

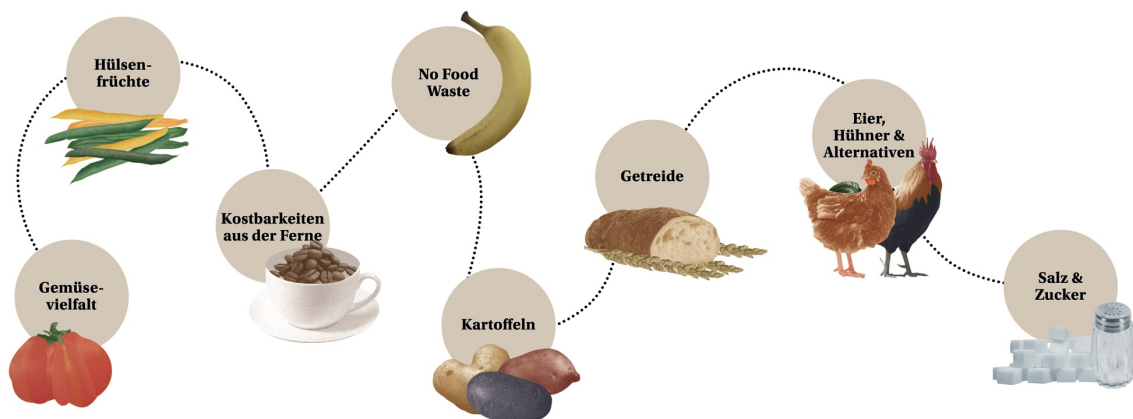
Evaluation des Pilotprojekts lunchidee 2017-2020

Informationen zum Pilotprojekt

Vision von lunchidee: lunchidee will auf innovative, inspirierende und genussvolle Weise einen Beitrag zu einer zukunftsfähigen Esskultur leisten. Hierzu verbindet lunchidee Genuss, Gesundheit, Umweltbewusstsein und Verantwortung und fördert ein nachhaltiges und gesundes Koch- und Essverhalten in der Gastronomie und der breiten Bevölkerung.

Projektförderung und -leitung: Das dreijährige Pionierprojekt wurde ermöglicht durch Engagement Migros (www.engagement-migros.ch), dem Förderfonds der Migros-Gruppe. Die Projektentwicklung und -umsetzung lag bei Sophie Frei, freistil (www.frei-stil.ch).

Zusammenfassung: Die Mehrheit der Schweizer Bevölkerung verpflegt sich über Mittag auswärts. Das Pionierprojekt lunchidee fördert nachhaltiges und gesundes Essverhalten bei der auswärtigen Mittagsverpflegung und setzt sich für bewussten Genuss ein. Dazu erhalten Gastronominnen und Gastronomen Wissen und Kompetenzen, um genussvolle, ausgewogene, umweltgerechte und sozialverträgliche Menüs anzubieten. Während 6 bzw. 8 Monaten (Pilotphase I + II) erhalten sie Schulungsmaterial mit inspirierenden Umsetzungsideen und nützlichen Hintergrundinformationen zu zukunftsrelevanten Themen. Gästen wird in den Restaurants die nachhaltige Wahl erleichtert, sie können das lunchidee-Menü wählen und werden mit Begleitinformationen und praktischen Tipps zum Nachmachen und Nachdenken angeregt. Darüber hinaus vernetzt lunchidee die teilnehmenden Gastronominnen und Gastronomen, organisiert Inputveranstaltungen und macht Kontextwissen, Projektaktivitäten und -ergebnisse auf der Website und über Social Media öffentlich zugänglich. Für eine zukunftsfähige Esskultur – die allen zugutekommt. Weitere Informationen zum Pilotprojekt, zu den Themen und Kommunikationsmaterialien (z.B. den Tischsets): www.lunchidee.ch/topics



lunch idee

Innerhalb der dreijährigen Projektdauer, von 2017 bis 2020, fanden zwei Pilotphasen in insgesamt 35 Pilotrestaurants in unterschiedlichen Regionen der Deutsch- und Westschweiz statt. Übersicht der Pilotbetriebe siehe: www.lunchidee.ch/restaurants



Restaurantprofile: Fast alle Pilotrestaurants sind Betriebe der Individualgastronomie, zum Teil kombiniert mit Hotelgastronomie. Bei 3 der beteiligten Restaurants handelt es sich um Betriebe der Gemeinschaftsgastronomie, resp. um Personalrestaurants desselben Unternehmens (GEWA). Bei einem Restaurant handelt es sich um die Schulkantine der Hotelfachschule Thun.

Das Pilotprojekt wurde extern evaluiert (Günter Ackermann, Qualität & Evaluation). Im Fokus der Evaluation standen die Umsetzbarkeit des Projekts in den Restaurants sowie die Wirkung in den Pilotbetrieben und bei den Gästen.



Evaluationserkenntnisse auf einen Blick

Quelle: Ackermann G. (2020). Evaluation des Pilotprojekts lunchidee. Schlussbericht August 2020, im Auftrag von freistil.

- Dem Pilotprojekt lunchidee ist es gelungen, die beteiligten Restaurants für das Thema nachhaltige und gesunde Ernährung zu sensibilisieren, Gastronominnen und Gastronomen zur Umsetzung zu motivieren und in der Küche und beim Servicepersonal Lernprozesse zu initiieren.
- Gründe für die Projektteilnahme seitens Gastronominnen und Gastronomen waren: **Inspiration und Weiterentwicklung** für den Betrieb, das Thema **Nachhaltigkeit** vorantreiben sowie **Sensibilisierung und Inspiration** für die Gäste.
- Insgesamt wurden während der Pilotphase II (6 Monate) rund **25'000 lunchidee-Menüs** verkauft (Anzahl Menüs die von 28 lunchidee-Restaurants erfasst und hochgerechnet wurden). Hinzu kommen nochmals rund 1'600 Suppen und Desserts.
- Die Ergebnisse zeigen, dass bei den lunchidee-Menüs vor allem auf **Regionalität, Sortenvielfalt/Diversität und die Vermeidung von Food Waste** geachtet wurde. Auch auf die Verwendung heimischer Getreidesorten, die Bevorzugung von Vollkornprodukten sowie auf Saisonalität und weitere gesundheitliche Aspekte wurde gemäss Angaben der Gastronominnen und Gastronomen bei den lunchidee-Menüs verstärkt Wert gelegt.
- Die **Küche ist der zentrale Ort für Veränderung** und entsprechend galt es, die Köchinnen und Köche zu motivieren, zu inspirieren und sie dabei zu unterstützen, Neues auszuprobieren: Das Ziel, mindestens 1x wöchentlich ein lunchidee-Menü zu kreieren, welches zum jeweiligen Monatsthema passt, hat vor allem die Küche regelmässig zu einer Auseinandersetzung mit den lunchidee-Themen herausgefordert: lunchidee wurde vom Grossteil der zuständigen Köchinnen und Köche als **Bereicherung und Inspiration z.B. für kreative Menüideen und neue Zutaten** erlebt.
- Das Pilotprojekt hat die Mitarbeitenden auf verschiedenen Ebenen erreicht. Das Projekt hat **neugierig** gemacht (> 90%), **motiviert** (> 75%) und **Denkanstösse gegeben** (> 80%).
- lunchidee hat bei allen Mitarbeitenden, welche die Befragung ausgefüllt haben zu einem **Wissenszuwachs rund um die Themen nachhaltige und gesunde Ernährung** geführt: 63% der Befragten geben an, dass sie viel oder sehr viel Neues durch lunchidee gelernt haben, 32% gaben an, wenig Neues gelernt zu haben und niemand gab an, gar nichts Neues gelernt zu haben.
- Rund drei Viertel des Personals beurteilen das Projekt als Bereicherung für den Betrieb und geben an, dass das Projekt **Veränderungen** in folgenden Bereichen angestossen hat: **attraktivere vegetarische Menüs, Massnahmen zur Vermeidung und Verminderung von Food Waste, mehr heimisches Getreide, neue Lieferantenbeziehungen, striktere Einhaltung der regionalen Saisonalität.**
- In jenen Restaurants, die bereits unabhängig von lunchidee auf Nachhaltigkeit setzen, wurde lunchidee mit seinen informativen Schulungsmaterialien als willkommene **Unterstützung der Umsetzung der eigenen Betriebsphilosophie** erlebt.

lunch idee

- Auf die Frage, was an lunchidee am besten gefallen hat, wurden von den Gastronominnen und Gastronomen, vor allem folgende drei Aspekte genannt: **Inspiration, Philosophie des Projekts, Bewusstsein im Betrieb schaffen.**
- lunchidee will nicht nur in den beteiligten Betrieben eine Veränderung bewirken, sondern auch die **Gäste sensibilisieren** und sie zu einer Verhaltensänderung bewegen. Über die Wirkungen auf die Gäste sind aufgrund der schlechten Datenlage nur begrenzt Aussagen möglich. Die verschiedenen Einblicke und Hinweise zum Gästeverhalten aus den verschiedenen Datenquellen (Gästabefragung, schriftliche Befragung und Interviews mit dem Personal) verdichten sich aber zu folgendem Bild: Der Grossteil der Gäste ist beim Mittagessen nur schwer erreichbar. Die Gäste möchten sich beim Mittagessen von der Arbeit entspannen und sie bringen nach Einschätzung des Servicepersonals nur wenig Zeit mit. Zeit und Lust, sich mit herausfordernden Themen zu befassen, scheinen beim Grossteil der Gäste also begrenzt zu sein. Zudem hat auch das Servicepersonal im hektischen Mittagsgeschäft kaum Zeit, die Botschaften von lunchidee an die Gäste heranzutragen und es möchte die Mittagsruhe der Gäste respektieren.
- Die lunchidee-Menüs haben sowohl in der ersten als auch in der zweiten Pilotphase sehr gute Gäste-Bewertungen erhalten. In der ersten Pilotphase haben die Gäste den **Geschmack, die Präsentation und das Preis-Leistungsverhältnis** mehrheitlich als sehr gut bewertet.
- Rund die Hälfte der befragten Gäste gaben an, durch lunchidee auf **neue Themen** zu nachhaltigem und gesundem Essen aufmerksam gemacht worden zu sein und **neues Wissen** dazu erhalten zu haben.

Fazit

Das Pilotprojekt lunchidee wurde erfolgreich umgesetzt, es hat auf unterschiedlichen Ebenen Wirkung entfaltet und seine Ziele weitgehend erreicht. lunchidee hat in allen Restaurants dazu geführt, dass sich ein Teil des Personals vertieft mit Nachhaltigkeits- und Gesundheitsthemen auseinandergesetzt hat. Es hat sich aber auch gezeigt, dass sich lunchidee ambitionierte Ziele gesetzt hat, Veränderungen in einer Branche mit etablierten Abläufen und Strukturen, hektischem Arbeitsalltag, Zeitmangel und wirtschaftlichem Druck auszulösen und die Botschaften wirkungsvoll an die Gäste heranzutragen und dies mit einer komplexen Thematik rund um eine nachhaltige und gesunde Esskultur.

Haben Sie Fragen zum Pilotprojekt oder zur Evaluation oder benötigen Sie Bildmaterial?

Sophie Frei, sophie@lunchidee.ch, Tel. + 41 79 227 27 05

Das Logo von lunchidee sowie Bildmaterial finden Sie auf: www.lunchidee.ch/media

Fact Sheet zum Pilotprojekt lunchidee:

https://lunchidee.ch/assets/downloads/lunchidee_factsheet_dt.pdf

Infobroschüre für interessierte GastronomInnen:

https://lunchidee.ch/assets/downloads/lunchidee_Infobroschuere_2020_web.pdf