

**Handlungsansätze im Handlungsfeld Information und Bildung inkl. dazugehöriger Massnahmen, deren grob abgeschätzter Umsetzbarkeit (U) und Wirkung (W) sowie der Akteure, welche zu involvieren sind. Grün (gross) entspricht einer durchschnittlichen Bewertung von mind. 4, gelb (mittel) einer durchschnittlichen Bewertung zwischen 3 und 4 und rot (gering) weniger als 3 (vgl. Kapitel 3.3). Durchschnittlich 14 Bewertungen.**

Handlungsansatz	Massnahmen	U	W	Zu involvierende Akteursgruppen									
				Produzent*innen	Regionale Initiativen	Lebensmittelverarbeitung	Handel	Konsument*innen	Gastronomie	Verwaltung	Bildung	Ernährungsforum Zürich	
<b>Labels und Kennzeichnung Saisonalität / Regionalität</b> Sensibilität für Saisonales und Regionales soll mittels Kennzeichnung und anderer Sensibilisierungsmassnahmen auf Stadtmärkten gesteigert werden.	Kennzeichnung regionaler und saisonaler Produkte bei den Marktständen auf Wochenmärkten.			X									
	Führung für Konsument*innen auf Stadtmärkten.			X									X
	Video zu Einkauf auf dem Stadtmarkt zwecks Sensibilisierung Konsument*innen.			X						X			
<b>Berufs(weiter)bildung von Köch*innen</b> Ausbildung für Köch*innen soll pflanzliches und saisonales Kochen sowie den Direkteinkauf bei Produzent*innen fördern.	Ausbildung für Köch*innen zu pflanzlichem und saisonalem Kochen sowie Direkteinkauf bei Produzent*innen.								X		X		
	Weiterbildung für Köch*innen zu pflanzlichem und saisonalem Kochen sowie Direkteinkauf bei Produzent*innen.								X		X		
<b>Fachkräfte für multifunktionale Landwirtschaft und neue Bewirtschaftungsformen ausbilden Multifunktionale</b> Landwirtschaft und neue Bewirtschaftungsformen (z. B. Solawi) führen unter anderem zur Sensibilisierung der Konsument*innen in Bezug auf regionale und saisonale Ernährung. Deren Verbreitung soll durch Ausbildung von Fachkräften gefördert werden.	Lehrgang für multifunktionale Landwirtschaft und neue Bewirtschaftungsformen.			X	X					X	X	X	
<b>Transdisziplinäre Ernährungsbildung stärken</b> Lehrpersonen an (Berufs-)Schulen können als Multiplikator*innen wirken, da es beispielsweise über 200 Berufe entlang der Ernährungswertschöpfungskette gibt.	Entwicklung und Verbreitung von Unterrichtsmaterialien (Drehbuch etc.) für Schulen und Ausbildungsbetriebe zum Thema nachhaltige Ernährung.			X		X			X		X		
<b>Website mit gesammelten Informationen zu regionaler, nachhaltiger Lebensmittelversorgung</b> Eine zentrale Website gibt Auskunft über Angebote im Bereich der regionalen, nachhaltigen Lebensmittelversorgung.	Sammeln von Angeboten und Entwickeln einer Website <sup>14</sup> .									X		X	

14 Ein Beispiel einer solchen Website: [www.bzfe.de/nachhaltiger-konsum/einkaufsorte-finden/](http://www.bzfe.de/nachhaltiger-konsum/einkaufsorte-finden/)

**Handlungsansätze im Handlungsfeld regionale Produktion und Verarbeitung inkl. dazugehöriger Massnahmen, deren grob abgeschätzter Umsetzbarkeit (U) und Wirkung (W) sowie der Akteure, welche zu involvieren sind. Grün (gross) entspricht einer durchschnittlichen Bewertung von mind. 4, gelb (mittel) einer durchschnittlichen Bewertung zwischen 3 und 4 und rot (gering) weniger als 3 (vgl. Kapitel 3.3). Durchschnittlich 16 Bewertungen.**

Handlungsansatz	Massnahmen	U	W	Zu involvierende Akteur*innengruppen								
				Produzent*innen(-verband)	Regionale Initiativen	Lebensmittelverarbeitung	Handel	Konsument*innen	Gastronomie(-verband)	Verwaltung	Bildung	Ernährungsforum Zürich
<b>Der Aufbau von regionalen Initiativen und Kleinunternehmen für städtische Lebensmittelproduktion wird gefördert</b> Kooperationen mit bestehenden Inkubatoren- und Bildungseinrichtungen prüfen.	Inkubator <sup>15</sup> für regionale Initiativen und städtische Lebensmittelproduktion.			(X)	X	X				X	X	X
<b>Förderung regionaler Verarbeitungsstrukturen, Erhalt von traditionellem Wissen und Ausbildung qualifizierter Fachkräfte</b>	Kompetenzzentrum für handwerkliche Verarbeitung (Food Hub).				X	X	X	X		X	X	X
<b>Förderung neuer Zusammenarbeitsformen zwischen Konsument*innen und Produzent*innen</b>	Angebote für Schulklassen zur Mithilfe auf Betrieben.			X	(X)					X	X	
	GIS-basiertes Planungstool, welches das Potenzial für multifunktionale Landwirtschaft aufzeigt				X					X		X
	Förderung bestehender Beratungsangebote für neue Formen der Zusammenarbeit.				X					X	X	
	Institutionalisierung des Austauschs zwischen Stadt und Initiativen.				X					X		X
	Plattform für Flächenvermittlung, z. B. von nicht genutzten Gärten oder landwirtschaftlichen Flächen.			X	X							X
	Plattform für Infrastrukturvermittlung, z. B. von Lagerräumen oder Verarbeitungsmaschinen.				X	X	X			X		X
	Information für Landwirt*innen zu neuen Zusammenarbeitsformen einfach verfügbar machen.			X	X					X	X	X
<b>Bereitstellung finanzieller Ressourcen für regionale Initiativen im Bereich nachhaltiger Ernährung</b>	Gründung einer Regionalwert resp. Bürger*innen-AG <sup>16</sup> für regionales und nachhaltiges Wirtschaften.			X	X	X	X	X	X			(X)
<b>Förderung regionale, nachhaltige Brotwertschöpfungskette</b> Die Region um Zürich verfügt über ein hohes Potenzial bezüglich regionaler Getreideverarbeitung und Getreideanbauflächen. Dies soll genutzt werden.	Kommunikation der regionalen Herkunft des Brotgetreides in Bäckereien.					X						
	Entwicklung eines Regiobrottes.					X						

<sup>15</sup> Inkubatoren sind in dem meisten Fällen Einrichtungen oder Institutionen, die Unternehmer\*innen auf verschiedene Art und Weise auf ihrem Weg in die Selbstständigkeit begleiten und dabei unterstützen. Mehr dazu siehe in der Beschreibung im entsprechenden Absatz.

**Handlungsansätze im Handlungsfeld regionale Vermarktung und Verteilung inkl. dazugehöriger Massnahmen, deren grob abgeschätzter Umsetzbarkeit (U) und Wirkung (W) sowie der Akteure, welche zu involvieren sind. Grün (gross) entspricht einer durchschnittlichen Bewertung von mind. 4, gelb (mittel) einer durchschnittlichen Bewertung zwischen 3 und 4 und rot (gering) weniger als 3 (vgl. Kapitel 3.3). Durchschnittlich 13 Bewertungen.**

Handlungsansatz	Massnahmen	U	W	Zu involvierende Akteursgruppen								
				Produzent*innen	Regionale Initiativen	Lebensmittelverarbeitung	Handel	Konsument*innen	Gastronomie	Verwaltung	Bildung	Ernährungsforum Zürich
<b>Kooperation im Bereich Logistik für regionale Initiativen im EFZ thematisieren</b> Regionale Initiativen organisieren ihre Logistik (Verteilung, Abholstationen u. ä.) zum Grossteil unabhängig von anderen Initiativen. Synergien zwischen den Initiativen sollten ausgelotet werden.	Gründung eines Arbeitskreises zum Thema Logistik für regionale Lebensmittel.			X	X	X	X		X	X		X
	Durchführung eines runden Tisches zum Thema Logistik für regionale Lebensmittel.			X	X	X	X		X	X		X
<b>Digitale Direktvermarktungsplattform (B2B) in Zürich etablieren und Synergien ausloten</b> Zum Erreichen einer kritischer Menge für kleinere Produzent*innen beim Verkauf an den Einzelhandel soll die Etablierung von digitalen Direktvermarktungsplattformen geprüft und Synergien zwischen bestehenden Plattformen abklärt werden.	Etablierung einer Plattform-Kooperative für Produzent*innen und den Einzelhandel.			X	X	X	X		X	X		X
	Bekanntmachung bestehender Plattformen.											
	Kurse zu bestehenden Plattformen / Möglichkeiten anbieten (z. B. via landwirtschaftliche Schulen etc.).			X	X				X		X	
	Schnittstellen zwischen bestehenden Plattformen harmonisieren.				X					X		X
<b>Digitale Direktvermarktungsplattform (B2C) in Zürich etablieren und Synergien ausloten</b> Direktvermarktungsplattform sollen Produzent*innen beim Verkauf an die Konsument*innen unterstützen. Synergien zwischen den bestehenden Plattformen sollen abgeklärt werden.	Bekanntmachung bestehender (nicht proprietärer) Plattformen.			X	X		X	X	X	X		X
	Kurse zu bestehenden Plattformen / Möglichkeiten anbieten (z. B. via landwirtschaftliche Schulen etc.).			X	X				X		X	
	Schnittstellen zwischen bestehenden Plattformen harmonisieren.				X					X		X
	Etablierung eines Marktplatzes als Plattform-Kooperative <sup>18</sup> von Produzent*innen und Konsument*innen.			X	X	X	X	X	X	X		X
<b>Gut erreichbare Verkaufsstrukturen für Direktvermarktung</b> Gut erreichbare Verkaufsstrukturen für regionale Lebensmittel in der Stadt sollen deren Attraktivität für Konsument*innen steigern.	Regionale Food-Coops unterstützen <sup>19</sup>				X					X		X
	Toolbox (z. B. Bestellsoftware, Zutrittssysteme zu Depots etc.) für regionale Food-Coops zur Verfügung stellen.				X					X		X
	Kooperationen mit bestehender Rauminfrastruktur (wie z. B. Gemeinschaftszentren, Läden etc.) prüfen.						X					X

19 Bio Austria hat sich dem Thema explizit angenommen und finanziert sogar Personen, die dabei helfen, Food Coops zu gründen. ([https://www.bio-austria.at/konsumentinnen-produzentinnen-initiativen/#Projekt\\_Appetit\\_auf\\_Zukunft](https://www.bio-austria.at/konsumentinnen-produzentinnen-initiativen/#Projekt_Appetit_auf_Zukunft))

18 Bei einer Plattform-Kooperative (auch Platform Coop) können sowohl Konsument\*innen als auch Produzent\*innen zu Miteigentümer\*innen der Direktvermarktungsplattform werden und beispielsweise über deren Gewinnverwendung mitbestimmen. Siehe auch <https://platformcoop.de>.

**Handlungsansätze im Handlungsfeld öffentliche Beschaffung inkl. dazugehöriger Massnahmen, deren grob abgeschätzter Umsetzbarkeit (U) und Wirkung (W) sowie der Akteure, welche zu involvieren sind. Grün (gross) entspricht einer durchschnittlichen Bewertung von mind. 4, gelb (mittel) einer durchschnittlichen Bewertung zwischen 3 und 4 und rot (gering) weniger als 3 (vgl. Kapitel 3.3). Durchschnittlich 7 Bewertungen.**

Handlungsansatz	Massnahmen	U	W	Zu involvierende Akteursgruppen								
				Produzent*innen(-verband)	Regionale Initiativen	Lebensmittelverarbeitung	Handel	Konsument*innen	Gastronomie(-verband)	Verwaltung	Bildung	Ernährungsforum Zürich
<b>Kleinmengen in der öffentlichen Beschaffung</b> Die Berücksichtigung von Kleinmengen ermöglichen regionalen Produzent*innen und Händler*innen*innen eine Teilnahme am Beschaffungsprozess.	Machbarkeitsstudie zur Berücksichtigung kleinerer Mengen aus der Region in der Beschaffung.			X			X			X		
<b>Förderung nachhaltiger, regional produzierter Lebensmittel in der öffentlichen Beschaffung</b> Es sollen für einzelne Lebensmittel, deren Anteil Bioprodukte (z. B. Kartoffeln, Karotten und Pouletfleisch) bzw. Inlandanteil (Tomaten) vergleichsweise tief ist, Änderungen im Beschaffungsprozess und Angebot überprüft werden.	Die spezifische Förderung des Anteils nachhaltiger Produkte bei einzelnen Lebensmitteln prüfen.									X		
	Saisonalität im Angebot der städtischen Verpflegung überprüfen.									X		

**Handlungsansätze im Handlungsfeld Gastronomie inkl. dazugehöriger Massnahmen, deren grob abgeschätzter Umsetzbarkeit (U) und Wirkung (W) sowie der Akteure, welche zu involvieren sind. Grün (gross) entspricht einer durchschnittlichen Bewertung von mind. 4, gelb (mittel) einer durchschnittlichen Bewertung zwischen 3 und 4 und rot (gering) weniger als 3 (vgl. Kapitel 3.3). Durchschnittlich 7 Bewertungen.**

Handlungsansatz	Massnahmen	U	W	Zu involvierende Akteursgruppen								
				Produzent*innen(-verband)	Regionale Initiativen	Lebensmittelverarbeitung	Handel	Konsument*innen	Gastronomie(-verband)	Verwaltung	Bildung	Ernährungsforum Zürich
Labels und Kennzeichnung Saisonalität / Regionalität Sensibilität für Saisonales und Regionales soll mittels Kennzeichnung in der Gastronomie gesteigert werden.	Kennzeichnung Region und Herkunft auf der Speisekarte.	gelb	grün				X		X			
	Aufzeigen von Kooperation mit Landwirt*innen auf der Speisekarte.	gelb	grün						X			
	Informationen (Webinar, Faktenblatt, Kurs etc.) zur Vermarktung von regionalen Produkten in der Gastronomie.	gelb	gelb						X	X	X	
	Herkunftsbezeichnung als Kriterium in bestehende Gütesiegel für die Gastronomie aufnehmen.	gelb	gelb						X			
Regionales Brot in der Gastronomie fördern Beim Frischbrot in der Gastronomie ist das Potenzial der regionalen Produktion noch nicht ausgeschöpft. Zur Förderung von Brot aus (mehrheitlich) regionalem Mehl soll dieses sichtbar gemacht werden.	Kennzeichnung Region und Herkunft des Brots auf der Speisekarte.	grün	grün			X	X		X			
	Information (Webinar, Faktenblatt, Kurs etc.) zur Vermarktung von regionalem Brot in der Gastronomie.	gelb	gelb			X	X		X			
	Herkunftsbezeichnung als Kriterium in bestehende Gütesiegel für die Gastronomie aufnehmen.	gelb	gelb						X			
Förderung neuer Zusammenarbeitsformen zwischen Gastronomie und Produzent*innen Eine engere Zusammenarbeit zwischen Gastronomie und Produzent*innen soll gefördert werden.	«Speed-Dating» zwischen Produzent*innen und Gastronom*innen organisieren.	gelb	gelb	X	X				X	X		
	Informationen zu verschiedenen Formen der Zusammenarbeit, wie z. B. Vertragslandwirtschaft, zur Verfügung stellen.	gelb	gelb	X	X				X			
	Förderung von direkten, partnerschaftlichen Formen, wie z. B. Vertragslandwirtschaft.	gelb	gelb	X	X				X			
Digitale Direktvermarktungsplattform in Zürich etablieren und Synergien ausloten Zum Erreichen einer kritischen Menge für kleinere Produzent*innen beim Verkauf an die Gastronomie sollen digitale Direktvermarktungsplattformen etabliert und Synergien zwischen den bestehenden Plattformen abgeklärt werden.	Bekanntmachung bestehender Plattformen.	gelb	gelb	X					X	X		X
	Kurs zu bestehenden Plattformen / Möglichkeiten anbieten (z. B. via landwirtschaftliche Schulen etc.).	gelb	gelb	X					X		X	
	Schnittstellen zwischen bestehenden Plattformen harmonisieren.	gelb	grün	X					X			
	Etablierung eines Marktplatzes als Plattform-Kooperative von Produzent*innen und Gastronom*innen.	rot	gelb	X					X			

**Handlungsansätze im Handlungsfeld Lebensmittelverluste inkl. dazugehöriger Massnahmen, deren grob abgeschätzter Umsetzbarkeit (U) und Wirkung (W) sowie der Akteure, welche zu involvieren sind. Grün (gross) entspricht einer durchschnittlichen Bewertung von mind. 4, gelb (mittel) einer durchschnittlichen Bewertung zwischen 3 und 4 und rot (gering) weniger als 3 (vgl. Kapitel 3.3). Durchschnittlich 8 Bewertungen.**

Handlungsansatz	Massnahmen	U <sup>23</sup>	W	Zu involvierende Akteursgruppen								
				Produzent*innen(-verband)	Regionale Initiativen	Lebensmittelverarbeitung	Handel	Konsument*innen	Gastronomie(-verband)	Verwaltung	Bildung	Ernährungsforum Zürich
<b>Vermeidung von Lebensmittelverlusten in der Gastronomie</b> Die Gastronomie nimmt im Bereich Lebensmittelverluste eine Schlüsselrolle ein.	Kommunikation Engagement Lebensmittelverluste.								X	X		
	Hochwertige Rüstabfälle aus der Vorverarbeitung als Artikel listen und entsprechend Nachfrage bei vorgelagerten Prozessen nach frischen Rüstabfällen für Suppen und andere frisch verarbeitete Gerichte fördern.					X	X		X			
	Angebotsgestaltung ergänzen durch Leaf-to-Root und Nose-to-Tail.								X	X	X	
	Aktive Gästekommunikation, um Food Waste im Betrieb zu reduzieren und gleichzeitig die Gäste für die Auswirkungen von Lebensmittelverlusten zu sensibilisieren.								X	X	X	
<b>Verwertung B-Ware</b> Innovative Konzepte fördern, um B-Ware zu verwerten.	Analyse weiterer möglicher Handlungsansätze (z. B. Förderung von innovativen Konzepten) durchführen.			X	X	X	X		X			
	Gemeinsam nutzbare Verarbeitungsstruktur (Weiterverarbeitung wie z. B. Einmachen, Rüsten) für B-Ware und Überproduktion schaffen.			X	X	X	X	X	X	X	X	X

<sup>23</sup> Die Umsetzbarkeit und Wirkung der Massnahmen des Handlungsansatzes Vermeidung von Lebensmittelverlusten in der Gastronomie wurden durch die Stakeholder nicht beurteilt (vgl. Kapitel 3.3).