnberger Straße 1
76199 Karlsruhe
t +49 721 - 40 24 23 91
www.erasmus-karlsruhe.de

Wir sind Partner im Bioland
Wir unterstützen Slow Food® Deutschland e.V.

Klimaneutral auf 100 % Recycling-Papier gedruckt



Wilde Natur
Tartufo bianco d'Alba

Wie kann es sein, dass ein klumpiger Fruchtkörper einer Schlauchpilzspezies im Stande ist das gastronomische Wesen einer ganzen Region Italiens zu verkörpern? Wir versuchen es mal mit einer Annäherung:

Pilze gehören zu den ältesten Lebewesen auf der Erde. Viele von ihnen, so auch der weiße Alba-Trüffel, existieren durch eine Symbiose mit den Bäumen in ihrem natürlichen Umfeld, dem Ökosystem Wald. In der besonderen Balance dieser Lebenspartnerschaft findet ein respektvoller Nährstoffaustausch statt. Versuche durch Methoden der Zucht an weiße Trüffel zu gelangen sind bisher gescheitert.

Noch dazu ist er nicht leicht zu finden. Der weiße Trüffel aus unserer alten Heimat, der Region Alba im Piemont, will mit viel Mühe und Erfahrung behutsam gesammelt werden. Zu finden ist er nur im Herbst/Winter. Die Ausbildung der unterirdischen Fruchtkörper beginnt im Sommer und dauert bis zur Genussreife im November.

Die Entdeckung des Trüffels für die piemontesische Küche ist eine große Kulturleistung. Selten gelingt es die Distanz zwischen Natur und Gast so radikal zu verkürzen wie mit einem Teller gebutterter Pasta und ein paar gehobelten Spänen dieses Wunderwerks der wilden Natur.

Von November bis Dezember können Sie bei uns echten Tartufo bianco d'Alba genießen. Den Trüffel für Zuhause bekommen Sie in unserem Laden nebenan.

Fig. 1 Schnittfläche eines weißen Trüffels aus der italienischen Region Alba im Piemont
Fig. 2 Sporenkette einer Schlauchpilzspezies und bevorzugte Wirtsbäumen (Stieleiche und Gemeine Hasel)
Fig. 3 „Lagotto Romagnolo" – klassische Trüffelhund-Rasse zum Aufspüren der unterirdischen Fruchtkörper

Nürnberger Straße 1
76199 Karlsruhe
t +49 721 - 40 24 23 91
www.erasmus-karlsruhe.de

Wir sind Partner im Bioland
Wir unterstützen Slow Food® Deutschland e.V.

Klimaneutral auf 100 % Recycling-Papier gedruckt

erasmus
RESTAURANT & LADEN

Vor- und Rückseiten von (Werbe-) Postkarten

Für das Recht auf Genuss

Wir lehnen gutes Essen als Statussymbol ab. Vielmehr setzen wir uns für ein Recht auf Genuss für alle ein.

https://www.slowfood.de/w/files/magazin_2014/interview_petrini_seite_74_76.pdf

Wir erkennen aber auch an, dass nicht alle mit einem „einfachen Leben“ zufrieden sind.
Qualität hat Ihren Preis, insbesondere, wenn sie sich für diverse Zielgruppen, nicht nur die zahlende, entfalten soll. Dass sich viele Menschen unsere Genussmomente nicht leisten können, ist uns klar. Interessanter ist für uns aber die Frage, wie viele Menschen sich einen Genussmoment nach unserer Art tatsächlich leisten können und vielleicht - als Konsequenz auf die Erfahrung bei uns oder ähnlich arbeitenden KollegInnen - auf andere Angebote verzichten würden.

Für mutige Kommunkation

Wir sind so mutig, zwei der bekanntesten **Biomarken** Deutschlands (Bioland und Sonett) mit der bekanntesten **gastronomischen Luxusmarke** visuell zu verknüpfen. Hierdurch haben wir einen neuen konzeptuellen Möglichkeitsraum geschaffen, der sich real entfalten, also zu verändertem Konsumverhalten führen kann.

Wir sind visionäre Pioniere in der Gastronomiebranche. Die Aufmerksamkeit, die uns durch die Bewertungen in den Gastroführern zukommt, nutzen wir für die Mitgestaltung einer guten Zukunft für alle.

Für das persönliche Wachstum aller Menschen und die Gesundheit unseres Planeten

Der Gesundheit der Menschen und der Welt dienen wir durch die 100%-ige Verwendung von biozertifizierten Produkten, mit regionalem Schwerpunkt und die Abwesenheit von Zusatzstoffen.

Den persönlichen Wachstum ermöglichen wir unseren KundInnen und Mitarbeitenden, indem wir Ihnen ermöglichen, wieder in **Kontakt mit LEBENS-Mitteln** zu treten, sich der Stoffe und allem Nichtmateriellem, die sie Ihren Körpern zuführen, bzw. anderen Menschen zuführen, voll bewusst zu werden.

Auf öffentlichen Veranstaltungen, wie der Slow Food Messe geben wir auf Kochbühnen Hobby-KöchInnen die Chance mit und von uns etwas zu lernen. Auch auf der Kochbühne der Offerta Karlsruhe findet über live-Kochevents ein **Wissenstransfer** von uns zu den ZuschauerInnen statt.

In die Erstellung dieses Berichtes waren zu Beginn vier Sutttgarter Oberstufenschüler des Geschwister Scholl Gymnasiums (Frederick Ferencs, Sebastian Roessle, Jakob Ebinger, Tobias Daeubler) im Rahmen des „**Umweltprofis von Morgen**"- Projektes des Bundesverbands für nachhaltige Wirtschaft involviert.

Für die 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung

Unser komplettes Unternehmen ist auf die Erreichung der von den Vereinten Nationen definierten 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung ausgerichtet. Im Anhang befindet sich unser Beitrag „17 Ziele für nachhaltige Entwicklung - Zukunftsfähige Gastronomie".

Versprechen

Wir bestätigen, dass wir keine menschenunwürdigen Produkte oder Dienstleistungen produzieren oder verkaufen.

Sozialleistungen und Fördergelder

Alle Angestellten sind **sozialversicherungspflichtig** angestellt, es gibt keine geringfügig Beschäftigten oder (Schein-) Selbstständige.

Wir haben im Berichtszeitraum **Coronahilfen** und Förderungen von Dehoga-Beratungsleistungen erhalten.

Das **integrative Beschäftigungsverhältnis** wird finanziell unterstützt.

Freiwillige Beiträge an Verbände und Vereine

Wir zahlen Beiträge an Netzwerke, in denen wir uns zum Teil zusätzlich noch ehrenamtlich engagieren:

- BNW und GWÖ jeweils ca. 300 €/Jahr.
- Bioland 900 €/Jahr,
- Biozertifizierung ca 500 €,
- Slow Food ca 200 €/Jahr,
- SEND - Netzwerk circa 100 €/Jahr,
- DEHOGA 360 €/Jahr.

Darüber hinaus sind wir Mitglied in der IHK und steuern Sachspenden für karitative Projekte bei, zum Beispiel bei der Aktion „Weihnachtstüte- Freude Schenken“ vom Diakonischen Werk. An ehrenamtlicher Arbeitszeit werden etwa **6 Stunden pro Woche** investiert.

Für sauberes Trinkwasser für alle

Für „viva con agua“ (GWÖ-bilanziert) sammeln wir von unseren Gästen Spenden für das Leitungswasser, dass sie bei uns gratis serviert bekommen. Im Berichtszeitraum konnten wir 1620 € überweisen.

Für Verknüpfung von Theorie und Praxis

Wir haben unser Wissen und unsere Erfahrung in den letzten Jahren mit Universitäten geteilt, die sich mit folgenden Themen beschäftigt haben:

- Die mögliche Auswirkung des grünen Michelin Sternes auf die Gastronomie
- Die Umsetzung der Ganztierverarbeitung
- Die Bedeutung von Nachhaltigkeit im Tourismus
- Die Vermarktung von Zickleinfleisch

Der Eigennutzen besteht für uns darin, dass wir ein sinnerfülltes Arbeiten genießen können, in dem Wissen, uns in den gesellschaftlichen Wandel positiv einzubringen.

Für die italienische Genusskultur

Die Italienische Küche wird in Deutschland oftmals als minderwertiger als die französische angesehen. Wir sehen in der italienischen Küche ein riesiges Potential, um die Herausforderungen der Zukunft unserer Ernährung zu bewältigen. Die italienische Küche ist zum Beispiel reich an sehr genussintensiven Rezepten, in denen **Hülsenfrüchte und Gemüse im Mittelpunkt** stehen. Statt Butter wird fast im ganzen Land **Olivenöl** verwendet. Die Gerichte bestehen selten aus teuren Luxuszutaten. Es ist die **Kreativität, die investierte Zeit, das Wissen und die Hingabe**, die der italienischen Küche ihre Vielfalt bescheren, alles Zutaten, die grundsätzlich nicht teuer sind, das Leben eines jeden Menschen aber mit Erfüllung versüßen.

Hülsenfrüchtevielfalt

Daher sind wir stolz, von *50 top Italy*, einem Projekt um den Gastro-Journalisten Luciano Pignataro, als **eines der 50 besten italienischen Restaurants weltweit** ausgezeichnet zu sein (Platz 35 im Jahr 2022).

Für Steuerfairness und positiven Lobbyismus

Wir hoffen, durch den Einkauf bei kleinen bis mittelgroßen Firmen, die Ihren **Sitz möglichst regional**, in Deutschland, mindestens in der EU und nicht innerhalb von Steueroasen haben, einen Beitrag zu leisten.
Bei LieferantInnen in Italien vertrauen wir auf ein **intrinsisches Gespür**, welches jemandem, der Mitten in Rom die ersten 30 Jahre seines Lebens verbracht hat und dann entschieden hat, dass dieses Land ihm keine Zukunftsperspektive bietet, zugesprochen werden darf.

Die von uns abgeführte **Lohnsteuer** betrug im Jahr 2022 € 10400. An **gesetzlichen Sozialbeiträgen** haben wir € 55700 gezahlt.
Dumpinglöhne, Schwarzarbeit und Scheinselbstständigkeit lehnen wir ab. Wir sind überzeugt, dass es ein nicht-funktionierendes System ist, dass Menschen zwingt, diese Methoden anzuwenden. Daher verurteilen wir niemanden, äußern aber klar die Befürchtung, dass unsere Branche so keine gute Zukunft haben kann. Wir glauben daran, dass wir dieses System für uns alle gemeinsam verbessern können.

Wir investieren Zeit und Geld in „positives lobbying“, weil wir an die Macht und Möglichkeiten der Wirtschaft glauben.

Für Eigeninitiative

Im ersten lockdown standen wir vor der Entscheidung: Ruhen wir und (er-)warten, dass der Staat uns helfen wird oder bemühen wir uns, einen Beitrag zu leisten, um diese harte Zeit gemeinsam mit unseren KundInnen, Mitarbeitenden und LieferantInnen zu bewältigen? Wir haben uns für Letzteres entschieden, indem wir uns als team Abholgerichte haben einfallen lassen, um unsere Gäste weiter glücklich zu machen und „**den Ball am Laufen zu halten**", in vollem Bewusstsein, dass schließlich auch unsere Umsatzsteuer dazu beiträgt, diese Krise zu bewältigen.

Für ein grabenfreihes Miteinander

Wir bewegen uns bewusst in unterschiedlichen Netzwerken, auch außerhalb der Biowelt, weil wir überzeugt sind, dass wir als Gastronmiebranche nur gemeinsam weiter kommen.

Versprechen

Wir bestätigen, dass wir keinerlei Praktiken betreiben, die der illegitimen Steuervermeidung dienen oder die den erwirtschafteten Unternehmensgewinn bewusst einer korrekten Besteuerung und damit dem Gemeinwohl entziehen.

Weiterhin bestätigen wir, dass wir keine korruptionsfördernden Praktiken betreiben und dass sämtliche Lobbying-Aktivitäten offengelegt wurden

Unser ökologischer Fußabdruck

Wir kochen mit einem Gasherd und einem sehr **effizienten** Convektomat-Ofen. Speisereste und verbrauchtes Speiseöl werden von der Firma ReFood **verwertet**.

Die Verschwendung von wertvollen und teueren Lebensmitteln ist unser starkes unternehmerisches Interesse und findet daher nicht statt. Unser Feinkostladen und unser Restaurant stehen diesbezüglich in einer sehr sinnvollen **Synergie**.

Für Speisekarten und unser leider noch nicht sehr digitales Büro verbrauchen wir 12 kg Papier pro Jahr.

Die Mobilitätsbelastung lag durch das **Firmenleasing** eines Opel Astra, bis Ende 2022, danach sind wir auf einen Stadtmobil Kleinwagen umgestiegen, bei:

- 40 Tsd. Jahreskilometer
- Verbrauch 7,3 l/100 km = 2920 Liter Benzin = 7 t CO2 (bei 2,4 kg CO2 je l Benzin).

Seit 2021 sammeln wir die **Korken** unserer Weinflaschen und spenden Sie über die örtliche Gemeinde für das Projekt „Korken für Kork“. Dadurch wird die Arbeit der Hanauerland Werkstätten unterstütz und die Korken als Demmplatten recycelt.

Seit Frühjahr 2021 beziehen wir über die Stadtwerke Karlsruhe **Ökostrom und Ökogas** aus Wasserkraft und Naturgas, wessen Emissionen ausgeglichen werden. Beides wird daher als klimaneutral ausgewiesen.

Der **Fettabscheider** (noch Originalbestand anno 1928) wurde auf unser Anregen 2022 vom Vermieter ersetzt.

Im Frühjahr 2021 haben wir von der Regionalen Kompetenzstelle Energieeffizienz Mittlerer Oberrhein (KEFF) einen Energie-check machen lassen. Unsere **Gesamtemissionen** anhand unseres Gas- und Stromverbrauches von Mai 2018 bis Mai 2019 wurden auf 67 T CO2 ermittelt. Wir haben den älteren Zeitraum gewählt, weil das Folgejahr von den lockdowns unrealistisch beeinflusst gewesen wäre. Mitlerweile liegt eine coronafreie Abrechnung vor, mit der wir die alten Verbräuche hiermit vergleichen.

Die einzelnen Emittenten und der Vergleich mit 2022

	2018/2019	2022/2023	Veränderung	Veränderung abzügl Umsatzveränderung
Erdgas (Heizung)	76815 kwH	58152 kwH	-25%	-5%
Erdgas (Gasherd)	47466 kwH	18227 kwH	-62%	-42%
Strom (Restaurant)	71553 kwH	47467 kwH	-34%	-9%
Strom (Feinkostladen)	6976 kwH	7185 kwH	+2%	
Strom (private Wohnung)1	976 kwH	1148 kwH	-42%	
Wasser	874 m3	637 m3	-28%	-3%

Wodurch kamen die starken Veränderungen zustande? Vor Corona hatten wir sechs Abende und fünf Mittage (11 Servicezeiten) pro Woche geöffnet. Nach Corona sind es fünf Abende und zwei Mittage (7 Servicezeiten), was eine Reduzierung der Servicezeiten von 37% entspricht. Darüber hinaus haben wir unsere Mitarbeitenden sensibilisiert, zum Beispiel nicht alle Flammen des Gasherdes bei Servicebeginn bereits angezündet zu haben.

Interessant ist die Betrachtung, wenn wir die Umsatzveränderung von -20 % von 2019 auf 2022 für eine erwartete Energieersparnis von -20 % heranziehen. Bezogen auf den Umsatz sind wir **2022 energiesparender unterwegs**, sehr deutlich beim Kochen (-42%).

Versprechen

Wir bestätigen, dass wir nicht gegen Umweltauflagen verstoßen bzw. die Umwelt nicht unangemessen belasten.

Keine Angst vor Diskurs

Als wir gerade eröffnet hatten, posteten wir auf Facebook ein Foto von einem Hauptgang, in dem wir Tauben mit Krallen servierten. Dies war eine bewusste Entscheidung, um unsere Gäste auf den tierischen, lebenden Ursprung dieses klassischen Elements der Gourmetküche hinzuweisen.
Wir fühlen uns manchmal wie Brückenbauer, mit Verständnis für Ängste vor Veränderung; mit Verständnis für Ängste vor Stillstand; mit Ideen für realistische Schritte, um diese verschiedenen Ängste annehmend kleiner werden zu lassen.

Gastbeitrag für eine bessere Zukunft

„Der große Restaurant & Hotelguide“ bot mir, Andrea, 2021 an, ein **Vorwort** für den etablierten Führer zu schreiben. Ich erkannte eine Chance, Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung in unserer Branche zu stimulieren und habe folgenden Text verfasst (Anmerkung: Der Text stammt aus einer Zeit, in der ich noch nicht auf geschlechtergerechte Sprache geachtet habe).

> Verehrte GenießerInnen,
>
> Haben auch Sie in Zeiten allerlei gastronomischer Nachhaltigkeitsbestrebungen den Überblick verloren?
>
> Erstmal die gute Nachricht: Sie können in den kommenden Jahren mit der Wahl Ihres Restaurants einen entscheidenden Beitrag über die Entwicklung der deutschen Gastronomie leisten.
>
> Die Branche befindet sich, wie die gesamte Gesellschaft, in einem tiefgreifenden Wandel und Sie als Gast entscheiden durch Ihre Restaurantwahl über nicht weniger als die Zukunft unseres Ernährungssystems.

Denn wo, wie und was Ihr Koch einkauft, verändert wo, wie und was der Landwirt anbaut, bzw. züchtet. Alles ist miteinander verbunden. Alles hat ein Ziel: Sie als Gast glücklich zu machen. Vollkommen. Den Bauch und den Kopf.

Das Erlebnis in unseren Häusern soll einen bleibenden Eindruck bei Ihnen hinterlassen. Um Sie dreht sich unsere volle Aufmerksamkeit. Sobald Sie uns signalisieren, dass Ihnen Nachhaltigkeit wichtig ist, sind wir als Gastgeber und Dienstleister aufgefordert, Ihnen diese zu garantieren. Aber Achtung! Ohne Einbußen auf der Genußseite.

Nun fragen Sie sich natürlich wie die Nachhaltigkeit, die ja zweifelsohne Jeder prinzipiell erstrebenswert findet, in die Küchen und von dort zu Ihnen auf den Teller kommt. Wie können Sie echtes Nachhaltigkeitsbestreben erkennen?

Sicher werden Sie schon viele Ansätze erlebt haben: Weniger Fleisch, vegane Gerichte, regionale Zutaten, Ingredienzen aus ökologischem Anbau,...
Vielleicht hört die mögliche gastronomische Nachhaltigkeit aber auch nicht bei den Zutaten auf. Wer sagt denn, dass sie nicht auch im Umgang mit den Mitarbeitern, bei deren Bezahlung und beim Erhalt gastronomischen Kulturgutes wirken kann?
Wem soll die gesteigerte Nachhaltigkeit denn eigentlich dienen? Ihnen als Gast? Uns als Gastgebern? Der Umwelt? Der Gesellschaft? Dem Weltfrieden?
Vielleicht ist es ja auch möglich, alle miteinander zu bedienen?

Sie als Gast dürfen fragen und wir als Gastgeber sind Ihnen eine ehrliche Antwort schuldig.
Neben allem Nachhaltigkeitsbestreben dürfen wir nie Ihren Genuss aus den Augen verlieren. Das Eine soll das andere bedingen, nicht ersetzen.

Gemeinsam werden wir so die morgige Eß - und Genußkultur gestalten.
Bitte bleiben Sie kritisch, offen und sinnlich!

Andrea Gallotti

Versprechen

Wir bestätigen, dass wir keine falschen Informationen über unser Unternehmen oder gesellschaftliche Phänomene verbreiten.

Ausblick

Kurzfristige Ziele

Wir müssen dringend Wege finden, unsere **wirtschaftliche Nachhaltigkeit** auszubauen. Im Raum steht der zukünftige Verkauf von Wasser statt des weiteren Angebots von gratis Wasser. Wir lieben die Idee weiterhin, müssen aber vielleicht anerkennen, dass uns das Festhalten an ihr unsere Existenz kostet.

Wir möchten diesen **Bericht** in die Welt tragen und für das Nachahmen mancher Aspekte werben.

Wir möchten gerne mehr Unternehmen in unserer Branche anregen, sich mit den Fragestellungen der Nachhaltigkeit auseinander zu setzen und in der jeweils individuellen Situation nach **gangbaren Wegen** zu suchen

Langfristige Ziele

Das Potential der Gastronomie, die nötige gesellschaftliche Transformation mit Freude, Genuss und großer Wirkung voranzubringen, ist nach unserer Einschätzung enorm.
Immer mehr Menschen essen immer öfter außer Haus. Wohnungen werden ohne eigene Küchen konzipiert. So leid uns diese Entwicklung tut, müssen wir sie doch anerkennen und die Chancen erkennen.

Wir möchten uns dafür einsetzten, dass sich folgendes, auch außerhalb der Branche, herumspricht: Gutes Essen für andere Menschen ganzheitlich nachhaltig zu planen, zuzubereiten und zu servieren, die dankbare Entspannung des Gegenübers dabei zu erleben, ist eine wunderschöne, **erfüllende Tätigkeit** mit Adrenalin,- und Liebeskick.

Die tragende Rolle der Gastronomie für die Transformation der Gesellschaft gehört erkannt und genutzt, auch von der **Politik**. Hierfür möchten wir uns einsetzen.

EU Konformität: Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen (Eu COM 2013/207)

Im Mai 2014 stimmte der Ministerrat der EU einer Richtlinie zu, die noch in nationales Recht umzusetzen ist. Die offenzulegenden Informationen (obligatorisch ab 500 Mitarbeitenden) sind

- Beschreibung des Geschäftsmodells. Was ist der Zweck des Unternehmens, womit wird Nutzen gestiftet für Kunden, wodurch werden Gewinne erwirtschaftet.
- Welche Politiken verfolgt das Unternehmen, um die Einhaltung der gebotenen Sorgfalt in **Umwelt-, Sozial- und Arbeitnehmerbelangen, zur Achtung der Menschenrechte und zur Bekämpfung von Korruption** zu gewährleisten?
- Was sind die primären Risiken der Geschäftsprozesse in diesen Bereichen?
- Was sind die primären Risiken der Geschäftsbeziehungen, Produkte und Dienstleistungen in diesen Bereichen?
- Wie werden diese Risiken gehandhabt? Mit welchen Ergebnissen?
- Offenlegung relevanter nicht-finanzieller Leistungsindikatoren

Der Gemeinwohl-Bericht kann zur nichtfinanziellen Berichterstattung gemäß EU-Richtlinie verwendet werden. Es ist Verantwortung des Unternehmens sicherzustellen, dass der Gemeinwohlbericht in der entsprechenden Tiefe und mit allen nationalen Erfordernissen der Umsetzung der Richtlinie erstellt wird.

In Österreich gilt das „Nachhaltigkeits- und Diversitätsverbesserungsgesetz (NaDiVeG)“, in Deutschland das „CSR-Richtlinien-Umsetzungsgesetz (CSR-RUG)“.

Wer war bei der Erstellung des GWÖ-Berichtes involviert?

Zu Beginn waren über den Zeitraum eines Dreivierteljahres vier Sutttgarter Oberstufenschüler des Geschwister Scholl Gymnasiums (Frederick Ferencs, Sebastian Roessle, Jakob Ebinger, Tobias Daeubler) im Rahmen des „Umweltprofis von Morgen"-Projektes des Bundesverbands für nachhaltige Wirtschaft involviert. Wir konnten den Bericht jedoch zusammen bei Weitem nicht abschließen, da zu viele Fragen offen waren und zu viele Daten zeitintensiv herbeigeholt werden mussten.

Während des Schülerprojektes und auch in drei (online) Terminen danach, hat Ulrike Häussler, GWÖ-Auditorin, unsere Fragen beantwortet.

Wie viele Personen-Arbeitsstunden wurden dafür aufgewendet?

Die Gründerin hat in die Erstellung dieses Berichtes ungezählte Stunden investiert. Nach eigener Einschätzung stecken zusätzlich sehr viel Herzblut und Pioniergeist in diesen Zeilen.

Wie wurde der Bericht intern kommuniziert?

Wir haben unseren Mitarbeitenden immer mal wieder etwas erzählt. Wir freuen uns nun darauf, die fertige Bilanz bald verschenken zu dürfen, insbesondere an unsere Auszubildenden. Auch mit unseren KundInnen, Mitunternehmen und LieferantInnen möchten wir diesen Bericht teilen.

Wir wünschen uns, dass die Akteuere der Gemeinwohlökonomie durch **gezieltes Finanzieren** untereinander und gegenseitiges Fördern zu einem attraktiven Erfolgsmodell werden. Wir möchten, dass es UnternehmerInnen wie wir zukünftig leichter haben, ihre guten Ideen umzusetzen. Wir wünschen unserer Branche eine kommende Zeit, in der sich **faires, Freude bringendes, sinnstiftendes Verhalten** lohnt und daher erstrebenswert ist. Wir wünschen uns **Akzeptanz für multiple Wege** und Vorsicht gegenüber verabsolutierenden Aussagen. Wir möchten um Bereitschaft werben, sich mit allen Fragen der Nachhaltigkeit sachlich und mit offenem Ausgang auseinander zusetzen. Wir fordern aber auch ein neues wirtschaftliches Selbstbewusstsein bezogen auf das Erreichen von längst messbaren Ziele, jene der gemeinwohlorientierten Wirtschaft.

24.10.2024

Kanal (Kürzel)	Ort	Sprache	Empfangsart (Art der Ausstrahlung)	Kanal-Gattung	Kanal-Genre	Kanal-Ausrichtung	Kanal-Beschreibung	Kanal-Ausrichtung	Kanal-Beschreibung	Kanal-Ausrichtung	Kanal-Beschreibung	Kanal-Ausrichtung	Kanal-Beschreibung	Kanal-Ausrichtung	Kanal-Beschreibung	Kanal-Ausrichtung	Kanal-Beschreibung	Kanal-Ausrichtung	Kanal-Beschreibung	Anmerkungen
Fernsehsender Wolfsburg	Wolfsburg	deutsch	Antenne	Fernsehsender	Regionalfernsehen	Ein vielfältiges Programm für Wolfsburg und die Region. Wir informieren, unterhalten und bilden. Wir sind Ihr Fernsehsender.	Schaufenster für eine	Wir sind Ihr Ansprechpartner für alle Themen aus Wolfsburg und der

17 Ziele für nachhaltige Entwicklung - Zukunftsfähige Gastronomie.

Ja, wir lieben das Denken im Großen!
Mit unserem Unternehmen leisten wir aktiv einen Beitrag zur Erreichung folgender von den Vereinten Nationen definierten Ziele für nachhaltige Entwicklung:

1. Ziel: Keine Armut

An unserer Wertschöpfungskette sind ausschließlich Menschen und deren Familien beteiligt, die Ihre Steuern am Ort Ihres täglichen Schaffens bezahlen. Über die handwerklich wertvolle biologische Landwirtschaft unterstützen wir außerhalb von Europa kleinbäuerliche Strukturen, die hervorragend geeignet sind, um ein würdevolles Leben von und mit der Landwirtschaft zu ermöglichen. Die biologische Landwirtschaft schützt die für Wohlstand wichtigste Ressource Boden. Die Futtermittel der Tiere, dessen Fleisch wir Ihnen servieren, werden nicht aus dem globalen Süden importiert. Die dortigen Flächen können somit zur Nahrungsmittelproduktion für die dortige Bevölkerung genutzt werden.

2. Ziel: Kein Hunger

Wir vermeiden Lebensmittelverschwendung, wie auch Maßlosigkeit. Als unsere Gäste möchten wir Ihnen außergewöhnlichen Genuss ermöglichen. Aber Filet bekommen Sie bei uns nur selten. Weil das Tier eben nur sehr wenig davon hat. Wir bitten um Verständnis: Der internationale Fleischhandel hemmt die wirtschaftliche Entwicklung von Ländern, denen wir unsere ungewollten Fleischteile verkaufen müssen. Zugespitzt ist es so: In unserem Restaurant gibt es kein Filet, damit es anderswo genug zu Essen gibt. Mal ehrlich: Immer nur Filet ist doch auch irgendwie langweilig, oder? Bei uns wird geschmort, sous-vide-gegart, gewolft und farciert. Es werden Pasteten, Terrinen, Füllungen, Fonds, Saucen und Würste hergestellt. Dadurch entsteht für Sie geschmackliche Vielfalt. Ist das nicht wunderbar?

3. Ziel: Gesundheit und Wohlergehen

Wir kochen so, dass Sie sich am nächsten Tag großartig fühlen! Das Weglassen von Zusatzstoffen, der ausschließliche Gebrauch von unverarbeiteten Grundzutaten und gesunden Ölen, Butter von weidenden Küchen, das regionale Biogemüse, das toskanische Getreide von alten Sorten, die Weine mit wenig oder ganz ohne Schwefel,… Das bieten wir Ihnen: Weder Sie, noch die Umwelt oder andere Menschen müssen einbüßen, damit Sie genießen können. Während des Anbaus unserer Zutaten musste sich kein Landwirt in eine Pestizidwolke begeben. Unsere Zutaten sind gentechnikfrei, voller sekundärer Pflanzenstoffe, komplexer Kohlenhydrate und ungesättigter Fettsäuren.

4. Ziel: Hochwertige Bildung

Warum werden komplexeste Sachverhalte innerhalb unseres Lebensmittelsystems sooft banalisiert? Wir sind überzeugt: Weil wir unser Lebensmittelsystem nicht mehr verstehen, sind wir vermeintlich einfachen Antworten (auf manchmal falsche Fragen) gegenüber ausgeliefert. Tagtäglich setzen wir uns in unserem Restaurant dafür ein, die Vielschichtigkeit der ganzheitlich nachhaltigen Gastronomie zu erläutern. Auf Konferenzen, in Zeitungsartikeln, in Interviews, stehen wir Rede und Antwort. Das gehört für uns dazu.
Und auf globaler Ebene? Durch unseren Einkauf von Fairtradeprodukten, welche im globalen Süden das Familieneinkommen verbessern, werden dort mehr Ausgaben für bessere Bildung möglich.

5. Ziel: Geschlechtergleichheit

Unser Team ist zu 70% weiblich. Die unternehmerische und organisatorische Verantwortung teilen wir uns als Inhaber-Ehepaar.

6. Ziel: Sauberes Wasser und Sanitäteinrichtungen

Sie zahlen für das Leitungswasser, dass wir Ihnen servieren eine freiwillige Spende, die wir zu 100 % an *Viva con agua* überweisen, um damit Trinkwasserbrunnenbauprojekte zu unterstützen. Das gute Karlsruher Leitungswasser ist das erste klimaneutrale Leitungswasser in Deutschland. Wir filtern und kühlen es und versetzen es auf Ihren Wunsch mit Kohlensäure, bevor wir es in die schönen Soulbottle-Flaschen füllen, aus denen wir Ihnen Ihr Wasser am Tisch servieren.
In Rom gibt es Leitungswasser seit circa 2700 Jahren gratis, für jedermann, und – frau, ob arm oder reich. Die zunehmende Privatisierung des Wassers, von manch einem als einziger Weg, um dessen Wertschätzung zu erreichen, dargestellt, halten wir für falsch und beängstigend. Wasser ist Gemeingut und Grundlage allen Lebens. Dafür möchten wir ein Zeichen setzen – auch wenn es uns den leicht verdienten Umsatz kostet. Zeigen Sie uns, dass Sie unsere Philosophie teilen, spenden Sie in die blaue Box neben unserer Kasse. Es danken Ihnen die immer noch erschreckend vielen Menschen ohne Zugang zu sauberem Trinkwasser.

7. Ziel: Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum (sdg8)

Wir legen sehr viel Wert auf ein angenehmes Miteinander in unserem Team. Regelmäßige Gehaltserhöhungen, ausbezahlte Überstunden, das Mitgestalten des Dienstplans, werden von unserem Team geschätzt. Ach, und bei uns gibt es kein Gehalt „unter der Hand“.

Indem wir direkt bei LandwirtInnen einkaufen, fördern wir die Entwicklung und den Erhalt ländlicher Strukturen.

Wir stehen für ganzheitliche Nachhaltigkeit: Ökologisch, sozial und kulturell. Das bringt ein ständiges Abwägen mit sich. Es fordert Zeit für eine ehrliche Bestandsaufnahme, bringt ständige Anpassung an sich wandelnde Begebenheiten, einen sich stetig erweiternden Erkenntnisstand, mit sich. Doch wir sehen hierin den einzige Weg, um eine klare Trennung zwischen Mittel (Wachstum) und Zweck (besser werden) hinzubekommen.

8. Ziel: Nachhaltiger Konsum und Produktion (sdg12)

Veränderung kommt in unserem Restaurant durch Spaß, nicht durch Verzicht oder Belehrung. Wir möchten Ihnen neue Genußformen vorstellen, die auch noch viele Vorteile für die Umwelt und andere Menschen mitliefern. Unsere Gerichte entspringen Marcello´s gastronomischer DNA (die Großmutter war Burgunderin, der Vater ist Neapolitaner, die Mutter Toskanerin). Das ist viel gastronomischer Tiefgang. Authentizität ist Bedingung für kulturelle Nachhaltigkeit. Aus eben diesem Grund ist es für uns wichtig, Ihnen einen echten Parmigiano Reggiano, von einer der ersten Bio-Cooperativen Italiens, anbieten zu können. Der internationale Handel ist eine kulturelle Bereicherung. Und die Co2 Emissionen? Sind eben nur eines von vielen Elementen der ganzheitlichen Nachhaltigkeit.

9. Ziel: Massnahmen zum Klimaschutz (sdg13)

Die kleinbäuerliche, handwerklich wertvolle biologische Landwirtschaft, wie wir Sie durch unser Unternehmen fördern:
– verursacht weniger CO2 Emissionen, weil sie keine oder kaum externe Dünger und Pflanzenschutzmittel benötigt, welche wiederum energie,- und ressourcenintensiv hergestellt würden.
– baut Humus und damit fruchtbaren Boden auf, statt ihn zu zerstören. Je höher der Humusgehalt des Bodens, desto mehr CO2 kann dieser absorbieren.
– geht schonend mit der wertvollen Ressource Wasser um, sowohl was dessen Verschmutzung, als auch dessen Verbrauch angeht.
– basiert auf regionalen Wirtschaftskreisläufen (Dünge-Stroh-Kooperationen, Vom-Feld-auf den Teller, möglichst wenig Händler zwischen Landwirtin und Gastronom/EndverbraucherIn). Klimabelastende Transportwege werden gespart.
– Erhält Dauergrünland in seiner Rolle als wertvolle CO2-Senke.
– Baut nährstoffhungrige Kulturen auf natürlicher Weise fruchtbarem Boden an, um die nötige Zufuhr von Nährstoffen von vornherein zu minimieren.
– liefert garnicht oder gering verarbeitete Lebensmittel, deren Herstellung keine versteckten Energiekosten mit sich trägt.
Die Verminderung tierischer Lebensmittel, die aus intensiver Haltung stammen, ist die wichtigste Maßnahme zum Sparen von Energie und Emissionen – daher unser attraktives vegetarisches Menü und die Förderung extensiver Tierhaltung.

10. Ziel: Weniger Ungleichheiten

Wir haben einen schwerbehinderten Kollegen langfristig in unser kleines Team integriert.

11. Ziel: Leben unter Wasser (sdg14)

Wir verarbeiten ausschließlich ausgewachsene europäische Fische aus Wildfang. Fische aus überlasteten Beständen kaufen wir nicht. Unsere Fische und Meerestiere sind meist handgeangelt oder handgetaucht. Bodenschleppnetze kommen ganz sicher nicht zum Einsatz. Gezüchtete Fische und Meerestiere lehnen wir mit der Ausnahme von Bio-Lachs ab. Viele Fische und Meerestiere sind unbekannt und ausreichend vorhanden, diese möchten wir für Sie aufspüren. Wir lieben es dazu in vergessenheit geratene Rezepte zu recherchieren. Warum kaufen wir weiter Lachs? Weil wir nicht radikal sein wollen. Der Lachs ist der meistgegessene Speisefisch in Deutschland. Biolachs ist grundsätzlich besser. Wandel entsteht in kleinen Schritten. Vielleicht bekennen wir uns in einigen Jahren zur Ablehnung von Lachs oder gleich aller Zuchtfische? Das ist möglich.

12. Ziel: Leben an Land (sdg15)

Dass alle unsere zertifizierbaren Zutaten (wild Lebendes ist hier ausgenommen) biologisch zertifiziert sind, wird regelmäßig von der Bio-Kontrollstelle ABCERT, die die Codenummer DE-Öko-006 trägt, überprüft. Wir sind über die Bio-Zertifizierung hinaus noch Gold-Partner des Anbauverbandes Bioland. Voraussetzung der Gold-Partnerschaft ist, dass mindestens 90% der gesamten Zutaten bio-zertifiziert sind und dass den nach strengeren Bio-Richtlinien hergestellten Bioland-Zutaten im Vergleich zu den „nur“ nach EU-Öko-Verordnung hergestellten Zutaten im Einkauf Vorrang gegeben wird.

Warum kochen wir nicht ausschließlich mit Bioland,- und Demeterzutaten? Weil wir viele enge Kontakte zu Produzenten, gerade nach Italien, pflegen, die mit diesen Marken nichts anfangen können, da Sie größtenteils lokal verkaufen. In manchen Fällen sind unsere Produkte so stark auserwählt (z.Bsp. traditionelle Wurstwaren der alten Schweinerasse „Nero di Calabria“), dass wir außerhalb der Ursprungsregion die einzigen Einkäufer sind. Warum uns alte Rassen wichtig sind, können Sie nach der Lektüre dieses Artikels nachvollziehen (erschienen im Mondschein Magazin 08/2022).

Warum kochen wir nicht ausschließlich mit Zutaten regionaler Herkunft, dies würde doch soviel Transport-Co2 einsparen? Wir sehen in der Gastronomie eine große, einzigartige, und alle Beteiligten bereichernde Chance, auch weiter entfernte Regionen authentisch erlebbar zu machen. Als Gäste möchten wir Vielfalt in der Gastronomielandschaft. In einem Land, dessen jeder vierte Einwohner neben der deutschen auch eine andere Kultur verinnerlicht hat, möchten wir diese Mannigfaltigkeit unserer Weltküchen intensiv und wertschätzend erleben. Die Aufgabe des internationalen Handels sehen wir darin, dies zukünftig Co2-einsparend zu ermöglichen. Die Digitalisierung kann uns helfen, regional verwurzelte, identitätsstiftende Zutaten aufzuspüren und deren ganzheitlichen Wert mitzuliefern.

Wir können uns mit Kleinbauern in Indien genauso verbunden fühlen, wie mit dem Landwirt um die Ecke. Wir möchten als „Gastronomenpaar mit Migrationshintergund“ eine Nähe und Verbundenheit auch zum Nicht-Regionalen ermöglichen. Die internationale Slow Food Bewegung mit Ihrer Veranstaltung „Terra Madre“ zeigt seit 2004 auf, dass eine globale Vernetzung zwischen Kleinbäuerinnen, Lebensmittelhandwerkern, Köchinnen, Journalisten, HändlerInnen, Politikern, Kulturschaffenden und VerbraucherInnen möglich ist und Wunderbares entstehen lässt.

Warum sind wir aber Bioland-Partner? Weil wir damit Teil einer Wertegemeinschaft im deutschsprachigen Raum sind. Für Unternehmen wie das unsere gibt es momentan leider keine eindeutige Lobby. Doch Bioland hat als erster Bio-Anbauverband erkannt, dass die Gastronomie im Transformationsprozess unseres Lebensmittelsystems eine wichtige Rolle spielen wird. Die Biolandgemeinschaft ist groß (circa 9000 Landwirte und 1000 Partnerunternehmen aus Verarbeitung, Handel und Gastronomie) und dementsprechend vielfältig. Bioland feiert 2021 sein 50-jähriges Jubiläum. Ein halbes Jahrhundert an Erfahrungen, Innovationen, Kooperationen, politischer Arbeit, Forschung und Marktpräsenz. Das ist doch ein gutes Fundament, um mehr zu erreichen, finden wir. Das Leben ist Bewegung. Und wir sind uns bewusst, dass wir mit starken und handlungsfähigen Partnern mehr erreichen können als alleine.

13. Ziel: Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen und Partnerschaften zur Erreichung der Ziele (sdg16 und 17)

Teil des Projektes „Bio-Spitzenköche“, initiiert vom Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz und gefördert vom Bundesprogramms Ökologischer Landbau und andere Formen nachhaltiger Landwirtschaft (BÖLN), zu sein, macht uns stolz. Über unser unternehmerisches Handeln beteiligen wir uns an der Bewältigung gesamtgesellschaftlicher Herausforderungen. Es macht uns unglaublich Spaß, unseren Ideenreichtum einzubringen, um einzigartigen Genuss für den Einzelnen in Einklang mit Bedürfnissen Aller zu bringen. Auch bei Bioland, dem größten deutschen Bio-Anbauverband, sind wir recht aktiv, ebenso bei Slow Food. Wir sind Mitglied im Bundesverband nachhaltige Wirtschaft (BNW), sowie in der Gemeinwohlökonomie. In Karlsruhe selbst engagieren wir uns nach unseren Möglichkeiten im Nachhaltigkeitsrat der KTG und in der evangelischen Gemeinde.

Aus Leidenschaft kochen wir authentisch italienisch und verwenden dafür möglichst viele Zutaten von hier. Die Zusammenarbeit mit Landwirtinnen und Lebensmittelhandwerkern, auch in ferneren Regionen, liefert uns ein besseres Produkt und eine sichere Herkunft. Unsere LieferantInnen können sich sicher sein: Ihre Produkte werden bei uns mit viel Respekt und Sorgfalt behandelt – vom Eingang in den Kühlschrank bis zum großen Auftritt auf dem Teller.

erasmus
RESTAURANT

Genuss. Werte. Sinn.
Deutschlands erstes Bio-fine-dining-Restaurant

Der größte Schatz Europas ist die Vielfalt, damit kann man spielen, ein Klavier mit Tausend Tasten.

Marcello Gallotti,
B.Sc. in Gastronomic Sciences,
Koch

Ihr Küchenchef

Wenn das Gute und das Schöne sich gegenseitig unterstützen, entsteht Exzellenz.

Andrea Gallotti,
B.Sc. in Gastronomic Sciences
Staatl. geprüfte Fachkraft für Landwirtschaft
Köchin

Ihre Gastgeberin

Um Ihnen einen optimalen Service bieten zu können, möchten wir Sie bitten, uns Ihren eventuellen Zeitdruck, Unverträglichkeiten und Essensvorlieben vorab mitzuteilen.

Diese Speisekarte ist auf Öko-Recycling-papier gedruckt.
Die Kartenhalter sind von der Buchbinderei c-art-a, in 76768 Berg, gefertigt

Stand November 2021

Was ist gut?
Diese Frage regt uns immer wieder an.

Wir finden, Sie haben es verdient, *dass das Gute und das Schöne* sich jetzt und hier ergänzen. Für Sie suchen wir stetig Zutaten, die durch ihren Geschmack überzeugen und gleichzeitig einen Mehrwert für die Gesellschaft liefern. Deshalb kochen wir mit *regionalen und handwerklich wertvollen Biozutaten*.

Um Ihnen die von uns verehrte *europäische Vielfalt* nicht vorzuenthalten und um Ihnen wirklich authentische Produkte anbieten zu können, kaufen wir manche Zutaten bewusst in ferneren, meist italienischen oder französischen Regionen ein.

Bei der Auswahl dieser Zutaten hilft uns unsere landwirtschaftliche Fachausbildung und unser *Studium der Gastronomischen Wissenschaften*.

Marcello Gallottis Kreativität entspringt seiner römisch-italienisch-französischen Sozialisation. Lange Lehrjahre bei anerkannten Meistern sind der Grund, warum seine moderne Küche so *tief in der Europäischen Gastronomiekultur verankert* ist.

Dass wir Ihnen eine durchweg arbeitsintensive hausgemachte Küche servieren, darf Ihnen die Gewissheit geben, dass in unserer Küche *präzise Techniken und Traditionen* vermittelt werden und dadurch erhalten bleiben. Durch zeitintensive Arbeitsschritte generieren wir *durchdringenden Geschmack* und können uns daher erlauben, auf Geschmacksverstärker wie Glutamat und Hefeextrakt zu verzichten.

Zu unseren Speisen servieren wir Ihnen persönlich ausgewählte natürliche Weine und Karlsruher Trinkwasser, letzteres gratis, weil wir Business mit Wasser unanständig finden.

Durch Ihren Besuch fördern Sie auch ein gesundes, nachhaltiges, Betriebsklima - denn unsere Mitarbeiter verdienen in Durchschnitt 12,80 brutto/11,50 netto (ohne Trinkgeldbeteiligung).

Wenn es Ihnen bei uns gefällt, freuen wir uns sehr über Ihre Empfehlung - analog oder digital.
Auch Ihre Verbesserungsvorschläge nehmen wir gerne entgegen, denn Sie helfen uns, zu wachsen.

„Wobei hier keine spröde Öko-Küche serviert, sondern erfrischend individuell und gekonnt die typische italienische Art umgesetzt und auf den aufs Wesentliche konzentrierten Tellern aus wenigen, aber sehr guten Viktualien immer das Beste herausgeholt wird.“

6,5 Pfannen im Gusto 2021/22

„Herzliche Gastlichkeit und Genuss mit Anspruch.“

2 F in DER FEINSCHMECKER
„Die besten 500 Restaurants in Deutschland“ 2021

„(…) eine nicht alltägliche, ambitionierte Küche, die modern, durchdacht und mit klarem italienischem Einfluss daherkommt. Hier wird Nachhaltigkeit gelebt (…)“

Guide MICHELIN Deutschland 2021

„Handwerklich präzises, raffiniert verfeinertes, auch optisch begeisterndes Gesamtkunstwerk.“

Der Große Guide 2021

„Gropius wäre sicher begeisterter Gast im Erasmus gewesen.“

Carlo Petrini in der italienischen Tageszeitung
La Repubblica 2016

MICHELIN 2021

NACHHALTIGE GASTRONOMIE

15 von 20 Punkten Gault&Millau 2021

Gusto

FFF Der Feinschmecker

Der Große Guide Restaurants & Hotels

Bioland Wir sind Partner

Proud Member of BNW Bundesverband Nachhaltige Wirtschaft e.V.

Bio Spitzenköche kochen. genießen. bewahren.

Wir unterstützen Slow Food Deutschland e.V.

Lebensmittelhandwerk

Unser Restaurant ist biozertifiziert und wir sind Bioland-Goldpartner.

Die von uns verwendeten Zutaten sind zu 100 % biozertifiziert, kommen wo immer sinnvoll aus nächstliegender, kleinbäuerlicher, Landwirtschaft und stehen für eine handwerkliche, diversifizierte Lebensmittelkultur.

Obst und Gemüse:
Biolandbauer Horst Reiser, Straubenhardt
Naturkosthandel Rinklin, Eichstetten (Bio)

Milch, Quark, Joghurt, Butter:
Bioland Schwarzwaldmilch bzw.- heumilch, Sahne und Butter

Eier:
Biolandbauer Horst Reiser, Straubenhardt

Hülsenfrüchte, Getreide, Olivenöl, Oliven, geschälte Tomaten, Kapern:
Direktimport von kleinen Biobetrieben in Italien, die uns auch einen fairen Umgang mit Ihren Mitarbeitern garantieren und besondere Sorten kultivieren.

Käse:
teilweise Direktimport von kleinen Biobetrieben in Deutschland, Italien und den Niederlanden
Meisterlich auf den Punkt gereifte (Bio-)Käse erhalten wir von den Affineuren Hervé Mons, Fiorenzo Giolitto und Markus Kober.

Rindfleisch:
Einzelfleischstücke (Ausnahmen für Veranstaltungen) kommen von biozertifierten Tieren von der Schwäbisch Hällischen Erzeuger-gemeinschaft
Ganze Tiere (Hinterwälder Rind, Slow Food Arche Passagier) bekommen wir vom Bioland-Hinterbachhof in Malsch (Ettlingen).

Schweinefleisch:
Ganze Biotiere, bzw Demetertiere der Bäuerlichen Erzeugergemeinschaft Schwäbisch Hall

Lammfleisch:
ganze Biotiere der Bäuerlichen Erzeugergemeinschaft Schwäbisch Hall

Zicklein: Ganze Demetertier von den Michlbauern in Ursensollen bei Nürnberg.

Tauben: Biolandwirt Bäuml, Biburg

MSC-zertifizierten Fisch und andere Meerestiere aus Wildfang, unproblematischer Fischerei oder Bio- Zucht:
Firma Südfisch, Muggensturm, Karlsruher Rheinfischer Fritz Kuhn

Fasan, Wildschwein, Reh, Hirsch:
bekommen wir aus echter Jagd, die in der Karlsruher Gegend, im Hohenloher Raum und nahe Straßburg stattfindet, nicht aus Gehegen im Wald.

Hühner, Enten und Gänse:
Demeter Brunnenhof, Künzelsau
Biolandhof der Familie Krehbiel (Mühlhof) in Wartenberg-Rohrbach

Pasta al grano duro aus der alten Weizensorte „Senatore Cappelli“, mit ausschlieslich italienischem Weizen, natürlich bio: Felicetti, Predazzo (Tn)

Bio-Kaffee: Rösterei Espresso Tostino Karlsruhe

Trockenware, wie Zucker, und Nüsse:
Naturkosthandel Rinklin, Eichstetten (Bio) und Direktimport aus Italien (Pistacchio di Bronte, Presidio Slow Food, bio)

Aceto Balsamico tradizionale di Modena und
Aceto Balsamico di Modena: Guerzoni (Demeter)

Mehl:
Biolandbauer Horst Reiser, Straubenhardt
Dachswanger Mühle, Freiburg (Bioland)

Bio-Parmigiano Reggiano: Caseificio sociale Santa Rita

Gewürze: Lebensbaum (Bio)

Kalbfleisch: Bioland oder Demetertiere von der Bruderkalb-Initiative Hohenlohe

Dass wir auch wirklich Bio sind, wird regelmäßig kontrolliert. Der Bio-Zertifizierer hat die Nummer:
DE-ÖKO-006

Folgende von uns verwendeten Zutaten stammen jedoch *(noch)* nicht aus biologischer Landwirtschaft:
(tagesaktuell): Einige Sprossen (zur Dekoration) Honig aus unserem Garten

Aus Wildfang, Flora und Fauna stammend und damit nicht biozertifiziert sind: Gillardeauaustern, Sizilianische Garnelen, Sommertrüffel, Steinpilze, Malscher Wildschwein.

Sollten Sie von Lebensmittelallergien oder Intoleranzen betroffen sein, teilen Sie uns dies bitte mit. Wir beraten Sie gerne.

Selbstverständlich halten wir auch eine Speisekarte mit entsprechenden Kennzeichnungen für Sie bereit.

Aperitivo

Fächerbräu (bio)
Pils, Festbier, Cider oder Naturradler
5,50 (0,33 Flasche)

Vecchio Samperi Perpetuo
Grillo
Marco de Bartoli – Marsala, Sicilia
8,– (5 cl)

Kir
mit Cassislikör von
Jean Paul Metté
8,–

Kir Royale
mit Cassislikör von
Jean Paul Metté
15,-

(0,1l / 0,75l)

2016 Riesling Brut nature aus der Magnumflasche (bio)
36 Monate Hefelager
Frank John – Königsbach(Neustadt)/Mittelhaardt, Pfalz
10,60

Franciacorta Naturae Brut Nature V16 D01/20 <1g (bio)
Chardonnay, Pinot nero
Barone Pizzini, Provaglio d´Iseo, Lombardia
13,20 86,–

Franciacorta Rosé Extra Brut V16 D 01/20 < 3g (bio)
Pinot nero, Chardonnay
Barone Pizzini, Provaglio d´Iseo, Lombardia
13,40 87,–

Champagne „Tradition“ demisec I 18 D05/20 40g (bio)
Chardonnay, Pinot noir
De Sousa et Fils, Côte des blancs, Montagne de Reims
12,- 78,-

nur im Winter

„Vodka-Orange“
frisch gepresster Saft von unseren direkt importierten Sizilianischen Orangen mit Bioland-Schwarzwald-Wodka aus 100 % deutschem Biolandgetreide
10,-

„ Bitter-Orange“
frisch gepresster Saft von unseren direkt importierten Sizilianischen Orangen mit „Biostilla 25 Bio Bitter“
10,-

Prisecco Bio-Cuvé 28 (alkoholfrei)
alte Sorten von Apfel und Birne, Emmer
Manufaktur Jörg Geiger, Schlat, Württemberg
4,90 32,-

BIO GOLD 90–100% der Bewertungspunkte
Für mehr Bio in der Profiküche
Eine Initiative von Bioland e.V.
www.bioland.de

UNSERE KÜCHE IST BIO-ZERTIFIZIERT!
Qualität, Saisonalität und Transparenz sind uns wichtig. Daher verwenden wir in unserer Küche fast ausschließlich Zutaten aus ökologischer Erzeugung. Unabhängige Kontrollstellen prüfen uns mindestens einmal im Jahr.

Weiß

(0,1l / 0,75l.)

2019 Sicillia DOC „Vigna di Mandranova“(bio)
Grillo
Alessandro di Camporeale, Camporeale, Belice, Sicilia
6,50 42,–

2020 Sulzfeld Weissburgunder (bio)
Weingut Burg Ravensburg -Tiefenbach, Kraichgau, Baden
5,40 35,–

2019 Bouzeron(bio)
Aligoté
Domaine de Villaine, Côte Chalonaise, Bourgogne
10,20 66,–

2017 Nzu Amphorenwein (bio)
Bellone
Marco Carpineti, Cori, Latina, Lazio
13,40 87,–

´19 Verdicchio dei Castelli di Jesi cl. sup. DOC „Tre ripe“ (bio)
Pievalta, Majolati-Spontini, Ancona, Marche
5,80 38,–

Rot

2016 Montecucco DOC Riserva (bio)
Sangiovese, Ciliegiolo, Cabernet Sauvignon
Colle Massari, Cinigiano, Maremma, Toscana
7,40 48,–

2018 Bourgogne rouge (bio)
Domaine Jean Trapet père et fils, Gevrey-Chambertin, Côte de Nuits
11,50 75,–

2018 Rosso di Montalcino DOC (bio)
Sangiovese
Le Chiuse, Montalcino, Val d´Orcia, Toscana
7,80 51,–

2013 Dithyrambus (bio)
Montepulciano
Marco Carpineti, Cori, Latina, Lazio
12,15 79,–

Rosé

(0,1l / 0,75l)

2020 Faustine(bio)
Sciaccarello
Domaine Comte Abbatucci
8,15 53,–

Halbe Flaschen *(0,375l)*

Champagne Shaman 16 GCru Extra Brut (bio)
Pinot Noir, Chardonnay
Marguet, Ambonnay, Champagne
65,–

2019 Sancerre blanc (bio)
Sauvignon Blanc
Vacheron, Sancerre, Loire
35,–

2018 Pouilly fumé Florilége (bio)
Sauvignon Blanc
Jonathan Pabiot, Pouilly sur Loire, Loire
47,–

2014 Marsannay blanc „Langeroies“ (bio)
Chardonnay
Domaine Jean Fournier, Marsannay, Bourgogne
55,–

2010 Viré Clessé „EJ Thevenet“
Chardonnay
Domaine de La Bongran, Clessé, Bourgogne
61,–

2012 Côte des Bourg (bio)
Merlot, Cabernet Sauvignon, Cabernet Franc, Malbec
Château Falfas, Bayon-sur-Gironde, Bordeaux
28,–

2017 Châteauneuf-Du-Pape (bio)
Grenache, Syrah, Mourvèdre, Cinsault
Bastide St-Dominique, Châteauneuf-Du-Pape, Rhône
49,–

Für Ihren Geschmack ist nichts dabei? Sprechen sie uns an!

Terra e Mare

Piccolo benvenuto//
kleiner Gruss aus der Küche, hausgemachtes Sauerteigbrot

Pancia di maiale, finocchietto selvatico, broccoletti //
Gegrillter Bauch vom biodynamischen Schwäbisch-Hällischen Landschwein,
wilde Fenchelsamen, Stangenkohl

Carpaccio di Gambero Rosso di Mazara del Vallo „selezione Giacalone"//
Carpaccio von der roten sizilianischen Garnele aus Wildfang,
Salat von Zitrusfrüchten und Feldsalat

Tortelli al sugo di carne, spuma tiepida di pecorino romano, topinambur//
Tortelli mit Boeuf de Hohenlohe Rind gefüllt und dessen Sauce,
lauwarmer Pecorinoschaum, Topinambur

Rombo atlantico, pan di zucchero, salsiccia stagionata di nero Calabrese,
salsa di vino bianco, purée di patate, tartufo melanosporum //
Gebratener Nordsee-Steinbutt, Zuckerhut, Kalabrische Salami, Weißweinsauce,
Kartoffelpüree, schwarzer Wintertrüffel

Formaggio //
Meisterlich gereifter Käse

Pre-Dessert

Degustazione di ciocolato //
Variation von unterschiedlichen Original Beans Cru Schokoladen

6 Gänge, inklusive Karlsruher Trinkwasser € 129,-
4 Gänge (Carpaccio, Tortelli, Steinbutt, Dessert ODER Käse) € 95,-

Wir möchten Sie freundlich bitten, die Menükompositionen nicht zu ändern.

Gerne servieren wir Ihnen eine stimmige Weinbegleitung € 10 je Gang.

MENU TERRA E MARE

Flora e Fauna *(vegetarisch, auf Wunsch rein pflanzlich)*

Piccolo benvenuto//
kleiner Gruss aus der Küche, hausgemachtes Sauerteigbrot

Radicchio brasato al vino rosso, Panizza, Fonduta di Comté, tartufo uncinato italiano//
Geschmorter Radicchio, Kirchererbsentaler, Fonduta, wilder Herbsttrüffel

Insalata di finocchio e polpelmo, sauté di castagne e porri,
aceto balsamico tradizionale di Modena extra vecchio (minimo 25 anni)//
Salat von Fenchel und Grapefruit, sautierte Kastanien und Lauch,
aceto balsamico tradizionale di Modena extra vecchio (Minimum 25 Jahre)

Gnocchi al succo di barbabietola, cavolo cappuccio, trombetta dei morti//
Gnocchi in Rote Bete Saft geschwenkt, Spitzkohl, Herbsttrompeten

Ribollita toscana, Brioche, Olio e.v.o. Pruneti „Moraiolo"//
Toskanischer Auflauf von schwarzem Kohl, weißen Bohnen und altem Brot,
Butterbrioche, extra natives Öl aus der Olivensorte „Moraiolo" von Pruneti

Formaggio //
Meisterlich gereifter Käse

Pre-Dessert

Speculoos, mela, castagna //
Spekulatius, Apfel, Kastanie

6 Gänge, inklusive Karlsruher Trinkwasser € 125,-
4 Gänge (Insalata, Gnocchi, Ribollita, Dessert ODER Käse) € 89,-

Wir möchten Sie freundlich bitten, die Menükompositionen nicht zu ändern.

Gerne servieren wir Ihnen eine stimmige Weinbegleitung € 10 je Gang.

MENU FLORA E FAUNA

Antipasti / Vorspeisen

Pancia di maiale, finocchietto selvatico, broccoletti //
Gegrillter Bauch vom biodynamischen Schwäbisch-Hällischen Landschwein, wilde Fenchelsamen, Stangenkohl
22,-

Carpaccio di Gambero Rosso di Mazara del Vallo „selezione Giacalone"//
Carpaccio von der roten sizilianischen Garnele aus Wildfang,
Salat von Zitrusfrüchten und Feldsalat
26,-

Radicchio brasato al vino rosso, Panizza, Fonduta di Comté, tartufo uncinato italiano//
Geschmorter Radicchio, Kirchererbsentaler, Fonduta, wilder Herbsttrüffel *(veget.)*
22,-

Insalata di finocchio e polpelmo, sauté di castagne e porri,
aceto balsamico tradizionale di Modena extra vecchio (minimo 25 anni)//
Salat von Fenchel und Grapefruit, sautierte Kastanien und Lauch,
aceto balsamico tradizionale di Modena extra vecchio (Minimum 25 Jahre)*(veget.)*
28,-

Antipasto misto di salumi, formaggi e verdure //
Klassisches italienisches Antipasto mit handwerklichen Wurstwaren, Käse und Gemüse
24 ,-

3 Gamberi rossi di Mazara del Vallo „selezione Giacalone"grigliati,
salsa aioli, crostini di pane //
3 gegrillte rote wilde Garnelen aus Sizilien „selezione Giacalone",
aioli, geröstete Focaccia
32,-

Ostriche //
Wilde Gillardeauaustern No. 3 mit Butter, Pumpernickel und Zitrone
3 Stk. 15,- 6 Stk. 28,-

Pasta

Tortelli al sugo di carne, spuma tiepida di pecorino romano, topinambur//
Tortelli mit Boeuf de Hohenlohe Rind gefüllt und dessen Sauce,
lauwarmer Pecorinoschaum, Topinambur
28,-

Gnocchi al succo di barbabietola, cavolo cappuccio, trombetta dei morti//
Gnocchi in Rote Bete Saft geschwenkt, Spitzkohl, Herbsttrompeten *(veget.)*
28,-

Lasagne tradizionali alla Bolognese con sfoglia tirata a mano //
Hausgemachte traditionelle Lasagne
24,-

Tajarin al burro e parmigiano con tartufo bianco //
Hausgemachte Eierpasta mit Butter,
Berg-Parmigiano Reggiano DOP und 3 g weißem Trüffel *(veget.)*
47,-

Lust auf eine authentisch-römische Carbonara?
Wenn Sie eine andere klassische Pasta wünschen, sprechen Sie uns an.

Secondi / Hauptgerichte

Rombo atlantico, pan di zucchero, salsiccia stagionata di nero Calabrese,
salsa di vino bianco, purée di patate, tartufo melanosporum //
Gebratener Nordsee-Steinbutt, Zuckerhut, Kalabrische Salami, Weißweinsauce,
Kartoffelpüree, schwarzer Wintertrüffel
48,-

Ribollita toscana, Brioche, Olio e.v.o. Pruneti „Moraiolo"//
Toskanischer Auflauf von schwarzem Kohl, weißen Bohnen und altem Brot,
Butterbrioche, extra natives Öl aus der Olivensorte „Moraiolo" von Pruneti *(veget.)*
28,-

Coscia e petto di fagiano, orzotto, ragú di funghi, tartufo uncinato italiano //
Gebratene Keule und Brust vom wilden Elsäßer Fasan,
Gerstenrisotto, Pilze, wilder Herbsttrüffel
42,-

Branzino arrosto, sfilettato al tavolo, verdure di stagione //
Wilder Wolfsbarsch, am Tisch filettiert, Herbstgemüse

Dolci / Dessert

Formaggio //
Meisterlich gereifter Käse
15,-

Speculoos, mela, castagna //
Spekulatius, Apfel, Kastanie *(veget.)*
15,-

Degustazione di ciocolato //
Variation von unterschiedlichen Original Beans Cru Schokoladen
15,-

Cème Brûlée mit Zitrone verfeinert
12,-

Gelato e sorbetto fatto in casa //
Hausgemachtes Eis und Sorbet
3,5 je Kugel

PASTA E SECONDI

HEISSES

Espresso
mit Bohnen von Espresso Tostino *(Bio)*
mit hausgemachtem Gebäck
3,90

Cappuccino, Milchkaffee, latte macchiato
mit Bohnen von Espresso Tostino *(Bio)*
mit hausgemachtem Gebäck
4,50

Grüntee Ceylon *(Bio)*, Gepa
4,50

Drei Minze *(Bio)*, Pukka
4,50

Kräutertee „Alles Liebe“ *(Bio)*, Sonnentor
4,50

Darjeeling oder Earl Grey *(Bio)* Gepa
4,50

WASSER

Hornberger Lebensquell Mineralwasser
medium oder naturelle

7,50 1 l

2,80 0,33l

Karlsruher Wasser, mit und ohne Kohlensäure,
gratis aber nicht umsonst.
Bitte spenden Sie in die Box an der Kasse.
Wir halten € 2,– je Flasche für angemessen.

Ihre Spende überweisen wir zu 100%
an den Verein „Viva con agua“,
welcher damit Trinkwasserbrunnen baut.

DOLCI