

## **Die professionellen Gastgeber, die in der Chef Alliance Deutschland Mitglied sind ...**

### **1. ...arbeiten hauptsächlich mit regionalen und saisonalen Produkten.**

#### **Diese Produkte ...**

- ... wurden in der Region erzeugt, gefischt, verarbeitet, aufgezogen, produziert.  
... werden verarbeitet zu einer repräsentativen Auswahl an regionaltypischen, ursprünglichen Gerichten unter Verwendung z.B. autochthoner Sorten oder Rassen
- ... werden verwendet unter Berücksichtigung der Saison, in der Sie wachsen bzw. geerntet, geschlachtet, bejagt oder befischt werden.
- ... können über eine Saison hinaus verwendet werden, wenn sie auf traditionelle Weise haltbar gemacht wurden (z.B. durch räuchern, fermentieren, salzen, einkochen).
- ... erfordern ein nachweisbares großes Wissen über deren Herkunft, Eigenschaften und Verarbeitungsmöglichkeiten.
- ... stammen bevorzugt aus biologischem, ökologischem oder biodynamischem Anbau / Produktion
- ... wurden nicht industriell erzeugt oder verarbeitet und enthalten keine künstlichen Zusatzstoffe oder Geschmacksverstärker.
- ... genügen den Qualitätskriterien von Slow Food Deutschland e. V.  
(zu den Qualitätskriterien in der jeweils gültigen Fassung, erarbeitet für den Markt des guten Geschmacks – die Slow Food Messe geht es hier:  
[http://www.slowfood.de/slow\\_food\\_messen/markt\\_des\\_guten\\_geschmacks\\_die\\_slow\\_food\\_messe/qualitaet\\_und\\_handwerk/qualitaetskriterien/](http://www.slowfood.de/slow_food_messen/markt_des_guten_geschmacks_die_slow_food_messe/qualitaet_und_handwerk/qualitaetskriterien/)).

### **2. ... kaufen diese Produkte möglichst direkt von Kleinproduzenten**

- Dies unterstützt die Biodiversität, da Produzenten mit deren Erzeugnissen am Markt vertreten bleiben.
- Dies führt zu einer engen Verbindung zwischen Köchen und Erzeugern, vermehrt das Wissen über deren Produkte, fördert die Zusammenarbeit und bringt einen Benefit für alle Beteiligten.
- Dies stärkt die lokale Wirtschaft und im Weiteren die Verbindung zwischen Konsumenten und Produzenten.
- Dies führt zu fairen Preisen durch die Förderung der Direktvermarktung.

### **3. ... verwenden deutsche Archepassagiere und Presidi nach Vorkommen und Verfügbarkeit**

- Es finden sich über das Jahr verteilt Gerichte auf der Speisekarte, in denen Archepassagiere verwendet werden.
- Vorzugsweise werden mehr Archepassagiere verwendet; dies umfasst auch Produkte aus der Arche des Geschmacks von SF International.

#### **4. ... vermeiden Lebensmittelverschwendung**

- Es werden alle essbaren Bestandteile eines Produkts verwendet.
- Es werden ganze Tiere verarbeitet inklusive deren „minderwertige“ Teilstücke. Wenn diese Art der Verarbeitung betrieblich nicht möglich ist, dann sollen Lieferanten gefunden werden, die nachweislich alle Teile eines Tieres verarbeiten.

#### **5. ... entscheiden sich für nachhaltig und artgerecht**

- Unnötige Lieferwege und –distanzen werden ausgeschlossen, regionale Alternativen bevorzugt.
- Unnötige Verpackungen werden vermieden bzw. wiederverwendet oder dem Wertstoffkreislauf zugeführt.
- Die CA-Mitglieder besuchen die Betriebe ihrer Landwirte/Fischer regelmäßig, um diese Personen zu kennen und um sich zu vergewissern, dass die Tiere dort artgerecht gezüchtet/gehalten werden.

#### **6. ... informieren ihre Gäste umfassend über die Produkte und deren Erzeuger**

- Sie fördern das öffentliche Bewusstsein für den Umgang mit Lebensmitteln und erklären, wie Köche damit umgehen bzw. welche Produktentscheidungen sie treffen.
- Die Hauptzutaten werden klar auf der Speise- und Getränkekarte aufgelistet inklusive Herkunft (Betrieb, Inhaber/Erzeuger/Züchter und Rasse bzw. Sorte). Alternativ dazu gibt es eine detaillierte Erklärung auf den Gästetischen.
- Das Servicepersonal ist gründlich geschult und besitzt ausreichendes Zusatzwissen.
- In der Speise- und Getränkekarte oder auf der Website finden Interessierte zusätzliche Informationen zu den Produzenten.
- Presidi-Produkte und Archepassagiere werden mit dem jeweiligen Logo gekennzeichnet.
- Sie können jederzeit Fragen der Gäste zur CA und zu Slow Food beantworten und sorgen aktiv für die Verbreitung der CA.

#### **7. ... sind aktive Mitglieder in der CA und von Slow Food Deutschland**

- Sie geben Rückmeldung an SF Deutschland über mögliche neue Archepassagiere.
- Sie beteiligen sich mindestens einmal jährlich an SF Projekten wie z.B. Terra Madre, Salone del Gusto, Markt des guten Geschmacks, Märkte, PR-Aktionen etc.