



## **NACHHALTIGKEIT**

finale Version, Stand 14.05.2024

*Leitbild, Good Action*

### **LEITBILD**

Das *Open Mouth Food Festival* soll sich in den kommenden Jahren zu dem zentralen und übergreifenden Food Event Hamburgs entwickeln. Eins der Kernelemente hierfür ist die Entwicklung von regionalen Lösungsansätzen der Metropolregion für globale ökologische und soziale Herausforderungen des Ernährungssystems. Diese sollen langfristig stabil und wirtschaftlich tragfähig sein.

Wir möchten mit dem *Open Mouth* einen Beitrag zur Weiterentwicklung leisten – systematisch und sukzessive, vom Acker bis zum Teller. Es geht um das Einbeziehen von Erzeuger:innen, Gastronomie, Produzent:innen und sonstigen Akteur:innen bis hin zu Verbraucher:innen. Es geht um Infrastruktur und Angebot, um Bildung und Konsum.

Dabei erkennen wir an, dass die Voraussetzungen der Beteiligten unterschiedlich sind. Es ist unser Anliegen mit dem *Open Mouth* Ansätze für alle zu liefern und sowohl bestehenden Best Practice Beispielen als auch Einsteiger:innen Anreize zur Weiterentwicklung zu schaffen.

Unser Prinzip heißt „X+1“. Denn wenn alle in ihrer Nachhaltigkeitsentwicklung einen Schritt nach vorne gehen, wird Veränderung am besten sichtbar. Nachhaltigkeit bleibt so nicht in einer kleinen Blase, sondern wird in die gesamte Gesellschaft getragen.

Wir möchten mit den bereits bestehenden Initiativen der Region kooperieren und sie als Stakeholder einbeziehen. Wir denken grundsätzlich in Netzwerken, um schneller, unkomplizierter und effizienter weiterzukommen. Beispielsweise sind Green Events Hamburg, Greentable, Fairtrade Stadt Hamburg und die Behörde für Umwelt, Klima und Agrarwirtschaft zu nennen, die in die Konzeption einbezogen wurden und die jeweiligen Ergebnisse freigegeben haben.

Bei all dem sollen nicht nur Ansprüche gestellt, sondern auch Hilfestellungen gegeben werden. Wir geben Antworten auf die Frage: „Was kann ich nun konkret tun?“ Somit ermöglichen wir einen leichten Einstieg und große Beteiligung.

Der gesamte Nachhaltigkeitsprozess ist als Entwicklungsweg zu sehen. Das *Open Mouth* soll wachsen und sich, wie die beteiligten Akteur:innen Schritt für Schritt weiterentwickeln. Fixstern ist die Region Hamburg als Beispiel für ein sich sichtbar, rasch und konsequent entwickelndes Ernährungssystem, mit vielen einzelnen Vorbildern und Motivierten im Aufbruch.

## **GOOD ACTION**

Mit diesen Angeboten können alle Gastronom:innen Teil des *Open Mouth* werden. Wir möchten möglichst viele Hamburger Betriebe zum Mitmachen animieren.

Dabei berücksichtigen wir die unterschiedlichen Voraussetzungen und Schwerpunkte. Mit *Greentable e.V.* haben wir zehn Kriterien für nachhaltige Speisen oder Getränke erarbeitet. Erfüllt ein Betrieb mit einer Speise oder einem Getränk mindestens vier davon, ist er dabei. Alternativ kann eine *Good Action* angeboten werden, z.B. Kochen mit Kindern, ein Event mit klarem Nachhaltigkeitsbezug etc.

Erfüllt ein Betrieb bereits vier oder mehr Kriterien, laden wir dazu ein, noch einen Schritt weiterzugehen und weitere Kriterien anzugehen (X+1 Prinzip). Zu dieser Übersicht erhalten teilnehmende Betriebe konkrete Tipps zur Umsetzung.

### Zu erfüllende Kriterien (mindestens 4 von 10):

1. Pflanzliche Rezeptur  
Das Gericht hat eine rein pflanzliche / vegane Rezeptur.
2. Tierische Zutaten  
Fleisch, Fisch oder Milchprodukte stammen zu 100% nachweislich aus umwelt- und tierfreundliche Quellen (Bio, Haltungsfom 4 ohne Gen-Futter, nachhaltige Fangmethode).
3. Regionalität  
Bedeutet: Mind. 80% der Zutaten sind lokal angebaut/produziert und haben Saison.
4. Nachhaltige Landwirtschaft  
Verwendung nachhaltig erzeugter Lebensmittel (mind. 80% Bio oder regenerativ).
5. Frische Zutaten  
Bedeutet: Verwendung frischer/vollwertiger und gering verarbeiteter Lebensmittel (mind. 80% der Zutaten).

6. Fairer Handel  
100% der verwendeten Zutaten aus dem Globalen Süden (Kakao, Kaffee, Nüsse, Früchte etc.) sind fair gehandelt.
7. Zero Food Waste  
Es bestehen Maßnahmen zur Vermeidung von Lebensmittelverschwendung (Wahl der Portionsgröße, Abgabe an *Tafeln*, Verkauf der Reste über *Too Good To Go* etc.).
8. Zero Waste  
Es bestehen Maßnahmen zur Vermeidung von Verpackungsmüll (80% der Zutaten werden lose oder in Mehrweggebinden bezogen).
9. Soziales Engagement  
Vom Verkauf jedes GFD wird eine gemeinnützige Hilfsorganisation mit einem adäquaten Betrag (z.B. 50 Cent oder 10%) unterstützt. Beispiele für Organisationen: *Zero Foodprint*, *Greenpeace*, *Viva con Agua*, lokale Klimaschutzprojekte...
10. Energie  
Der Betrieb bezieht zu 100% Ökostrom.

## KONTAKT

Benjamin Jürgens  
Open Mouth  
info@openmouth.hamburg

