

HighTech trifft HighSchmeck

Internet – ein neues Medium der Regionalvermarktung oder technischer Firlefanz?

von Christine Schorr

Direktvermarkter aus der Region und die Küchen von Kindertagesstätten werden mit Hilfe eines elektronischen Bestellverfahrens miteinander verknüpft. Folgender Bericht schildert Erfahrungen aus dem Bremer Projekt „Kita-Küche der kurzen Wege“.

Die Idee am Anfang war weder neu noch besonders spektakulär. Wie in vielen anderen Gemeinden auch, wollte man – im Rahmen der Bremer Lokalen Agenda 21 – Gemeinschaftsverpflegungseinrichtungen mit regionalen (öko + konventionellen) Landwirten verbinden (1).

Eine erste Besonderheit war unsere fast penetrante Hartnäckigkeit. Über einen Zeitraum von zwei Jahren haben wir versucht, für das Projekt Mittel zu akquirieren. Wer einmal im Agenda-Bereich gearbeitet hat, weiß, dass die drei Eckpunkte „ökologisch, sozial und ökonomisch“ sich für Antragsteller auch gerne in das Bermuda-Dreieck von Wirtschafts-, Sozial- und Umweltbehörde verwandeln können. Die Antragsteller werden so lange hin und her geschickt bis sie untergehen. Für uns war aber der politische Zeitpunkt günstig. Wer hat schon was gegen die nette Idee, Landwirte mit Kindergärten zu vernetzen? Die teilweise Unterstützung der Behörden war uns deshalb gewiss, und wir machten eine gute Pressearbeit. Letztlich hat dies zu einer Projektförderung durch die Bremer Innovations Agentur (BIA) in Höhe von ca. 150.000 Euro für den Projektzeitraum (April 2000 bis März 2002) geführt. Einschließlich der Eigenmittel der beteiligten Partner kamen dann ca. 250.000 Euro zusammen. Das ist wichtig, denn trotz allen Engagements „für die Sache“ sind Mittel erforderlich, wenn man was bewegen will. Dies ist nicht ehrenrührig, sondern eine Tatsache.

Eine zweite Besonderheit lag in der charmannten Zusammenstellung der Projektbeteiligten. Acht Kindertagesstätten sehr unterschiedlicher Größe in unterschiedlichen Stadtteilen Bremens trafen auf

ein gutes Dutzend Landwirte der Region (Ökos und Konventionelle), trafen auf Wissenschaftler, die Experten sind für Warenfluss (Physische Logistik) und Informationsfluss (Telematik). Alle zusammen arbeiteten daran, die Bedingungen von Bestellungen und Belieferungen zu verändern.

Am Projekt beteiligte Kitas und Betriebe

In Bremen gibt es zur Zeit 39 evangelische und zehn katholische Kindertagesstätten, die die Kinder durch eine eigene Küche versorgen. Von diesen Einrichtungen nahmen die LeiterInnen und KüchenleiterInnen von acht Einrichtungen teil. Die Beteiligung war freiwillig und die Bestellung der Lebensmittel blieb allein in der Verantwortung der Einrichtungen. Der Naturalkostensatz (ca. 1,2 Euro pro Kind und Tag für Speisen und Getränke) blieb auch während der Projektlaufzeit bestehen.

Wichtig war uns, dass die KöchInnen auch tatsächlich an den Arbeitsgruppensitzungen teilnehmen konnten. Dies wurde dadurch gewährleistet, dass sie während der Sitzungszeit über den Frauenbeschäftigungsträger „quir! e.V.“, einem Verein, der Frauen in hauswirtschaftlichen Berufen ausbildet, vertreten wurden. So konnten die KöchInnen aus den Küchen raus, ohne dass die Versorgung in den Kitas gefährdet war.

Interessant für uns war natürlich die Frage, wie groß der Anteil an regionalen Produkten zu Beginn des Projektes in den Kindertagesstätten war. Der regionale Anteil der in den Kindertagesstätten verwendeten Produkte ist sehr schwer abzuschätzen

und schwankt zudem noch jahreszeitlich. Für die wichtigsten Produktgruppen hat Stefanie Böge (2) auf der Grundlage der fünf Modellkindergärten in Bremen eine Abschätzung versucht (siehe Tabelle 2). Da der Anteil an regionalem Gemüse und Fleisch mit 20 bzw. zehn Prozent relativ gering war, sahen wir hier eine gute Möglichkeit, den Gesamtanteil regionaler Produkte in den Kindertagesstätten zu erhöhen.

In Bremen existieren ca. 300 landwirtschaftliche Betriebe, ungefähr die Hälfte davon wirtschaftet im Vollerwerb. Deutlicher Produktionsschwerpunkt ist die Grünlandwirtschaft (Milch und Fleisch). Der größte Teil der Betriebe wird konventionell bewirtschaftet. Vier Betriebe arbeiten nach den Richtlinien des ökologischen Landbaus.

Tabelle 1: Beteiligte Kindertagesstätten	
Kita	Essen pro Tag
Lüssum (sozialer Brennpunkt)	300
Bockhorn	20
Dietrich Bonhoeffer (sozialer Brennpunkt)	180
Schnecke (sozialer Brennpunkt)	85
Tenever (sozialer Brennpunkt)	21
Epiphania	42
St. Hedwig	65
St. Nikolaus (sozialer Brennpunkt)	50

Tabelle 2: Abschätzung des Status quo der regionalen Anteile an Produkten (2)	
	Regionaler Anteil
Kartoffeln	Ca. 45 Prozent
Gemüse	Ca. 20 Prozent
Fleisch	Ca. 10 Prozent
Milch	Ca. 65 Prozent
Mehl / Backwaren	Keine Aussage möglich
Eier	Keine Aussage möglich

In der Modellphase beteiligten sich insgesamt dreizehn Betriebe. Es handelte sich dabei um Betriebe aller Produktionsarten (Fleisch, Fisch, Gemüse, Milch), wobei einige Betriebe, insbesondere Obst- und Gemüseanbaubetriebe, aus dem angrenzenden Niedersachsen kommen. Im Bereich Fleisch und Gemüse waren sowohl konventionelle als auch ökologische Betriebe vertreten. Im Bereich Milch fehlt noch ein ökologischer Betrieb, ein Umstellungsbetrieb war allerdings beteiligt.

Das Experiment „Internet“

Am Anfang des Projektes stand die Idee der Vernetzung regionaler Anbieter mit den Kindertagesstätten. Eine Vernetzung via Internet war zwar von der Koordinationsgruppe gewünscht, sollte aber nur im Einvernehmen mit den beteiligten Kitas und den Betrieben erfolgen. Andere Lösungen, zum Beispiel eine Kombination von Fax und PC, wären ebenfalls denkbar gewesen und wurden im Verlauf des Projektes auch heftig diskutiert. Folgende Schritte wurden durchgeführt:

1. Status quo-Analyse zur Beschaffung und Lagerhaltung sowie Erstellung eines Anforderungsprofils regionaler Lieferanten seitens der Kitas.
2. Erstellung eines Anforderungsprofils der Lieferanten (Landwirte), Status quo-Analyse hinsichtlich deren Logistik (Waren- und Informationsfluss).
3. Gemeinsame Auswertung von 1. und 2., Entwicklung und Diskussion folgender Organisationsansätze mit den Beteiligten:
 - a) Beschaffung von regionalen Produkten der Kitas bei verschiedenen Landwirten,
 - b) Beschaffung von regionalen und nicht-regionalen Produkten der Kitas bei verschiedenen Lieferanten über einen logistischen Dienstleister,
 - c) Beschaffung von regionalen und nicht-regionalen Produkten der Kitas bei verschiedenen Lieferanten *ohne* Einschaltung eines logistischen Dienstleisters.

Nach eingehender Diskussion einigten sich die beteiligten Kitas und Lieferanten auf einer gemeinsamen Sitzung für eine Abwandlung des Variante c). Die Produkte sollten in einer ersten Phase direkt von den Anbietern zu den Kitas gebracht werden, da viele der am Projekt beteiligten Direktvermarkter ihre eigenen Fahrzeuge ausnutzen und den Kontakt zum Kunden wahren wollten. In einem zwei-

ten Schritt sollte es dann den Anbietern auch ermöglicht werden, einen Transport-Dienstleister zu nutzen.

Die Beteiligten entschlossen sich schließlich, die Vernetzung via Internet zu wagen, auch wenn es in vielerlei Hinsicht ein Experiment werden sollte, denn es existierten bis dato kaum Erfahrungen mit Marktplätzen im Lebensmittelbereich, auch waren uns keine Studien über Auswirkungen auf die regionalen Wirtschaftsstrukturen bekannt.

Vorteile des Systems für die Kitas sind:

- Größere Markttransparenz, da viele Angebote nebeneinander sichtbar sind. Dazu können Suchfunktionen genutzt werden (nach Produkten, Erzeugungsarten, Regionalität, Anbieter usw.).
- Erkennbarkeit regionaler Produkte. Im Unterschied zu anderen Angeboten sind regionale Produkte erkennbar und werden „nach oben“ gelistet.
- Zeit- und Kostenersparnis.
- Werbeeffect nach außen. Für viele Eltern ist die Ernährung mit frischen regionalen Produkten ein Kriterium bei der Auswahl der Kindertagesstätte.
- Informations- und Kommunikationsplattform.
- Qualifizierung für die KöchInnen.

Vorteile für die Landwirte sind:

- Erschließung eines größeren Kundenkreises.
- Bessere Darstellung ihrer selbsterzeugten Produkte.
- Mittelfristig Verbesserung ihrer Logistik.
- Qualifizierung für die Anbieter.

Konsens unter den Beteiligten war auch, dass ein Vollsortiment angeboten werden soll. Die Kitas brauchen ein solches Angebot, auch wenn sie versuchen, den regionalen Anteil zu erhöhen. In der Konsequenz hieß dies, dass auch Großhändler beteiligt werden sollten.

Die Software für das Kita-Projekt wurde Anfang 2001 vom Institut für Seeverkehrswirtschaft und Logistik entwickelt. Die Abstimmung darüber erfolgte in mehreren Sitzungen gemeinsam mit den Kitas und den Betrieben. Ein Handbuch wurde erstellt, Schulungen für Kitas und Betriebe durchgeführt. Im Juni 2001 fand ein erster Labortest statt (Bestellungen ohne tatsächlichen Warenfluss). Es lief alles glatt, dennoch gab es eine Reihe von Verbesserungsvorschlägen von Seiten der Beteiligten. Die Ergebnisse wurden gemeinsam ausgewertet und Vorschläge zur Optimierung vorgenommen.

Der Internet-Marktplatz (www.locagora.de) (3) wurde dann im August 2001 eröffnet. Ab diesem Zeitpunkt wurde ein privater IT-Dienstleister be-

teiligt, der einen 24-Stunden/7-Tage-Dienst anbot. Die weiter unten stehende Abbildung 1 zeigt einen Screenshot vom März 2001 des noch nicht ganz fertigen Systems. Der Screenshot zeigt deutlich, dass regionale Produkte gekennzeichnet werden. Andere Bestellsysteme (Faxangebote, Kataloge) zeichnen regionale Produkte in der Regel nicht aus. Des Weiteren gibt es dort auch keine Möglichkeit, gezielt nach (regionalen) Produkten/Sorten zu suchen.

Wo stehen wir und wie geht es weiter?

Die Projektlaufzeit endete im März 2002 und wir haben einen funktionierenden Internetmarktplatz, der von den beteiligten Kindertagesstätten auch genutzt wird. Noch steckt der Marktplatz ein gutes Stück in den Kinderschuhen. Es gibt daher eine sehr lange Liste mit Verbesserungsnotwendigkeiten. Klar ist auch, dass sich dieser Marktplatz zur Zeit noch nicht selber trägt und im Rahmen eines weiteren Projektes auf finanziell sichere Füße gestellt werden muss.

Das Potential für eine Erweiterung des Teilnehmerkreises ist vorhanden: Allein in Bremen verköstigen die 125 städtischen und kirchlichen Kindertagesstätten pro Tag über 9.000 Kinder. Ihre Gesamtausgaben dafür liegen bei ca. 250.000 Euro im Monat, wobei ein Naturalkostensatz von 1,20 Euro zugrunde gelegt ist (vgl. Tabelle 3).

Das Interesse weiterer kirchlicher Kita-Küchen, die Software zu nutzen, ist vorhanden. Die Stadt als Träger ihrer Einrichtungen ist ebenfalls über den Stand des Projektes informiert und hat Interesse an einer Teilnahme bekundet. Sechs weitere diakonische Einrichtungen, die zum Teil über sehr große Küchen bzw. Kantinen verfügen (Krankenhaus, Alten-, Pflege-, Behindertenheime), haben ihr Interesse angemeldet. Der monatliche Warenumsatz dieser Großküchen beläuft sich auf ca. 30.500 Essen (3,5 Euro pro Essen) und somit 106.960 Euro im Monat. Insgesamt würde sich damit ein potentieller maximaler monatlicher Umsatz von 357.232 Euro ergeben.

Damit ist im Bereich der (kleinen) Großküchen und Kantinen ein sehr großes Potential vorhanden. Zur Zeit noch nicht beantwortet werden kann allerdings die Frage, in welchem Umfang der Warenumsatz über das System der Kita-Software tatsächlich laufen wird.

Dennoch sind wir zuversichtlich. Das Kita-Projekt ist in den Regionen-Aktiv-Wettbewerb „Nordlichter“ eingebunden. Eine Weiterentwicklung und

Abbildung 1: Screenshot

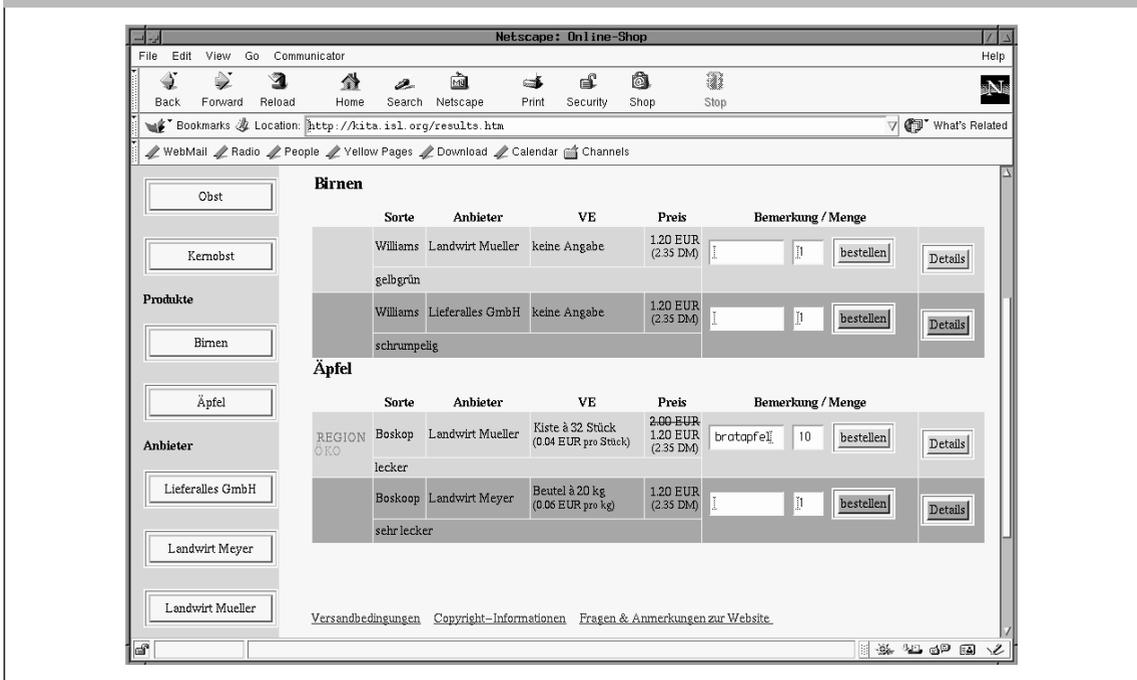


Tabelle 3: Anzahl der ausgegebenen Essen in einem Teil der bremischen Kindertagesstätten

Träger der Einrichtung	Anzahl der Kitas	Anzahl Essen pro Tag	zentrale Beschaffung	Anzahl Essen pro Monat	Ausgaben Essen pro Monat
Bremisch Ev. Kirche	39	2700	–	59.400	71.280 €
Kath. Gemeindeverband	10	280	–	6.160	7.392 €
Stadt Bremen	68	6500	Trockenprod., Tiefkühlkost	143.000	171.600 €
Summe	117	9480		208.560	250.272 €

Ausdehnung des Systems kann auch über diesen Wettbewerb getragen werden.

Schwerpunkte der Weiterentwicklung werden die notwendigen Anpassungen an die deutlich höheren Anforderungen „richtiger“ Großküchen (ab ca. 200 Erwachsenenessen) sein. Der Aufbau einer Transportlogistik muss damit einher gehen und in der Folge wird sich der Druck auf die Anbieter verstärken, größere Kooperationen einzugehen.

**Im Rückblick:
Ein (erfolgreicher?) Hürdenlauf**

Im Rückblick kann man uns – wie vielleicht vielen anderen Agenda-Gruppen – eine gewisse Naivität

vorwerfen. Unsere Lieblingsidee war, dass eine Kindertagesstätte möglichst viele Produkte von „ihrem“ netten Landwirt bestellt, ihn persönlich kennt und die Kinder ihn freundlich begrüßen, die Ausflüge der Kindertagesstätte auf den Hof gehen und die Eltern sich innerhalb und auch außerhalb der Kindergartenzeit anschließen. Die Realität sah ganz anders aus. Hier ein paar Kostproben unserer „Hürden“:

Es gibt keine reinen Direktvermarkter

Die Erzeuger, die Kindergärten beliefern, sind in der Regel keine reinen Direktvermarkter, sondern – zu unterschiedlichen Anteilen – auch Händler, die Produkte auch auf dem Großmarkt kaufen. Die Erklärung ist einfach und hat was mit dem Ab-

nehmer auf der anderen Seite der Kette zu tun. Die Kitas können und wollen nicht nur regionale Produkte.

Da unser Projekt zum Ziel hat, die Ergebnisse auch auf andere Gemeinschaftsverpflegungseinrichtungen übertragbar zu machen, war klar, dass ein Vollsortiment angeboten werden muss und Großhändler (insbesondere für den Trockenprodukte- und Tiefkühlbereich) mit einbezogen werden sollten. Würde man dies nicht tun, liefe man Gefahr, mehrere Systeme nebeneinander zu etablieren, die sich Konkurrenz machen. Es war eine Entscheidung weg von der reinen Lehre „Regionalität“, hin zu Pragmatismus. Kritik daran ist berechtigt, dennoch möge jeder bitte sein eigenes Einkaufsverhalten überprüfen und dann daran denken, unter welchen Rahmenbedingungen KöchInnen in Kindertagesstätten arbeiten. Uns fiel diese Entscheidung trotzdem schwer, es war vielleicht eine der schwersten im Projekt überhaupt.

Einzelkämpfertum auf Kosten von Ökonomie und Ökologie!?

Aus ökonomischer und ökologischer Sicht ist es sinnvoll, Waren und Transporte zu bündeln. Das ist die theoretische Sicht. Die Sicht eines regionalen Erzeugers sieht leider oft anders aus. Er ist nicht nur Erzeuger, sondern auch teilweise Händler. Damit hat er seinen eigenen kleinen Fuhrpark, möglicherweise mit eigenem Fahrer. Beides sollte möglichst ausgelastet sein.

Entsprechend schwach ausgeprägt war daher die Kooperationsbereitschaft zwischen den Anbietern, um es vorsichtig zu formulieren. Die Gründe dafür waren ganz praktische: der Konkurrenzdruck innerhalb einer Branche, die Konkurrenz zwischen ökologischen und konventionellen Betrieben. Es hat aber auch etwas mit der Geschäftskultur von Erzeugern zu tun. Der Landwirt arbeitet in der Regel lieber für sich alleine.

Diese Erkenntnis war insbesondere für die Logistiker unter uns eine ziemlich bittere Pille. Von optimierten Wege- und Warenflüssen mussten wir uns vorerst verabschieden. Hätten wir das nicht getan, hätten uns unsere Anbieter verlassen. Wir haben uns dann darauf geeinigt, dass die Belieferung in einer ersten Phase in der Verantwortung jedes einzelnen Anbieters liegen sollte, in einer zweiten Phase sollte dann aber die Möglichkeit bestehen, einen Transportdienstleister in Anspruch zu nehmen.

Fehlendes Wissen in den Kindertagesstätten

Im Unterschied zu vielen anderen Bundesländern

haben in Bremen die allermeisten Kindertagesstätten (kirchliche und städtische) noch eigene Küchen. Allerdings arbeiten dort nicht immer gut ausgebildete KöchInnen, sondern auch viele QuereinsteigerInnen. Es fehlt deshalb an Erfahrungen insbesondere in der Küchenorganisation (Bestellung, Belieferung, Lagerhaltung, Arbeitsoptimierung). Ob eine Küche viel frische, regionale Produkte anbietet oder nicht, hängt ganz stark davon ab, wie selbstbewusst das Küchenpersonal ist. Es macht einen deutlichen Unterschied, ob die Köchin auf eigene Verantwortung gute und teure Messer besorgen kann, oder ob die Einrichtungsleitung findet, dass das nicht so wichtig sei. Es macht einen Unterschied, ob die Köchin ihr Budget kennt und selber kalkuliert oder ob sie es nicht kennt und „vorsichtshalber“ immer das Billigste kauft.

Dies ist nur eine kleine Kostprobe von Hindernissen. Es gab noch jede Menge lustige und weniger lustige Vorfälle. Insgesamt haben wir uns bemüht, mit allen auftretenden Konflikten offen umzugehen und auch keine Patentlösungen anzubieten. Das hat den Nachteil, dass die Entwicklung sehr langsam geht. Es hat aber auch den Vorteil, dass der Prozess gut läuft. Am Ende der zwei Jahre ist es allen Beteiligten klar geworden, dass es weitergehen soll und muss. Sie sind stolz auf das bislang Erreichte. Wir alle haben viel gelernt, und in der Region sind neue Netzwerke entstanden.

Noch sind die über das Internet getätigten Umsätze sehr gering. Die acht Modelleinrichtungen bestellen nur einen Teil ihres Bedarfes über das Netz. Es gibt allerdings eine ganze Reihe von Interessenten – auch Großeinrichtungen wie ein Krankenhaus in Bremen – die Interesse gezeigt haben. Sie einzubeziehen macht allerdings nur dann Sinn, wenn auf Seiten der Telematik und der physischen Logistik noch weitere Verbesserungen erfolgen. Dieses hoffen wir in einer zweiten Projektphase verwirklichen zu können.

Internet: Firlefanf oder doch Chance?

ErzeugerInnen und KöchInnen von Kindertagesstätten sind nicht unbedingt technikbegeisterte PC-Freaks. Für die Einführung und Etablierung eines Internetmarktplatzes kann man sich auch leichtere Zielgruppen vorstellen. Es gab (und gibt) auch eine ganze Reihe von Vorbehalten gegenüber dieser Bestellform wie: „zu unpersönlich“, „zu zeitaufwändig“, „schließt Nicht-Technikanwender aus“, „zu unpraktisch“ (in den Küchen steht kein

PC)... Ein Teil der Bedenken ist sicherlich richtig. Bei nicht oder wenig vorhandener Erfahrung im Umgang mit PC und Internet ist diese Technik zeitaufwändiger. Dieser Vorbehalt trifft generell bei der Einführung neuer Technologien zu, ist also nicht spezifisch ein Problem des Internets.

Der Vorbehalt des „Unpersönlichen“ trifft in den Fällen, in denen die Bestellung bislang über das Telefon erfolgte. Nur dann konnte der Anbieter „Tipps“ zu Sonderangeboten geben. Diese Bestellform ist aber die Ausnahme. Gewöhnlich wird per Fax bestellt. Diese Bestellform ist genauso persönlich oder unpersönlich wie eine Bestellung über das Internet.

Auch wenn es viele Momente gab, in denen wir unsicher waren, glaube ich auch noch nach zweijähriger Projektzeit, dass die Entscheidung für das Internet richtig war. Eine Alternative, die sich so flexibel und letztlich so kostengünstig zur Vernetzung einsetzen lässt, sehe ich nicht. Dennoch sind mit der Nutzung dieser Technik viele Fragen verbunden, auf die es zur Zeit aufgrund mangelnden Erfahrungswissens noch keine Antworten gibt. Ich möchte einige hier formulieren, weil ich eine Diskussion darüber für wichtig halte:

Wann und nach welchem Zeitraum kann man bei Einführung einer solchen Technik von Erfolg sprechen?

Im Rahmen des Projektes haben wir mit den Beteiligten gemeinsam ca. eineinhalb Jahre der zweijährigen Projektlaufzeit „verbraucht“ um ein Produkt zu entwickeln. Im Praxisbetrieb konnte es dann noch für ein halbes Jahr erprobt werden. Davon abgesehen, dass die Software noch entwicklungsbedürftig ist, kann man nicht ernsthaft wirtschaftliche Effekte erwarten oder eine sehr breite Durchsetzung dieser Technik im Projektzeitraum. Was aber wäre ein angemessener Zeitraum?

Führt diese Technik tatsächlich messbar zu einem höheren Verbrauch an regionalen und/oder ökologischen Produkten?

Diese Frage ist im Verhältnis leicht zu beantworten, da eine Abfrage über die Software möglich ist. Aber auch hier wieder die Frage nach dem Zeitraum. Ist die Anforderung von rund zehn Prozent regionaler Gesamtumsatz bei den gegebenen härteren wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in den Gemeinschaftsverpflegungseinrichtungen sinnvoll? Und in welchem Zeitraum kann man sie erreichen?

Wird die Einführung einer solchen Technologie mittel- und langfristig tatsächlich zu einem positi-

ven regionalen Strukturwandel insbesondere für (klein)bäuerliche Betriebe führen?

Das ist für mich fast die interessanteste Frage. Aus meiner Sicht sind eine Reihe von Szenarien denkbar. Größere Anbieter mit einer professionelleren Logistik verdrängen die Kleineren. Kleine Anbieter kooperieren untereinander und haben dadurch eine Chance. Größere und kleine Anbieter kooperieren.

Durch die Einführung neuer Techniken werden neue Anforderungen, aber auch neue Möglichkeiten geschaffen werden. Es wird Betriebe geben, die dem gewachsen sind, andere werden dabei Unterstützung brauchen. Es wird auch Betriebe geben, die diesen Weg nicht mitgehen können oder werden. Eine Bestellsystem über das Internet ist bestimmt nicht der allein glücklich machende Weg. Es ist ein Weg unter mehreren, der sich zu verfolgen lohnt.

Anmerkungen und Literatur

- (1) Die beteiligten Partner an diesem Projekt waren: Die Bremische Ev. Kirche, der Kath. Gemeindeverband, das Institut für Seeverkehrswirtschaft und Logistik (ISL) und die Fraueninitiative „quirl e.V.“
- (2) Böge, S., 2001; Informieren-Anbieten-Verordnen. Wege zu nachhaltigen Konsummustern zwischen Konflikt und Konsens, Sachstandbericht für den Berichtszeitraum für 2000, Verbundforschungsprojekt 07KON02/5, gefördert vom Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft, Forschung und Technologie im Rahmen der „Modellprojekte für nachhaltiges Wirtschaften – Innovation durch Umweltvorsorge“.
- (3) Der Zugang ist nur für Gemeinschaftsverpflegungseinrichtungen und deshalb kennwortgeschützt. Wer mal ausprobieren und gucken möchte kann das Testsystem unter <http://kita.isl.org> nutzen. Kennung für Kunden: k1, für Anbieter: e1, und das Passwort lautet: pwd.

Autorin

Dr. Christine Schorr, Diplom-Biologin, Bremische Evangelische Kirche, Landesverband Evangelischer Tageseinrichtungen für Kinder, Bremen. Projektkoordination unterschiedlicher Projekte, darunter „Kita-Küchen der kurzen Wege“.

Landesverband Ev. Tageseinrichtungen für Kinder
Slevogtstr. 52
28209 Bremen
Telefon: 04 21/246 16 - 45
Fax: 04 21/246 16 - 59 (bitte Namen draufschreiben)