



Qualitätsstandards einer gesundheitsfördernden Gemeinschaftsgastronomie

Sigrid Beer-Borst¹, Karin Haas¹, Raphaël Reinert² und Christian Ryser³ für die Forschungsgruppe

- 1 Berner Fachhochschule, Fachbereich Gesundheit, aF&E Ernährung und Diätetik (Hauptgesuchsteller und Projektleitung)
- 2 Haute école de santé – Genève, filière Nutrition et diététique (Mitgesuchsteller)
- 3 Schweizerische Gesellschaft für Ernährung (Mitgesuchsteller)



Diese Studie wurde mit Unterstützung des Bundesamtes für Gesundheit, Vertragsnummer 07.005981 erarbeitet. Weitere Projektfinanzierungen: Berner Fachhochschule und Haute école de santé - Genève.

Bern, 3. August / 17. September 2010



Inhaltsverzeichnis

Executive summary	3
Tabellenverzeichnis	6
Abbildungsverzeichnis	7
Abkürzungsverzeichnis	8
1 Einleitung	9
1.1 Ausgangslage	9
1.2 Zielsetzungen und Forschungshypothese	10
1.3 Forschungsfragen	11
2 Material und Methoden	11
2.1 Internetplattform	11
2.2 Kooperationen	13
2.3 Wissenschaftliche Grundlagenbeschaffung: State-of-the art	14
2.4 Strategie der Good Practice	14
2.5 Online Befragung „Good Practice Gemeinschaftsgastronomie“	17
2.5.1 Zielsetzung und Aufbau	17
2.5.2 Fragebogen	18
2.5.3 Rekrutierung Befragungsteilnehmer	19
2.5.4 Datenkontrolle und Datenexport	20
2.5.5 Statistische Auswertung Fragebogen 1	20
2.5.6 Beurteilung Projekteingaben Fragebogen 2	22
2.6 Qualitative Stakeholder Befragung	25
3 Ergebnisse	27
3.1 Schweizer Qualitätsstandards für eine gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie	27
3.2 Online Befragung	30
3.2.1 Teilnahme	30
3.2.2 Charakterisierung der Gemeinschaftsgastronomie (Fragebogen 1)	32
3.2.2.1 Verpflegungsanbieter	32
3.2.2.2 Produzenten und Lieferanten	42
3.2.2.3 Endkonsumenten	44
3.2.3 Gesundheitsfördernde Projekte in der Gemeinschaftsgastronomie (Fragebogen 2)	48
3.3 Qualitative Stakeholder Befragung	49
4 Diskussion	52
5 Schlussfolgerung	56
6 Literaturverzeichnis	57
7 Stellungnahmen der Forschungspartner	59
8 Dank	61
Anhang	62



Executive summary

Deutsch

Das Forschungsprojekt „Qualitätsstandards einer gesundheitsfördernden Gemeinschaftsgastronomie“ wurde im Zeitraum von Oktober 2007 bis Juli 2010 im Rahmen des Nationalen Programms Ernährung und Bewegung (NPEB) 2008-2012 durchgeführt. Die Forschungsgruppe setzte sich zusammen aus Ernährungswissenschaftlerinnen und Praktikern der Berner Fachhochschule, der Haute école de Santé – Genève und der Schweizerischen Gesellschaft für Ernährung. Das Projekt verfolgte die prioritäre Zielsetzung, wissenschaftlich gesicherte und praxistaugliche Qualitätsstandards für die Gemeinschaftsgastronomie zu erarbeiten und bereitzustellen, wie dies in der Badenweiler Erklärung zur Qualitätsverbesserung bei der Verpflegung ausser Haus empfohlen wurde. In einem dreistufigen Prozess wurde die Strategie der Good Practice, ein in der Gesundheitsförderung anerkanntes Instrument zur kontinuierlichen Qualitätsverbesserung, angewendet. Sie sucht nach guten, praxistauglichen Lösungen, die anerkannte Standards beachten oder gar übertreffen. Ausgangspunkt und Kernstück war die Entwicklung und Bereitstellung der *Schweizer Qualitätsstandard für eine gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie*, ergänzt durch einen Satz von Checklisten und ein Informationsfaltblatt für Konsumenten und andere interessierte Kreise. Auf dieser Grundlage wurde eine zweiteilige Online Befragung entwickelt und auf der projekteigenen Internetplattform www.goodpractice-gemeinschaftsgastronomie.ch umgesetzt. Sie dient der Situationsanalyse der Gemeinschaftsgastronomie (Verpflegungsanbieter, Produzenten/Lieferanten und Konsumenten) und der Erfassung und Beurteilung von gesundheitsfördernden Aktivitäten in der Schweizer Gemeinschaftsgastronomie (Auswahl von Beispielen guter Praxis). Die Erwartungen und Meinungen von Experten und Konsumenten in Bezug auf die Umsetzung der Qualitätsstandards, wurden mit einer ergänzenden qualitativen Stakeholder Befragung ermittelt. Im vorliegenden Bericht werden die Auswertungsergebnisse der verschiedenen Befragungen dargestellt und gemeinsam in Hinblick auf eine Nutzbarmachung für eine breite Umsetzung der Qualitätsstandards in der Praxis diskutiert.



Français

Le projet de recherche „Standards de qualité pour une restauration collective promouvant la santé“ a été mené durant la période d’octobre 2007 à juillet 2010 dans le cadre du Programme National Alimentation et Activité Physique (PNAAP) 2008-2012. Le groupe de recherche était composé de scientifiques spécialisés en nutrition et de praticiens de la Haute école spécialisée bernoise, de la Haute école de Santé – Genève et de la Société Suisse de Nutrition. Le projet a poursuivi l’objectif prioritaire d’établir et de mettre à disposition des standards de qualité scientifiquement validés et réalistes pour la restauration collective, comme recommandé dans la Déclaration de Badenweiler au sujet de l’amélioration de la qualité de la restauration hors domicile. La stratégie « Good Practice » (stratégie des bonnes pratiques), qui est un instrument éprouvé en promotion de la santé visant une amélioration continue de la qualité, a été mise en application au cours d’un processus à trois étapes. Elle cherche des bonnes solutions réalistes, lesquelles prennent en considération, voire dépassent, les standards établis. Le point de départ et le noyau du processus étaient le développement et la mise à disposition des *Standards de qualité suisses pour une restauration collective promouvant la santé*, complétés par une série de check-lists et un dépliant d’information pour les consommateurs et autres milieux intéressés. Sur cette base, une enquête en ligne composée de deux parties a été développée et implémentée sur la plateforme Internet propre au projet <http://www.goodpractice-restaurationcollective.ch>. Elle sert d’analyse de situation de la restauration collective (prestataires finaux, producteurs/fournisseurs et consommateurs) et d’enregistrement et d’évaluation des activités promouvant la santé au sein de la restauration collective suisse (sélection d’exemples de bonnes pratiques). Les attentes et avis des experts et consommateurs concernant l’implémentation des standards de qualité ont été identifiés par le biais d’une enquête qualitative complémentaire des parties prenantes. Dans le présent rapport, les résultats d’analyse des diverses enquêtes sont présentés et discutés dans leur intégralité en vue de leur exploitation pour une implémentation de grande échelle des standards de qualité sur le terrain.



English

The research project entitled “Quality standards in health-promoting communal catering” was conducted within the framework of the “National Program on Nutrition and Physical Activity 2008-2012” from October 2007 to July 2010. The research group consisted of nutritionists and practitioners from Bern University of Applied Sciences, University of Applied Sciences Western Switzerland/Geneva School of Health Professions, and the Swiss Society for Nutrition. The project’s primary objective was to establish scientifically sound and realistic quality standards for communal catering, as recommended for improving quality of out-of-home consumption by the Declaration of Badenweiler, and to make them available to the sector. The concept of “Good Practice”, a recognized instrument of continual quality improvement in health promotion, was applied in a three step process. It searches for approaches which are successful in their application and which respect or exceed recognized standards. It’s starting point and core element was the development and provision of the *Swiss quality standards for health-promoting communal catering*, supplemented by a set of checklists and a leaflet for consumers and other interested parties. On this basis a two-part online survey was developed and implemented on the project-specific internet website www.goodpractice-gemeinschaftsgastronomie.ch. The survey involves a situation analysis of communal catering (food service provider, producer/suppliers, and consumers) and the assessment of health-promoting activities in Swiss communal catering (selection of examples of good practice). The expectations and opinions of experts and end-consumers with respect to implementing the quality standards were ascertained through conducting complementary qualitative stakeholder interviews. The present report presents the results of the different surveys and discusses them in terms of their potential utilization in general implementations of the quality standards in the field.



Tabellenverzeichnis

		Seite
Tab. 1	Kennzeichen von Fragebogen 1 nach Zielgruppe	18
Tab. 2	Kennzeichen von Fragebogen 2 nach Zielgruppe	19
Tab. 3	Gruppierungsmerkmale der Vergleichsebenen nach Zielgruppen	21
Tab. 4	Beurteilungskategorien Auswahl Beispiele guter Praxis (nach (23))	24
Tab. 5	Soll-Ist Vergleich des Teilnehmerprofils für die Stakeholder Befragung nach Zielgruppen, GG-Bereichen und Sprachregionen	26
Tab. 6	Themenbereiche und Teilaspekte der Schweizer Qualitätsstandards für eine gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie (16)	28
Tab. 7a	Teilnahmestatistik Online Befragung Verpflegungsendanbieter nach Sprachen (2.12.2009 - 15.6.2010)	31
Tab. 7b	Teilnahmestatistik Online Befragung Produzenten und Lieferanten nach Sprachen (2.12.2009 – 15.6.2010)	31
Tab. 7c	Teilnahmestatistik Online Befragung Konsumenten nach Sprachen (2.12.2009 – 15.6.2010)	31
Tab. 8	Betriebe nach Betriebsgrösse und Bereichen der Gemeinschaftsgastronomie (n=87)	32
Tab. 9	Verpflegte Altersgruppen nach Betriebsgrösse (Mehrfachnennungen; n=87; 351 Antworten)	33
Tab. 10	Anzahl der ausgegebenen Mahlzeiten nach Bereichen der Gemeinschaftsgastronomie (n=87)	33
Tab. 11	Besuchte Weiterbildungen nach Betriebsgrösse (Mehrfachnennungen; n=83 ; 301 Antworten)	34
Tab. 12	Berücksichtigte Ernährungsempfehlungen nach Betriebsgrösse (n=57)	34
Tab. 13	Tägliche Verfügbarkeit von ausgewählten Lebensmitteln nach Betriebsgrösse (Mehrfachnennungen; n=81; 401 Antworten)	35
Tab. 14	Angaben auf dem Speiseplan nach Betriebsgrösse (Mehrfachnennungen; n=78; 184 Antworten)	37
Tab. 15	Zusammensetzung des Verpflegungs- oder Ernährungsbeirats (Mehrfachnennungen; n=36; 86 Antworten)	38
Tab. 16	Möglichkeiten von Rückmeldungen für Verpflegungsteilnehmende (Mehrfachnennungen; n=80; 180 Antworten)	38
Tab. 17	Bearbeitung der Rückmeldungen (Mehrfachnennungen; n= 74; 158 Antworten)	39
Tab. 18	Verfügbarkeit von Ressourcen für gesundheitsfördernde Projekte (Mehrfachnennungen; n=78; 102 Antworten)	40
Tab. 19	Kommunikationsmittel zur Ankündigung von Projekten zum Thema „gesunde Ernährung“ (Mehrfachnennungen; n=45; 122 Antworten)	41
Tab. 20	Bezug externer Leistungen mittels Leistungskatalog nach Betriebsgrösse (n=81)	41
Tab. 21	Subventionierung des Verpflegungsangebots für unternehmensinterne Personen nach Betriebsgrösse (n=79)	42
Tab. 22	Täglich verfügbare Lebensmittel im GG-Betrieb (Mehrfachnennungen; n=199, 753 Antworten)	45
Tab. 23	Projektübersicht Verpflegungsendanbietern (in Beurteilung, Stand 26. Juli 2010)	48
Tab. 24	Projektübersicht Produzenten/Lieferanten (in Beurteilung, Stand 26. Juli 2010)	49



Abbildungsverzeichnis

	Seite	
Abb. 1	Die Gemeinschaftsgastronomie, ein Setting für Gesundheitsförderung und Prävention	9
Abb. 2	Die Triade: Forschung, Lehre und Praxis für eine bessere Volksgesundheit	10
Abb. 3	Seitenstruktur der Internetplattform www.goodpractice-gemeinschaftsgastronomie.ch	12
Abb. 4	Die Strategie der Good Practice in der gesundheitsfördernden Gemeinschaftsgastronomie	15
Abb. 5	Elemente der Online Befragung nach Zielgruppen	17
Abb. 6	Verfahren zur Auswahl von Beispielen guter Praxis	22
Abb. 7	Besucherzahlen der Internetplattform www.gp-gemgastro.ch , Sept. 2008 bis Juni 2010	30
Abb. 8	Bewirtschaftungsform nach Bereichen der Gemeinschaftsgastronomie	32
Abb. 9	Verwendung standardisierter Rezepturen nach Betriebsgrösse (n=80)	35
Abb. 10	Wichtigste Faktoren bei der Speiseplangestaltung (Mehrfachnennungen, n=81; 254 Antworten)	36
Abb. 11	Die fünf wichtigsten Faktoren bei der Speiseplanung nach Betriebsgrösse (Mehrfachnennungen; n=81; 254 Antworten)	36
Abb. 12	Gesundheitsförderung als Teil der Unternehmensphilosophie nach Betriebsgrösse (n=80)	39
Abb. 13	Sortiment für die Gemeinschaftsgastronomie (Mehrfachnennungen; n=12; 52 Antworten)	43
Abb. 14	Sortiment für die Gemeinschaftsgastronomie (Mehrfachnennungen; n=12; 22 Antworten)	43
Abb. 15	Bekanntheit von Ernährungsempfehlungen bei Konsumenten (Mehrfachnennungen; n=194, 681 Antworten)	45
Abb. 16	Die wichtigsten Faktoren bei Auswahl und Verzehr von Lebensmitteln und Speisen (Mehrfachnennungen; n=191 pro Antwortkategorie)	46
Abb. 17	Art der gesundheitsfördernden Massnahmen im GG-Betrieb (Mehrfachnennungen; n=46, 103 Antworten)	47



Abkürzungsverzeichnis

aF&E	anwendungsorientierte oder angewandte Forschung & Entwicklung
BAG	Bundesamt für Gesundheit
BFH	Berner Fachhochschule
BFS	Bundesamt für Statistik
EFTA	European Free Trade Association / Europäische Freihandelsassoziation
EU	Europäische Union
GG	Gemeinschaftsgastronomie
HEdS	Haute école de santé - Genève
HES-SO	Haute Ecole Spécialisée de Suisse occidentale
NPEB 2008-2012	Nationales Programm Ernährung und Bewegung 2008-2012
SGE, SSN	Schweizerische Gesellschaft für Ernährung, Société Suisse de Nutrition
SVG	Schweizer Verband für Spital-, Heim und Gemeinschaftsgastronomie



1 Einleitung

1.1 Ausgangslage

Das Forschungsprojekt „Qualitätsstandards einer gesundheitsfördernden Gemeinschaftsgastronomie“ wurde im Zeitraum von Oktober 2007 bis Juli 2010 im Rahmen des Nationalen Programms Ernährung und Bewegung (NPEB) 2008-2012 (1) durchgeführt.

Die Strategiedokumente der Weltgesundheitsorganisation und der Europäischen Union (EU) halten fest, dass sich das Phänomen des Übergewichts und anderer ernährungsabhängiger Krankheiten infolge der sozio-ökonomischen und soziokulturellen Entwicklungen ausweitete und Massnahmen in verschiedenen Bereichen der Gesellschaft ergriffen werden müssen. Im Mai 2004 verabschiedete die Weltgesundheitsversammlung die Globale Strategie für Ernährung, Bewegung und Gesundheit der Weltgesundheitsorganisation (WHO) (2). Mit der Annahme der Resolution durch den Bundesrat, wurde das Eidgenössische Departement des Inneren mit der Strategieumsetzung in der Schweiz betraut. Infolge erarbeiteten das Bundesamt für Gesundheit (BAG), das Bundesamt für Sport, Gesundheitsförderung Schweiz und die Kantone gemeinsam mit weiteren Akteuren aus den Bereichen Ernährung und Bewegung das NPEB 2008-2012. Das Programm definiert die nationale Strategie für die Förderung einer ausgewogenen Ernährung und einer ausreichenden Bewegung im Alltag aller Bevölkerungsgruppen. Vor diesem Hintergrund beteiligt sich die Schweiz an internationalen Aktivitäten und nahm unter anderem im Februar 2007 in Badenweiler, Deutschland an der Konferenz „Gesundheitliche Prävention. Ernährung und Bewegung – Schlüssel zu mehr Lebensqualität“ teil. Dort diskutierten Vertreter und Vertreterinnen der EU Mitgliedstaaten, der EFTA-Staaten sowie der Zivilgesellschaft gemeinsam mit der EU-Kommission Strategien zu Gesundheitsförderung und Prävention durch Ernährung und Bewegung. Die resultierende Badenweiler Erklärung hält verschiedene Ziele sowie damit verknüpfte Grundsätze und Aktionen fest, um der zunehmenden Prävalenz an Übergewicht in Europa Einhalt zu gebieten respektive entgegenzuwirken (3).

Das vorliegende Forschungsprojekt fokussierte konkret auf die Zielsetzung, dass 30 Prozent mehr Einrichtungen der Gemeinschaftsgastronomie (GG) (Cafeterien, Mensen, Mittagstische, Personalrestaurants, Spital- und Heimküchen) bis 2010 gesunde Mahlzeiten anbieten sollen. Angesichts der in der Schweiz ständig steigenden Zahl ernährungsbedingter Krankheiten, insbesondere Übergewicht bei Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen, den damit einhergehenden Folgeerkrankungen, sozialen sowie finanziellen Folgen, gewinnen die das Ernährungsverhalten beeinflussenden Verhältnisse (nutrition environment) der Bevölkerung immer mehr an Bedeutung für die öffentliche Gesundheit (Abbildung 1).

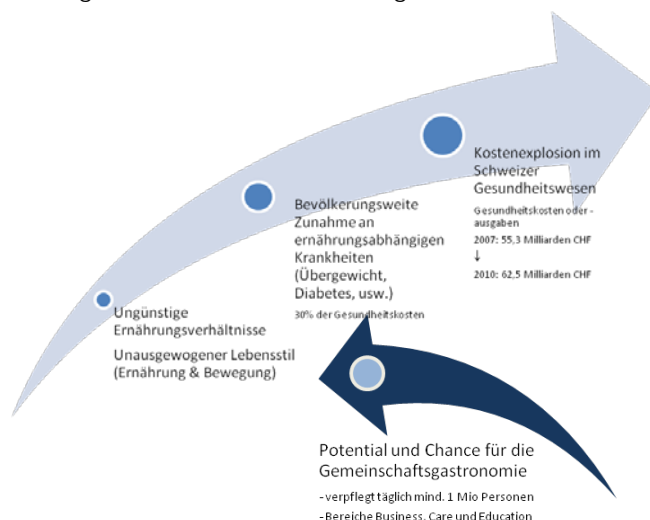


Abbildung 1 Die Gemeinschaftsgastronomie, ein Setting für Gesundheitsförderung und Prävention (4-6)



Die GG, als Teil eines heterogenen Ausser-Haus-Verpflegungsmarkts, ist ein ideales Setting für breitenwirksame Massnahmen der Gesundheitsförderung und Prävention, denn relativ gleichbleibend zusammengesetzte Konsumentengruppen verpflegen sich regelmässig in denselben Einrichtungen (7). Mit den Bereichen Business (Personalgastronomie), Care (Spital- und Heimgastronomie) und Education (Gastronomie im Erziehungsbereich) werden zudem dauerhaft die meisten Bevölkerungsgruppen erreicht. Der Schweizer Verband für Spital-, Heim und Gemeinschaftsgastronomie (SVG) geht von weit über eine Million Personen aus, die sich täglich in Betrieben der Schweizer GG verpflegen.

Das Zusammenspiel der Kompetenzen aus anwendungsorientierter Forschung & Entwicklung (aF&E), Aus- und Weiterbildung und der Praxis erlaubt es nachhaltige Ansätze der Gesundheitsförderung und Prävention durch Ernährung und Bewegung praxisnah zu entwickeln und in die Anwendung zu bringen. Eine Gruppe von Ernährungswissenschaftlerinnen und Praktikern der Berner Fachhochschule (BFH), der Haute école de Santé – Genève (HEdS) und der Schweizerischen Gesellschaft für Ernährung (SGE) hat daher die Zusammenarbeit mit den in der GG involvierten Akteuren, Anspruchs- und Interessensgruppen (s. (7) S.32) aufgenommen (Abbildung 2; s. auch Stellungnahmen der Forschungspartner, S. 59).

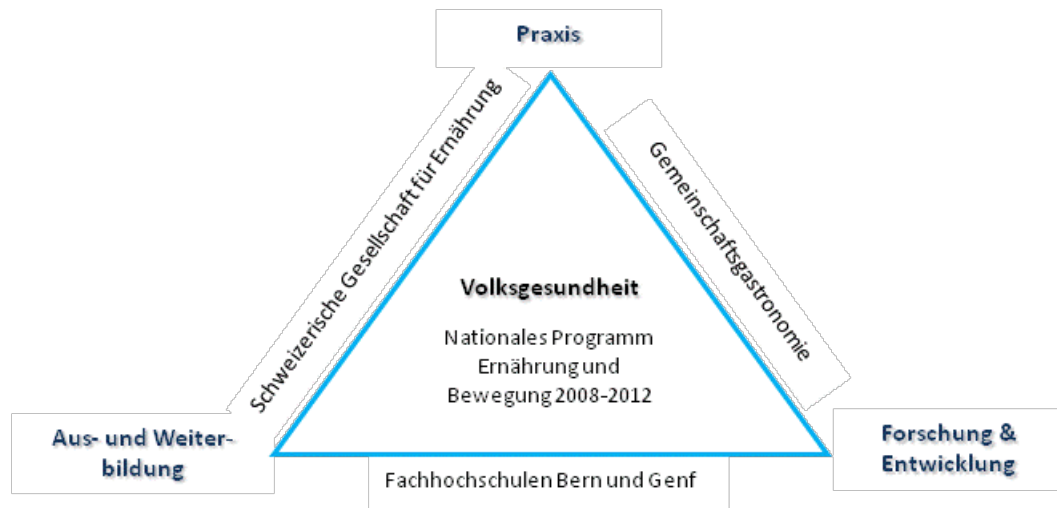


Abbildung 2 Die Triade: Forschung, Lehre und Praxis für eine bessere Volksgesundheit

1.2 Zielsetzungen und Forschungshypothese

Das Forschungsprojekt verfolgte die prioritäre Zielsetzung, wissenschaftlich gesicherte und praxistaugliche Qualitätsstandards für die GG zu erarbeiten und bereitzustellen, wie dies in der Badenweiler Erklärung zur Qualitätsverbesserung bei der Verpflegung ausser Haus empfohlen wurde (3). Es galt die notwendigen Rahmenbedingungen und Datengrundlage für die Festlegung, Einführung und Überprüfung dieser Standards in der Schweizer GG zu schaffen. Die längerfristige Forschungshypothese besagte, dass die Einführung und Umsetzung von Qualitätsstandards in der GG am effizientesten in einem multidisziplinären Ansatz von Wissenschaft und Praxis erfolgen und, dass spezifisch ausgebildete Ernährungsfachkräfte dabei eine fachliche Koordinationsrolle in einem interdisziplinären GG-Team übernehmen.



1.3 Forschungsfragen

Im Rahmen der drei Teilprojekte

- a. Erarbeitung notwendiger Arbeitsgrundlagen und -instrumente
- b. Prozessbasierte Erfassung der guten gesundheitsfördernden (Ernährungs-) Praxis in der Schweizer GG
- c. Gesundheitsfördernde GG: vom Ernährungsqualitätsstandard zum Gütesiegel (Zertifizierung)? Bedarf, Nachfrage, Erwartungen und Machbarkeit

wurden folgende Forschungsfragen bearbeitet:

- Was ist GG in Abgrenzung zu anderen gemeinschaftlichen Ausser-Haus-Verpflegungsformen? (Arbeitsdefinition)
- Wer sind die in der GG und in den unmittelbar involvierten Arbeitsgebieten tätigen Organisationen, Trägerschaften, Unternehmen, Betriebe, usw.? Wie ist die Schweizer GG organisiert?
- Welche Bedeutung wird der GG, als Branche, in Hinblick auf die Ernährung und Gesundheitsförderung der Bevölkerung in verschiedenen Settings (Ausbildungsstätte, Betrieb, Spital/Klinik, Heim etc.) beigemessen?
- In welcher Form engagieren sich Akteure aktuell für die Umsetzung einer gesundheitsfördernden GG (Beispiele guter Praxis) und welches Entwicklungspotential besteht?
- Welche Meinungen und Erwartungen vertreten Akteure und Betroffene aus dem privaten und öffentlichen Sektor in Hinblick auf die Rolle und Verantwortung der GG resp. anderer Anspruchsgruppen für die Gesundheitsförderung?

2 Material und Methoden

2.1 Internetplattform

In Zusammenarbeit mit der Firma Mediacoding GmbH (www.mediacoding.ch) wurde ein eigenständiger und somit institutionsunabhängiger, projektbezogener Webauftritt realisiert, der auch nach Projektabschluss bestehen bleibt. Die zweisprachige (Deutsch, Französisch) Internetplattform www.goodpractice-gemeinschaftsgastronomie.ch (www.goodpractice-restaurationcollective.ch ; www.gp-gemgastro.ch ; www.gp-restocoll.ch) dient als Informations- und Austauschplattform sowie als Befragungsoberfläche. Sie richtet sich an interessierte Personen aus der Branche der GG, vor allem Verpflegungsendanbieter, Produzenten und Lieferanten, aus den Bereichen der öffentlichen Gesundheit und der Qualitätskontrolle, aus den angewandten Wissenschaften, aus dem Ausbildungssektor sowie aus dem Kreis der Konsumentinnen und Konsumenten. Bei der Entwicklung und dem systematischen Aufbau der Internetplattform wurde international anerkannter Qualitätskriterien gesundheitsbezogener Websites sowie Leitlinien zur Gestaltung von Websites berücksichtigt (8-11). Die Betreuung und Wartung der Internetplattform erfolgt mit dem Content Management System (CMS) Typo3. Die Forschungsgruppe ist als Herausgeber und Anbieter der Internetplattform für das Konzept, die Form und die veröffentlichten Inhalte verantwortlich.

Der gesamte Webauftritt, einschliesslich der auf der Internetplattform verfügbaren Dokumente, und weitere im Projekt verwendete Kommunikationsmittel sind aus Gründen der Projektidentität und zur Steigerung des Wiedererkennungswerts einheitlich gestaltet. Elemente des Corporate Design sind die Projektmarke in Form eines Logos (s. Deckblatt), Bildbänder mit Fotos aus der GG kombiniert mit dem Logo, sowie die Logos der am Projekt beteiligten Institutionen (BFH, HES-SO/HEdS Genève, SGE).

Strukturell verbindet die Internetplattform auf verschiedenen Ebenen informative Text- und interaktive Befragungselemente (Abbildung 3). Der unmittelbare Austausch mit den Nutzern wird durch die fixen Funktionen Kontakt und Aktuelles / RSS-Feed sichergestellt.

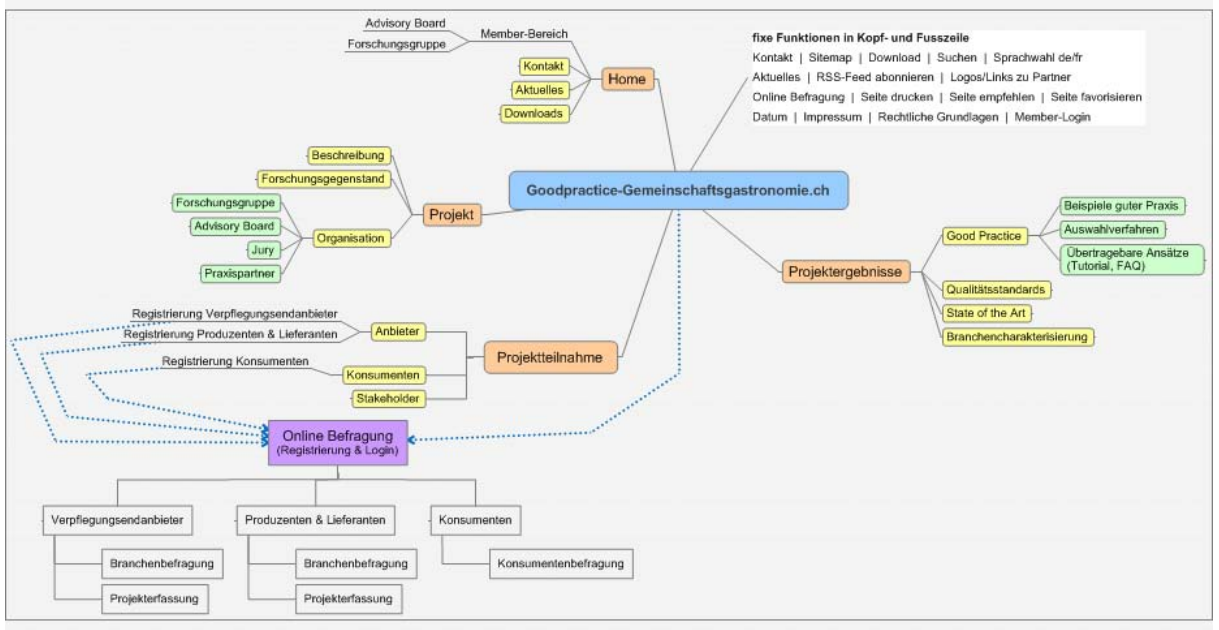


Abbildung 3 Seitenstruktur der Internetplattform www.goodpractice-gemeinschaftsgastronomie.ch

Ausgehend von Leadtexten (Hauptaussagen), wird der Nutzer jeweils auf weiterführende Seiten, ausführlichere Hintergrunddokumente und Veröffentlichungen im Rahmen des Projekts verwiesen. Aus Qualitätssicherungsgründen haben alle Webtexte einen internen, Hintergrunddokumente, Veröffentlichungen und Befragungsinstrumente zusätzlich einen externen Reviewprozess durch das Advisory Board und/oder Praxispartner durchlaufen (s. Kapitel 2.2). Alle Übersetzungen ins Französische wurden zudem intern ins Deutsche rückübersetzt, auf Fachtermini überprüft und korrigiert.

Die im Rahmen des Projekts durchgeführte Online Befragung (s. Kapitel 2.5) ist als Subdomäne mit der bestehenden Internetplattform verknüpft (s. Abbildung 3). Die Befragungsteilnehmer registrieren sich gezielt als Verpflegungsendanbieter, Produzent/Lieferant oder Konsument mit Benutzernamen und E-Mail-Adresse. An diese Email-Adresse wird ein automatisch generiertes Passwort gesendet. Nach der individuellen passwortgeschützten Anmeldung wird jedem Befragungsteilnehmer aus Gründen der Anonymisierung automatisch eine vierstellige Identifikationsnummer zugewiesen und die angemeldete Person direkt zum betreffenden, zielgruppenspezifischen Fragebogen geleitet. Die Befragungsteilnehmer können dank der passwortgeschützten Anmeldung die Bearbeitung des Fragebogens jederzeit unterbrechen und zu einem späteren Zeitpunkt durch erneutes Anmelden fortführen. Angemeldete Befragungsteilnehmer werden nach zwei (Konsumenten) beziehungsweise drei Wochen (Verpflegungsendanbieter, Produzenten und Lieferanten) automatisch per E-Mail um die Fertigstellung der Befragung gebeten. Freiwillige Angaben zur Person oder Institution werden getrennt von allen anderen erhobenen Daten abgespeichert. Alle erhobenen Daten sind nur einer Person in der Forschungsgruppe passwortgeschützt zugänglich.

Der langfristige Fortbestand der Internetplattform gewährleistet die kontinuierliche Informationsvermittlung und Datenerfassung sowie Beobachtung der Weiter- und Neuentwicklungen in der Branche.



2.2 Kooperationen

Advisory Board

Eine fünfzehnköpfige beratende, international und multidisziplinär zusammengesetzte Expertengruppe wurde zum Zweck der Qualitätssicherung im Projekt eingesetzt. Die Mitglieder repräsentieren die Praxis der GG, den Konsumentenbereich, die öffentlichen Gesundheit / Prävention und Gesundheitsförderung, die Qualitätskontrolle / Lebensmittelsicherheit, die angewandten Wissenschaften und den Ausbildungssektor. Für die genaue personelle Zusammensetzung siehe www.gp-gemgastro.ch unter Projekt/Organisation. Im Rahmen von ein- oder zweitägigen Arbeitstreffen, sowie schriftlichen Vernehmlassungen und Verabschiedungen brachten die Mitglieder ihre vielfältigen Kompetenzen und Erfahrungen in das Projekt ein und unterstützten ein harmonisiertes Sprachregionen und Länder übergreifendes Vorgehen. Sie fungierten zudem als Projekt-Botschafter und unterstützten die Forschungsgruppe in Kommunikationsbelangen.

Neben einem Kick-off Meeting (April 2008) wurden zwei zweitägige Arbeitstreffen durchgeführt (Oktober 2008; März 2010). Im Mittelpunkt standen die gemeinsame Entwicklung des Kriterienkatalogs der Schweizer Qualitätsstandards und des Beurteilungsverfahrens von Beispielen guter Praxis. Daneben dienten die Treffen dem gegenseitigen Informationsaustausch und der Weiterbildung (Vorträge). Über den gesamten Projektzeitraum wurden Schlüsseldokumente durch die Experten kommentiert und nach deren Überarbeitung verabschiedet. Dies sind insbesondere die Arbeitsdefinition Gemeinschaftsgastronomie, die Schweizer Qualitätsstandards, damit einhergehende Dokumente und Instrumente, die Online-Fragebogen, das Umsetzungskonzept für Beispiele guter Praxis sowie damit einhergehende Dokumente und Instrumente. Die Interviewleitfäden für Einzel- und Gruppenbefragungen (s. Kapitel 2.6) wurden unabhängig von den Experten entwickelt, da sie zu den potentiellen Interviewpartnern zählten.

Praxispartner - Mittlernetzwerk

Die unmittelbare Vernetzung mit der Praxis der GG, vor allem Verpflegungsanbieter, Produzenten und Lieferanten, erfolgt im Sinne der bottom-up Strategie des NPEB 2008-2010. Es wurde kontinuierlich ein sogenanntes Mittlernetzwerk aufgebaut, welches langfristig und nachhaltig mit dem Projekt verbunden bleiben soll. Die Mittler engagierten sich als brancheninterne sowie branchennahe Projekt-Botschafter überzeugt und aktiv für das Forschungsprojekt. Der Erfolg des vorliegenden Projekts und darauf aufbauender Projekte hängt wesentlich von der freiwilligen Beteiligung möglichst vieler Akteure der Schweizer GG an der Online Befragung (s. Kapitel 2.5 und 3.2.1) ab. Das Netzwerk hat daher eine strategische Funktion in Hinblick auf: (a) die Konstituierung einer nationalen Adressdatenbank der GG und (b) die Überzeugung des Sektors für eine aktive und längerfristige Beteiligung am Projekt aus den eigenen Reihen heraus. Mittler können sein Einzelpersonen in der GG, Institutionen, Fachverbände, Medien (Printmedien, elektronische Medien/Internet), Fachmessen und Tagungen. Die Mitglieder der Forschungsgruppe und des Advisory Boards respektive die durch sie vertretenen Institutionen sind Teil des Mittlernetzwerks. Mit Weblinks und informativen Beiträgen in ihren Publikationsorganen unterstützten sie das Projekt in regelmässigen Abständen. Als wichtigster Mittler fungierte der SVG. Mit seinem Internetauftritt, Publikationsorgan (SVG aktuell in Salz & Pfeffer) und Veranstaltungen erreicht der Verband die Deutschschweizer Branche sehr umfassend. Präsentationen an spezifischen, auch regionalen Veranstaltungen für qualifizierte Fachkräfte (z.B. (Diät-) Köche und Ernährungsberater/-innen) dienten der Sensibilisierung von Branchengruppierungen. Die gastronomischen Fachmessen in der Deutsch- und Westschweiz (IGEHO, Gastronomia) wurden trotz der starken Präsenz der Individualgastronomie zur Informationsstreuung für das Forschungsprojekt genutzt. Präsentationen an ernährungswissenschaftlichen Tagungen dienten dem fachlich-inhaltlichen, projektbezogenem Erfahrungsaustausch sowie der Erkennung von Synergien mit anderen Projekten.

In der Deutschschweiz und in der Romandie wurden je drei individuelle Praxispartner respektive Mittler gewonnen, welche die Bereiche Business, Care und Education vertreten. Sie unterstützten die Forschungsgruppe mit der Prüfung und Kommentierung von Kommunikationsmaterialien und Befragungsinstrumenten



(Hintergrunddokumente für Internetplattform, Schweizer Qualitätsstandards und damit einhergehende Dokumente und Instrumente; Fragebogen) in Hinblick auf inhaltliches und sprachliches Verständnis sowie Funktionsfähigkeit. Je nach Auftrag zogen sie weitere Mitarbeitende und/oder Gäste aus ihren Institutionen bei.

Jury

Eine siebenköpfige Jury beurteilt seit Mai 2010 die von Verpflegungsendanbietern, Produzenten und Lieferanten im Rahmen der Online Befragung eingereichten Projekte (s. Kapitel 2.5). Die Jury Mitglieder sind Vertreterinnen und Vertreter aus dem multidisziplinären Advisory Board (s. oben), wobei Vertreter/-innen des BAG, der SGE und der Forschungsinstitutionen BFH (auch Schweizerische Hochschule für Landwirtschaft SHL) und HEdS ausgeschlossen sind. Die drei aus Deutschland und Österreich stammenden Experten sind nicht in der Kerngruppe der Jury, werden aber bei Stichentscheiden gemeinsam mit einer projektexternen, institutionsneutralen Expertin aus der Schweiz beigezogen. Für die genaue personelle Zusammensetzung der Jury siehe www.gp-gemgastro.ch unter Projekt/Organisation.

Die Koordination des Beurteilungsverfahrens und der Jury erfolgt durch eine Mitarbeiterin der Forschungsgruppe / BFH.

2.3 Wissenschaftliche Grundlagenbeschaffung: State-of-the art

In einem umfassenden Literaturbericht mit dem Titel „Nutritional quality in communal catering: a public health issue“ (7) wurden die wesentlichen wissenschaftlichen und methodischen Grundlagen für die Entwicklung und Bereitstellung von Qualitätsstandards für die Schweizer GG zusammengefasst. Auf Grundlage einer Arbeitsdefinition „Gemeinschaftsgastronomie“, einer umfangreichen Literaturrecherche und Leitfadengestützten Gesprächen mit Experten aus Deutschland, Österreich und Frankreich, setzt sich der Bericht mit folgenden Themen auseinander:

- den grundlegenden Qualitätskonzepten in der GG und der Gesundheitsförderung;
- den Prinzipien der Qualitätsstandardentwicklung;
- dem Konzept der „Good Practice“, einem praxisorientierten Instrument zur Qualitätsverbesserung in der Gesundheitsförderung, in Abgrenzung zum Konzept der „Best Practice“;
- dem aktuellen Stand von gesundheitsfördernden Aktivitäten in der Schweizer GG, sowie auf internationaler Ebene;
- den internationalen Forschungsaktivitäten in den verschiedenen Bereichen der GG und unter Berücksichtigung der Qualitätsdimensionen betreffend „Struktur, Prozess und Ergebnis/Wirkung“.

2.4 Strategie der Good Practice

Mit Anwendung der Strategie der Good Practice konnten Aspekte des klassischen Qualitätsmanagements mit den Prinzipien der Gesundheitsförderung verknüpft werden. Dieses in der Gesundheitsförderung anerkannte Instrument zur kontinuierlichen Qualitätsverbesserung sucht nach guten, praxistauglichen Lösungen, die anerkannte Standards beachten oder gar übertreffen (7, 12, 13). Die Strategie der Good Practice wurde wie folgt in einem dreistufigen Prozess umgesetzt (Abbildung 4).

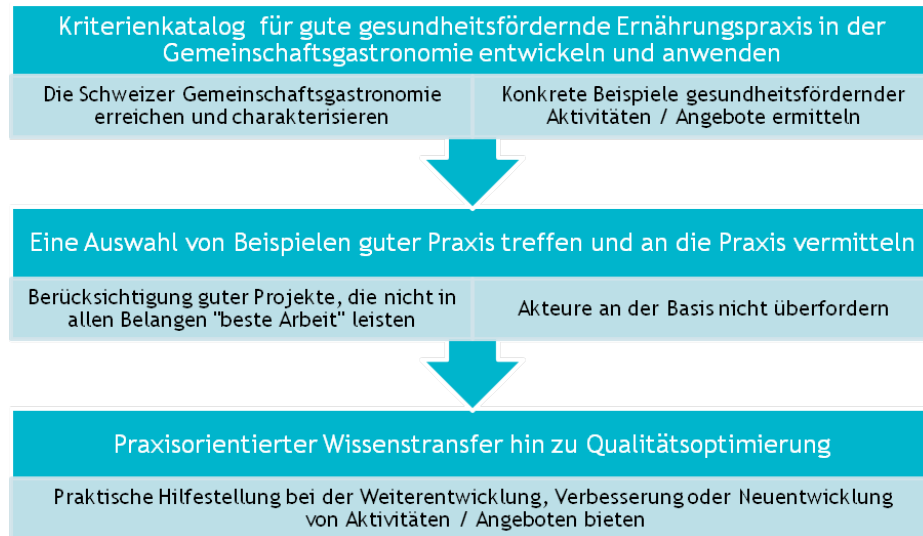


Abbildung 4 Die Strategie der Good Practice in der gesundheitsfördernden Gemeinschaftsgastronomie

Ausgangspunkt und Kernstück des Prozesses war die Entwicklung und Bereitstellung der Schweizer Qualitätsstandard für die GG, ergänzt durch einen Satz von Checklisten und ein Informationsfaltblatt für Konsumenten und andere interessierte Kreise.

Qualitätsstandards für die Schweizer Gemeinschaftsgastronomie

Die Qualitätsstandards richten sich an die in der GG und in der betrieblichen Gesundheitsförderung tätigen Personen, insbesondere auf der Leitungsebene im GG-Betrieb und im übergeordneten Unternehmen. Sie halten fest, welche Ziele man für erreichbar hält und auch erreichen will und dienen den Zielgruppen als Orientierungsmassstab zur kontinuierlichen Qualitätsverbesserung. Die stufenweise Entwicklung des Kriterienkatalogs erfolgte daher unter Einbezug von Vertretern aus Wissenschaft und Praxis (für Einzelheiten s. (7) S. 31-37). Zu lösende Probleme und anzustrebende Ziele in der GG wurden identifiziert, vier Themenbereichen (Verpflegungsangebot; Beziehungsmanagement; Schnittstellenmanagement; gesundheitsfördernde Praxis) zugeordnet und umschrieben. Zu den definierten Wirkungszielen wurden auf Basis der erfolgten Problembeschreibungen Kriterien und Indikatoren erarbeitet und nach Qualitätsdimensionen (Input/Struktur, Prozess, Output/Outcome) gegenübergestellt. Die Kriterien und Indikatoren des übergeordneten Standards der Gesundheitsfördernden Praxis wurden auf Grundlage der Qualitätskriterien für Projekte „quint-essenz“ von Gesundheitsförderung Schweiz (14) definiert. Zusätzlich wurden Kriterien zum Thema Wirtschaftlichkeit und ökologische und ökonomische Nachhaltigkeit festgelegt, da diese alle Themenbereiche und Qualitätsdimensionen tangieren. Jedes Output-/Outcome-Kriterium (Ergebnis/Wirkung) wurde anschliessend den verschiedenen Struktur- und Prozesskriterien zugeordnet und so deren Wirkungen vernetzt erfasst. Die entsprechenden Einzelelemente und Zusammenhänge wurden in einem Textdokument, den *Schweizer Qualitätsstandards für eine gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie* zusammengefasst. Dabei wurden kurz-, mittel- oder langfristig angestrebte Ziele als Muss-, Kann- oder Soll-Kriterien klassiert.

Die Bereitstellung der Qualitätsstandards für die Branche und weitere interessierte Kreise erfolgte als PDF-Dokument in deutscher und französischer Sprache auf der Internetplattform www.gp-gemgastro.ch (Rubrik Downloads). Zusätzlich wurden rund 1800 Exemplare gedruckt, für einen gezielten Einsatz im Rahmen von Expertengesprächen, Medienauftritten, Dienstleistungen, Weiterbildungen, usw. (s. Anhang A2)

Checklisten

Für die Anwendung des Kriterienkatalogs in der Praxis (s. Abbildung 4) wurden Checklisten für Verpflegungsendanbieter sowie für Produzenten und Lieferanten entwickelt. Für die Checklisten wurden im Wesentlichen die in den Qualitätsstandards festgelegten Muss-Kriterien und besonders wichtige Soll-Kriterien zu-



sammengefasst und gewichtet. Die von der Forschungsgruppe für die Umsetzung einer gesundheitsfördernden GG als besonders wichtig eingestuften Muss-Kriterien wurden mit dem Faktor Drei gewichtet, alle anderen Kriterien mit dem Faktor Zwei. Je nachdem ob ein Kriterium zutrifft, teilweise zutrifft oder nicht zutrifft wurde ihm eine unterschiedlich hohe Punktzahl (3/2/1/0) zugeordnet. Betriebe werten die von ihnen ausgefüllten Checklisten aus, um sich in Bezug auf die Zielvorgaben der Qualitätsstandards selbst einzuschätzen resp. ihren Entwicklungsbedarf abzuschätzen. Je nach Gesamtpunktzahl werden drei Kategorien unterschieden: (1) Machen Sie weiter so [...]; (2) Sie sind auf dem richtigen Weg [...]; und (3) Haben sie Mut einen Beitrag zu einer gesundheitsfördernden GG zu leisten [...].

Alle Checklisten sind als Formular in deutscher und französischer Sprache auf der Internetplattform www.gp-gemgastro.ch (Rubrik Downloads) zugänglich (s. Anhang A3).

Informationsfaltblatt

Auf Grundlage der Qualitätsstandards wurde für Konsumenten und weitere interessierte Personengruppen ein Informationsfaltblatt entwickelt. Zielsetzung war die Leser zu motivieren GG-Betriebe bei der Umsetzung der Qualitätsstandards zu unterstützen bzw. die Umsetzung anzuregen, aber auch sich selbst bewusst mit dem Thema einer ausgewogenen Ernährung in der GG auseinanderzusetzen. Als Schwerpunktthemen wurden gewählt: Qualität, Einflussfaktoren auf das Wohlbefinden im GG-Betrieb und Kommunikation.

Das Faltblatt wurde in deutscher und französischer Sprache auf der Internetplattform www.gp-gemgastro.ch (Rubrik Downloads) veröffentlicht. Rund 155'000 gedruckte Exemplare wurden zur kostenfreien Verteilung in Betrieben der Gemeinschaftsgastronomie oder über andere Kanäle zur Verfügung gestellt (s. Anhang A4).

Die genannten Dokumente wurden seit Dezember 2009 der Branche zur Anwendung und somit auch zur Überprüfung auf ihre Praxistauglichkeit verfügbar gemacht. Für die Feststellung der aktuellen Situation in Bezug auf die Qualitätsstandards und die Beobachtung der kontinuierlichen Qualitätsentwicklung, wurde die Bereitstellung der Qualitätsstandards mit einer langfristig laufenden Online Befragung verbunden (s. Kapitel 2.5). Der Strategie der Good Practice folgend (s. Abbildung 4), wurden und werden weiterhin generelle Betriebs- / Brancheneckdaten erhoben, um zu erkennen, unter welchen Anforderungen und Rahmenbedingungen Betriebe Projekte realisieren (können), welche die Umsetzung einzelner oder mehrerer der anerkannten Qualitätskriterien gezielt vorantreiben (15). Die erfolgreiche Umsetzung einer gesundheitsfördernden Gemeinschaftsgastronomie wird mit guter Praxis bezeichnet. Hierzu findet auf der zweiten Prozessstufe die Beurteilung der Projekte und damit eine Auswahl von Beispielen guter Praxis statt (s. Kapitel 2.5.6), welche unmittelbar zum dritten Prozessschritt überleiten. Dieser widmet sich der Nutzbarmachung der Erfahrungen für die breite Umsetzung der Qualitätsstandards in der Praxis. Welche Erwartungen und Meinungen Experten und Konsumenten in Bezug auf die Umsetzung der Qualitätsstandards vertreten wurde in ergänzenden Einzel- und Gruppengesprächen ermittelt (s. Kapitel 2.6)



2.5 Online Befragung „Good Practice Gemeinschaftsgastronomie“

2.5.1 Zielsetzung und Aufbau

Wie in Kapitel 2.4 beschrieben, ist die Online Befragung methodischer Bestandteil der Strategie der Good Practice. Sie liefert die notwendige Datengrundlage zur Auswahl von Beispielen guter Praxis und somit einer kontinuierlichen Qualitätsverbesserung in der Schweizer GG. Die Online Befragung wurde in deutscher und französischer Sprache umgesetzt und im Dezember 2009 resp. März 2010 gestartet. Um die Branchenentwicklung in Bezug auf die Qualitätsstandards weiter zu verfolgen (Monitoring), wird die Online Befragung auch nach Abschluss des Projekts fortgesetzt. Die Fragebogen sind für registrierte Teilnehmer (s. Kapitel 2.1) auch als PDF Dokument auf der Internetplattform www.gp-gemgastro.ch verfügbar (s. Anhang A5).

Abbildung 5 fasst die wesentlichen Aspekte der Online Befragung zusammen, die sich an drei Zielgruppen in der Schweizer GG richtet: Verpflegungsendanbieter/GG-Betriebe, Produzenten und Lieferanten für die GG sowie Verpflegungsteilnehmende/Konsumenten in der GG.



Abbildung 5 Elemente der Online Befragung nach Zielgruppen

Im Mittelpunkt der Befragung stehen die beiden ersten Zielgruppen, welche die Branche der GG repräsentieren. Verpflegungsendanbieter und Produzenten und Lieferanten nahmen mit dem Ausfüllen des ersten Fragebogens an einer generellen Strukturanalyse teil. Soweit sie in den letzten 24 Monaten gesundheitsfördernde Projekte durchgeführt haben und in Fragebogen 1 eine als Bedingung festgelegte Frage (s. Anhang A5a Frage 50 und A5b Frage 20) mit „ja, geplant und umgesetzt“ oder „ja, geplant, umgesetzt und dokumentiert“ beantwortet haben, qualifizierten sie sich automatisch für die Erfassung dieser Projekte und konnten den zweiten Fragebogen ausfüllen. Die Befragung der Konsumenten lieferte ergänzende Informationen zu deren Erfahrungen mit und Erwartungen an die GG.

Beide Fragebogen wurden zunächst in deutscher Sprache entwickelt, intern und extern kommentiert, überarbeitet und anschliessend elektronisch umgesetzt. Die elektronische Version wurde vom 29. Oktober 2009 bis 5. November 2009 in einem Pilottest durch die Advisory Board Mitglieder, BFH Mitarbeitende und ausgewählte Praxispartner (Verpflegungsendanbieter, Konsumierende, Produzenten und Lieferanten) (n=42) auf Funktionsfähigkeit, Zeitaufwand, Verständnis/Formulierungen und Fehler geprüft. Nach inhaltlicher und technischer Überarbeitung wurde die definitive deutsche Version der Fragebogen online aufgeschaltet und ins Französische übersetzt. Die französische Version wurde von den französischsprachigen Mitgliedern des Advisory Boards, Mitarbeitenden der HEDS und ausgewählten Praxispartnern (n=10) wie oben beschrieben geprüft, angepasst und anschliessend offiziell aufgeschaltet.



2.5.2 Fragebogen

Fragebogen 1 (s. Anhang A5) wurde zunächst für die Hauptzielgruppe der Verpflegungsendanbieter entwickelt und davon ausgehend die Fragebogen für die beiden anderen Zielgruppen ausgearbeitet. Grundsätzlich berücksichtigen die Fragebogen die in der Arbeitsdefinition Gemeinschaftsgastronomie festgehaltenen Definitionskriterien (s. (7), S. 20-22) sowie den Kriterienkatalog der Schweizer Qualitätsstandards (16). Aus Gründen der Datenvergleichbarkeit wurden Branchenbefragungen aus der Schweiz (17, 18) und aus Deutschland (19, 20) sowie Kennzahlen aus Branchenzeitschriften (z.B. GV-Praxis) konsultiert. Tabelle 1 fasst die wesentlichen Kennzeichen der Fragebogen zusammen. Für Kontroll- und Analysezwecke wurde pro Fragebogen ein Codierungsplan erstellt, der für jede Frage respektive Antwortkategorie die Variablennummern und Merkmalsausprägungen/Codierungen zusammenfasst.

Tabelle 1 Kennzeichen von Fragebogen 1 nach Zielgruppe

	Verpflegungsendanbieter	Produzenten/Lieferanten	Konsumenten
Themen	<ul style="list-style-type: none"> – Charakteristika GG-Betrieb – Verpflegungsangebot – Gesundheitsförderung – Kommunikation – Übergeordnetes Unternehmen 	<ul style="list-style-type: none"> – Beziehung zur GG – Kommunikation – Lebensmittelsortiment – Gesundheitsförderung – Charakteristika des Unternehmens 	<ul style="list-style-type: none"> – Nutzung GG-Betrieb – Verpflegungsangebot – Gesundheitsförderung – Kommunikation – Sozio-demographische Angaben
Anzahl Fragen	57	25	32
Typ Fragen	Geschlossene (Einfach- und Mehrfachnennungen) und offene Fragen		
Zeitaufwand inkl. Recherchen	60–90 Minuten	45–60 Minuten	20-30 Minuten

Am umfangreichsten ist die Erhebung bei den GG-Betrieben und die Abstimmung der Themenbereiche erlaubt die Befragungsergebnisse nach möglichen Diskrepanzen zwischen den Zielgruppen anzusehen. Für Verpflegungsendanbieter wie Produzenten und Lieferanten kann die Recherche einzelner Angaben je nach Grösse und Organisation des Betriebs sowie Funktion der Person, die den Fragebogen ausfüllt, stark variieren.

Fragebogen 2 (s. Anhang A5) dient Verpflegungsendanbietern und Produzenten und Lieferanten zur Erfassung gesundheitsfördernder Projekte. Bei der Entwicklung des Fragebogens wurden, wie bereits bei der Definition einzelner Kriterien in den Qualitätsstandards (s. Kapitel 2.4), die international anerkannten Qualitätskriterien für Projekte „quint-essenz“ von Gesundheitsförderung Schweiz (14) als Grundlage herangezogen. Die ausgewählten Kriterien beschreiben unter anderem Vorgaben für die Ausgangslage, Zielsetzung, Vorgehensweise, Evaluation, Kommunikation und Dokumentation gesundheitsfördernder Projekte. Die Kriterien und Indikatoren wurden spezifisch für das Setting Gemeinschaftsgastronomie angepasst und in Form von Fragen und Antwortmöglichkeiten für den Fragebogen umformuliert. Tabelle 2 gibt für beide Zielgruppen eine Übersicht der wesentlichen Kennzeichen des zweiten Teils der Befragung. Ergänzend sind die Befragungsteilnehmer aufgerufen, der Forschungsgruppe eine Projektdokumentation zuzustellen. Diese sollte beinhalten: Projektkonzept; Speisepläne resp. Angebotsübersicht; Fotos (nur Verpflegungsendanbieter); Fragebogen, Rückmeldeformular oder ähnliches Instrument im Kundenkontakt; ausgefüllte Checklisten. Erst auf Grundlage aller Unterlagen (Fragebogen 1 und 2 sowie Projektdokumentation) kann das Engagement der teilnehmenden Betriebe im Rahmen der Good Practice Strategie beurteilt werden (s. Kapitel 2.4 und 2.5.6).



Tabelle 2 Kennzeichen von Fragebogen 2 nach Zielgruppe

	Verpflegungsanbieter	Produzenten/Lieferanten
Themen	<ul style="list-style-type: none"> – Projektedaten (Titel, Dauer, Leitung/Durchführung, Ziele, Zielgruppen, Finanzierung, Kommunikationsmittel) – Angaben zu Aktivität(en) nach Bereichen der Qualitätsstandards: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Verpflegungsangebot ▪ Interaktion zwischen Anbieter und Kunde inkl. Raumgestaltung ▪ Lösung / Vorbeugung von Interessenskonflikten an Schnittstellen 	<ul style="list-style-type: none"> – Projektedaten (Titel, Dauer, Leitung/Durchführung, Ziele, Zielgruppen, Finanzierung, Kommunikationsmittel) – Angaben zu Aktivität(en) nach Bereichen der Qualitätsstandards: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Produktangebot ▪ Interaktion mit den Kunden in der GG ▪ Lösung / Vorbeugung von Interessenskonflikten an Schnittstellen
	– Projektdokumentation	– Projektdokumentation
Anzahl Fragen	16	15
Typ Fragen	Geschlossene (Einfach- und Mehrfachnennungen) und offene Fragen	
Zeitaufwand inkl. Dokumentation	45–90 Minuten	45–90 Minuten

Der Zeitaufwand für das Ausfüllen von Fragebogen 2 und die Zusammenstellung der kompletten Dokumentation variiert schätzungsweise zwischen 45 und 90 Minuten, je nachdem wie gut ein Projekt organisiert und dokumentiert ist.

2.5.3 Rekrutierung Befragungsteilnehmer

Gemäss Bundesratsbeschluss kommt im Rahmen des NPEB 2008-2012 und somit auch im vorliegenden Projekt das Freiwilligkeitsprinzip zum Tragen. Für die Branche der GG, das sind insbesondere die Verpflegungsanbieter/GG-Betriebe, aber auch die sie beliefernden Produzenten und Lieferanten sowie die in der GG verpflegten Konsumenten, sind keine systematisch geführten Register oder Adressdatenbanken verfügbar, auf die bei der Rekrutierung/Stichprobenziehung zurückgegriffen werden konnte. Für die Online Befragung wurde daher das nichtzufällige Schneeball Stichprobenverfahren (non-probability snowball sampling) angewendet. Das heisst, die Befragungsteilnehmer wurden bewusst und zweckbestimmt und nicht zufallsbedingt rekrutiert (purposive sample). Die Stichproben werden somit die jeweilige Grundgesamtheit je nach Ausmass der Beteiligung mehr oder weniger gut repräsentieren.

Die drei Zielgruppen wurden unter Nutzung verschiedener Methoden der Informationsstreuung beziehungsweise Medien zur Teilnahme an der Online Befragung aufgerufen (s. Anhang 1). Dabei wurde einerseits darauf geachtet zeitnah zu spezifischen, im Projektverlauf wichtigen Ereignissen Information zu streuen. Dies betraf die Aufschaltung der Internetplattform (September 2008), die Publikation der Qualitätsstandards (Dezember 09) und den Start der Online-Umfrage (Dezember 09 Deutsch, März 10 Französisch). Zum anderen wurden möglichst zielgruppengerechte Methoden mit grosser Streubreite gewählt, wie Links auf Websites und deren Aktualisierung anlässlich der oben genannten Projekttereignisse, Präsentationen an Versammlungen von Branchen- und Berufsverbänden (SVG, Diätköche, Ernährungsberater/-innen usw.), an Messen und an wissenschaftlichen Tagungen, Kurzberichte in Branchen-, Verbands- und Fachzeitschriften sowie ein Postversand. Auf diese Weise wurden die verschiedenen Akteure der Gemeinschaftsgastronomie wiederholt kontaktiert und motiviert, freiwillig an der Online Befragung auf der Internetplattform teilzunehmen. Es wurde immer spezifisch darum gebeten, weitere Akteure im Umfeld zur Teilnahme am Projekt aufzurufen bzw. der Forschungsgruppe Personen oder Institutionen zu nennen, welche kontaktiert werden können (s. Kapitel 2.2, Praxispartner - Mittlernetzwerk).



In Anbetracht der dargelegten Ausgangslage und mit dem Ziel eines Grossversands an Verpflegungsendanbieter und Produzenten und Lieferanten, wurde im Rahmen des Projekts systematisch eine Adressdatenbank aufgebaut. Als Basis dienten Angaben aus folgenden Quellen, die nach GG-Bereichen und Zielgruppen kategorisiert zusammengefügt und in Eigenrecherchen vervollständigt wurden:

- Ein vom Bundesamt für Statistik gemäss den im BFS-Datenschutzvertrag Nr. 1720 spezifizierten Klauseln gelieferter Auszug aus dem Betriebs- und Unternehmensregister BUR mit Adressangaben zu in der Schweiz domizilierten Unternehmen (verarbeitende Gewerbe, Lebensmittelhandel, Gastronomie) und Institutionen aus den Bereichen Erziehung und Unterricht (Education) sowie Gesundheits- und Sozialwesen (Care);
- Das SVG-Mitgliederverzeichnis (Deutschschweiz);
- Das Mitgliederverzeichnis der Diätköche (Deutschschweiz);
- Kantonale Verzeichnisse der Kindertagesstätten;
- Adressdaten aus Fachzeitschriften und beruflichen Netzwerken.

Im Februar/März 2010 wurde ein Grossversand an insgesamt 7341 Verpflegungsendanbieter und 2235 Produzenten und Lieferanten in der gesamten Schweiz realisiert. Den Anschreiben (Deutsch und/oder Französisch, Italienisch) wurden je 10 Exemplare des Informationsfaltblatts in Deutsch und/oder Französisch (Verpflegungsendanbieter) bzw. je ein Exemplar des zweisprachigen Projektflyers (Produzenten und Lieferanten) beigelegt. Auf Grundlage des Rücklaufs von 404 unzustellbaren Briefen und persönlichen Rückmeldungen einzelner Adressaten wurde die GG-Adressdatenbank bereinigt. Sie umfasst gegenwärtig 7480 Adressen von Verpflegungsendanbietern und 2044 Adressen von Produzenten und Lieferanten und wird für weitere Erhebungen im Rahmen des geplanten Nachfolgeprojekts kontinuierlich ausgebaut und aktualisiert.

2.5.4 Datenkontrolle und Datenexport

Die Teilnahme an der Online Befragung wird fortlaufend für Neuregistrierungen und Befragungsabschlüsse kontrolliert. Für abgeschlossene Fragebogen 1 wird die Qualifizierung für Fragebogen 2 geprüft. Soweit zutreffend, wird der Eingang der Projektdaten und Unterlagen verfolgt und das Beurteilungsverfahren in die Wege geleitet (s. Kapitel 2.5.6). Auf Anfrage wird Befragungsteilnehmern individueller Support geboten. Die mit Fragebogen 1 und 2 erfassten Daten werden in einem standardisierten Dateiformat (CSV) exportiert und anschliessend zur Auswertung oder Weiterbearbeitung in ein Statistikprogramm respektive in Microsoft Office Excel importiert.

2.5.5 Statistische Auswertung Fragebogen 1

Für jede der drei Zielgruppen wurden die Datensätze aller zwischen dem 1. Dezember 2009 und dem 15. Juni 2010 registrierten Teilnehmer exportiert und davon jene ohne Dateneingabe (leere Fragebogen) entfernt. Die verbleibenden Datensätze (Fragebogen abgeschlossen oder in Bearbeitung) wurden in das Statistikprogramm SPSS 16.0 (SPSS INC 2005) importiert, wie nachfolgend beschrieben gruppiert, bereinigt und anschliessend analysiert. Es erfolgte keine Unterteilung nach Sprachen, da die französische Online Befragung erst im März 2010 startete und bis Mitte Juni 2010 nur eine geringe Teilnahme aus der Westschweiz und/oder dem Tessin möglich war (s. Kapitel 3.2.1).

Vergleichsebenen

Für die Beurteilung des gesundheitsfördernden Engagements der GG werden Betriebe mit ähnlichen strukturellen Voraussetzungen verglichen. Zu diesem Zweck wurden die in Tabelle 3 aufgeführten Merkmale zur Bildung von möglichst homogenen Gruppen resp. Clustern seitens Verpflegungsendanbieter sowie Produzenten und Lieferanten herangezogen (21). Je nach Anzahl der Befragungsteilnehmer pro Zielgruppe können jedoch nicht alle Vergleichsebenen in der Datenauswertung und -präsentation gleichzeitig berücksichtigt werden.



Tabelle 3 Gruppierungsmerkmale der Vergleichsebenen nach Zielgruppen

Ebene	Gruppierungsmerkmale nach Zielgruppe	
	Verpflegungsendanbieter	Produzenten und Lieferanten
1	Betriebsgrösse definiert über die Anzahl der Menüs pro (Mittags-) Mahlzeit	Betriebsgrösse definiert über die Anzahl der Mitarbeitenden im Unternehmen
2	Angebot eines Tagesmenü (Ja/Nein) UND durchschnittlicher Preis des Tagesmenüs UND durch das übergeordnete Unternehmen vorgeschriebener durchschnittlicher Aufwand für das Tagesmenü	Produktkategorien (Food / Non-food) UND Fertigungsstufen
3	Gesundheitsförderung in der Unternehmensphilosophie	Gesundheitsförderung in der Unternehmensphilosophie
4	GG-Bereiche Business, Care, Education	---

Für die Auswertung der Daten der Verpflegungsendanbieter wurde aufgrund des geringen Stichprobenumfangs (n=107) nur die erste Vergleichsebene der *Betriebsgrösse* herangezogen. Die Definition der Betriebsgrösse erfolgte über die Anzahl der Menüs pro Mahlzeit, in Anlehnung an eine Erhebung des SVG zur Ermittlung branchenrelevanter Kennzahlen bei seinen Mitgliedern (22). Für die vorliegende Auswertung wurde speziell die Anzahl der *Mittagsmahlzeiten* herangezogen, da alle teilnehmenden GG-Betriebe Mittagsmahlzeiten im Angebot hatten. Die Einteilung erfolgte in die drei Kategorien

- kleiner Betrieb bis zu 150 Mittagsmahlzeiten
- mittlerer Betrieb 151-500 Mittagsmahlzeiten
- grosser Betrieb über 500 Mittagsmahlzeiten.

Ergänzend wurde in der Auswertung die Vergleichsebene 4 nach *GG-Bereichen* einbezogen, wobei die drei Bereiche Business, Education und Care um einen „Mehrfachbereich“ ergänzt werden mussten. Bei einigen Betrieben war keine klare Zuordnung zu einem der drei Bereiche als Kernbereich möglich. Die Merkmale der Vergleichsebenen 2 und 3 werden generell in der Datenanalyse berücksichtigt, aber nicht als Vergleichsebene herangezogen.

Für die Auswertung der Produzenten und Lieferanten wurde aufgrund der sehr kleinen Stichprobe (n=15) keine Gruppierung der Daten nach Vergleichsebene vorgenommen.

Datenbereinigung – Ausschlusskriterien

Für Verpflegungsendanbieter sowie Produzenten und Lieferanten wurden Fragebogen ‚in Bearbeitung‘ von der Analyse ausgeschlossen, sobald Fragen in Bezug auf ausgewählte Auswertungskriterien (s. unten), speziell zum Verpflegungsangebot / Produktangebot und zur gesundheitsfördernden Praxis nicht beantwortet waren. Korrekt und vollständig ausgefüllte Fragebogen ohne Abschlussdatum wurden in die Analysen einbezogen, in der Annahme, dass die Teilnehmenden vergessen haben den Abschluss der Dateneingabe (Button letzte Seite) zu bestätigen.

Verpflegungsendanbieter ohne Angaben zu den Vergleichsebenen Betriebsgrösse bzw. Bereich wurden von der Auswertung ausgeschlossen (n=16). Von anfänglich 107 Datensätzen wurden 87 in der Auswertung berücksichtigt. In der Datenauswertung für Produzenten und Lieferanten wurden 12 von insgesamt 15 Fragebogen berücksichtigt. Drei Fragebogen wurden ausgeschlossen, da weniger als die Hälfte der Fragen beantwortet waren. Konsumentenfragebogen wurde von der Datenanalyse ausgeschlossen, sofern keine Angaben zur Art des Unternehmens in dem sich die Konsumenten verpflegen bzw. zur Beziehung zu diesem Unternehmen erfolgte (s. Anhang A5c, Fragen 3 und 4). Von insgesamt 212 Datensätzen wurden 7 von der Auswertung ausgeschlossen. Für die verbleibenden 205 Fragebogen liegen je nach Frage zwischen 190 und 192 komplette Datensätze vor.



Datenanalyse unter Berücksichtigung spezifischer Auswertungskriterien

Die statistische Auswertung beschränkt sich auf deskriptive Häufigkeitsanalysen. Je nach Frage waren Einfach- oder Mehrfachnennungen möglich. Bei der Präsentation der Ergebnisse (s. Kapitel 3.2.2) wird dementsprechend der Stichprobenumfang und die Gesamtanzahl der Antworten ausgewiesen.

Die Datenanalyse für Verpflegungsendanbieter sowie für Produzenten und Lieferanten erfolgte für jene Themenbereiche und Kriterien, d.h. betriebliche Rahmenbedingungen, die für die Beurteilung von Projekten und somit die Bestimmung von Beispielen guter Praxis essentiell sind (s. Anhang A6). Die Auswahl wurde gemeinsam mit dem Advisory Board festgelegt, unter Berücksichtigung der Aussagekraft und Bedeutung für die Projektarbeit. Grundsätzlich spiegeln sich darin die hauptsächlichen Themenbereiche der Schweizer Qualitätsstandards wieder (s. auch Tabelle 6, S. 28), dies sind:

- Strukturelle Voraussetzungen
- Verpflegungs- bzw. Produktangebot
- Kommunikation
- Gesundheitsfördernde Praxis
- Wirtschaftlichkeit

Für die Konsumentenbefragung wurden nur die Fragen ausgewertet, die sich mit Fragen für Verpflegungsendanbieter thematisch decken. Schnittstellen in den Befragungen der drei Zielgruppen werden in der Diskussion aufgegriffen. Es gilt jedoch zu beachten, dass die Produzenten und Lieferanten nicht zwingend die an der Befragung teilnehmenden Verpflegungsendanbieter beliefern. Zudem ist nicht bekannt, ob Endanbieter und Konsumenten dieselben GG-Betriebe repräsentieren.

2.5.6 Beurteilung Projekteingaben Fragebogen 2

Bei der Auswahl von Beispielen guter Praxis werden ausgewählte Aspekte des Fragebogens 1 (betriebliche Rahmenbedingungen), alle Angaben aus Fragebogen 2 (Projekterfassung) sowie eine ergänzende Projektdokumentation berücksichtigt. Abbildung 6 fasst die wesentlichen Schritte des Vorgehens zusammen.

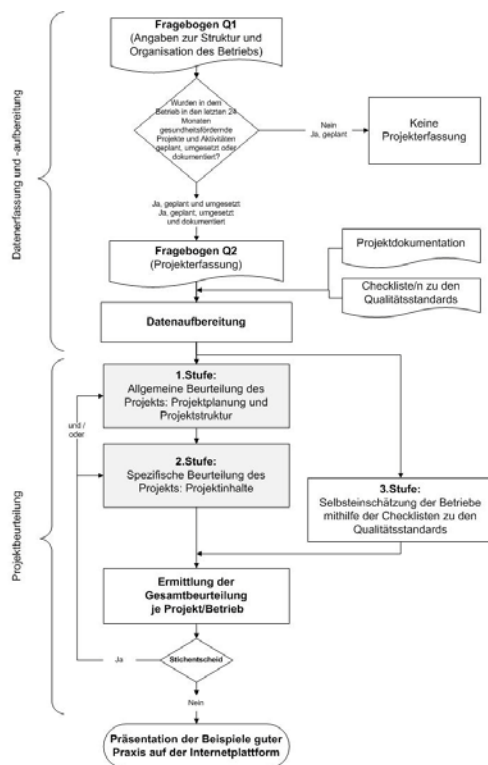


Abbildung 6 Verfahren zur Auswahl von Beispielen guter Praxis



Die Koordination erfolgt durch eine Mitarbeiterin der BFH, die jeweils für alle sieben Jurymitglieder (s. Kapitel 2.2) komplette Projektdossiers zur Beurteilung bereitstellt. Hierzu werden die Informationen aus den beiden Fragebogen in zwei Übersichtsdokumenten zusammengefasst. Liegt kein Projektkonzept vor, wird in Zusammenarbeit mit dem Befragungsteilnehmer ersatzweise ein Projektsteckbrief für das Beurteilungsdossier erstellt. Weiter werden die vom Betrieb eigenständig ausgefüllten Checklisten zu Angebot und Organisation dem Dossier beigelegt (s. Kapitel 2.4 und 3.1), welche die Selbsteinschätzung des Betriebs in Bezug auf die Qualitätsstandards wiedergeben. Für eine abschliessende Projektbeurteilung müssen von mindestens vier der sieben Jurymitglieder Einzelbeurteilungen eines Projekts vorliegen, wobei angestrebt wird, dass Beurteilungen von Jurymitgliedern aus allen Sprachregionen vorliegen.

Die Projekte werden in drei Stufen beurteilt, welche unterschiedlich gewichtet in die Gesamtbeurteilung einfließen (s. Abbildung 6). Auf Stufe 1 wird das Projekt allgemein beurteilt, hinsichtlich Projektplanung und Projektstruktur (Gewichtung 17%). Auf Stufe 2 wird das Projekt spezifisch in inhaltlicher Hinsicht beurteilt (Gewichtung 63%). Auf Stufe 3 wird die Selbsteinschätzung des Betriebs mithilfe der Checklisten zu den Qualitätsstandards in der Beurteilung mit einbezogen (Gewichtung 20%). Für eine möglichst objektive Gestaltung der Beurteilung auf den beiden ersten Stufen, wurden zwei Beurteilungsschecklisten A und B entwickelt (s. Anhang A7). Es handelt sich dabei um einen Katalog von Kriterien und Indikatoren guter Praxis, der auf Grundlage der Schweizer Qualitätsstandards und den Qualitätskriterien in der Projektarbeit von Gesundheitsförderung Schweiz festgelegt wurde. Jedes Kriterium / jeder Indikator steht so in Bezug zu einer Frage resp. Angabe aus der zweiteiligen Onlinebefragung und/oder zu Informationen aus der Projektdokumentation. Auf Stufe 1 werden die Indikatoren mit zutreffend (=1) oder nicht zutreffend (=0) bewertet. Auf Stufe 2 wird eine Viererskala von trifft gar nicht zu (=0) bis trifft voll und ganz zu (=3) angewendet und besonderer Wert darauf gelegt, die inhaltliche Ausrichtung des Projekts auf eine Zielvorgabe der Qualitätsstandards zu beurteilen. Soweit den Jurymitgliedern eine Projektbeurteilung anhand des Rasters nur bedingt möglich erscheint, können sie ergänzend eine schriftliche Stellungnahme oder für einzelne Kriterien/Indikatoren Kommentare abgeben, die in der Endauswertung berücksichtigt werden.

Die von mindestens vier Juroren abgegebenen, individuellen Bewertungen werden zur Auswertung zusammengeführt. Für jeden Indikator resp. jedes Kriterium sowie für die Gesamtbeurteilungen der Beurteilungsstufen 1 und 2 werden der Mittelwert und die Standardabweichung berechnet. Werden auf Gesamtbeurteilungsebene deutliche Diskrepanzen ersichtlich, das heisst die Standardabweichung der kumulierten Gesamtbeurteilungen von Beurteilungsscheckliste A (Stufe 1) ist grösser als 1,3 (+/- 10%) und/oder von Beurteilungsscheckliste B (Stufe 2) grösser als 3,9 (+/- 10%), kommt es zu einem Stichentscheid. Es werden insbesondere jene Kriterien bzw. Indikatoren ermittelt, die in der Beurteilung kritisch ausgefallen und für die Diskrepanz verantwortlich sind. Das sind jene Indikatoren bzw. Kriterien der Beurteilungsstufe 1 bei denen die Standardabweichungen grösser als 0.5 sind und jene der Stufe 2 bei denen die Standardabweichungen grösser als 1 sind. Die für einen Stichentscheid zuständigen Experten (s. Kapitel 2.2) beurteilen die Projekte auf Grundlage derselben Unterlagen und nach demselben Verfahren wie die Jury. Für die Endauswertung fließen jedoch nur ihre Bewertungen für die als kritisch identifizierten Indikatoren ein. Alle anderen Bewertungen der Jury bleiben gültig.

Zur definitiven Endauswertung werden die für die einzelnen Indikatoren kalkulierten Mittelwerte auf ganze Zahlen gerundet, die Werte gemäss Beurteilungsscheckliste gewichtet und pro Kriterium und Stufe addiert. Entsprechend der Gesamtpunktzahl (Total Stufe 1 + Total Stufe 2 + Total Stufe 3) fällt das Projekt in eine der folgenden vier Beurteilungskategorien (Tabelle 4):



Tabelle 4 Beurteilungskategorien Auswahl Beispiele guter Praxis (nach (23))

Einteilung		Punkte		Beschreibung
		von	bis	
BEISPIELGUTER PRAXIS	3 Sehr guter Ansatz	95	72	<ul style="list-style-type: none"> – Das Projekt /die Aktivitäten erfüllt/-en den vorliegenden Kriterienkatalog in umfassender Weise. – Andere Akteure können von dem Projekt bzw. seinen Aktivitäten bei der Neu- und Weiterentwicklung gesundheitsfördernder Aktivitäten lernen.
	2 Guter Ansatz	71,9	47	<ul style="list-style-type: none"> – Grundlagen und Routinen für ein professionelles, wirkungsvolles gesundheitsförderndes Engagement sind geschaffen. Das Projekt / die Aktivitäten erfüllt/-en einen Grossteil des vorliegenden Kriterienkatalogs. – Andere Akteure können von einzelnen Aktivitäten bzw. Aspekten bei der Neu- und Weiterentwicklung gesundheitsfördernder Aktivitäten lernen.
	1 Verbesserungsbedarf	46,9	23	<ul style="list-style-type: none"> – Grundlagen für ein gutes gesundheitsförderndes Engagement sind geschaffen. Sie werden aber noch unzureichend verknüpft und genutzt. – Das Projekt oder die Aktivität verwirklicht die Kriterien zum Teil. Es sollte an der Umsetzung der anderen Kriterien gearbeitet werden.
	0 Problemzone	22,9	0	<ul style="list-style-type: none"> – Das Projekt oder die Aktivität weist Mängel auf, welche die Zielerreichung und den Projekterfolg unwahrscheinlich, unberechenbar oder unkontrollierbar machen. – Es wird empfohlen das Projekt oder die Aktivität zu überarbeiten.

Projekte, die gemäss diesem Beurteilungsschema einen sehr guten oder guten Ansatz für die Qualitätsverbesserung in der Gemeinschaftsgastronomie liefern, werden als Beispiele guter Praxis bezeichnet. Sie werden nach Rücksprache mit den für das Projekt verantwortlichen Personen, auf der Internetplattform www.gp-gemgastro.ch im Bereich Projektergebnisse präsentiert. Das Projekt bzw. der Betrieb wird in Form eines individuellen Kurzberichts auf Grundlage eines Interviews mit dem Initiant oder Team und einem Konsumenten oder Kunden auf ein bis zwei Seiten dargestellt (s. Anhang A8). Zusätzlich erhält der Betrieb eine Gratulationsurkunde für seine Teilnahme am Auswahlverfahren des betreffenden Jahrs (s. Anhang A8).

Das Beurteilungsverfahren nimmt im Durchschnitt zwischen 3 und 5 Wochen für die Erstbeurteilung durch die Jury und bei einem Stichentscheid, weitere 3-4 Wochen für die Beurteilung durch die Experten in Anspruch. Die Dauer der individuellen Beurteilungen variiert stark, je nach Sprachregion und Verfügbarkeit der freiwillig tätigen Experten.

Der Strategie der Good Practice (s. Kapitel 2.4) folgend werden die Beispiele guter Praxis auf übertragbare Ansätze für die Branche ausgewertet. Die Beispiele zeigen, welche Zwischenschritte notwendig sind, um die Dienstleistung und Produkte verbessern zu können. Aber auch, welche Ziele unter den gegebenen Rahmenbedingungen nicht erreichbar sind. Zu diesem Zweck werden immer nur Projekte von Betrieben mit ähnlichen strukturellen Voraussetzungen vergleichend betrachtet. Es werden hierzu die dieselben Gruppierungsmerkmale herangezogen, wie bei der Datenauswertung des ersten Teils der Befragung (s. Tabelle 3, S. 21).



2.6 Qualitative Stakeholder Befragung

Ergänzend zu den quantitativen Fragebogenerhebungen wurden in Zusammenarbeit mit der publitest - mafoconcept GmbH (Zürich) von Anfang Januar 2010 bis Ende März 2010 folgende qualitative Stakeholder Befragungen in der Deutsch- und Westschweiz durchgeführt (24):

- *Leitfadengestützte Experteninterviews* (business to business), um Expertenmeinungen von Akteuren innerhalb und ausserhalb der GG durch eine neutrale Institution zu erkunden. Dauer 1 Stunde, am Arbeitsort der Experten.
- *Leitfadengestützte Fokusgruppen* mit Endkonsumenten der GG, um deren Erwartungen und Bedürfnisse in Erfahrung zu bringen und zu diskutieren. Dauer 2 Stunden, in extra dafür eingerichteten Räumlichkeiten in Zürich und Lausanne.
- *Leitfadengestützte Einzelexplorationen* mit einzelnen Endkonsumenten der GG oder sie stellvertretenden Personen, da ihnen eine Teilnahme an Gruppengesprächen aufgrund der individuellen Lebenssituation (z.B. Pflegeheimbewohner) nicht möglich war. Dauer 1 Stunde, vor Ort oder in Interviewräumen des Marktforschungsinstituts.

Alle Gespräche wurden von erfahrenen Experten im Bereich der qualitativ-psychologischen Sozial- und Marktforschung durchgeführt, handschriftlich und per Audiogerät oder Video (Fokusgruppen) aufgezeichnet, anschliessend transkribiert und einer qualitativen Rezeptions-Analyse unterzogen. So konnten die manifesten und latenten Inhalte des Gesprächsmaterials in ihrem Kontext und Bedeutungsfeld auf Basis der zugrundeliegenden Forschungsfragen (s. unten) interpretiert werden, wobei vor allem die Perspektive der Akteure bzw. Gesprächsteilnehmenden herausgearbeitet wurde. Aus Gründen der Qualitätssicherung war die Forschungsgruppe bei der Entwicklung der Interviews massgeblich beteiligt, verfolgte die Fokusgruppen live mit und begleitete die Berichterstattung.

Zielgruppen und Teilnehmerprofil (Soll/Ist)

Die Forschungsgruppe legte für die Befragungen folgende vier Zielgruppen unter Berücksichtigung der GG-Bereiche fest.

- | | |
|--|-------------------------------|
| 1) Unternehmensführung/Management von Unternehmen oder Institutionen mit GG-Angebot, d.h. Catering-Unternehmungen und Betriebe/Institutionen mit GG-Angebot
– Bereiche Finanzplanung/Logistik, Personal, Trägerschaften | Business
Care
Education |
| 2) Verpflegungsendanbieter und Zulieferer der GG
– Unternehmens-/Betriebsleitungsebene, Chefköche usw. | Business
Care
Education |
| 3) Aufsichtsbehörden (BAG, Kantonschemiker, Lebensmittelinspektoren etc.), Ernährungsfachkräfte, Ausbilder | --- |
| 4) Endkonsumenten der GG | Business
Care
Education |

Für die Rekrutierung der Experten (Zielgruppen 1 bis 3) durch publitest lieferte die Forschungsgruppe entsprechendes und ausreichendes Adressmaterial (drei bis viermal mehr als Gespräche). Die GG-Endkonsumenten wurden aus einem bestehenden Pool seitens publitest resp. ihrem Partner in der Westschweiz (M.I.S. Trend, Lausanne) rekrutiert, unter Berücksichtigung der von der Forschungsgruppe festgelegten Kriterien (mindestens gelegentliche Alter, Geschlecht, sozio-ökonomischer Status, GG- resp. Unter-



nehmensgrösse). Die Anonymität wurde somit gegenüber der Forschungsgruppe gewahrt, ihr sind die definitiven Gesprächsteilnehmer nicht bekannt.

Tabelle 5 Soll-Ist Vergleich des Teilnehmerprofils für die Stakeholder Befragung nach Zielgruppen, GG-Bereichen und Sprachregionen.

Zielgruppe	GG-Bereich	SOLL (Anzahl Teilnehmer)			IST (Anzahl Teilnehmer)		
		D-CH	F-CH	Total	D-CH	F-CH	Total
1 Unternehmensführung Einzelgespräche	Business	2	1	3	2	1	3
	Education	1	1	2	1	1	2
	Care	2	1	3	2	1	3
Total		5	3	8	5	3	8
2 GG-Betriebsleitung, GG-Zulieferer Einzelgespräche	Business	2	2	4	3	2	5
	Education	2	2	4	2	3	5
	Care	2	2	4	1	1	2
Total		6	6	12	6	6	12
3 Anspruchsgruppen Einzelgespräche	Nicht zutreffend	6	5	11	6	5	11
Total		6	5	11	6	5	11
4 Endkonsumenten Fokusgruppen Einzelgespräche	Business	10-12	10-12	20-24	12	9	21
	Education	10-12	10-12	20-24	11	10	21
	Care	5	5	10	5	5	10
Total		25-29	25-29	50-58	28	24	52
TOTAL		42-46	39-43	81-89	45	38	83

Das Soll und Ist Teilnehmerprofil deckt sich sehr gut. Die Teilnehmerzahl in der Fokusgruppe Bereich Business (Personalverpflegung) in der französischen Schweiz lag unter dem Soll. In der Zielgruppe 2 war gemäss Übersicht der Bereich Care geringer als geplant vertreten. Diese Darstellung ist bedingt durch die nicht immer eindeutig mögliche Abgrenzung der Zielgruppen 1 und 2, das heisst Gesprächspartner mit Doppelfunktionen. Zudem beliefern Produzenten und Lieferanten mehrheitlich alle GG-Bereiche, wurden in der Teilnehmerstatistik aber dem Bereich Business als Hauptgeschäftszweig zugeordnet. Bei der Rekrutierung der Deutschschweizer Fokusgruppe im Schulbereich sagten die rekrutierten Schülerinnen die Teilnahme wieder ab. Diese Fokusgruppe setzte sich daher aus Schülern, Lehrer/-innen, Müttern und Vätern zusammen, welche jeweils auch aufgerufen wurden die diskutierte Problematik aus Sicht der Mädchen einzuschätzen.

Leitfadeninterview - Forschungsfragen

Das Leitfadeninterview ist die gängigste Erhebungsmethode qualitativer Befragungen. Die in Zusammenarbeit mit der publitest entwickelten Leitfäden und die darin angesprochenen Themen legten ein Gerüst für die Durchführung und Auswertung der Gespräche resp. Datenerhebung und -analyse fest. Die Ergebnisse der unterschiedlichen Einzel- bzw. Gruppengespräche wurden somit vergleichbar. Das Leitfadengerüst bot genügend Spielraum, um spontan aus der Interviewsituation heraus neue Fragen und Themen einzubeziehen oder bei der Interviewauswertung auch Themen herauszufiltern, die bei der Leitfaden-Konzeption nicht antizipiert wurden. Im Rahmen der Fokusgruppen wurden zur Optimierung des Gruppenprozess zudem verschiedene Moderationstechniken angewendet, wie beispielsweise Kleingruppenarbeiten, Brainstorming oder Plenumsdiskussionen und mit verschiedenen Visualisierungstechniken gearbeitet.



Es wurden fünf zielgruppenspezifische Leitfäden in deutscher Sprache ausgearbeitet und anschliessend ins Französische übersetzt (s. Anhang A9). Thematisch orientieren sie sich an folgenden, für die Stakeholder Befragungen festgehaltenen Forschungsfragen:

- Welche Bedeutung wird der Ernährung für die Gesundheit der Bevölkerung beigemessen?
- Welche Bedeutung wird der GG vor allem im Hinblick auf die Zufriedenheit und Gesundheit der Bevölkerung in verschiedenen Settings (Betrieb, Ausbildungsstätte, Spital/Klinik, Heim usw.) beigemessen?
- Welches Image hat die GG aus Sicht der Akteure und Betroffenen aus dem privaten und öffentlichen Sektor?
- Wie schätzen Fachpersonen und Institutionen im Bereich Ernährung den heutigen Zustand der gesundheitsfördernden GG in der Schweiz ein? Wie sollte ihrer Meinung nach die ideale gesundheitsfördernde GG aussehen?
- Welche Meinungen und Erwartungen vertreten Akteure und Betroffene aus dem privaten und öffentlichen Sektor im Hinblick auf die Rolle und Verantwortung der GG oder anderer Anspruchsgruppen (z.B. Aufsichtsbehörden, Ausbilder, Konsumenten) für die Gesundheitsförderung?
- Welche gesundheitsfördernden Massnahmen wurden bereits getroffen? Mit welchen Hindernissen und Problemen ist man bei der Umsetzung gesundheitsfördernder Aktivitäten konfrontiert und welche Lösungsansätze bieten sich aus Sicht der Akteure und Betroffenen an?
- Welche Meinungen und Erwartungen vertreten Akteure und Betroffene zur Notwendigkeit und Umsetzbarkeit verbindlicher Ernährungsrichtlinien für eine gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie? (Bezug zu Qualitätsstandards)
- Welche Meinungen und Erwartungen werden dem Konzept von Fourchette Verte beigemessen und welche Erfahrungen hat man bisher mit Fourchette Verte gemacht? Was kann man aus den Erfahrungen mit Fourchette Verte für die Umsetzung von Qualitätsstandards in der GG lernen? (Schwerpunkt Westschweiz)
- Welche Erfahrungen haben die Endkonsumenten in verschiedenen Settings (Betrieb, Ausbildungsstätte, Spital/Klinik, Heim etc.) mit der GG gemacht?
- Wie wird die GG von den Endkonsumenten eingeschätzt bzw. wahrgenommen und wie sieht ihrer Meinung nach die ideale gesundheitsfördernde GG aus? Welches sind Motivatoren und Demotivatoren seitens der Endkonsumenten für eine gesündere GG?
- Welche Meinungen und Erwartungen vertreten sie im Hinblick auf Qualitätsstandards für eine gesundheitsfördernde GG? (Bezug zu Informationsfaltblatt für Konsumenten)
- Wie sieht die zukünftige GG aus Sicht der unterschiedlichen Akteure und Betroffenen aus?

Im vorliegenden Bericht wurde die im Rahmen der Berichterstattung durch publistest erstellte Synthese der Interviews integriert (24). Einzelne Aspekte wurden in der Diskussion aufgegriffen.

3 Ergebnisse

3.1 Schweizer Qualitätsstandards für eine gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie

Qualitätsstandards

Die *Schweizer Qualitätsstandards für eine gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie* wurden im Dezember 2009 veröffentlicht (s. Anhang A2) (16). Es wurden soweit 370 (203 deutsch, 167 französisch) gedruckte Exemplare an diverse Stakeholder abgegeben. Auf die auf der Internetplattform publizierte PDF Version wurde 1059 Mal zugegriffen (821 deutsch, 238 französisch). Die Schweizer Qualitätsstandards richten sich an alle Interessierten, die in der Schweizer GG oder in der betrieblichen Gesundheitsförderung tätig sind. Besonders angesprochen sind die zuständigen Personen auf der Leitungsebene im GG-Betrieb und im übergeordneten Unternehmen, in dem der GG-Betrieb als eigene Wirtschaftseinheit eingegliedert ist. Die



Qualitätsstandards haben keinen rechtsverbindlichen Status. Die Entwicklung und Bereitstellung erfolgte im Rahmen der Good Practice Strategie, einem bottom-up Ansatz und gemäss NPEB 2008-2012 kommt das Freiwilligkeitsprinzip zum Tragen. Es liegt damit eine *generelle Leitlinie* für alle Bereiche der GG (Business, Care, Education) und alle Betriebsarten einschliesslich der Automatenverpflegung vor. Demensprechend wurden nicht alle der zum Teil sehr unterschiedlichen Anforderungen und (diätetischen) Bedürfnisse der Verpflegungsteilnehmer vollumfänglich berücksichtigt. Die Qualitätsstandards sind auf die Verpflegung jener Personen ausgerichtet, die das allgemeine Verpflegungsangebot in Anspruch nehmen können. Es wird jedoch explizit darauf verwiesen, dass ausgehend von dieser Leitlinie gemeinsam mit Ernährungsfachkräften, speziell dipl. Ernährungsberatern HF/FH und (Diät-) Köchen, die Umsetzung betriebspezifisch und somit auch auf individuelle Bedürfnisse orientiert erfolgen sollte. Die Gestaltung des Verpflegungsangebots bildet das Kernstück der Schweizer Qualitätsstandards und ist, wie in Tabelle 6 dargestellt, in weitere, gleichwertige Zielsetzungen resp. Themenbereiche eingebettet, die bei der Realisierung einer gesundheitsfördernden GG wesentlich sind.

Tabelle 6 Themenbereiche und Teilaspekte der Schweizer Qualitätsstandards für eine gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie (16).

THEMENBEREICHE	ASPEKTE
Rahmenbedingungen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die zu verpflegenden Personen ▪ Gesundheitsförderung als Teil der Unternehmensphilosophie ▪ Mitarbeitende im GG-Betrieb ▪ Rechtliche Bestimmungen
Verpflegungsangebot	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lebensmittelbasierte Standards ▪ Speiseplangestaltung und Speisenherstellung
Kommunikation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kommunikation mit den Gästen ▪ Feedbackkultur ▪ Kommunikation zwischen den Mitarbeitende ▪ Kommunikation mit den Lieferanten ▪ Interdisziplinäre Kommunikation
Ambiente	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Umweltfaktoren: Raum- und Zeitgestaltung, Gerüche/Geräusche/Lichtverhältnisse ▪ Soziale Faktoren (Anwesenheit anderer Personen) ▪ Sensorische Faktoren der Speisen
Nachhaltigkeit & Wirtschaftlichkeit	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ökologische und ökonomische Nachhaltigkeit ▪ Prozessoptimierung ▪ Kundenorientierung

Die Qualitätsstandards sind *lebensmittelbasierte Standards*, das heisst sie fokussieren nicht auf die Nährstoffebene. Sie beziehen sich auf das gesamte Speisen- und Lebensmittelangebot zu den Haupt- und Zwischenmahlzeiten (Voll- und Teilverpflegung). Mit den Qualitätsstandards soll in einem ersten Schritt erreicht werden, dass das Verpflegungsangebot in der Schweizer GG nach den Prinzipien einer gesunden und genussvollen Ernährung gemäss SGE-Lebensmittelpyramide gestaltet wird. Dabei muss auf eine ausgewogene Zusammensetzung des Verpflegungsangebots geachtet werden, unter Einsatz definierter Lebensmittel nach Lebensmittelgruppen. Der Speiseplan- und Mahlzeitengestaltung unter Anwendung des Tellermodells kommt dabei grosse Bedeutung zu. Die Empfehlungen für Portionsgrössen legen einen grundsätzlichen Orientierungsmassstab fest. Je nach Zusammensetzung des verpflegten Klientel (Alter, Aktivitätsniveau, Ge-



wichtsstatus usw.) muss eine betriebsspezifische Anpassung erfolgen, wofür die Zusammenarbeit mit einer Ernährungsfachkraft empfohlen wird. Im Anhang der Qualitätsstandards wurden ergänzende, erläuternde Informationen abgegeben, sie haben ebenfalls keinen bindenden Charakter.

Die Einteilung der Kriterien in die Kategorien Muss, Soll, Kann resp. der Ziele in kurz-, mittel- und langfristig angestrebte Ziele bietet einen zeitlichen Orientierungsmassstab für die branchenweite Umsetzung der Qualitätsstandards. Jeder GG-Betrieb muss dazu die Situation im individuellen unternehmerischen Gesamtkontext ansehen, damit gemeinsam festgelegte Ziele auch gemeinsam umgesetzt werden. Für eine derartige erste Selbsteinschätzung wurden Checklisten (s. unten) bereitgestellt. Eine wesentliche Voraussetzung, deshalb als Muss-Kriterium festgehalten, ist die Verankerung der Gesundheitsförderung durch Ernährung und Bewegung und speziell der Umsetzung einer gesundheitsfördernden Gemeinschaftsgastronomie in der Unternehmensphilosophie.

Checklisten

Drei Checklisten für Verpflegungsanbieter sowie eine Checkliste für Produzenten und Lieferanten dienen zur Überprüfung (s. Anhang A3):

- des Verpflegungsangebots an 20 (4x5) bzw. 28 (4x7) Verpflegungstagen (Checklisten 1.1 und 1.2),
- einer Automatenverpflegung (Checkliste 2),
- der organisatorischen Rahmenbedingungen des GG-Betriebs (Checkliste 3),
- der organisatorischen Rahmenbedingungen des Produktions- und /oder Lieferantenbetriebs (Checkliste 4).

Die Auswertung der Checklisten ermöglicht einem Betrieb sich in Bezug auf die Umsetzung der Qualitätsstandards generell einzuordnen (Bewertungskategorien). Zudem wird aufgezeigt welche der wichtigsten Kriterien aus den Qualitätsstandards nur teilweise oder gar nicht erfüllt sind, also in welchen Bereichen Entwicklungsbedarf besteht. Dies erlaubt eine gezielte Fokussierung der qualitätsfördernden Massnahmen im Betrieb. Eine Festlegung der Aspekte, die verbessert werden müssen und auch verbessert werden können kann intern und/oder unter Konsultation externen Personen auf dieser Grundlage erfolgen.

Für Betriebe, die gesundheitsfördernde Projekte umgesetzt und im Rahmen der Online Befragung eingebracht haben, fliessen die Auswertungen der Checklisten als ansatzweises Abbild der betrieblichen Rahmenbedingungen in die Projektbeurteilung mit ein.

Informationsfaltblatt für Konsumenten und andere interessierte Kreise

Seit Dezember 2009 wurden 85'145 (61'281 deutsch, 23'864 französisch) gedruckte Informationsfaltblätter abgegeben (s. Anhang A4) (25). Auf die auf der Internetplattform publizierte PDF Version wurde 308 Mal zugegriffen (196 deutsch, 112 französisch). Die Streuung über GG-Betriebe an ihre Gäste ist zum jetzigen Zeitpunkt gering bis mässig, trotz der Botschaft den offenen Austausch zu suchen und gemeinsam Initiative zu ergreifen, aber auch als Endkonsument Verantwortung zu übernehmen.



3.2 Online Befragung

3.2.1 Teilnahme

Abbildung 7 zeigt die positive Entwicklung der Besucherzahlen der Internetplattform seit deren Aufschaltung im September 2008. Die Bekanntmachung des Projekts unter Nutzung der diversen in Kapitel 2.5.3 beschriebenen und in Anhang A1 aufgeführten Medien war erfolgreich.

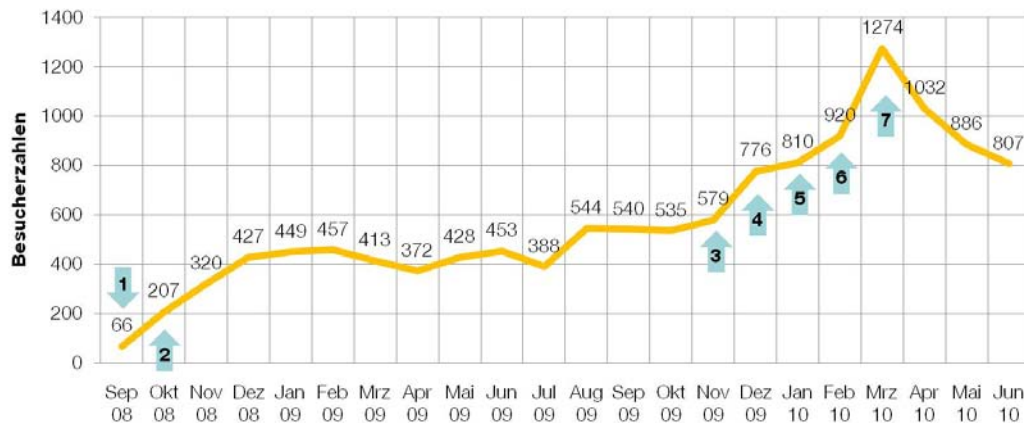


Abbildung 7 Besucherzahlen der Internetplattform www.gp-gemgastro.ch, Sept. 2008 bis Juni 2010

Einzelne Schlüsselemente sind in der Abbildung mit Pfeilen hervorgehoben:

- 1) Aufschaltung der Internetplattform (September 08);
- 2) Postversand des Projektflyers an die Mitglieder des SVG (Oktober 08);
- 3) Projektpräsentation an der Fachtagung 2009 der Diätköche (November 08);
- 4) Start der deutschen Online Befragung und Publikation der Qualitätsstandards in deutscher und französischer Sprache gekoppelt mit Ankündigungen auf der Projektinternetplattform (Aktuelles) und in Printmedien (Dezember 09);
- 5) Beilage Informationsfaltblatt im Tabula, Zeitschrift für Ernährung der SGE (Januar 10);
- 6) Grossversand Informationsfaltblatt in der Deutschschweiz und Seminar „Restauration collective“ an der HEdS Genf für Diätköche und Ernährungsberater/-innen (Februar/März 10)
- 7) Start der französischen Online Befragung und Grossversand Informationsfaltblatt in der Westschweiz und im Tessin (März/April 10)

Der Grossversand an 7'341 Verpflegungsanbieter und 2'235 Produzenten und Lieferanten im Februar/März 2010 in der Deutsch- und Westschweiz und im Tessin war besonders wirkungsvoll. Im selben Zeitraum konnte auch eine vermehrte Teilnahme an der Online Befragung beobachtet werden. Die Teilnahme-statistik für die Befragung zeigt, dass sich innerhalb von einem halben Jahr (Dezember 09 bis Juni 10) insgesamt 429 Personen freiwillig registriert haben, davon 140 Verpflegungsanbieter (Tabelle 7a), 19 Produzenten und Lieferanten (Tabelle 7b) sowie 270 Konsumenten (Tabelle 7c).



Tabelle 7a Teilnahmestatistik Online Befragung Verpflegungsendanbieter nach Sprachen
(2.12.2009 - 15.6.2010)

Status	Deutsch ¹	Französisch ²	Gesamt
Registriert, davon	114	26	140
ohne Dateneingabe	27	6	33
Fragebogen 1 in Bearbeitung	45	10	55
Fragebogen 1 abgeschlossen	42	10	52
davon			
für Fragebogen 2 qualifiziert	42	9	51
Fragebogen 2 in Bearbeitung	0	2	2
Projekteingabe erfolgt (abgeschlossen)	5	0	5

¹Start 2.12.2009; ²Start 1.3.2010

Tabelle 7b Teilnahmestatistik Online Befragung Produzenten und Lieferanten nach Sprachen
(2.12.2009 – 15.6.2010)

Status	Deutsch ¹	Französisch ²	Gesamt
Registriert, davon	14	5	19
ohne Dateneingabe	4	0	4
Fragebogen 1 in Bearbeitung	2	1	3
Fragebogen 1 abgeschlossen	8	4	12
davon			
für Fragebogen 2 qualifiziert	4	1	5
Fragebogen 2 in Bearbeitung	0	1	1
Projekteingabe erfolgt (abgeschlossen)	2*	0	2

¹Start 2.12.2009; ²Start 1.3.2010; *ein Teilnehmer ist Produzentendachverband, Projekt nicht berücksichtigt

Tabelle 7c Teilnahmestatistik Online Befragung Konsumenten nach Sprachen
(2.12.2009 – 15.6.2010)

Status	Deutsch ¹	Französisch ²	Gesamt
Registriert, davon	241	29	270
ohne Dateneingabe	46	12	58
Fragebogen in Bearbeitung	47	4	51
Fragebogen abgeschlossen	148	13	161

¹Start 2.12.2009; ²Start 1.3.2010

Auffallend ist der hohe Anteil an Fragebogen in Bearbeitung. Wie in Kapitel 2.5.5 erläutert handelt es sich dabei mehrheitlich um korrekt und vollständig ausgefüllte Fragebogen. Nach der grundsätzlichen Datenprüfung, Datenbereinigung und Anwendung der Ausschlusskriterien wurden die Daten von 87 Verpflegungsendanbietern, 15 Produzenten und Lieferanten sowie 205 Konsumenten für die Charakterisierung der Gemeinschaftsgastronomie berücksichtigt (s. Kapitel 3.2.2).



3.2.2 Charakterisierung der Gemeinschaftsgastronomie (Fragebogen 1)

Der erste Teil der Online Befragung ermöglichte erstmals die Schweizer GG aus Sicht der Verpflegungsendanbieter, Produzenten und Lieferanten sowie Endkonsumenten zu charakterisieren. Der Schwerpunkt der Betrachtung liegt bei der Gruppe der Verpflegungsendanbieter. Ergänzend und soweit möglich vergleichend werden die Daten der beiden anderen Zielgruppen präsentiert.

3.2.2.1 Verpflegungsendanbieter

Bei der Darstellung der Resultate wird primär das Gruppierungsmerkmal Betriebsgrösse (definiert über die Anzahl der ausgegebenen Mittag Mahlzeiten) berücksichtigt (Tabelle 8). Auf Unterschiede nach Bereichen wird im Weiteren nur verwiesen.

Tabelle 8 Betriebe nach Betriebsgrösse und Bereichen der Gemeinschaftsgastronomie (n=87)

Betriebsgrösse	Bereich								Gesamt	
	Business		Care		Education		Mehrfach			
	n ¹	% ²	n ¹	% ²	n ¹	% ²	n ¹	% ²	n ¹	% ³
bis 150 Mahlzeiten	6	20.0	16	53.3	6	20.0	2	6.7	30	34.5
151-500 Mahlzeiten	9	29.0	11	35.5	7	22.6	4	12.9	31	35.6
über 500 Mahlzeiten	9	34.6	9	34.6	4	15.4	4	15.4	26	29.9
Gesamt	24	27.6³	36	41.4³	17	19.5³	10	11.5³	87	100.0

¹Anzahl der Antworten; ²Anzahl Antworten / Anzahl Befragte innerhalb der Kategorie Betriebsgrösse x 100

³Anzahl Antworten / Anzahl Gesamtbefragte x 100

Tabelle 8 zeigt, je ein Drittel der GG-Betriebe sind kleine GG-Betriebe (bis 150 Mittag Mahlzeiten), mittlere GG-Betriebe (151 bis 500 Mittag Mahlzeiten) und grosse GG-Betriebe (über 500 Mittag Mahlzeiten). Insgesamt haben mehr Betriebe aus dem Bereich Care an der Befragung teilgenommen (n=36 / 41%) als aus den Bereichen Business (n=24 / 28%) und Education (n=17 / 20%). Dies gilt auch innerhalb der Gruppen der kleinen und mittleren GG-Betriebe. Unter den grossen Betrieben sind Personalrestaurants gleich häufig vertreten wie Spital- und Heimküchen. Zehn weitere Betriebe (11%) sind mindestens zwei der drei Bereiche zuzuordnen (Kategorie Mehrfachbereich). Abbildung 8 zeigt ergänzend, dass die Betriebe im Mehrfachbereich und im Bereich Education zu 80% und im Bereich Care zu 100% in Eigenregie geführt wurden, die Betriebe im Bereich Business mehrheitlich in Fremdregie.

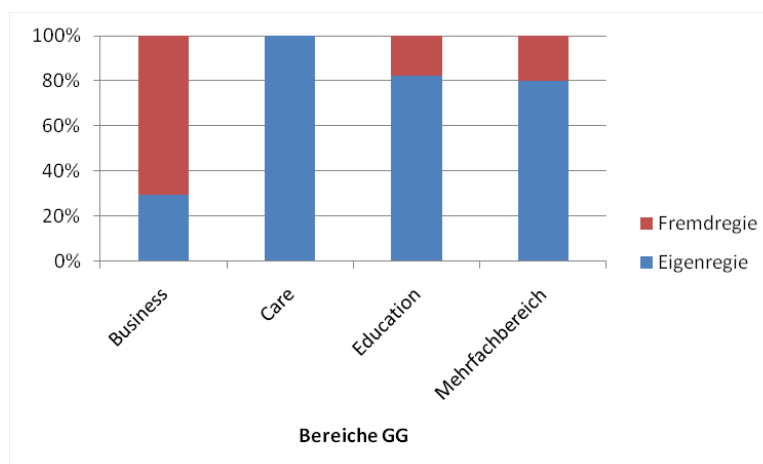


Abbildung 8 Bewirtschaftungsform nach Bereichen der Gemeinschaftsgastronomie



Strukturelle Voraussetzungen

Gesamthaft und nach Betriebsgrösse betrachtet, verpflegen die teilnehmenden GG-Betriebe vor allem Erwachsene (19 bis 65 Jahre) (Tabelle 9). Kleinkinder zählen aufgrund der geringeren Anzahl an GG-Betrieben aus dem Bereich Education seltener zu den verpflegten Zielgruppen.

Tabelle 9 Verpflegte Altersgruppen nach Betriebsgrösse (Mehrfachnennungen; n=87; 351 Antworten)

Verpflegte Altersgruppen ¹	Betriebsgrösse			Gesamt (n=87)	
	bis 150 Mahlzeiten (n=30)	151-500 Mahlzeiten (n=31)	über 500 Mahlzeiten (n=26)		
	N ²			N ²	% ³
bis 12 Monate	1	1	5	7	8.0
1 bis 3 Jahre	3	5	7	15	17.2
4 bis 6 Jahre	6	9	7	22	25.3
7 bis 9 Jahre	6	11	9	26	29.9
10 bis 12 Jahre	6	13	8	27	31.0
13 bis 14 Jahre	6	13	11	30	34.5
15 bis 18 Jahre	11	18	14	43	49.4
19 bis 24 Jahre	16	25	21	62	71.3
25 bis 64 Jahre	21	30	24	75	86.2
65 Jahre und älter	18	15	11	44	50.6

¹nach DACH-Referenzwerten (26); ²Anzahl der Antworten

³Anzahl Antworten / Anzahl Gesamtbefragte x 100

Wie Tabelle 10 zeigt, bieten alle 87 GG-Betriebe eine Mittagverpflegung an, weshalb diese zur Charakterisierung der Betriebsgrösse (s. oben) herangezogen wurde.

Tabelle 10 Anzahl der ausgegebenen Mahlzeiten nach Bereichen der Gemeinschaftsgastronomie (n=87)

Bereiche	Mahlzeiten															
	Frühstück				Mittagessen				Abendessen				Nachtmahlzeit			
	n	min	max	P50	n	min	max	P50	n	min	max	P50	n	min	max	P50
Business	11	2	900	100	24	15	4800	380	5	5	150	15	2	2	5	3.5
Care	35	19	650	115	36	23	1950	210	36	19	700	100	10	2	40	17.5
Education	13	15	300	50	17	30	1500	200	13	15	300	45	0	0	0	0
Mehrfach	8	40	220	150	10	120	2000	330	7	50	500	150	2	5	40	22.5
Gesamt	67	2	900	100	87	15	4800	270	61	5	700	100	14	2	40	11

P50= 50. Perzentile, Median

Gesamthaft betrachtet werden zwischen 15 und 4800 Mittagessen pro Tag ausgegeben. Dreiviertel der GG-Betriebe haben auch ein Frühstück und/oder Abendessen im Angebot. Im Bereich Care werden in der Regel alle Mahlzeiten angeboten. Fast die Hälfte der GG-Betriebe im Bereich Business bietet ein Frühstück an. Nur wenige ein Abendessen oder eine Nachtmahlzeit. Im Bereich Education bieten 13 der 17 teilnehmenden Betriebe eine Möglichkeit zum Frühstück oder Abendessen an.

Nach Betriebsgrösse betrachtet zeigte sich, dass im Allgemeinen in mittleren und grossen GG-Betrieben Weiterbildungen häufiger besucht werden, mit Ausnahme von Projektmanagementkursen (Tabelle 11).



Tabelle 11 Besuchte Weiterbildungen nach Betriebsgrösse (Mehrfachnennungen; n=83 ; 301 Antworten)

Besuchte Weiterbildungen	Betriebsgrösse						Gesamt (n=83)	
	bis 150 Mahlzeiten (n=27)		151-500 Mahlzeiten (n=31)		über 500 Mahlzeiten (n=25)		N ¹	% ³
	N ¹	% ²	N ¹	% ²	N ¹	% ²		
Hygiene, Lebensmittelrecht	21	77.8	30	96.8	25	100.0	76	91.6
Qualitätsmanagement	8	29.6	13	41.9	15	60.0	36	43.4
Küchentechnik (z.B. Bedienung Apparate)	11	40.7	15	48.4	15	60.0	41	49.4
Arbeitssicherheit	15	55.6	20	64.5	19	76.0	54	65.1
Ernährung und Gesundheit	10	37.0	15	48.4	15	60.0	40	48.2
Kommunikation, Informationsmanagement	2	7.4	12	38.7	12	48.0	26	31.3
Projektmanagement	3	11.1	1	3.2	2	8.0	6	7.2
Andere	4	14.8	7	22.6	8	32.0	19	22.9
Es wurden keine Weiterbildungen besucht	2	7.4	1	3.2	0	0.0	3	3.6

¹Anzahl der Antworten; ²Anzahl Antworten / Anzahl Befragte innerhalb Kategorie Betriebsgrösse x 100

³Anzahl Antworten / Anzahl Gesamtbefragte x 100

Der Schwerpunkt der besuchten Weiterbildungen befasste sich mit der Umsetzung rechtlicher Bestimmungen (Hygiene, Lebensmittelrecht, Arbeitssicherheit) und praktischen Aspekten der Lebensmittelzubereitung. Weiterbildungen in Ernährung und Gesundheit wurden von der Hälfte der Betriebe (n=40) genannt. Weiterbildungen im Bereich der Kommunikation und/oder des Projektmanagements wurden selten besucht. In der Kategorie Andere wurden vor allem Weiterbildungen im Führungsbereich genannt. Die Weiterbildungsschwerpunkte unterschieden sich nicht wesentlich, wenn nach GG-Bereichen betrachtet.

Verpflegungsangebot

Bei der Zusammenstellung des Verpflegungsangebots und der Erstellung des Speiseplans berücksichtigen 76% der befragten GG-Betriebe spezifische Ernährungsempfehlungen. Die Unterschiede nach Betriebsgrösse sind gering (kleine Betriebe 69%; mittlere Betriebe 83%; grosse Betriebe 76%). Bezogen auf die einzelnen Bereiche der GG, finden Ernährungsempfehlungen vor allem im Bereich Education (94%) Anwendung, innerhalb der Bereiche Care (76%) und Business (63%) vergleichsweise seltener. Befragt nach den spezifisch verwendeten Ernährungsempfehlungen konnten die in Tabelle 12 dargestellten vier Kategorien identifiziert werden.

Tabelle 12 Berücksichtigte Ernährungsempfehlungen nach Betriebsgrösse (n=57)

Empfehlungen nach Kategorien	Betriebsgrösse						Gesamt (n=57)	
	bis 150 Mahlzeiten (n=17)		151-500 Mahl- zeiten (n=21)		über 500 Mahlzeiten (n=19)		N ¹	% ³
	N ¹	% ²	N ¹	% ²	N ¹	% ²		
Empfehlungen von Fachgesellschaften, öffentlichen Institutionen	10	58.8	9	42.9	4	21.1	23	40.4
Spezifische Diätpläne	4	23.5	1	4.8	2	10.5	7	12.3
Betriebsinterne Ernährungskonzepte	1	5.9	3	14.3	2	10.5	6	10.5
Allgemeingültige Empfehlungen	2	11.8	8	38.1	11	57.9	21	36.8

¹Anzahl der Antworten; ²Anzahl Antworten / Anzahl Befragte innerhalb Kategorie Betriebsgrösse x 100

³Anzahl Antworten / Anzahl Gesamtbefragte x 100



Am häufigsten wurden Empfehlungen von Fachgesellschaften oder öffentlichen Institutionen, wie SGE, DGE oder BAG genannt (40%) sowie allgemeingültige Empfehlungen, wie zum Beispiel „ausgewogene, gesunde und saisonale Ernährung“ (37%). Auffallend ist, dass grosse Betriebe tendenziell häufiger angeben allgemeingültige Empfehlungen zu folgen, während kleine und mittlere Betriebe eher Empfehlungen der Fachgesellschaften beachten. Im Bereich Care waren Empfehlungen von Fachgesellschaften und Institutionen vergleichsweise wichtiger als in den beiden anderen Bereichen.

Die Teilnehmer wurden nach der täglichen Verfügbarkeit von ausgewählten Lebensmitteln gefragt, die gemäss Qualitätsstandards im Rahmen einer ausgewogenen Teil- und Vollverpflegung angeboten werden müssen resp. sollen (Tabelle 13).

Tabelle 13 Tägliche Verfügbarkeit von ausgewählten Lebensmitteln nach Betriebsgrösse (Mehrfachnennungen; n=81; 401 Antworten)

Ausgewählte Lebensmittel	Betriebsgrösse						Gesamt (n=81)	
	bis 150 Mahlzeiten (n=27)		151-500 Mahlzeiten (n=29)		über 500 Mahlzeiten (n=25)		N ¹	% ³
	N ¹	% ²	N ¹	% ²	N ¹	% ²		
Frische Früchte	26	96.3	29	100.0	25	100.0	80	98.8
Gemüse als Rohkost	24	88.9	28	96.6	24	96.0	76	93.8
Vollkornbrot	19	70.4	27	93.1	24	96.0	70	86.4
Nüsse und Samen	10	37.0	16	55.2	16	64.0	42	51.9
Milchprodukte teilentrahmt	21	77.8	17	58.6	21	84.0	59	72.8
Trink- und/oder Mineralwasser kostenlos	25	92.6	26	89.7	23	92.0	74	91.4

¹Anzahl der Antworten; ²Anzahl Antworten / Anzahl Befragte innerhalb Kategorie Betriebsgrösse x 100

³Anzahl Antworten / Anzahl Gesamtbefragte x 100

Gesamthaft betrachtet und unabhängig von der Betriebsgrösse bieten mehr als 90% der Betriebe täglich frische Früchte, Gemüse als Rohkost und kostenfreies Trinkwasser an. Kleine Betriebe haben Vollkornbrot, Nüsse und Samen vergleichsweise weniger im Angebot.

Insgesamt gaben 84% der GG-Betriebe an, teilweise oder ausschliesslich mit standardisierten Rezepturen zu arbeiten. Mit zunehmender Betriebsgrösse werden häufiger standardisierte Rezepturen verwendet (Abbildung 9). Die teilweise Verwendung liegt unabhängig von der Betriebsgrösse immer über 50%. Kleine Betriebe gaben vergleichsweise häufig an keine standardisierten Rezepturen zu verwenden (27%).

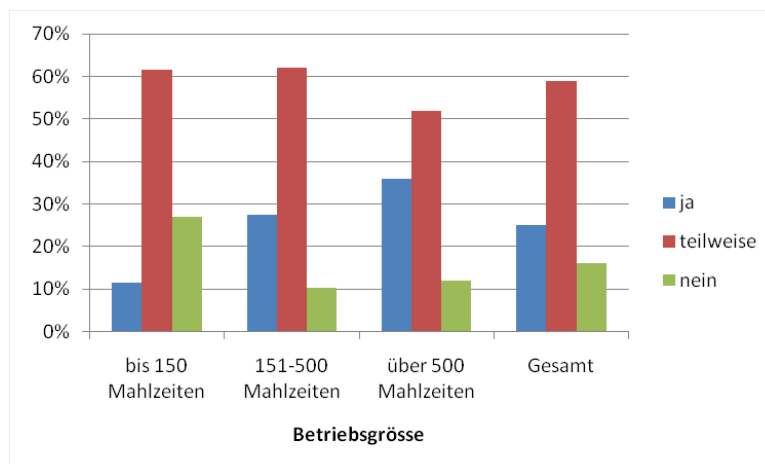


Abbildung 9 Verwendung standardisierter Rezepturen nach Betriebsgrösse (n=80)



Eine Betrachtung nach Bereichen der GG zeigte, dass innerhalb des Bereichs Education im Vergleich zu den Bereichen Business und Care am häufigsten keine standardisierten Rezepturen eingesetzt werden. Dagegen ist deren ausschliessliche Verwendung im Bereich Care am höchsten. Dreiviertel der teilnehmenden Business-Betriebe gaben an, teilweise mit standardisierten Rezepturen zu arbeiten.

Abbildung 10 zeigt die für die befragten GG-Betriebe wichtigsten Faktoren bei der Speiseplanung. Gesamthalt kristallisierten sich folgende fünf Faktoren besonders heraus: abwechslungsreiche Zusammenstellung; saisonales Angebot; Wünsche der Verpflegungsteilnehmer; gesundheitliche Aspekte und Kosten.

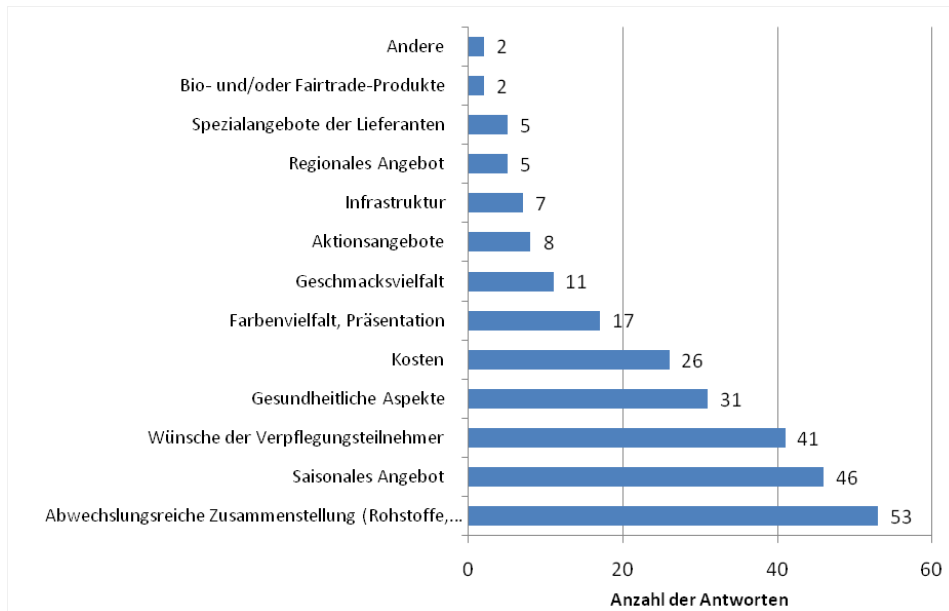


Abbildung 10 Wichtigste Faktoren bei der Speiseplangestaltung (Mehrfachnennungen, n=81; 254 Antworten)

Für alle Betriebsgrössen wurde dieselbe Beobachtung gemacht (Abbildung 11), lediglich die Reihenfolge der fünf Faktoren variierte.

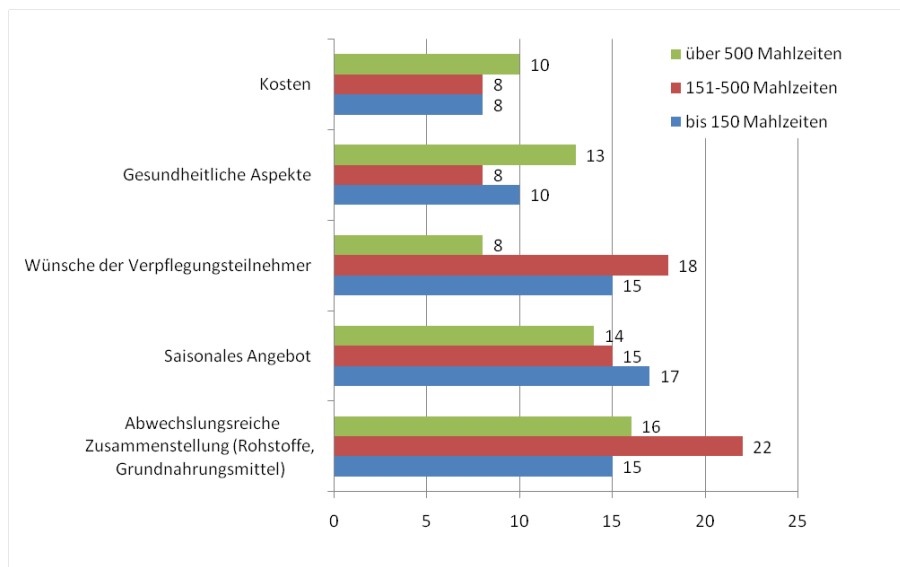


Abbildung 11 Die fünf wichtigsten Faktoren bei der Speiseplanung nach Betriebsgrösse (Mehrfachnennungen; n=81; 254 Antworten)



Ein weiterer Aspekt des Verpflegungsangebots betrifft das Angebot eines Tagesmenüs, sowie dessen preisliche Gestaltung. Fast alle Betriebe (95%) gaben an, eine Tagesspeise oder ein Tagesmenü anzubieten, unabhängig von der Betriebsgrösse oder dem Bereich der GG. Vier der Betriebe gaben an, das Tagesmenü für interne Verpflegungsteilnehmer gratis abzugeben. Von den verbleibenden 83 Betrieben machten 68 Angaben zum internen Abgabepreis des Tagesmenüs. Dieser reichte von minimal CHF 3.50 bis zu maximal CHF 18.50. Im Mittel bewegt sich der Preis zwischen CHF 8.90 und CHF 10.70. Weitere die Preisgestaltung betreffende Aspekte wurden unter dem Thema Wirtschaftlichkeit behandelt (s. S. 41).

Kommunikation

Ein wesentliches Kommunikationsmittel mit den Endkonsumenten stellt der Speiseplan dar. Die am häufigsten genannte ergänzende Angabe auf dem Speiseplan betrifft für alle Betriebsgrössen und Bereiche die Herkunft des Fleisches. Diese Angabe muss jedoch nicht zwingend auf dem Speiseplan ausgewiesen sein (Tabelle 14).

Tabelle 14 Angaben auf dem Speiseplan nach Betriebsgrösse (Mehrfachnennungen; n=78; 184 Antworten)

Angabe auf dem Speiseplan	Betriebsgrösse						Gesamt (n=78)	
	bis 150 Mahlzeiten (n=24)		151-500 Mahlzeiten (n=29)		über 500 Mahlzeiten (n=25)		N ¹	% ³
	N ¹	% ²	N ¹	% ²	N ¹	% ²		
Energiegehalt	0	0.0	3	10.3	5	20.0	8	10.3
Nährstoffgehalte (Fett, Eiweiss, Kohlenhydrate)	0	0.0	1	3.4	1	4.0	2	2.6
Hinweis auf kalorienarme Gerichte	1	4.2	2	6.9	5	20.0	8	10.3
Hinweis auf vegetarische Gerichte	4	16.7	13	44.8	14	56.0	31	39.7
Hinweis auf die Verwendung regionaler Produkte	3	12.5	6	20.7	3	12.0	12	15.4
Hinweis auf die Verwendung von Bio-Produkten	3	12.5	2	6.9	2	8.0	7	9.0
Hinweis auf die Verwendung von Fairtrade-Produkten	3	12.5	2	6.9	7	28.0	12	15.4
Deklaration von Zusatzstoffen	2	8.3	5	17.2	1	4.0	8	10.3
Deklaration von Allergenen	1	4.2	5	17.2	2	8.0	8	10.3
Herkunft von Fleisch	20	83.3	27	93.1	23	92.0	70	89.7
Andere	0	0.0	6	20.7	4	16.0	10	12.8
Keine Angaben	4	16.7	3	10.3	1	4.0	8	10.3

¹Anzahl der Antworten; ²Anzahl Antworten / Anzahl Befragte innerhalb Kategorie Betriebsgrösse x 100

³Anzahl Antworten / Anzahl Gesamtbefragte x 100

Der Hinweis auf vegetarische Gerichte spielt bei kleinen Betrieben im Vergleich zu mittleren und grossen Betrieben eine untergeordnete Rolle. Im Vergleich gaben grosse Betriebe häufiger an, auf die Verwendung von Fairtrade-Produkten, auf den Energiegehalt beziehungsweise auf kalorienarme Gerichte auf dem Speiseplan hinzuweisen. Interessant ist hier eine Betrachtung von Überschneidungen resp. Divergenzen gegenüber den Wünschen der Endkonsumenten (s. Seite 46).

In 43% der teilnehmenden GG-Betriebe gibt es gemäss Umfrage einen Verpflegung- oder Ernährungsbeirat. Bezogen auf die Betriebsgrösse anteilig mehr (56%) in grossen Betrieben. Nach Bereichen betrachtet findet sich innerhalb des Bereichs Education der kleinste Anteil. Tabelle 15 zeigt die Zusammensetzung des Verpflegungs- bzw. Ernährungsbeirats.



Tabelle 15 Zusammensetzung des Verpflegungs- oder Ernährungsbeirats
(Mehrfachnennungen; n=36; 86 Antworten)

Zusammensetzung des Verpflegungs- oder Ernährungsbeirat	Betriebsgrösse						Gesamt (n=36)	
	bis 150 Mahlzeiten (n=10)		151-500 Mahlzeiten (n=12)		über 500 Mahlzeiten (n=14)		N ¹	% ³
	N ¹	% ²	N ¹	% ²	N ¹	% ²		
Vertretung des übergeordneten Unternehmens (Trägerschaft)	3	30.0	9	75.0	7	50.0	19	52.8
Management des GG	2	20.0	6	50.0	9	64.3	17	47.2
Mitarbeiter des GGs	6	60.0	4	33.3	2	14.3	12	33.3
Ernährungsfachkraft	2	20.0	5	41.7	7	50.0	14	38.9
Verpflegungsteilnehmer (Konsumenten)	5	50.0	4	33.3	6	42.9	15	41.7
Angehörige der Verpflegungsteilnehmer	3	30.0	0	0.0	0	0.0	3	8.3
Andere	0	0.0	3	25.0	3	21.4	6	16.7

¹Anzahl der Antworten; ²Anzahl Antworten / Anzahl Befragte innerhalb Kategorie Betriebsgrösse x 100

³Anzahl Antworten / Anzahl Gesamtbefragte x 100

Demnach nehmen in grösseren und mittleren Betrieben vor allem Vertreter aus dem Managementbereich bzw. Ernährungsfachkräfte Einsitz. In kleineren Betrieben sind Konsumenten und Angehörige der Verpflegungsteilnehmer vergleichsweise häufiger im Berat vertreten. Wünsche der Verpflegungsteilnehmer können so in das Ernährungskonzept einfließen und bei der Speiseplanung Berücksichtigung finden (s. Abbildung 10, S. 36).

In den meisten GG-Betrieben gibt es eine Möglichkeit für die Verpflegungsteilnehmer schriftlich oder mündlich Rückmeldungen zu geben (Tabelle 16). Unabhängig vom GG-Bereich gilt, je kleiner der Betrieb desto grösser ist die Bedeutung des persönlichen, mündlichen Austauschs. In der Kategorie „Andere“ wurden vor allem konkrete Beispiele der vorgegeben Antwortkategorien genannt. Es wird auch auf moderne Kommunikationsmittel hingewiesen, wie beispielsweise SMS-Meldungen.

Tabelle 16 Möglichkeiten von Rückmeldungen für Verpflegungsteilnehmende
(Mehrfachnennungen; n=80; 180 Antworten)

Möglichkeiten von Rückmeldungen an GG	Betriebsgrösse						Gesamt (n=80)	
	bis 150 Mahlzeiten (n=26)		151-500 Mahlzeiten (n=29)		über 500 Mahlzeiten (n=25)		N ¹	% ³
	N ¹	% ²	N ¹	% ²	N ¹	% ²		
Teilnahme an strukturierten Befragungen des GG-Betriebs oder des Unternehmens	12	46.2	22	75.9	17	68.0	51	63.8
Schriftliche Rückmeldungen auf Initiative des Verpflegungsteilnehmers	7	26.9	18	62.1	21	84.0	46	57.5
Mündliche Rückmeldungen auf Initiative des Verpflegungsteilnehmers	22	84.6	24	82.8	21	84.0	67	83.8
Andere	3	11.5	4	13.8	7	28.0	14	17.5
Keine Möglichkeiten	1	3.8	0	0.0	1	4.0	2	2.5

¹Anzahl der Antworten; ²Anzahl Antworten / Anzahl Befragte innerhalb Kategorie Betriebsgrösse x 100

³Anzahl Antworten / Anzahl Gesamtbefragte x 100



Grössere und mittlere Betriebe dokumentieren die Rückmeldungen der Verpflegungsteilnehmer tendenziell häufiger und geben auch ein Feedback. Rückmeldungen werden in allen GG-Bereichen vergleichbar häufig dokumentiert. Feedbacks sind im Bereich Education seltener als in den Bereichen Business und Care. Vergleichsweise mehr kleine Betriebe gaben an, die Anregungen laufend umzusetzen (Tabelle 17).

Tabelle 17 Bearbeitung der Rückmeldungen (Mehrfachnennungen; n= 74; 158 Antworten)

Bearbeitung der Rückmeldungen	Betriebsgrösse						Gesamt (n=74)	
	bis 150 Mahlzeiten (n=24)		151-500 Mahlzeiten (n=26)		über 500 Mahlzeiten (n=24)		N ¹	% ³
	N ¹	% ²	N ¹	% ²	N ¹	% ²		
Die Rückmeldungen werden dokumentiert und ausgewertet	7	29.2	18	69.2	15	62.5	40	54.1
Die Verpflegungsteilnehmer erhalten ein Feedback	12	50.0	18	69.2	23	95.8	53	71.6
Die Anregungen werden fortlaufend umgesetzt	23	95.8	20	76.9	18	75.0	61	82.4
Andere	0	0.0	2	7.7	2	8.3	4	5.4

¹Anzahl der Antworten; ²Anzahl Antworten / Anzahl Befragte innerhalb Kategorie Betriebsgrösse x 100

³Anzahl Antworten / Anzahl Gesamtbefragte x 100

Gesundheitsfördernde Praxis

Fünf der befragten GG-Betriebe gaben an, dass es in ihrem Unternehmen kein Leitbild gibt. In sieben Betrieben resp. ihren übergeordneten Unternehmen ist Gesundheitsförderung kein Bestandteil des Leitbildes. In kleinen Betrieben wird häufiger der Ernährungsaspekt alleine berücksichtigt. Hingegen ist in mittleren und grossen Betrieben Gesundheitsförderung durch Ernährung *und* Bewegung häufiger Teil des Unternehmensleitbildes (Abbildung 12). Eine Betrachtung nach GG-Bereichen zeigte, dass die Thematik „Gesundheitsförderung“ im Bereich Care nicht im Vordergrund steht (kurative Ausrichtung), aber die Aspekte Ernährung und Bewegung dennoch im Unternehmensleitbild Beachtung finden.

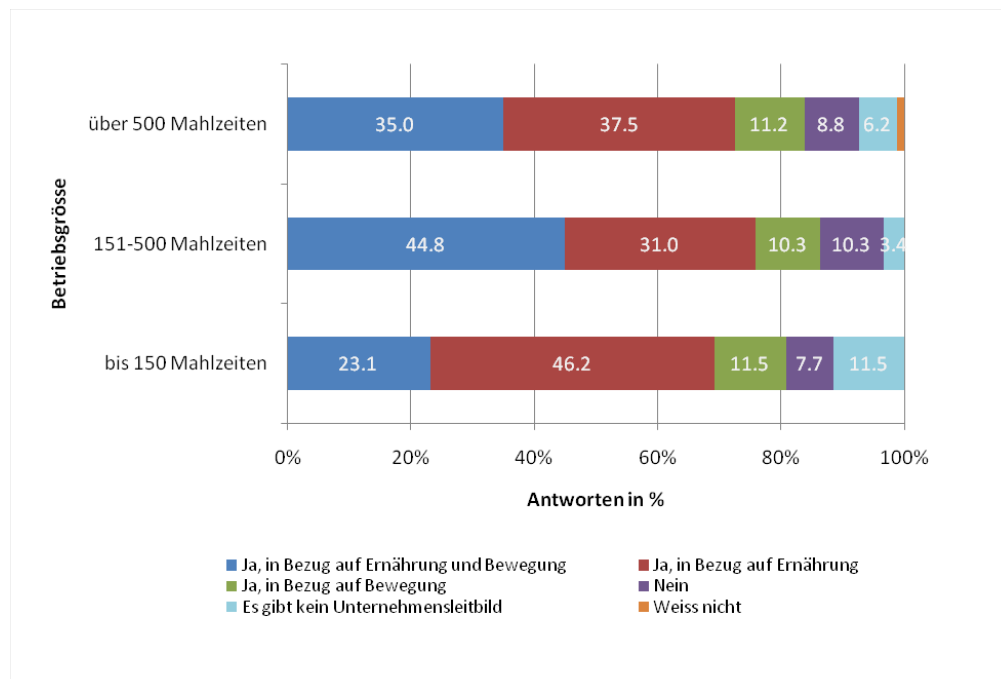


Abbildung 12 Gesundheitsförderung als Teil der Unternehmensphilosophie nach Betriebsgrösse (n=80)



Auf die Frage nach der Bedeutung einer ausgewogenen Ernährung zur Förderung der Gesundheit im GG-Betrieb, betrachten 40% dieses Thema als eher wichtig und 54% als sehr wichtig, dies unabhängig von der Betriebsgrösse. In den Bereichen Education und Care ist der Anteil jener, die Ernährung als sehr wichtig erachten, höher als im Bereich Business. Keiner der befragten Betriebe ist der Meinung, dass eine ausgewogene Ernährung gar nicht wichtig ist und nur 6% gaben an, dass diese Thematik für sie eher nicht wichtig ist. Gut ein Drittel der Befragten (36%) gaben an, über interne finanzielle Ressourcen für gesundheitsfördernde Projekte zu verfügen, knapp ein Drittel nannten personelle interne Ressourcen (28%). Externe Ressourcen stehen lediglich 22% der Befragten zur Verfügung (Tabelle 18).

Tabelle 18 Verfügbarkeit von Ressourcen für gesundheitsfördernde Projekte
(Mehrfachnennungen; n=78; 102 Antworten)

Ressourcen für gesundheitsfördernde Projekte	Betriebsgrösse						Gesamt (n=78)	
	bis 150 Mahlzeiten (n=25)		151-500 Mahlzeiten (n=28)		über 500 Mahlzeiten (n=25)		N ¹	% ³
	N ¹	% ²	N ¹	% ²	N ¹	% ²		
Ja, finanzielle Ressourcen (intern)	7	28.0	10	35.7	11	44.0	28	35.9
Ja, personelle Ressourcen (intern)	5	20.0	11	39.3	6	24.0	22	28.2
Ja, es stehen externe Ressourcen zur Verfügung	3	12.0	8	28.6	6	24.0	17	21.8
Andere	0	0.0	2	7.1	1	4.0	3	3.8
Nein	15	60.0	7	25.0	10	40.0	32	41.0

¹Anzahl der Antworten; ²Anzahl Antworten / Anzahl Befragte innerhalb Kategorie Betriebsgrösse x 100

³Anzahl Antworten / Anzahl Gesamtbefragte x 100

Beinahe der Hälfte der Betriebe (41%) stehen jedoch keine Ressourcen für gesundheitsfördernde Projekte zur Verfügung. In kleineren Betrieben ist der Anteil grösser (60%) als in grösseren und mittleren Betrieben. Im Einklang mit der oben gemachten Beobachtung zur fehlenden Verankerung der Gesundheitsförderung im Unternehmensleitbild gaben mehr als die Hälfte der Betriebe im Bereich Care an, keine Ressourcen für gesundheitsfördernde Projekte zur Verfügung zu haben. Andererseits zeigten die Umfrageergebnisse, dass über die Hälfte aller Betriebe in den letzten 24 Monaten Aktionen zum Thema gesunde Ernährung durchgeführt haben (58%). Grosse und mittlere Betriebe führten anteilmässig häufiger Projekte zum Thema gesunde Ernährung durch (68% und 66%) als kleine Betriebe (39%). Im Bereich Education ist der Anteil mit 40% im Vergleich zu Business, Care (60%) geringer. Zur Ankündigung dieser Aktionen wurden am häufigsten Plakate (71.1%), Flyer und Broschüren (68.9%) sowie das Intra-/Internet (60%) verwendet (Tabelle 19). In der Kategorie „Andere“ wurden Ankündigungen an Konferenzen, Schulungen sowie die Nutzung von TV-Screens genannt. Bei mittleren und grossen Betrieben kommen mehr verschiedene Kommunikationsmittel zum Einsatz als bei kleinen Betrieben. Nach Bereichen betrachtet zeigte sich, dass im Care-Bereich auch die Hauspost ein häufiges Kommunikationsmittel ist, vermutlich im Rahmen der Patienteninformation.



Tabelle 19 Kommunikationsmittel zur Ankündigung von Projekten zum Thema „gesunde Ernährung“ (Mehrfachnennungen; n=45; 122 Antworten)

Kommunikationsmittel für Projekte	Betriebsgrösse						Gesamt (n=45)	
	bis 150 Mahlzeiten (n=10)		151-500 Mahlzeiten (n=19)		über 500 Mahlzeiten (n=16)		N ¹	% ³
	N ¹	% ²	N ¹	% ²	N ¹	% ²		
Intra-/Internet	4	40.0	12	63.2	11	68.8	27	60.0
Hauspost	2	20.0	8	42.1	4	25.0	14	31.1
Plakate	3	30.0	14	73.7	15	93.8	32	71.1
Flyer und Broschüren	5	50.0	14	73.7	12	75.0	31	68.9
Tischaufsteller	0	0.0	6	31.6	3	18.8	9	20.0
Andere	3	30.0	1	5.3	5	31.2	9	20.0

¹Anzahl der Antworten; ²Anzahl Antworten / Anzahl Befragte innerhalb Kategorie Betriebsgrösse x 100

³Anzahl Antworten / Anzahl Gesamtbefragte x 100

Die an die Leistungen der Lieferanten und andere externe Dienstleister gestellten Anforderungen sollten laut Qualitätsstandards in einem Leistungsverzeichnis festgelegt sein. Der Anteil der Betriebe, die externe Leistungen ohne Verwendung eines Leistungskatalogs beziehen, liegt dennoch bei 58% (Tabelle 20). Der Anteil ist besonders hoch bei kleinen Betrieben (78%).

Tabelle 20 Bezug externer Leistungen mittels Leistungskatalog nach Betriebsgrösse (n=81)

Kategorien	Betriebsgrösse						Gesamt (n=81)	
	bis 150 Mahlzeiten (n=27)		151-500 Mahlzeiten (n=29)		über 500 Mahlzeiten (n=25)		N ¹	% ³
	N ¹	% ²	N ¹	% ²	N ¹	% ²		
Nein	21	77.8	16	55.2	10	40.0	47	58.0
Ja	2	7.4	5	17.2	9	36.0	16	19.8
Teilweise	4	14.8	8	27.6	6	24.0	18	22.2

¹Anzahl der Antworten; ²Anzahl Antworten / Anzahl Befragte innerhalb Kategorie Betriebsgrösse*100

³Anzahl Antworten / Anzahl Gesamtbefragte*100

Wirtschaftlichkeit

Je nach Betriebsgrösse haben zwischen 40 und 60% der Betriebe Vorgaben ihres übergeordneten Unternehmens was den finanziellen Aufwand für das Standardmenü betrifft. Grosse GG-Betriebe müssen tendenziell häufiger Vorgaben folgen. Im Bereich Business sind häufiger Vorgaben festgelegt als in den Bereichen Care und Education, was möglicherweise mit der Form der Betriebsführung in Fremd- oder Eigenregie zusammenhängt (s. Abbildung 8, S. 32). Der vorgeschriebene Höchstaufwand für das Tagesmenü liegt bei durchschnittlich CHF 6.20 (Minimum CHF 3.00; Maximum CHF 13.90) (n=37). Im Vergleich liegt der verrechnete Menüpreis im Mittel zwischen CHF 8.90 und CHF 10.70 (s. S. 37). Hinsichtlich der Betriebsgrösse zeigt sich folgendes Bild: Je grösser der Betrieb, desto niedriger ist der vorgeschriebene Aufwand (Mittelwert kleine Betriebe CHF 7.20; mittlere Betriebe CHF 6.90; grosse Betriebe CHF 4.70). Zwischen den einzelnen Bereichen sind keine wesentlichen Unterschiede zu erkennen.

Hinsichtlich der finanziellen Zielvorgaben des übergeordneten Unternehmens zeigte sich, dass für grosse Betriebe der Gewinn bedeutungsvoller ist als für kleine und mittlere Betriebe. Letztere haben häufiger die Zielvorgabe einer Kostendeckung. Gemäss Befragung, haben 20% der kleinen und der grossen GG-



Betriebe, aber nur 8% der mittleren Betriebe eine Defizitgarantie. Nach Bereichen ist zu beobachten, dass im Bereich Business Gewinn und Defizitgarantie wichtiger sind, in den Bereichen Care und Education die Kostendeckung. Insgesamt gaben 68.4% der Betriebe an, dass das Verpflegungsangebot für unternehmensinterne Personen ganz oder teilweise subventioniert wird (Tabelle 21). Der Anteil an subventionierten Betrieben nimmt mit der Betriebsgrösse zu.

Tabelle 21 Subventionierung des Verpflegungsangebots für unternehmensinterne Personen nach Betriebsgrösse (n=79)

Subventionierung	Betriebsgrösse							
	bis 150 Mahlzeiten (n=26)		151-500 Mahlzeiten (n=28)		über 500 Mahlzeiten (n=25)		Gesamt (n=79)	
	N ¹	% ²	N ¹	% ²	N ¹	% ²	N ¹	% ³
Nein	10	38.5	11	39.3	4	16.0	25	31.6
Ja	9	34.6	12	42.9	14	56.0	35	44.3
Teilweise	7	26.9	5	17.9	7	28.0	19	24.1

¹Anzahl der Antworten; ²Anzahl Antworten / Anzahl Befragte innerhalb Kategorie Betriebsgrösse x 100

³Anzahl Antworten / Anzahl Gesamtbefragte x 100

In Bezug auf die Art der Subventionierung nennen die meisten Betriebe einen Fixbeitrag pro Menü und die Defizitgarantie. Nur einer von 54 Betrieben gab als Mittel der Subventionierung an, einen Sonderbeitrag für spezielle Angebote zu geben. In diese Kategorie würde auch eine Subventionierung von „gesunden Menüs“, gemäss Qualitätsstandards fallen. In der Kategorie „Andere“ wurden genannt: Spezialpreise für finanzschwächere Verpflegungsteilnehmer (Lehrlinge usw.); Gemeindebeiträge und die Deckung der infrastrukturkosten durch das Unternehmen, d.h. der GG-Betrieb muss nur die Warenkosten tragen.

3.2.2.2 Produzenten und Lieferanten

Einer der 12 in der Auswertung berücksichtigten Fragebogen betrifft einen Produzentendachverband und entspricht damit nicht vollumfänglich der angesprochenen Zielgruppe. Sechs Unternehmen können als Kleinbetriebe (unter 50 Mitarbeitende) bezeichnet werden, je drei Unternehmen sind mittlere (50-249 Mitarbeitende) und grosse Unternehmen (mindestens 250 Mitarbeitende). Ein Produktionsbetrieb hat am zweiten Teil der Befragung zu gesundheitsfördernden Projekten teilgenommen (s. unten).

Strukturelle Voraussetzungen

Einer der 12 Betriebe beliefert die GG ausschliesslich über den Zwischenhandel und kann keine weiteren Angaben in Bezug auf diese Branche machen. Die anderen 11 Betriebe beliefern gleichermassen die Bereiche Business, Care und Education. Die Anzahl der belieferten GG-Betriebe reicht von einem bis zu 500 Betrieben (Median 43 Betriebe). Entsprechend variiert der anteilige Umsatz zwischen einem und 40% (Median 12%). Die in der Produktion tätigen qualifizierten Fachpersonen sind mehrheitlich Produktionsleiter, Küchenchefs und Köche. Handwerkliche Fachangestellte wie Käser, Bäcker und Metzger haben eine untergeordnete Bedeutung. In nur einem Betrieb wurde ein Lebensmitteltechnologe/ -ingenieur genannt und nur zwei der 12 Betriebe haben Ernährungsberater HF/FH im Team. In den meisten Betrieben sind Verkaufsleiter, Kundenberater und -betreuer sowie logistisches wie administratives Personal aktiv.



Produktangebot

Elf der 12 teilnehmenden Betriebe bieten Nahrungsmittel bzw. Speisen für die GG an. Je nach Betrieb ist das Produktsortiment weiter diversifiziert wie Abbildung 13 zeigt.

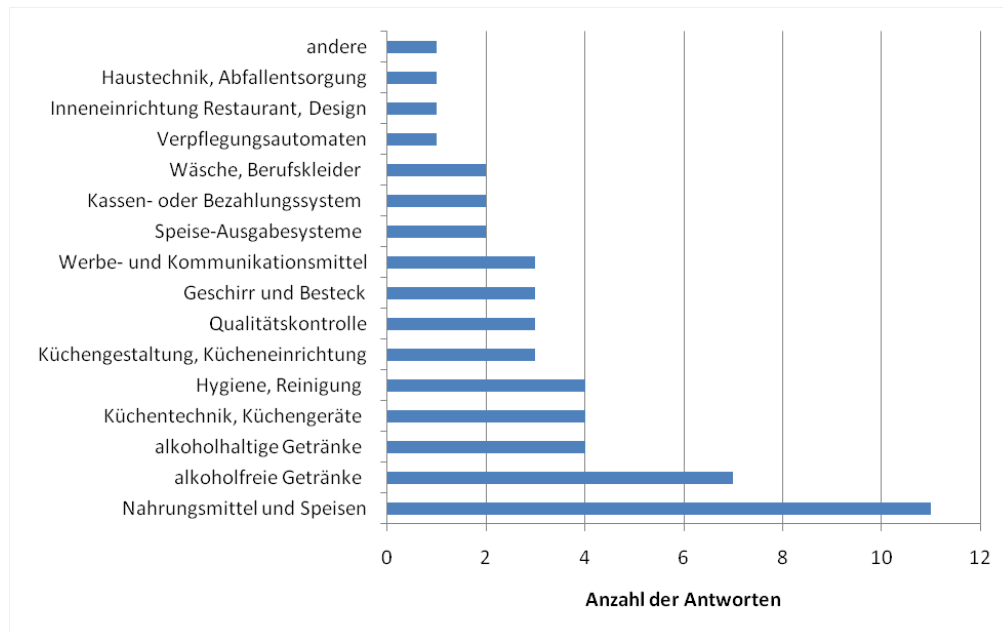


Abbildung 13 Sortiment für die Gemeinschaftsgastronomie (Mehrfachnennungen; n=12; 52 Antworten)

Bei der Zusammenstellung des Sortiments gaben sieben von 12 Betrieben an, auf spezifische Ernährungsempfehlungen zu achten. Für drei Betriebe ist das Thema nicht relevant. In Hinsicht auf die Fertigstufen der Produkte, wurden unbehandelten Waren (Convenience Grad 0) und garfertige Produkte (Grad 2) am häufigsten genannt (Abbildung 14).

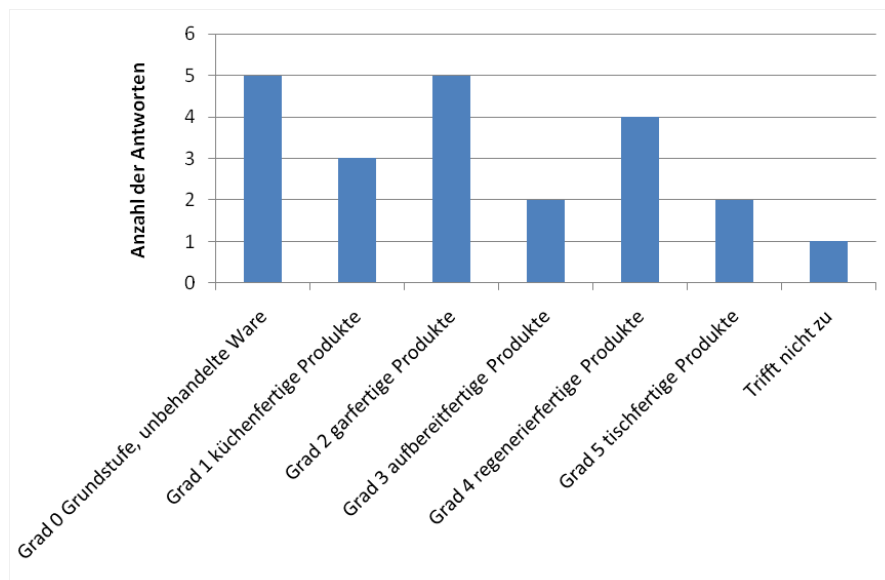


Abbildung 14 Sortiment für die Gemeinschaftsgastronomie (Mehrfachnennungen; n=12; 22 Antworten)



Kommunikation

Gemäss Qualitätsstandards sollte mit Leistungsverzeichnissen resp. Spezifikationen gearbeitet werden. Ein Viertel der teilnehmenden Betriebe (n=3) erfüllen dieses Kriterium nicht, die restlichen Betriebe erfüllen es teilweise (n=5) oder vollumfänglich (n=4).

Gesundheitsförderung

Einer der teilnehmenden Betriebe gab an, dass es in diesem Unternehmen kein Unternehmensleitbild gibt. In zwei Betrieben gibt es zwar ein Unternehmensleitbild, aber Gesundheitsförderung ist kein Bestandteil darin. Von den verbleibenden neun Betrieben gaben sechs an, Gesundheitsförderung in Bezug auf das Sortiment im Unternehmensleitbild verankert zu haben, ein Betrieb in Bezug auf die Mitarbeitenden und zwei Betriebe in Bezug auf beide Aspekte. Eine ausgewogene Ernährung zur Förderung der Gesundheit ist allen Betrieben eher (n=4) bis sehr wichtig (n=8). Für gesundheitsfördernde Projekte stehen acht Betrieben neben personellen (n=7) zum Teil auch finanzielle (n=5) und externe Ressourcen (n=3) zur Verfügung. Vier Betriebe gaben an, über keinerlei Ressourcen zu verfügen. Als Kommunikationsmittel im Rahmen von Projekten resp. Aktivitäten wurden neben Websites, Newsletter, Plakaten, Flyer und Broschüren auch Präsentationen und Degustationen für Kunden genannt.

3.2.2.3 Endkonsumenten

Bei der Darstellung der Resultate wird primär auf Schnittstellen mit der Befragung der Verpflegungsendanbieter eingegangen. Von den in der Auswertung berücksichtigten 205 Fragebogen stammen 75% von Frauen im Alter von 13 bis 58 Jahren und 25% von Männer im Alter von 3 Jahren (Fragebogen durch Angehörige ausgefüllt) bis 73 Jahren. Von diesen Konsumenten gaben insgesamt 70% an Nichtraucher und 18% ehemalige Raucher zu sein, was auf ein gewisses Gesundheitsbewusstsein der Befragungsteilnehmenden hinweist. Gut die Hälfte (54%) der Befragungsteilnehmer verpflegten sich in GG-Betrieben im Kanton Bern und 17% im Kanton Zürich. Alle weiteren Kantone sind unter 10% vertreten. 60% der Befragungsteilnehmer gaben an, mindestens eine höhere Fachschule abgeschlossen zu haben. Die hohe Beteiligung auf Hochschulniveau dürfte unter anderen durch einen BHF internen Aufruf und einen Aufruf an der ETH Zürich zur Teilnahme an der Befragung bedingt sein.

Verpflegungsangebot

Während die Verpflegungsendanbieter gefragt wurden, ob sie in ihrer Arbeit spezifische Ernährungsempfehlungen berücksichtigen (s. Tabelle 12, S. 34) interessierte seitens Konsumenten, welche Ernährungsempfehlungen ihnen bekannt sind. Wie Abbildung 15 zeigt, sind den meisten Konsumenten die SGE-Lebensmittelpyramide und die Kampagne 5 am Tag ein Begriff. Immerhin der Hälfte der Befragten sind auch die Merkblätter zur SGE-Lebensmittelpyramide und die SGE-Ernährungsscheibe für Kinder sowie die BAG-Empfehlungen bekannt. In der Kategorie „Andere“ wurden von einigen Personen Empfehlungen und Publikationen von deutschen Fachgesellschaften wie der Deutschen Gesellschaft für Ernährung und des aid infodienst genannt. Zudem wurden von der Lebensmittelindustrie publizierte Empfehlungen und diverse Ernährungslehren oder -programme angegeben. Persönlichen Kommentaren war jedoch zu entnehmen, dass es sich teilweise um Personen handelt, die in der Ernährungsberatung tätig sind.

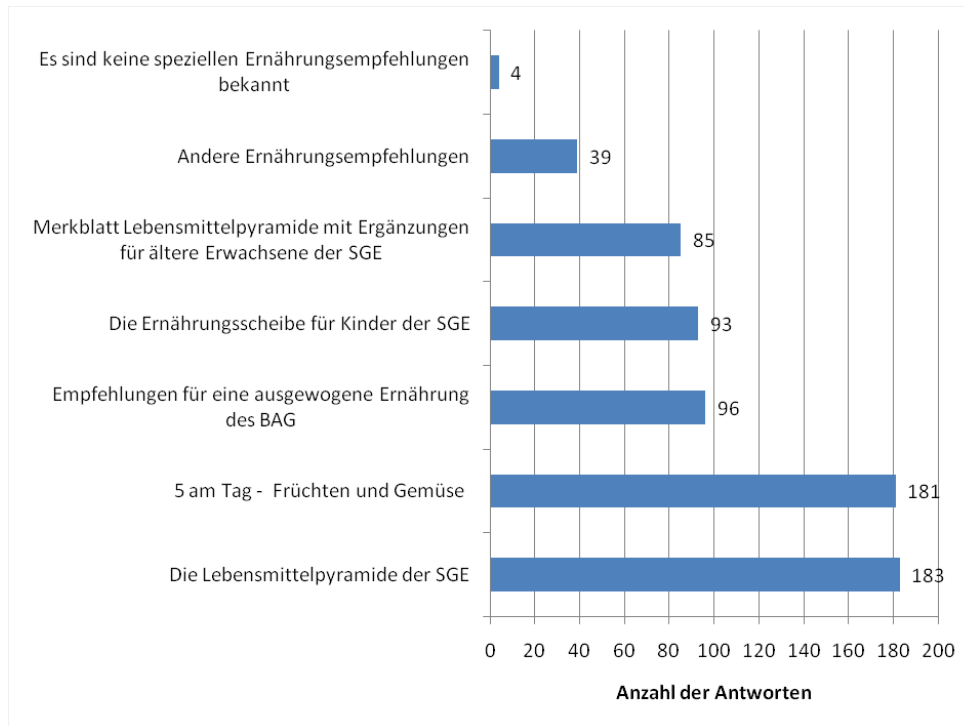


Abbildung 15 Bekanntheit von Ernährungsempfehlungen bei Konsumenten (Mehrfachnennungen; n=194, 681 Antworten)

Wie die Verpflegungsendanbieter (s. Tabelle 13, S. 35) wurden auch die Konsumenten danach gefragt, welche der in Tabelle 22 aufgeführten Lebensmittel täglich in ihrem GG-Betrieb angeboten werden.

Tabelle 22 Täglich verfügbare Lebensmittel im GG-Betrieb (Mehrfachnennungen; n=199, 753 Antworten)

Täglich verfügbare Lebensmittel	Gesamt (n=199)	
	N ¹	% ²
Frische Früchte	168	84.4
Gemüse als Rohkost	159	79.9
Vollkornbrot	120	60.3
Nüsse und Samen	78	39.2
Milchprodukte teilentrahmt	96	48.2
Trink- und / oder Mineralwasser kostenlos	121	60.8
Keine der genannten Lebensmittel	3	1.5
Weiss nicht	8	4.0

¹ Anzahl der Antworten; ² Anzahl Antworten / Anzahl Gesamtbefragte x 100

Gemäss Aussage der Befragungsteilnehmer sind frische Früchte und Gemüse als Rohkost (in der Regel Salate) in 80 bis 85% der frequentierten GG-Betriebe täglich im Angebot. Trinkwasser wird gemäss den vorliegenden Angaben in 40% der besuchten GG-Betriebe verkauft und nicht wie in den Qualitätsstandards gefordert kostenfrei abgegeben. Vollkornbrot ist bereits für 60% der Befragten täglich verfügbar. Die Hälfte der Konsumenten können auch täglich teilentrahmte Milchprodukte konsumieren. Nüsse und Samen sind eher selten täglich verfügbar.

Abbildung 16 zeigt, welche Faktoren den befragten Konsumenten bei der Auswahl und dem Verzehr der Lebensmittel und Speisen im GG-Betrieb wichtig sind (Kategorien eher wichtig und sehr wichtig kombiniert).



Die Verpflegungsendanbieter hatten im Vergleich dazu ausgesagt, welche Faktoren sie bei der Zusammenstellung des Speiseplans berücksichtigen (s. Abbildung 10, S. 36).

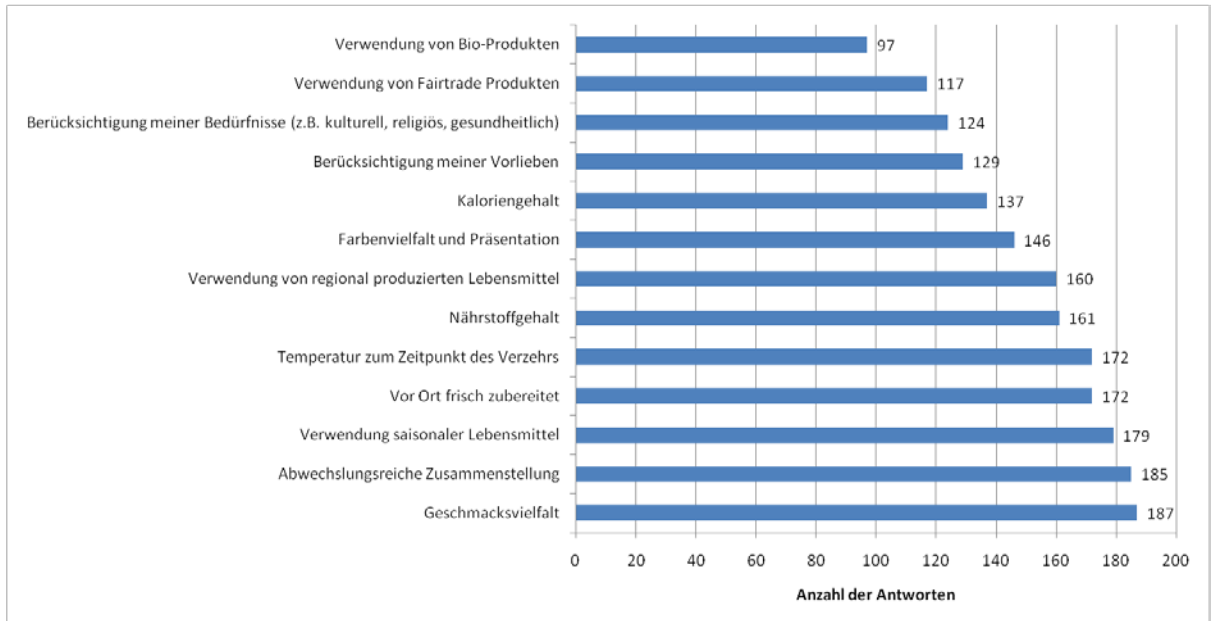


Abbildung 16 Die wichtigsten Faktoren bei Auswahl und Verzehr von Lebensmitteln und Speisen (Mehrfachnennungen; n=191 pro Antwortkategorie)

Für mindestens 83% der Befragten sind sieben Faktoren bei der Lebensmittelauswahl von grösserer Bedeutung. Besonders wichtig sind der Geschmack und die Abwechslung, gefolgt von der Nachfrage nach saisonalen Produkten, die frisch vor Ort zubereitet werden und angemessen temperiert auf den Tisch kommen. An sechster Stelle wird der Nährstoffgehalt genannt, was in Bezug zu Produktion (zum Beispiel regional), Herstellung (Fertigungsgrad) und Zubereitungsmethode stehen kann. Der Kaloriengehalt ist für 70% der Befragten von Bedeutung, wenn sie in der GG essen. Hingegen sind persönliche Vorlieben ebenso wie der Einsatz von Bio- oder Fairtrade-Produkten nur für 50-60% der Befragten wichtig.

Nach den Kosten für ein Tagesmenü befragt, konnten insgesamt 165 Personen Auskunft geben. Drei Personen gaben an, gratis in ihrem GG-Betrieb zu essen. Für die anderen Personen liegt der Preis des Tagesmenüs zwischen CHF 9.50 und 11.70 (Minimum CHF 4.00, Maximum CHF 20.00), wobei dies Preise für interne oder externe Verpflegungsteilnehmende sein können.

Kommunikation

Nur eine Person gab an, dass der Energie- und Nährstoffgehalt des Speiseangebots in ihrem GG-Betrieb deklariert werde. Elf Personen (6%) gaben an, dass eine Deklaration zumindest teilweise erfolge. Hingegen konnten 13% der Befragten dazu nichts sagen und 80% sagten, dass keine Deklaration erfolge. Soweit deklariert wird (n=12), sind dies primär der Energiegehalt und vereinzelt die Hauptnährstoffe. Soweit nicht deklariert wird, zeigte ein Drittel der Betroffenen auch kein Interesse an diesen Angaben. Ansonsten wünscht man sich vor allem Angaben zum Energie- (55%) und Fettgehalt (47%). In der Kategorie „Andere“ (15%) wurde zum einen geäußert, dass es auf die Lebensmittel im Angebot ankäme (z.B. Gemüse) andererseits wurde der Bedarf an Deklaration von Allergenen unterstrichen. Ergänzende Angaben auf dem Speiseplan sind eher selten, am häufigsten wird auf vegetarische Gerichte (39%) und die Herkunft des Fleisches (55%) verwiesen. Hier wird mehr Transparenz gewünscht; 50-60% der Konsumenten fordern eine bessere Sichtbarmachung der Deklaration der Fleischherkunft und Hinweise auf die Verwendung regionaler Produkte. Gut ein Drittel der befragten Konsumenten wäre an weiterreichenden Angaben zu Zusatzstoffen und Allergenen interessiert. Die



Verpflegungsendanbieter wurden im Gegenzug gefragt, welche der Angaben sie auf dem Speiseplan machen (s. Tabelle 14, S. 37).

Mehr als die Hälfte der Befragten (55%) wissen nicht, ob es im Unternehmen einen Verpflegungs- oder Ernährungsbeirat gibt. Weitere 32% sagten, es gäbe keinen. In nur wenigen der GG-Betriebe resp. Unternehmen mit Beirat nehmen Verpflegungsteilnehmer oder Angehörige Einsitz. Als Mitglieder werden vor allem das GG-Management, Ernährungsfachkräfte und GG-Mitarbeitende genannt. Für drei GG-Betriebe werden auch Vertreter der Pflege, Hauswirtschaftslehrer und Mitglieder einer Gesundheitskommission genannt. 20% wussten nicht über die Zusammensetzung Bescheid.

Befragt nach Möglichkeiten, dem GG-Betrieb Rückmeldungen zu geben, nannten die meisten mündliche (63%) und schriftliche (47%) Rückmeldungen aus Eigeninitiative. Befragungen seitens des GG-Betriebs oder des übergeordneten Unternehmens wurden seltener genannt (23%). In der Kategorie „Anderes“ kritisierten einzelne Personen, dass erfolgte Inputs ohne Reaktion bleiben. Insgesamt gaben 47 von 101 Personen an, dass kein Feedback erfolgt. Eine Prüfung der Angaben der befragten Verpflegungsendanbieter zum Umgang mit Inputs bietet sich an (s. Tabellen 16 und 17, S. 38/39). Andererseits machte gemäss eigenen Angaben nur gut die Hälfte jener, die eine Möglichkeit zur Rückmeldung haben, bereits Gebrauch davon.

Gesundheitsfördernde Praxis

Die Konsumenten wurden in Anlehnung an die Befragung der Verpflegungsendanbieter gefragt (s. S. 40), ob in ihrem GG-Betrieb in den letzten 24 Monaten gesundheitsfördernde Aktionen durchgeführt wurden. Fast ein Viertel der Konsumenten gaben an, dass es in ihrem Betrieb derartige Aktionen gab. Für 43% der Konsumenten war dies nicht der Fall und weitere 34% wussten es nicht. Abbildung 17 zeigt welcher Art die gesundheitsfördernden Massnahmen waren.

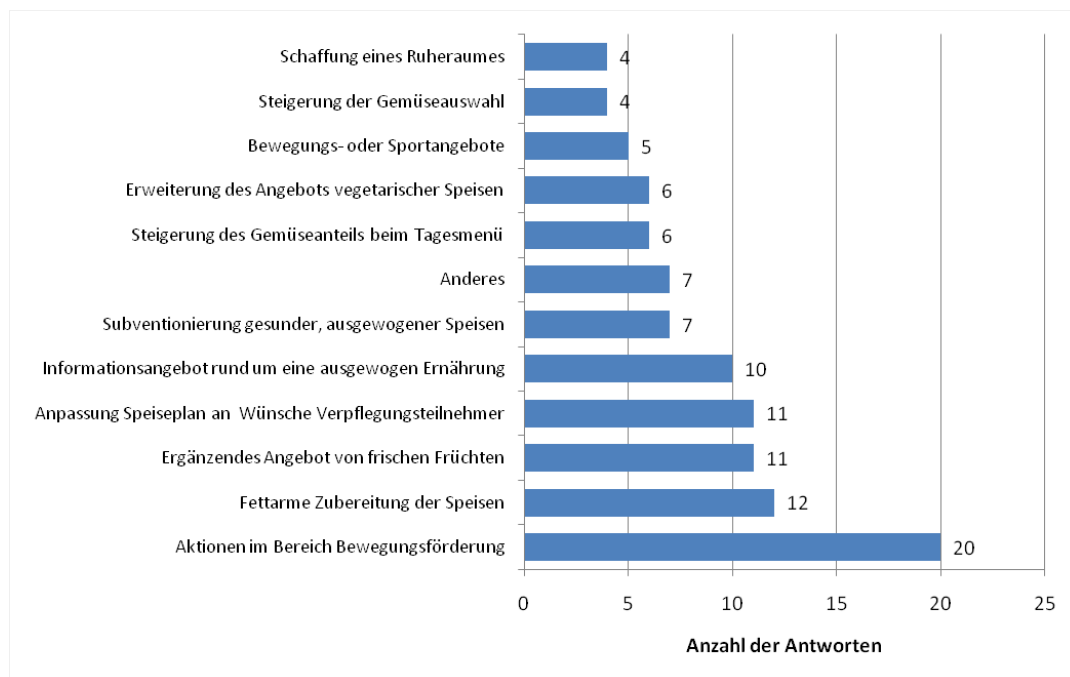


Abbildung 17 Art der gesundheitsfördernden Massnahmen im GG-Betrieb (Mehrfachnennungen; n=46, 103 Antworten)

Auch wenn Massnahmen im Bewegungsbereich sehr populär waren, befasste sich die Mehrzahl der genannten Massnahmen mit dem Thema Ernährung. Neben der Erweiterung des Angebots und/oder der Auswahl an Früchten und Gemüse sowie vegetarischen Gerichten, befasste man sich auch mit Fragen der Zu-



bereitung. Die Anpassung des Speiseplans an die Wünsche der Konsumenten ist eine wichtige Massnahme in Anbetracht der obigen Feststellung, dass Betriebe oftmals nicht auf Rückmeldungen und somit Bedürfnisse ihrer Gäste eingehen. Die Subventionierung gesunder, ausgewogener Speisen und ein entsprechendes Informationsangebot sind Entwicklungen wie sie ausgehend von den Qualitätsstandards vorgeschlagen werden. Die Ankündigung der Massnahmen erfolgte mehrheitlich mittels Plakaten, Flyer, Broschüren, aber auch über das Intra-/Internet.

Abschliessend äusserten rund 73% der Befragten, die soweit von keinen Aktionen profitieren konnten den Wunsch nach gesundheitsfördernden Aktivitäten in der GG.

3.2.3 Gesundheitsfördernde Projekte in der Gemeinschaftsgastronomie (Fragebogen 2)

Von möglichen 51 Verpflegungsendanbietern und 5 Produzenten/Lieferanten füllten fünf GG-Betriebe und zwei Produzenten den zweiten Fragebogen zur Projekterfassung aus (s. Tabellen 7a und 7b, S. 31). Bis 20. Juni 2010 wurden für vier der GG-Betriebe und für einen Produzentenbetrieb komplette Projektdokumentationen an die Jury zur Beurteilung weitergeleitet. Für einen GG-Betrieb fehlten Unterlagen für die Beurteilung. Als Produzentendachverband entsprach einer der Befragungsteilnehmer nicht vollumfänglich der Zielgruppe und wurde deshalb nicht in das Beurteilungsverfahren einbezogen. Die Bitte an den Verband seine Mitglieder/die Produzenten aufzurufen an der Befragung teilzunehmen wurde nicht aufgegriffen. Die folgenden Tabellen 23 und 24 geben einen Überblick über die Projekte und den aktuellen Stand der Beurteilungen.

Tabelle 23 Projektübersicht Verpflegungsendanbietern (in Beurteilung, Stand 26. Juli 2010)

Nr.	Kurzbeschreibung Betrieb und Projekt	Schwerpunkte gemäss Qualitätsstandards	Stand Beurteilung
1	Betriebsgrösse (Mittagsmahlzeiten): Gross (600) Kernbereich: Care; Nebenbereich: Business Einführung eines Ernährungskonzepts im Spital für Zertifizierung SanaCert. Damit verknüpft regelmässige Aktivitäten in den Bereichen Verpflegungsangebot und Kommunikation. Beispiel: Angebot an ungesüssten, kalorienarmen Getränken kombiniert mit der Motivation der Patienten vermehrt zu trinken.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gesundheitsförderung durch Ernährung ▪ Verpflegungsangebot: <ul style="list-style-type: none"> - Speiseplangestaltung - Speisenzubereitung ▪ Kommunikation 	Abgeschlossen
2	Betriebsgrösse (Mittagsmahlzeiten): Mittel (200) Kernbereich: Education Gemeinsames Kochen der GG-Mitarbeitenden mit den schwerhörigen Schülerinnen und Schülern.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kommunikation <ul style="list-style-type: none"> - Vermittlung Kenntnisse Lebensmittel und Zubereitung 	Laufend / Stichtentscheid
3	Betriebsgrösse (Mittagsmahlzeiten): klein (15) Kernbereich: Business Gesundheitsförderung durch ein ausgewogenes Angebot mit frischen Produkten aus der Region.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Verpflegungsangebot 	Laufend / Jury
4	Betriebsgrösse (Mittagsmahlzeiten): gross (600) Kernbereich: Business Laufende Berücksichtigung von (individuellen) Kundenwünschen und regelmässige Umsetzung neuer Ideen (Smoothies, Buffet mit geschnittenen Früchten) im Angebot.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Verpflegungsangebot 	Laufend / Jury



Tabelle 24 Projektübersicht Produzent/Lieferanten (in Beurteilung, Stand 26. Juli 2010)

Nr.	Kurzbeschreibung Betrieb und Projekt	Schwerpunkte gemäss Qualitätsstandards	Stand Beurteilung
1	<p>Betriebsgrösse (Mitarbeiterzahl): Gross (>1000) Kernbereich: Lebensmittelhersteller</p> <p>Ernährungs- und Menükonzept für die GG: Angebot von nährstoffoptimierten Tiefkühlmenüs für GG-Betriebe zusammen mit Ernährungsinformationen für Konsumenten/Gäste</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sortiment für GG, Verpflegungsangebot ▪ Kommunikation 	Laufend / Jury

Die meisten Projekte befinden sich zurzeit noch in der Beurteilung oder im Stichentscheid. Bei der Zusammenstellung der Dossiers zuhanden der Jury sind vor allem Unterschiede im Ausmass der Projektplanung und -dokumentation aufgefallen. Kommentare der Juroren zeigten, dass dieser Umstand die Beurteilung zum Teil erschwerte. Die Beurteilungen anhand der Beurteilungsschecklisten A und B weichen bei weniger dokumentierten Projekten tendenziell stärker ab, was Stichentscheide bedingt. Eine abschliessende Betrachtung der sechs und möglicher weiterer Projekteingaben sowie eine Auswertung in Hinblick auf übertragbare Ansätze erfolgt bis Spätherbst 2010 unter den in Kapitel 2.5.6 (S. 24) beschriebenen Bedingungen.

3.3 Qualitative Stakeholder Befragung

Der von publitest erstellte und von der Projektleitung genehmigte Bericht (24) liegt dem BAG vor. Im Folgenden sind wesentlichen Aussagen der Experten und Endkonsumenten zusammengefasst.

Es zeigte sich bei allen befragten Zielgruppen ein einheitlich grosses Interesse für das Thema gesunde Ernährung. Für die meisten Befragten aller Zielgruppen war „gesund“ erstens gleichzusetzen mit ausgewogen und vielfältig. Zweitens wurden darunter frische bzw. frisch zubereitete Lebensmittel, viel Gemüse, Salat und Früchte sowie wenig Salz, Fett und Zucker verstanden. So ist die SGE-Lebensmittelpyramide zwar den erwachsenen Befragten aller Zielgruppen bekannt, konkret danach gelebt wird aber eher selten. Unter den Endkonsumenten sahen beispielsweise selbst diejenigen, die sich bereits gemäss den Empfehlungen der SGE ernähren, noch genügend Verbesserungspotenzial hinsichtlich einer gesünderen Ernährung. Die Endkonsumenten gaben an grundsätzlich zu versuchen, dass sich aus den zuhause und auswärts eingenommenen Mahlzeiten am Ende des Tages eine ausgewogene Ernährung ergibt. Ausgewogen wurde dabei einstimmig als auch ab und zu Fettes, Fast und Junk Food verstanden.

Gemäss Aussagen der Experten aus Unternehmensmanagement, GG- und Zulieferbetrieben sei in praktisch allen Betriebsrestaurants und Mensen ein Angebot an gesunder Verpflegung vorhanden. Die Vertreter von Aufsichtsbehörden, Ernährungsfachkräfte und Ausbilder erachteten das Angebot an gesunder Verpflegung in der GG mehrheitlich als akzeptabel. Für die Endkonsumenten ist jedoch nicht primär der gesundheitliche Faktor bei der Auswahl des Essens entscheidend, sondern die Aspekte Lust, Aussehen und der Preis. Nicht zuletzt führe (gemäss allen Zielgruppen) eine Übersättigung mit kontraproduktiven (Fehl-) Informationen zum Thema Ernährung in sämtlichen Medien und eine mangelnde Aufklärung dazu, dass man sich letztlich nach Lust und Laune ernährt: *«Es soll ja schliesslich Spass machen»*. Es kommt hinzu, dass vor allem unter den befragten Endkonsumenten die Meinung weit verbreitet war, dass gesundes Essen nicht unbedingt gut schmeckt und eher teuer ist. Dies wurde des Öfteren als ein Hinderungsgrund genannt, sich nicht gesünder zu ernähren. Die befragten männlichen Jugendlichen gaben an zu essen, worauf sie Lust haben, was satt macht, günstig ist, gut duftet und was *«cool»* und *«trendy»* ist, das heisst sie fügen sich auch einem Gruppenzwang. Bei den weiblichen Jugendlichen gehe es laut den befragten Eltern, Lehrpersonen und Schülern dagegen oft primär darum, ihr Gewicht zu halten, ohne Sport machen zu müssen. Ob sie dabei auch gesund essen, sei für die Mädchen sekundär.



Aus Sicht der befragten Endanbieter und Zulieferer scheitern konkrete Versuche hinsichtlich einer gesünderen Verpflegung oft aus mangelndem Interesse seitens der Endkonsumenten. Biete man den Gästen nebeneinander optisch die gleichen Menüs an – eines günstiger, das andere teurer und Bio – so würden sich die meisten Gäste ihrer Meinung nach für das günstigere entscheiden.

Auch spezielle, von Cateringunternehmen entwickelte Ernährungskonzepte, wie z.B. «fit at school» vom SV-Service oder ein Fitnesssteller hätten neben einem «*Vancouver Olympia Riesenschnitzel mit Pommes frites*» wenig Chance. Diese Wahrnehmung der Experten bestätigte sich in der einstimmigen Antwort der befragten Endkonsumenten auf die Frage, was man in der GG verbessern sollte. Kaum jemand wollte primär gesünder essen, sondern vielmehr «*gemütlicher, noch besser und nicht teuer*».

Die befragten Zielgruppen waren der Meinung, man lerne heutzutage im Elternhaus allgemein zu wenig über das Thema Ernährung. Zudem zeigten Eltern oft nur geringes Interesse daran, was ihre Kinder am Mittag essen. Die befragten Ernährungsfachkräfte und Ausbilder betonten, dass hier dringender Aufklärungsbedarf besteht. Nach Meinung der jugendlichen Endkonsumenten sollten Aufklärungsmassnahmen «*möglichst anschaulich, zum Anfassen, spielerisch und bestimmt*» sein. Laut den befragten Westschweizer Experten, die mit dem Fourchette Verte-Konzept Erfahrung sammeln konnten, könne man sich dabei den unter Kindern und Jugendlichen stark verbreiteten Gruppenzwang auch zunutze machen, denn «*was der eine hat, will der andere auch*». Man habe mit Fourchette Verte besonders mit (Klein-) Kindern im Kinderhort positive Erfahrungen gemacht. Die Kinder lernen gesund zu essen, da sie durch ihr Alter noch besonders offen und lernfreudig sind. Gemüse zu essen wird zur Selbstverständlichkeit und Gewohnheit. Da die Kinder auch künftig Konsumenten der GG sein werden und das Angebot in der Zukunft stärker mitbestimmen werden, wurde diese «*Weichenstellung*» sehr positiv gewertet. Geschätzt würde vor allem auch, dass Fourchette Verte ein gemeinsam gelebtes Konzept ist, das zwar von der Stiftung Fourchette Verte kontrolliert wird, bei dem aber auch der Kunde kreativ mitwirken kann. Die Eltern stünden, nicht nur finanziell hinter dem Konzept. Gemäss den Aussagen der befragten Studierenden und teilweise auch Arbeitstätigen in der Romandie, funktioniert das Fourchette Verte-Konzept für Erwachsene weniger gut, da die Menüs häufig mengenmässig zu klein und – insbesondere für die Studierenden – zu teuer seien.

Unter den befragten Experten in der Deutschschweiz ist das Fourchette Verte-Konzept wenig bekannt, wird aber mit Interesse und als konsequent und transparent wahrgenommen. Allerdings befürchtet man, mit einem derartigen Konzept die Angebotsvielfalt und Auswahlmöglichkeiten (free choice) in der GG einzuschränken, verbunden mit höheren Preisen. Ein ähnliches Konzept und dessen Mehrwert für den Gast müsste gemäss den befragten Experten in der Deutschschweiz ganzheitlich kommuniziert und anschliessend von allen Beteiligten gelebt werden – «*nur so einen Stempel, ein Label draufdrücken...nein!*».

Bei den befragten Erwachsenen aller Zielgruppen war ein zumindest latentes Interesse an gesunder Ernährung wahrzunehmen, auch wenn aus ihrer Sicht die Empfehlungen der SGE-Lebensmittelpyramide im Alltag nicht unbedingt umgesetzt werden können. Im Rahmen eines Workshops mit den Fokusgruppen (Business und Education) wurden zahlreiche Motivatoren für eine gesundheitsfördernde Ernährung genannt, was zeigte, dass die Endkonsumenten (abhol-)bereit sind, etwas zu ändern. Wie diese Änderungen zu bewerkstelligen sind, war ihnen unklar. Selbst bei Personen, die sich nicht gemäss den Empfehlungen der SGE-Lebensmittelpyramide ernähren und auch nichts an den eigenen Essgewohnheiten ändern möchten, war keine Gleichgültigkeit bezüglich des Themas gesunde Ernährung festzustellen, sondern vielmehr eine allgemeine Verwirrung. Es herrscht also eine gewisse Orientierungslosigkeit und es wurde ein überzeugendes Konzept zur Förderung einer gesünderen Ernährung verlangt. Als ein mögliches, sinnvolles und motivierendes Konzept wurde unter den befragten Endkonsumenten die Idee empfunden, gesunde Menüs billiger angeboten zu bekommen – «*je gesünder, desto billiger*». Gleichzeitig brauche es ihrer Meinung nach viel Aufklärung und Alltagsnähe, das heisst «*Information zum Anfassen*». Theoretische Aufklärung wie die SGE-Lebensmittelpyramide oder die zahlreichen Beiträge in den Medien führen nach Ansicht aller befragten Ziel-



gruppen häufig nicht zum gewünschten Erfolg. Ganz praktische, gelebte Aufklärung und sanfter Druck seien hier nötig.

Auf Anbieterseite - so die Aussage der befragten Manager, Endanbieter und Zulieferer - brauche es für eine gesündere GG vor allem eine Geschäftsleitung bzw. einen Küchen- oder Betriebschef, der hinter einem betrieblichen Gesundheitskonzept steht. Die «Kantinen von früher» sind, den Kundenwünschen entsprechend, immer mehr zu Restaurants geworden. Als wichtige positive Veränderungen und Fortschritte in der Branche wurden genannt: Free Choice (z.B. Salat- und Gemüse- Buffets), leichtere Kost und eine Feedback-Kultur (z.B. Kundenbefragungen), Menüplanung in Zusammenarbeit mit Ernährungsberatern und Küchenchefs, die aus der Hotellerie kommen. Neben der Verpflegung hat die GG gemäss allen befragten Zielgruppen aber auch eine wichtige soziale Funktion, ganz besonders in den Bereichen Care und Business. So sind Spital- und Heimküchen nicht nur Treffpunkt, sondern vielfach auch die einzige Möglichkeit der Patienten und Pensionäre, mit Mitmenschen in Kontakt zu treten. Personalrestaurants sind oftmals eine Dienstleistung vom Unternehmen für die Mitarbeiter und – wie von den Küchenchefs oft angesprochen – «Blitzableiter für persönliche Anliegen». Laut den befragten Unternehmensmanagern sollen sie einen Ort der Erholung bieten und die Mitarbeiter für die zweite Tageshälfte gestärkt werden. Ein gutes Betriebsrestaurant wurde als positiv für das Image eines Unternehmens eingestuft. Abgesehen von jenen Endkonsumenten, die in einem Unternehmen mit einem subventionierten Betriebsrestaurant arbeiten, assoziierten die meisten Endkonsumenten das eigene Betriebsrestaurant bzw. die eigene Mensa spontan nicht selten mit negativen Bildern. Dabei stand mehrheitlich das Ambiente und nicht das Essen im Vordergrund, vor allem ungemütliche, laute Räume und Platzmangel.

Auf die Frage bei wem die Verantwortung für eine gesunde Ernährung liege, sagte die deutliche Mehrheit der Befragten aller Zielgruppen, primär beim Endkonsumenten selber. Bis zu einem bestimmten Grad sehen sich aber auch die Experten aus den GG-Betrieben und die Zulieferer verantwortlich, dass Kunden und Gästen gesundheitsfördernde Produkte angeboten werden. Der Kunde/Gast sollte mündig sein. Wie oben gezeigt, ist er aber häufig nicht kompetent und handelt unbewusst. Aus Sicht der meisten Befragten aller Zielgruppen nehmen die Eltern und Schulen ihre Verantwortung diesbezüglich nicht ausreichend wahr, vor allem im Altersbereich der Unterstufe. Hier wurde geäussert, dass der Bund handeln müsse, auch um die Flut an (Fehl-) Informationen zum Thema Ernährung zu regulieren und zu kontrollieren.

Nach zum Teil anfänglicher Skepsis, reagierte die Mehrheit der Befragten aller Zielgruppen letztendlich positiv auf die Idee der Einführung von *Schweizer Qualitätsstandards für eine gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie*, da diese Qualitätsverbesserung versprechen. Aus Sicht der Verpflegungsendanbieter als auch der Endkonsumenten würden einige Unternehmen die Kriterien bereits erfüllen. Zahlreiche der Befragten aller Zielgruppen äusserten Bedenken bezüglich der praktischen Umsetzung derartiger Qualitätsstandards, vor allem:

- Finanzielle Folgen für den Anbieter (zusätzlicher Ressourcenbedarf) als auch auf der Kundenseite,
- Gefahr einer Nivellierung innerhalb der GG und damit einhergehend eine Einschränkung des Verpflegungsangebots,
- «Soft Factors» seien (in der GG) nicht standardisierbar.

Auf keinen Fall möchte man neue verbindliche Verordnungen (Gesetze). Die Notwendigkeit eines Qualitätssiegels wird uneinheitlich beantwortet. Grundsätzlich ist man sich aber einig, dass die Umsetzung verlässlich kontrolliert werden muss, beispielsweise durch staatliche/kantonale Einrichtungen. Für die Umsetzung wurden als wichtig erachtet: Kommunikation und Information (via Internet), individuelle Beratung durch die Verantwortlichen der Qualitätsstandards; Schulung und Weiterbildung von Fachkräften; bevölkerungsweite Sensibilisierung. Der Gast sollte durch mehr Transparenz und Kommunikation wieder mehr Nähe zum Thema Ernährung gewinnen.

Die von Endkonsumenten in den Fokusgruppen erarbeiteten Vorschläge für eine ideale gesundheitsfördernde GG deckten sich stark mit der Kriterienliste der Schweizer Qualitätsstandards für eine gesundheitsför-



dernde GG sowie den Traktandenlisten zahlreicher in dieser Untersuchung berücksichtigten GG-Unternehmen. Die Kriterienliste der Qualitätsstandards erwies sich somit als realistisch für die Praxis. Dabei reagierten die befragten Endkonsumenten sehr ähnlich auf das vorgelegte Informationsfaltblatt zu den Schweizer Qualitätsstandards wie die Anbieter und Zulieferer auf das betreffende Fact Sheet.

Aus Sicht der Anbieter und Zulieferer wird sich die GG in Zukunft vornehmlich in drei Richtungen entwickeln. Erstens wird es Anbieter geben, die dynamisch bleiben, den Gesundheitstrends folgen, frisch und selber kochen, ihr Angebot sehr gut planen und das Ambiente optimieren – im Prinzip entsprechend den Qualitätsstandards. Zweitens wird es Anbieter geben, die statisch bleiben und ihre Gewohnheiten weiterhin praktizieren werden. Drittens wird es Anbieter geben, die vor allem Convenience anbieten werden – weil es praktisch und schnell ist und dafür keine Fachleute benötigt werden.

Das grösste Optimierungspotenzial für die GG liegt gemäss aller befragten Zielgruppen in der Neu-/ Umgestaltung der Räumlichkeiten, die offenbar in sehr vielen Betriebsrestaurants und Mensen veraltetet, zu klein, laut und dunkel sind. Vor allem die Arbeitnehmer brauchen über Mittag einen Ort, um sich zu erholen und das Essen geniessen zu können. Da in der GG jeden Tag dieselben Leute am selben Ort essen, braucht es dynamische, offene und flexible Betriebe, die stets Verbesserungen anvisieren. Gemäss den Befragten wird eine derart offene und kundennahe Einstellung von den Endkonsumenten durchaus wahrgenommen und honoriert.

Das grösste Potenzial, um die Endkonsumenten für eine gesündere Ernährung zu motivieren, liegt nicht zuletzt in einem günstigeren Preis für gesündere Speisen. Es gilt also die Konsumenten durch preislich attraktive und gleichzeitig gesunde, schmackhafte sowie schön präsentierte Gerichte zu überzeugen, dass gesund nicht mit teuer und meist geschmacklos gleichzusetzen ist.

4 Diskussion

Die lösungsorientierte, praxisnahe Strategie der Good Practice (s. Kapitel 2.4) hat sich bewährt, um einen auf Freiwilligkeit beruhenden, kontinuierlichen Qualitätsverbesserungsprozess in der Schweizer GG einzuleiten. Ausgehend von der Entwicklung und Bereitstellung eines umfassenden Kriterienkatalogs für die Schweizer GG, wurden die Forschungsfragen mit einer Situationsanalyse, der Erfassung und Beurteilung gesundheitsfördernder Aktivitäten in der GG (Online Befragung) und einer qualitativen Stakeholder Befragung beantwortet. Im Folgenden werden methodische wie inhaltliche Aspekte aufgegriffen. Soweit zutreffend, wird auf Diskrepanzen innerhalb oder zwischen den Aussagen der Verpflegungsanbieter, Produzenten/Lieferanten und Konsumenten in Hinblick auf die Umsetzung der Qualitätsstandards eingegangen. Es ist zu beachten, dass die Befragungsteilnehmer (Endanbieter, Produzenten/Lieferanten und Endkonsumenten) nicht unbedingt denselben GG-Betrieben zuzuordnen sind.

Die Beteiligung an der Online Befragung ist in Hinblick auf den kurzen Befragungszeitraum von sieben (deutsch) resp. drei Monaten (französisch) und das geltende Prinzip der Freiwilligkeit (nichtzufällige Schneeballstichprobe) zufriedenstellend. Die Besucherstatistik der Internetplattform (s. Kapitel 3.2.1) sowie direkte Anfragen bei der Projektleitung zeigten eine kontinuierliche Nutzung der Internetplattform als Informationsmedium und speziell der Qualitätsstandards für die betriebsinterne Qualitätsplanung durch Personen aus der GG und Gesundheitsförderung. Auch die qualitative Stakeholder Befragung bestätigte ein grundlegendes Interesse an der Thematik der Gesundheitsförderung durch Ernährung. Die betroffenen Akteure müssen jedoch individuell abgeholt und überzeugt werden, dass ihre Beteiligung an der Online Befragung die Grundlagen für die Umsetzung der Qualitätsstandards in der Branche liefert. Es bestehen offensichtlich eine gewisse Skepsis oder auch Ängste der GG-Betriebe sowie Produzenten und Lieferanten an den Qualitätsstandards gemessen zu werden und sich der Kritik aus dem Unternehmens- oder Kundenumfeld auszusetzen, aber auch einen zusätzlichen Aufwand mit deren Umsetzung zu riskieren. Die geringe Bereitschaft der GG-



Betriebe das kostenfrei zur Verteilung angebotene Informationsfaltblatt an ihre Gäste abzugeben könnte sich so erklären.

Die Online Befragung ist mit zwei Fragebogen für die GG-Betriebe und Produzenten und Lieferanten sehr umfangreich. Es müssen jedoch nicht beide Fragebogen ausgefüllt werden und dank der passwortgeschützten Registrierung kann der Dateneingabeprozess über mehrere Tage bis Wochen verteilt werden. Die Auswertung von Fragebogen 1 zeigte Optimierungspotenzial auf der technischen und gestalterischen Umsetzungsebene. So gilt es sicherzustellen, dass die Befragung vom Teilnehmenden als beendet deklariert wird. Einzelne offene Fragen können aufgrund der Datensammlung und -gruppierung (Auswertungskategorien) neu als geschlossene Fragen gestaltet werden und die Anordnung einzelner Fragen kann verbessert werden. Besonders kritisch erwies sich die Frage für Verpflegungsendanbieter zur Angabe der GG-Haupt- und Nebenbereiche (Business, Care, Education). Entgegen der Aussage der an der Fragebogenentwicklung beteiligten Branchenmitglieder, war es den meisten Betrieben nicht möglich sich einzuordnen, was die Datenauswertung nach Vergleichsebenen erschwerte.

Fragebogen 2 wurde nur von wenigen der qualifizierten Betriebe ausgefüllt. Es wird erwartet, dass mit der Präsentation der ersten Beispiele guter Praxis (Herbst 2010) auf der Internetplattform www.gp-gemgastro.ch weitere Betriebe motiviert sind, sich ebenfalls an diesem Teil der Good Practice Strategie, der Projekterfassung, zu beteiligen. Mit der Entwicklung des mehrstufigen, stark strukturierten Beurteilungsverfahrens wurde versucht, eine möglichst objektive und faire Beurteilung der eingereichten Projekte zu erlauben. Nach Durchführung von mindestens 10 Beurteilungen muss das Verfahren und der Auswertungsmodus mit den Juroren evaluiert werden. Durch die parallele Beurteilung mehrerer Projekte im selben Zeitraum besteht eine Gefahr der Bias durch direkte Vergleiche ohne genügende Berücksichtigung der jeweiligen betrieblichen Gegebenheiten. Zu evaluieren ist weiterhin die Definition der akzeptablen Diskrepanz zwischen Einzelbewertungen, die aufgrund der einflussenden Subjektivität nie auszuschliessen ist. Schwierig erwies sich die Festlegung und Einhaltung der Beurteilungszeiten pro Projekt durch die ehrenamtlich tätigen Juroren. Der Modus muss in Absprache mit der Jury und auf Grundlage der ersten Erfahrungswerte eventuell angepasst werden.

Von vereinzelt Betrieben wurden in individuellen Gesprächen mit der Projektleitung Aufwand und Ertrag der Teilnahme an der Online Befragung, speziell der Projekterfassung thematisiert. Der Ertrag wird in der Regel auf rein individueller Ebene und nicht in Hinblick auf einen Beitrag zur bevölkerungsweiten Gesundheitsförderung gewertet. Weiterhin wurde Zurückhaltung laut, seine Projektarbeit offenzulegen, das heisst Investitionen zur Nutzung durch andere in der Branche zur Verfügung zu stellen. Auch in dieser Hinsicht ist weitere Informations- und Überzeugungsarbeit notwendig, welche sich auf die in der Stakholder Befragung als wesentlich aufgeworfenen Fragen der geteilten Verantwortung für eine gesundheitsfördernde Ernährung und die notwendige Imagepflege der GG berufen kann.

Grundsätzlich zeigte sich, dass vielen der befragten Betriebe keine spezifischen Ressourcen für gesundheitsfördernde Projekte zur Verfügung stehen (s. Tabelle 18, S. 40). Die dennoch durchgeführten Aktivitäten wurden demnach aus Eigeninitiative und im Rahmen der bestehenden, oft knappen Ressourcen realisiert. Im Einklang dazu steht die Beobachtung, dass die soweit zur Beurteilung eingereichten Projekte vielfach beschränkt dokumentiert sind (s. Kapitel 3.2.3). Auf Konsumentenseite wurde (Online Befragung) eindeutig der Wunsch nach gesundheitsfördernden Aktivitäten in der GG geäußert. Auch die Fokusgruppen äusserten Bedarf nach praktischer, gelebter Ernährungsaufklärung und kamen zum Schluss, dass sie sich durch preislich attraktive und gleichzeitig gesunde, schmackhafte sowie schön präsentierte Gerichte am ehesten zu einer Verhaltensänderung motivieren könnten. Diesbezüglich kommt dem Thema einer Subvention von Spezialangeboten besondere Bedeutung zu, welche eine gute Verankerung der Gesundheitsförderung in der Unternehmensphilosophie voraussetzt (s. unten).

Ein Viertel der befragten Konsumenten berichteten in der Online Befragung von Aktivitäten in ihren GG-Betrieben, was die Hypothese bestätigt, dass sich bereits einige GG-Betriebe engagieren. Andererseits wusste ein Drittel der Befragungsteilnehmer nicht, ob Aktivitäten in ihrem GG-Betrieb stattgefunden haben.



Es ist unklar, ob dies auf Desinteresse, mangelndes Verständnis über gesundheitsfördernde Massnahmen, oder ungeeignete Kommunikationsmittel im Rahmen der Aktivitäten zurückzuführen ist. Die Anzahl an Betrieben, die erst noch für ein derartiges Engagement zu gewinnen sind ist aber generell nicht zu unterschätzen. Ein wesentlicher Aspekt ist dabei die Verankerung von Gesundheitsförderung durch Ernährung (und Bewegung) im Unternehmensleitbild, wie es für GG-Betriebe im Erziehungs- sowie Gesundheits- und Sozialbereich bereits häufig der Fall ist (s. Abbildung 12, S. 39). So unterstrichen die Experten als wesentliche Grundlage für die erfolgreiche Umsetzung der Qualitätsstandards, dass alle Unternehmens- und GG-Betriebsstufen hinter einem betrieblichen Gesundheitskonzept stehen müssen. Gleiches gilt für Produzenten und Lieferanten, die mit Ihrem Sortiment einen wesentlichen Beitrag zur ausgewogenen Ernährung in der GG leisten und ihre Kunden (GG-Betriebe und deren Gäste) darüber angemessen informieren müssen. Kernelement in diesem Austausch zwischen Verpflegungsendanbieter und Produzenten/Lieferanten sind Leistungsverzeichnisse resp. Spezifikationen, für welche es auf beiden Seiten in Hinblick auf eine bessere Qualitätskontrolle in der GG deutlichen Entwicklungsbedarf gibt (s. Tabelle 20, S. 41 und S. 42). Diese und weitere für die Umsetzung der Qualitätsstandards als wichtig kommunizierte Aspekte (s. S. 51) werden bei der Fortsetzung des Projekts einfließen.

Die Umsetzung der Qualitätsstandards setzt eine korrekte Einschätzung der Situation in der GG voraus, dies auf Grundlage der im ersten Teil der Online Befragung erhobenen Daten. Grundsätzlich zeigte sich das klassische Bild in Bezug auf die Bewirtschaftungsformen der GG-Betriebe (s. Abbildung 8, S. 32). Die Personalgastronomie wird mehrheitlich in Fremdregie, Spital- und Heimküchen hingegen vollumfänglich und die Schulgastronomie mehrheitlich in Eigenregie geführt. Der aufgrund der undifferenzierten Zuordnung des Hauptbereichs definierte „Mehrfachbereich“ könnte auf die Teilnahme von Cateringunternehmen an der Befragung zurückzuführen sein, die einerseits Restaurants in verschiedenen Bereichen führen und aus ihrer Sicht dies in Eigenregie tun. Die Aufforderung an die Cateringunternehmen, ihre Einzelbetriebe zur Teilnahme an der Befragung aufzurufen wurde teilweise nachgekommen, wobei auch das Auftrag gebende Unternehmen mit der Teilnahme einverstanden sein muss.

In Hinblick auf die sich an der Befragung beteiligten GG-Betriebe war die Beteiligung von Betrieben aus dem Erziehungsbereich, speziell Kleinkinderbereich nicht unerwartet gering. Vor allem in der Deutschschweiz fehlen hier entsprechende Strukturen und die Befragungsteilnahme aus der französischen Schweiz war generell noch gering. Im Hinblick auf Aussagen von Experten zum Erfolg des Fourchette Verte-Konzepts in der Westschweiz, speziell im Kleinkinderbereich, wäre jedoch eine höhere Teilnahme erwartet worden, unter anderem, da die Stiftung Fourchette Verte (Advisory Board Mitglied) dazu aufgerufen hatte.

Eine kompetente Umsetzung der Qualitätsstandards in einem Betrieb setzt entsprechendes Fachwissen seitens der Mitarbeiter voraus. Es zeigte sich, dass speziell im Projektmanagement weniger häufig Weiterbildungen besucht wurden (s. Tabelle 11, S. 34 und S. 49). Dies könnte ein Hinweis darauf sein, warum zum einen wenig Projekte im Rahmen der Online Umfrage eingereicht wurden, aber auch warum die eingereichten Projektdokumentationen qualitativ stark variierten.

Die Betrachtung verschiedener Aspekte des Verpflegungsangebots zeigte Entwicklungsbedarf auf. Die von mehrheitlich grossen Betrieben bei der Speiseplanung berücksichtigten sehr allgemeingültigen Empfehlungen sind letztendlich grobe Rahmenvorgaben für die Umsetzung spezifischer Empfehlungen, wie jener der Fachgesellschaften (s. Tabelle 12, S. 34). Es ist deshalb abzuklären, inwieweit konkreter Bedarf an einer fachlichen Beratung besteht beziehungsweise ob die Befragungsteilnehmer sich nicht bewusst waren, welche Empfehlungen genau umgesetzt werden. Auf Seiten der Konsumenten sind zumindest die SGE-Lebensmittelpyramide und die Kampagne 5 am Tag sehr bekannt (s. Abbildung 15, S. 45). Das heisst, die GG-Betriebe könnten hierauf im Rahmen von gesundheitsfördernden Aktivitäten Bezug nehmen und mit den Gästen kommunizieren. Die SGE könnte zudem die GG vermehrt für breitenwirksame Informationsstreuung und Aufklärung unter dem Aspekt der betrieblichen Gesundheitsförderung nutzen und unterstützen. Die Herausforderung besteht jedoch darin, wie die Experten- und Gruppengespräche zeigten, die theoretischen Inhalte in Informationen zum Anfassen umzusetzen.



In Bezug auf das tägliche Lebensmittelangebot wurde eine Positivliste aus den Qualitätsstandards abgefragt. Das von den befragten Verpflegungsanbietern und Konsumenten gelieferte Bild war sehr ähnlich (s. Tabelle 13, S. 35 und Tabelle 22, S. 45). Eine Interpretation der Daten für die Lebensmittelgruppe der teilentrahmten Milchprodukte erwies sich als schwierig, da unklar bleibt, ob alternativ nur vollfette oder gar keine Milchprodukte im Angebot sind. Nüsse/Samen und Vollkornbrot sind seltener im Angebot, was preislich bedingt sein dürfte. Allerdings wird für Vollkornbrot auf Grundlage der Konsumentenbefragung das in den Qualitätsstandard definierte Muss praktisch erfüllt. Auffallend ist die Diskrepanz in Hinblick auf die Abgabe von kostenfreiem Trinkwasser. Knapp 10% der befragten Verpflegungsanbieter, aber 40% der Konsumenten berichteten, dass Trinkwasser kostenpflichtig abgegeben wird. Da sie vermutlich verschiedene GG-Betriebe repräsentieren, kann dies möglich sein, andererseits ist denkbar, dass Konsumenten nicht immer das ganze Angebot wahrnehmen.

Standardisierte Rezepturen kommen in den meisten Betrieben nur teilweise zur Anwendung, was das kreative Arbeiten von Köchen unterstreicht (s. Abbildung 9, S. 35). Besonders kleine Betriebe arbeiten ohne standardisierte Rezepturen, was mit dem zahlenmässig geringeren Personal zusammenhängen könnte, das zu koordinieren ist. Andererseits ist der Aufwand der Rezepturerfassung und -verwaltung für einen kleinen Betrieb anteilmässig grösser. Die mehrheitlich in Fremdregie geführten Business-Betriebe richten sich hingegen typischerweise an standardisierte Vorgaben von ihren grossen Cateringunternehmen und im Bereich Care dürfte die Verwendung standardisierter Rezepturen auch ein Hinweis auf eine patienten-/bedarfsgerechte Ernährung (Diäten) sein.

In Hinblick auf die Kommunikation zwischen Verpflegungsanbieter und Konsumenten zeigten sich einige Ähnlichkeiten aber auch Diskrepanzen. Vergleicht man die wichtigsten Faktoren bei der Speiseplangestaltung der GG-Betriebe (s. Abbildung 10, S. 36) mit den für die Konsumenten wichtigsten Faktoren bei der Speisenauswahl (s. Abbildung 16, S. 46) fällt dringender Abstimmungsbedarf in Bezug auf den Faktor Geschmack auf. Dieser ist für die Konsumenten der wichtigste Faktor, wird aber von den Endanbietern erst an siebter Stelle berücksichtigt. Was der GG-Betrieb unter gesundheitlichen Aspekten an vierter Stelle einstuft, dürfte sich seitens Konsumenten - beziehen wir die Aussagen aus den Fokusgruppen mit in die Betrachtung ein - in den Aspekten einer frischen Zubereitung vor Ort, dem Kalorien- und Nährstoffgehalt ausdrücken. Die Verwendung von Bio und Fairtrade Produkten war für beide Gruppen von untergeordneter Bedeutung. Vermutlich mehrheitlich aus Kostengründen, wie die Aussagen von Experten aus GG-Betrieben und seitens Zulieferer schliessen lassen. Sie verbinden mit diesen Produkten einen erhöhten Gesundheitswert, was aus wissenschaftlicher Sicht nicht bewiesen ist, müssen sie aber teuer einkaufen und absetzen. Richtigerweise interpretieren sie die mangelnde Nachfrage nach Menüs mit Bioprodukten als ein Desinteresse seitens Konsumenten, welches aber durchaus auch finanziell bedingt sein könnte. In Hinblick auf den Preis zeigte sich bei der Konsumentenbefragung, dass 15% der Konsumenten den in der GG für ein Menü bezahlten Preis offensichtlich nicht bewusst wahrnehmen und somit keine Auskunft darüber geben können. Für sie ist der Preis möglicherweise von untergeordneter Wichtigkeit und sie wären bei entsprechender Überzeugung bereit, für ein „gesundes Tagesmenü“ mehr zu zahlen. Die von den GG-Betrieben und den Konsumenten angegebene mittlere Preisspanne für ein Tagesmenü war vergleichbar im Bereich von ca. 9 bis 12 CHF.

In Hinblick auf Angaben auf dem Speiseplan zeigte sich, dass die Konsumenten vor allem an den Lebensmitteln im Angebot, dem was auf dem Teller ist, interessiert sind, weniger an spezifischen Angaben zu Nährstoffen (s. S. 46). Generell wünscht man sich mehr Transparenz bei der Deklaration der Fleischherkunft und von Allergenen und Zusatzstoffen, das heisst eine bessere Sichtbarmachung. Dies sollten die Verpflegungsanbieter, im Sinne der lebensmittelbasierten Qualitätsstandards berücksichtigen. Sie gaben zwar an die Wünsche der Gäste bei der Speiseplangestaltung ernst zu nehmen, vor allem in kleinen Betrieben (s. Abbildungen 10 und 11, S. 36), aber in mittleren und grossen Betrieben sind die Konsumenten seltener im Verpflegungs- oder Ernährungsbeirat vertreten und können so nicht den notwendigen Beitrag zum Ernährungskonzept liefern (s. Tabelle 15, S. 38). Auf Konsumentenseite wussten andererseits 55% nicht, ob es einen derartigen Beirat gibt und weitere 20% wussten nicht, wie ein bestehender Beirat zusammengesetzt ist (s. S.



47). Dies könnte auf ein fehlendes Interesse oder fehlende Kenntnis für eine Mitarbeit/Engagement zurückzuführen sein. Beides Gründe, die Sensibilisierung der Konsumenten für eine gesundheitsfördernde GG voranzutreiben. In dieser Hinsicht sind die GG-Betriebe auch gefordert noch systematischer Rückmeldungen bei den Konsumenten abzuholen, zu dokumentieren und vor allem auch darauf zu reagieren (s. Tabellen 16 und 17, S. 38/39 und S. 47). Eine intensive Feedbackkultur wird wesentlich zur Zufriedenheit der Kunden und zur Qualitätssteigerung beitragen, allerdings auch mehr Ressourcen beanspruchen. Dies wurde auch abschliessend von den Experten unterstrichen, denn dynamische, offene und flexible Betriebe, die stets Verbesserungen anvisieren werden von den Endkonsumenten wahrgenommen und honoriert.

5 Schlussfolgerung

Die Schweizer Qualitätsstandards wurden in einem interaktiven Ansatz mit verschiedenen Stakeholdern und somit unter Einbezug der Praxis entwickelt. Gestützt auf eine Problemanalyse und unter Berücksichtigung geltender wissenschaftlicher Erkenntnisse wurde ein Instrument geschaffen, welches der Praxis den Weg zu gesunden Verhältnissen (gesunde Organisationen) weist und den in der GG anzutreffenden Personengruppen die Anforderungen an ihr Verhalten aufzeigt (kompetente Personen). Das Ziel einer gesundheitsfördernden GG im Auge, heisst es die Strategie der Good Practice konsequent weiterzuverfolgen. Die Ernährungswissenschaftlerinnen und Praktiker der BFH und SGE setzen gemeinsam mit Akteuren der GG und begleitet durch das Advisory Board (s. Kapitel 2.2) die Arbeit im Rahmen eines durch das BAG und die SV Stiftung finanzierten Nachfolgeprojekts fort (s. <http://www.bfh.ch/forschung/projekt Datenbank.html>). Nach der erfolgreichen, grundlegenden Sensibilisierung und Bestandsaufnahme befasst sich das Projekt „Gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie: Systemische Umsetzung und kontinuierliche Erfolgskontrolle der Qualitätsstandards“ mit der konkreten Massnahmenplanung und Umsetzung der Schweizer Qualitätsstandards in GG-Betrieben beziehungsweise in den ihnen übergeordneten Unternehmen/Institutionen. In Zusammenarbeit mit Pionierbetrieben soll ein dialogisches Methodenmodell entwickelt werden, mit welchem Unternehmen und ihre GG-Betriebe Massnahmen zur Umsetzung der Schweizer Qualitätsstandards erarbeiten können. Die Pionierbetriebe sollen anschliessend bei der Realisierung des individuellen Massnahmenkatalogs begleitet werden. Dieser Prozess soll im Rahmen der BAG Initiative action santé erfolgen. Auf diese Weise wird ein praxistaugliches Dienstleistungssystem zur Umsetzung der Schweizer Qualitätsstandards aufgebaut und getestet. Zudem wird der Bekanntheitsgrad der Schweizer Qualitätsstandards ein Jahr nach deren Bereitstellung geprüft, um auf dieser Grundlage die Öffentlichkeitsarbeit für eine gesundheitsfördernde GG gezielt zu gestalten. Schrittweise werden so den Konsumentinnen und Konsumenten Ernährungsverhältnisse geboten, welche die Optimierung ihres Lebensstils unterstützen. Gleichzeitig kann ihnen vermehrte Eigenverantwortung für ihr Gesundheits- und Ernährungsverhalten übertragen werden.

Die gewonnenen Erkenntnisse fliessen in den Aufbau eines Monitorings ein, welches eine regelmässige Evaluation der Aktivitäten in der Branche gewährleisten soll.



6 Literaturverzeichnis

1. Bundesamt für Gesundheit. Nationales Programm Ernährung und Bewegung 2008 - 2012 (NPEB 2008-2012). Bern: Bundesamt für Gesundheit; 2008.
2. World Health Organisation. WHO Global Strategy on Diet, Physical Activity and Health. Geneva: World Health Organisation; 2004; Available from: <http://www.who.int/dietphysicalactivity/en> [access date 02.08.2010].
3. Bundesministerium für Ernährung Landwirtschaft und Verbraucherschutz der Bundesrepublik Deutschland. Die Badenweiler Erklärung. Memorandum der Konferenz "Gesundheitliche Prävention. Ernährung und Bewegung - Schlüssel zu mehr Lebensqualität". Berlin: BMELV; 2007; Available from: http://www.bmelv.de/cln_182/sid_BD7D942F1D704EBB6AA95A89152A5F21/SharedDocs/Standardartikel/Ernaehrung/GesundeErnaehrung/MemorandumPraevention.html [access date 25.06.2010].
4. Bundesamt für Statistik. Prognosen der Kosten des Gesundheitswesens. Methoden und Ergebnisse. BFS Aktuell, 14 Gesundheit. Mai 2007.
5. Bundesamt für Statistik. Kosten und Finanzierung des Gesundheitswesens 2007. Kräftiges Wachstum der Gesundheitskosten. Medienmitteilung. März 2009;14 Gesundheit (Nr. 0350-0903-30).
6. Straub M, Hartwig J. Frühjahrsprognose der schweizerischen Gesundheitsausgaben 2008-2010. KOF Studie No 4. Zürich: KOF Swiss Economic Institute, ETHZurich; 2009.
7. Beer-Borst S, Haas K, Schader Ö, Siegenthaler S, Reinert R, Mühlemann P. Nutritional quality in communal catering: a public health issue. Report prepared on behalf of the Federal Office of Public Health and Bern University of Applied Sciences. Bern University of Applied Sciences, Section of Health; Bern, Switzerland; 21. June 2009.
8. Kleibel V, Mayer H. Beurteilung von Websites. In: Kleibel V, Mayer H. (ed.). Literaturrecherche für Gesundheitsberufe. Wien: Facultas Universitätsverlag; 2005. S. 85-97.
9. Kommission der Europäischen Gemeinschaft. eEurope 2002: Qualitätskriterien für Websites im Gesundheitswesen. Mitteilung der Kommission an den Rat, das europäische Parlament, den Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen. Brüssel: 2002. http://ec.europa.eu/information_society/eeurope/ehealth/doc/communication_acte_de_fin.pdf [access date 19.07.2010]
10. Hoberg F, Stegers F. Aufbau einer Website: Wie sieht eine gute Website aus? Marl: Adolf Grimme Institut; Available from: http://www.grimme-institut.de/html/fileadmin/user_upload/pdf/zukunft-gewinnt.pdf [access date 19.07.2010].
11. Bucher S. Internet-Tutorial: Konzept einer Website. Zürich; Available from: <http://www.stefanbucher.net/tutorial/> [access date 19.07.2010].
12. Tecklenburg M, Beer-Borst S. Gute Praxis in der gesundheitsfördernden Gemeinschaftsgastronomie. Bern: Berner Fachhochschule, Fachbereich Gesundheit; 02.09.2009; Available from: http://www.gp-gemgastro.ch/fileadmin/user_upload/downloads_de/Good_Practice_090914.PDF [access date 30.07.2010].
13. Tecklenburg M, Beer-Borst S. Der Qualitätsbegriff in der gesundheitsfördernden Gemeinschaftsgastronomie. Bern: Berner Fachhochschule, Fachbereich Gesundheit; 02.09.2009; Available from: http://www.gp-gemgastro.ch/fileadmin/user_upload/downloads_de/Qualitaetsverstaendnis_090914.PDF [access date 30.07.2010].
14. Gesundheitsförderung Schweiz. Qualitätskriterien für Projekte. Bern: Gesundheitsförderung Schweiz; 5.0 / 30.11.2007; [Available from: http://www.quint-essenz.ch/de/files/Qualitaetskriterien_50.pdf [access date 02.08.2010].
15. Forschungsgruppe "Good Practice - Gemeinschaftsgastronomie". Begriffserläuterung "Projekt". Bern: Berner Fachhochschule, Fachbereich Gesundheit; 12.05.2010; Available from: http://www.gp-gemgastro.ch/fileadmin/user_upload/downloads_de/Begriffserlaeuterung_Projekt.pdf [access date 30.07.2010].
16. Forschungsgruppe "Good Practice - Gemeinschaftsgastronomie" (ed). Schweizer Qualitätsstandards für



- eine gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie. Bern: Berner Fachhochschule, Fachbereich Gesundheit; 2009.
17. Schweizer Verband für Spital- Heim- und Gemeinschaftsgastronomie. Nutzung und Bedeutung des Internets in der Spital-, Heim- und Gemeinschaftsgastronomie. SVG-Umfrage Frühjahr 2007 "Nutzung des Internet". Zofingen: SVG-Geschäftsstelle; 2007; Available from: http://www.svg.ch/upload/docs/06%20Umfragen/2007_06_Internetumfrage.pdf [access date 02.08.2010].
 18. Biotti M, Hofer S. Wandel im Gesundheitswesen. Salz & Pfeffer, Das Magazine der Gastronomie 2008;6:71-3.
 19. Pfau C. Betriebsverpflegung in Deutschland - eine Bestandsaufnahme. In: Deutsche Gesellschaft für Ernährung e.V. (DGE) (ed.). Ernährungbericht 2008. Bonn: DGE; 2008. S. 121-56.
 20. Bayerisches Staatsministerium für Umwelt und Gesundheit. Wettbewerb Essen pro Gesundheit 2007/2008 in der Außer-Haus-Verpflegung. Gut essen – mehr wissen – gesund genießen. Available from: <http://www.stmugv.bayern.de/gesundheit/giba/gewicht/progesund.htm> [access date 13.04.2009].
 21. Thorsen AV, Lassen AD, Andersen JS, Mikkelsen BE. Workforce gender, company size and corporate financial support are predictors of availability of healthy meals in Danish worksite canteens. Public Health Nutr. 2009 Nov;12(11):2068-73.
 22. Schweizer Verband für Spital- Heim- und Gemeinschaftsgastronomie. SVG-Umfrage mit hoher Beteiligung. Salz & Pfeffer Das Magazin der Gastronomie. 2010;3:64-5.
 23. Kliche T, Töppich J, Kawski S, Koch U, Lehmann H. Die Beurteilung der Struktur-, Konzept- und Prozessqualität von Prävention und Gesundheitsförderung. Bundesgesundheitsblatt - Gesundheitsforschung - Gesundheitsschutz. 2004;47(2):125-32.
 24. Mögerle U. Qualitätsstandards einer gesundheitsfördernden Gemeinschaftsgastronomie. Qualitative Stakeholder Befragung. Zürich: publitest - mafo concept GmbH; 2010.
 25. Forschungsgruppe "Good Practice - Gemeinschaftsgastronomie" (ed). Schweizer Qualitätsstandards in der Gemeinschaftsgastronomie - für mehr Genuss und Gesundheit! Ein Informationsblatt für Konsumenten. Bern: Berner Fachhochschule, Fachbereich Gesundheit; 2009.
 26. DGE (ed.). D-A-CH Referenzwerte für die Nährstoffzufuhr. Frankfurt am Main: Umschau Braus GmbH. 1. Auflage, 1. korrigierter Nachdruck; 2000.



7 **Stellungnahmen der Forschungspartner**

Schweizerische Gesellschaft für Ernährung SGE. Christian Ryser, Geschäftsführer

Die Schweizerische Gesellschaft für Ernährung SGE als nationale Fachinstanz für Ernährungsfragen hat sich zum Ziel gesetzt, auf der Verhaltens- aber auch der Verhältnisebene mittels wissenschaftlich fundierter und zielgruppengerechter Empfehlungen zur Förderung eines gesunden Ernährungsverhaltens beizutragen. Um dieses hochgesteckte Ziel zu erreichen, ist die SGE auf die Nutzung verschiedener Kanäle und Kooperationen angewiesen. Dazu gehören auch Unternehmen, die das Ernährungsverhalten von Konsumentinnen und Konsumenten mittels ihres Verpflegungsangebots wesentlich beeinflussen können. Im Projekt „Qualitätsstandards einer gesundheitsfördernden Gemeinschaftsgastronomie“ der Berner Fachhochschule (BFH), der Haute école de santé – Genève (HEdS) und der SGE werden alle wesentlichen Grundlagen geschaffen, auf welche die Unternehmen – vom Lieferanten bis zum Verpflegungsendanbieter – zur Optimierung des Verpflegungsangebots zurückgreifen können. Der partizipative Ansatz sowohl im Bereich Forschung als auch in der Praxis in Form des Einbezugs aller relevanten Akteure auf nationaler Ebene entspricht der grundsätzlichen Anforderung an Interventionen von Gesundheitsförderung und Prävention. Die SGE ist stolz darauf, als Fach- und Praxispartner mit Kompetenz und Engagement zusammen mit der BFH und der HEdS mitwirken zu können und ist überzeugt davon, dass das pionierhafte Projekt Masstäbe setzt, deren Anwendung die ausgewogene Ernährung vieler Menschen in der Schweiz fördern helfen.

Haute école de santé – Genève, Filière en Nutrition et diététique. Raphaël Reinert, chargé de cours HES

De nouveaux champs d'activités doivent être développés si l'on veut qu'une profession évoluée et soit reconnue par la communauté. Ces développements permettront d'offrir aux futur-e-s jeune-s diététicien-ne-s une large palette de places de travail et leur donneront la possibilité de débiter leur carrière professionnelle dans le domaine qui les intéresse et où ils/elles pourront s'épanouir. Un de ces champs d'activités est la restauration collective. De nombreux pays dont la France bénéficient de restaurants de collectivité où des diététicien-ne-s oeuvrent pour la promotion de la santé à travers l'alimentation. En Suisse, les diététicien-ne-s qui travaillent dans ce domaine sont encore rares et la reconnaissance de cette restauration doit encore évoluer.

Le projet « Standards de qualité pour une restauration collective promouvant la santé » est un projet ambitieux qui s'intéresse entre autres à la composition de l'offre alimentaire et à la communication prise dans le sens large du terme dans le milieu de la restauration collective. Les résultats de ce projet sont en faveur d'une meilleure visibilité (et une augmentation) des spécialistes de la nutrition ainsi qu'une meilleure reconnaissance, par les spécialistes de la santé publique, de la restauration collective comme étant un domaine nécessaire pour la promotion de la santé. Ce projet bénéficie d'un atout majeur : la collaboration des deux filières de formation des diététicien-ne-s. En effet, ce projet est mené de manière scientifique par les filières Nutrition et diététique et la Société Suisse de Nutrition. Cette collaboration est importante puisqu'elle permet d'offrir aux étudiant-e-s une formation adaptée au terrain et issue des dernières connaissances de la recherche. Les professionnels de la restauration collective étant partie prenante de ce projet, il est possible de connaître et relever les besoins et les particularités des professionnels de la branche afin d'adapter la formation spécifique à la restauration collective avec plus de précision et de finesse.

Cette triade, entre la formation, le terrain et la recherche a les moyens de jouer un rôle essentiel dans la planification et le développement d'une politique nutritionnelle en restauration collective. Il reste de nombreuses étapes à franchir et le développement de nouveaux champs d'activités ne se fera pas de manière immédiate. Ce projet « Standards de qualité pour une restauration collective promouvant la santé » est la base indispensable pour le développement de nouveaux domaines et de nouvelles possibilités pour la promotion de la santé.



Berner Fachhochschule, Fachbereich Gesundheit. Sigrid Beer-Borst und Karin Haas, Dozierende angewandte Forschung & Entwicklung und Studiengang Ernährung und Diätetik

Der Fachbereich Gesundheit der Berner Fachhochschule mit den Disziplinen Ernährung und Diätetik, Hebammen, Pflege und Physiotherapie verfolgt einen erweiterten Leistungsauftrag. Dieser umfasst praxisorientierte Ausbildungen auf Bachelor- und teilweise Master-Stufe, Weiterbildungen (CAS, MAS, usw.), anwendungsorientierte Forschung und Entwicklung (aF&E), Wissenstransfer und Dienstleistungen für Dritte. Die Forschung ist interdisziplinär ausgerichtet und befasst sich unter anderem schwerpunktartig mit Fragen der Gesundheitsförderung und Prävention. Mit der Praxis für die Praxis sollen gesunde Lebensräume oder Verhältnisse geschaffen und individuelle Ressourcen breitenwirksam gestärkt werden. Auf Grundlage der Definition von Gesundheit und dem Verständnis von Gesundheitsförderung in der Ottawa-Charta ist das Konzept des Setting-Ansatzes entstanden. Der alltägliche Lebensraum gilt danach als ein Ort, in dem Interventionen greifen. Ein solches Setting ist die Gemeinschaftsgastronomie, welches die aF&E Ernährung und Diätetik als Forschungsfeld seit 2007 kontinuierlich aufbaut, um eine Branche und ihre Akteure langfristig bedarf- und zielorientiert zu begleiten. Die Kooperation der Fachhochschulen Bern und Genf mit externen Fach- und Praxispartnern, wie der Schweizerischen Gesellschaft für Ernährung SGE und dem Schweizer Verband für Spital-, Heim- und Gemeinschaftsgastronomie SVG, ermöglicht überregional nachhaltige Entwicklungen auszulösen. Dabei wird auch der Aus- und Weiterbildung von Ernährungsberater/-innen FH/HF und anderen Fachkräften Beachtung geschenkt, sowie der Entwicklung und dem Angebot von Dienstleistungen. Dank der Strategie der Good Practice erlaubt das Forschungsprojekt *Qualitätsstandards einer gesundheitsfördernden Gemeinschaftsgastronomie* einer Branche über sprachliche und geographische Grenzen hinweg neue Wege zu beschreiten. Sie wird motiviert aus eigener Initiative im Sinne der Prinzipien Partizipation, Empowerment und Chancengleichheit zu handeln. Wir freuen uns, nicht zuletzt dank weiterer finanzieller Unterstützung seitens des Bundesamts für Gesundheit und neu der SV Stiftung das Vorhaben „Gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie“ weiterführen zu können.



8 Dank

Unser ganz besonderer Dank gilt den Kolleginnen und Kollegen der Forschungsgruppe und aus den Institutionen. Sie alle haben mit Ihrem grossen Engagement die erfolgreiche Realisierung dieses Projekts ermöglicht. Dem Bundesamt für Gesundheit, allen voran Frau Nadine Stoffel-Kurt und Frau Liliane Bruggmann, danken wir für das grosse Vertrauen und die gute Zusammenarbeit. Dem Schweizer Verband für Spital-, Heim- und Gemeinschaftsgastronomie (SVG) danken wir für die Unterstützung des Projekts als Branchenpartner. Den Mitgliedern des Advisory Boards sowie der Jury (s. www.gp-gemgstro.ch) sind wir für die intensive und konstruktive Zusammenarbeit sehr verbunden. Den Firmen Mediacoding GmbH, Publitest – mafo concept GmbH und PharmaLingua, Dunkel-de Raad danken wir für die Kooperation im Rahmen des Forschungsprojekts.

Kontakt Projektleitung

Frau Sigrid Beer-Borst, Dipl. Oec-troph. UNIV
Leiterin aF&E Ernährung und Diätetik

Berner Fachhochschule, Fachbereich Gesundheit
Murtenstrasse 10
3008 Bern
Email sigrid.beer@bfh.ch
Tel. +41 (0)31 848'35'86



Anhang

- A1 Liste der Veröffentlichungen 2007 bis 2010 (Fachartikel, Medienbeiträge, Präsentationen, etc.)
- A2 Schweizer Qualitätsstandards für eine gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie (deutsch)
Für französisch, siehe Projektinternetplattform www.gp-restocoll.ch , Rubrik „Téléchargements“
- A3 Checklisten (deutsch)
 - a) Verpflegungsendanbieter
 - b) Produzenten/LieferantenFür französisch, siehe Projektinternetplattform www.gp-restocoll.ch , Rubrik „Téléchargements“
- A4 Schweizer Qualitätsstandards in der Gemeinschaftsgastronomie – für mehr Genuss und Gesundheit
Ein Informationsfaltblatt für Konsumentinnen und Konsumenten und andere interessierte Kreise (deutsch)
Für französisch, siehe Projektinternetplattform www.gp-restocoll.ch , Rubrik „Téléchargements“
- A5 Fragebogen (deutsch), Version PDF
 - a) Verpflegungsendanbieter (Fragebogen 1 und 2)
 - b) Produzenten/Lieferanten (Fragebogen 1 und 2)
 - c) KonsumentenFür die Online Version, siehe Projektinternetplattform www.gp-gemgastro.ch , Navigationspunkt „Projektteilnahme >> Online Befragung“ (deutsch) bzw. www.gp-restocoll.ch , Navigationspunkt „Participation >> Enquête en ligne“ (französisch)
- A6 Auswertungskriterien (betriebliche Rahmenbedingungen) der Online Befragung für Verpflegungsendanbieter und Produzenten/Lieferanten
- A7 Beurteilungsschecklisten (deutsch), Version PDF
 - a) Verpflegungsendanbieter
 - b) Produzenten/LieferantenFür französisch, siehe Projektinternetplattform www.gp-restocoll.ch , Rubrik „Téléchargements“
- A8 Präsentation und Gratulation „Beispiel guter Praxis“ (Beurteilungsverfahren)
- A9 Leitfäden Fokusgruppen/Experteninterviews (deutsch, französisch)



Anhang 1

Liste der Veröffentlichungen 2007 bis 2010 (Fachartikel, Medienbeiträge, Präsentationen, etc.)

Qualitätsstandards für eine gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie

A1 Liste der Veröffentlichungen 2007-2010

Vorträge/Veranstaltungen/Poster				
Autoren/Herausgeber	Titel	Zeitschrift/Kongress/Veranstaltung	Monat / Jahr	Sprache
Sigrid Beer-Borst, Karin Haas, Raphael Reinert, Christian Ryser	The Good Practice concept: Chances and constraints to a health promotion strategy applied with parts of the Swiss food service industry. A field report. (Poster)	2nd World Congress of Public Health Nutrition, Porto/Portugal	September 2010	e
Karin Haas, Sigrid Beer-Borst, Meike E. Tecklenburg, Raphael Reinert, Christian Ryser	Food based quality standards for health-promoting communal catering in Switzerland. (Poster)	2nd World Congress of Public Health Nutrition, Porto/Portugal	September 2010	e
Kathrin Favero	Prévention dans les domaines de l'alimentation et de l'activité physique (Poster)	20th IUHPE World Conference on Health Promotion	Juli 2010	f
Sigrid Beer-Borst	Qualitätsstandards einer gesundheitsfördernden Gemeinschaftsgastronomie, Hintergründe und Inhalte des Forschungsprojekts (Vortrag)	Treffen BAG / GS EDK, Bern	Juli 2010	d
Angéline Chatelan, Stefan Siegenthaler	Umsetzung von Qualitätsstandards in der Gemeinschaftsgastronomie: ein Arbeitsgebiet für dipl. Ernährungsberaterinnen HF/FH. Implémentation de standards de qualité dans la restauration collective: un domaine pour les diététicien-ne-s dipl. ES/HES. (Vortrag)	Jahreskongress SVDE ASDD, 23/24. April 2010, Lausanne	April 2010	d/f
Sigrid Beer-Borst, Raphaël Reinert	La recherche, la formation et la pratique professionnelle en restauration collective. (Vortrag)	Swiss Congress für Health Professions, Fribourg	April 2010	f
Angéline Chatelan	Standards de qualité pour une restauration collective promouvant la santé. La recherche collabore avec la branche pour la branche. (Vortrag)	Seminaire Restauration Collective, HES, Genève	Februar 2010	f
Meike Tecklenburg	Qualitätsstandards einer gesundheitsfördernden Gemeinschaftsgastronomie. Forschung mit der Praxis für die Praxis. Meike Tecklenburg (Vortrag)	Fachtagung Diätköche, Bern	November 2009	d
Meike Tecklenburg, Karin Haas, Angéline Chatelan, Raphaël Reinert, Christian Ryser, Stefan Siegenthaler, Angelika Welter, Sigrid Beer-Borst	Gesundheitsförderung in der Gemeinschaftsgastronomie. Der „Good Practice“ Ansatz (Poster)	Swiss Public Health Conference, Zürich	August 2009	d
Sigrid Beer-Borst	Qualitätsstandards einer gesundheitsfördernden Gemeinschaftsgastronomie (Vortrag)	BFH, Informationsaustausch der Forschenden WGS, 25.6.2009	Juni 2009	d
Sigrid Beer-Borst	Die Gemeinschaftsgastronomie, ein ideales Setting für Prävention und Gesundheitsförderung. (Vortrag)	Hochschule Albstadt-Sigmaringen	März 2009	d
Raphaël Reinert	Standards de qualité pour une restauration collective promouvant la santé. (Vortrag)	Institut Paul Lambin, Bruxelles	März 2009	f
Karin Haas, Pascale Mühlemann, Raphaël Reinert, Stefan Siegenthaler, Özlem Schader, Sigrid Beer-Borst	Qualitätsstandards einer gesundheitsfördernden Gemeinschaftsgastronomie: Forschung mit der Praxis für die Praxis. (Poster)	XII. Dreiländertagung der SGE, DGE und ÖGE	September 2008	d
Raphaël Reinert, Sigrid Beer-Borst	Standards de qualité pour une restauration collective promouvant la santé	Gastronomia, Lausanne	November 2008	f
Sigrid Beer-Borst	Projektvorstellung: Qualitätsstandards einer gesundheitsfördernden Gemeinschaftsgastronomie (Vortrag)	BFH, Fachbereich Gesundheit, Studiengang Ernährung & Diätetik, Modul Gesundheitsförderung u. Prävention	Oktober 2008	d
Sigrid Beer-Borst	Qualitätsstandards einer gesundheitsfördernden Gemeinschaftsgastronomie. <i>Standards de qualité pour une restauration collective promouvant la santé.</i> (Vortrag)	Sitzung der Grossratsgruppe Berner Fachhochschule	September 2008	d/f
Raphaël Reinert, Sigrid Beer-Borst	Standards de qualité pour une restauration collective promouvant la santé. (Vortrag)	Ernährungsplattform des BAG, Bern	Oktober 2008	f
Karin Haas, Sigrid Beer-Borst	Lehre und Forschung an der Berner Fachhochschule. Getting fit for research: den praxisnahen Zugang zur Forschung schaffen. Doing research: Forschung praxisnah betreiben (2 Vorträge)	SVDE Jahreskongress, Basel	März 2008	d/f
Forschungsgruppe „Good Practice – Gemeinschaftsgastronomie“ (ed.)	Qualitätsstandards einer gesundheitsfördernden Gemeinschaftsgastronomie (Poster)	Erster Forschungstag der Schweizerischen Fachkonferenz Gesundheit	Juni 2008	d
Sigrid Beer-Borst	Good, better, best. Der gemeinsame Weg zu mehr Ernährungsqualität. (Vortrag)	SVG Generalversammlung, Bern	April 2008	d
Sigrid Beer-Borst	Qualitätsstandards einer gesundheitsfördernden Gemeinschaftsgastronomie (Vortrag)	Sitzung des Schulrats der Berner Fachhochschule	Januar 2008	d
Wissenschaftliche Publikationen und Berichte				
Autoren/Herausgeber	Titel	Zeitschrift/Kongress/Veranstaltung	Monat / Jahr	Sprache
Sigrid Beer-Borst, Stefan Siegenthaler	Essen zum Genusserlebnis machen: eine Herausforderung für die interprofessionelle Behandlung von Menschen mit psychischen Erkrankungen	Psych Pflege Heute 2010 (in print)	August 2010	d
Forschungsgruppe „Good Practice – Gemeinschaftsgastronomie“ (ed.)	Schweizer Qualitätsstandards in der Gemeinschaftsgastronomie		Dezember 2009	d, f
Forschungsgruppe „Good Practice – Gemeinschaftsgastronomie“ (ed.)	Schweizer Qualitätsstandards in der Gemeinschaftsgastronomie – für mehr Genuss und Gesundheit (Informationsfaltblatt für Konsument/innen und weitere Interessierte, in Deutsch und Französisch).		Dezember 2009	d, f
Sigrid Beer-Borst, Karin Haas, Özlem Schader, Stefan Siegenthaler, Raphaël Reinert, Pascale Mühlemann	Nutritional quality in communal catering: a public health issue. A State of the art report on behalf of the Federal Office of Public Health and Bern University of Applied Sciences		Juni 2009	e
Zeitschriften / Zeitungen (min ½ Seite Länge)				
Autoren/Herausgeber	Titel	Zeitschrift/Kongress/Veranstaltung	Monat / Jahr	Sprache
Angelika Wiesner	Qualitätsstandards für eine genussvolle Ernährung ausser Haus	Kf info, Nr. 38, Konsumentenforum	Juli 2010	d
Sigrid Beer-Borst, Renata Heusser	Qualitätsstandards für die Gemeinschaftsgastronomie	GastroFacts Business Magazin, Edition 1/10	März 2010	d
Sigrid Beer-Borst	Praxisorientiert forschen. Alimenta 22/2009	Alimenta	Oktober 2009	d
Sigrid Beer-Borst	Heute arbeiten nur wenige dipl. Ernährungsberater/innen in der Gemeinschaftsgastronomie. Und 2015? En 2009, quelques diététicien-ne-s travaillaient dans le domaine de la restauration collective. Et en 2015 ?	Ernährungs-Info-Nutrition/Nutrizione 5/2009	Oktober 2009	d/f
Sigrid Beer-Borst	Mitarbeitende ausgewogen verpflegen	Helsana Kundenmagazin	August 2009	d
Sigrid Beer-Borst, Meike E. Tecklenburg	Praxisnahe Standards erarbeiten. Alimenta 15/2009	Alimenta	Juli 2009	d
Meike E. Tecklenburg, Sigrid Beer-Borst	Gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie. 4/2009	Salz und Pfeffer	Juni 2009	d
Giuseppe Wüest	Fette Kost für fette Kids	Berner Zeitung	Dezember 2008	d
Angelika Wiesner	Gemeinsam essen – gesund essen	Kf info, Nr. 33, Konsumentenforum	Dezember 2008	d
Sigrid Beer-Borst	Qualitätsstandards einer gesundheitsfördernden Gemeinschaftsgastronomie. 7/2008	Salz und Pfeffer	Juni 2008	d
Sigrid Beer-Borst	Praxisorientiert forschen. Alimenta 16/2008	Alimenta	August 2008	d
Ankündigungen Print (kurzer Text)				
Autoren/Herausgeber	Titel	Zeitschrift/Kongress/Veranstaltung	Monat / Jahr	Sprache
Christian Ryser, SGE	Gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie	Tabula Nr. 2, Interna/Tabula	Juni 2010	d/f
BAG	Gesundheitsförderung in der Gemeinschaftsgastronomie	Spectra Nr. 80, BAG	Mai 2010	d/f
SVG	Projekt „Qualitätsstandards einer gesundheitsfördernden Gemeinschaftsgastronomie“	SVG, Salz & Pfeffer	April 2010	d
SVG	Im Salz & Pfeffer Nr. 1 Januar/Februar 2010. Onlinebefragung zum Thema „gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie“	SVG Aktuell (im Salz & Pfeffer)	März 2010	d
BAG	Spectra Nr. 79, Februar 2010. Umfrage zur gesundheitsfördernden Gemeinschaftsgastronomie	Spectra, BAG	Februar 2010	d
BFH, Fachbereich Gesundheit	Wie gut ist Ihre Mensa? Umfrage zur Qualität in der Gemeinschaftsgastronomie. Frequenz 11/09	Frequenz, BFH Fachbereich Gesundheit	November 2009	d
Christian Ryser, SGE	Qualitätsstandards für die Gemeinschaftsgastronomie	Tabula Nr. 2, Interna/Tabula	Juni 2009	d/f
SGE	Gesundheitsfördernde Gastronomie. Restauration collective promouvant la santé	Jahresbericht 2008	2009	d/f
SVG	Im Salz & Pfeffer Nr. 7, Oktober/November 2008	SVG Aktuell (im Salz & Pfeffer)	November 2008	d

Ankündigungen Print (kurzer Text) Fortsetzung					
Autoren/Herausgeber	Titel	Zeitschrift/Kongress/Veranstaltung	Monat / Jahr	Sprache	
Pascale Mühlemann, SGE	Internetplattform „Good Practice – Gemeinschaftsgastronomie“	Tabula Nr. 3, Interna/Tabula	September 2008	d/f	
Pascale Mühlemann, SGE	Good Practice – Gemeinschaftsgastronomie.	Tabula Nr. 2, Interna/Tabula	Juli 2008	d/f	
Pascale Mühlemann, SGE	Forschungsprojekt gestartet	Tabula Nr. 1, Interna/Tabula	März 2008	d/f	
SVG	Projekt: Qualitätsstandards einer gesundheitsfördernden Gemeinschaftsgastronomie	SVG Jahresbericht 2007 (im Salz & Pfeffer)	Februar 2008	d	
Ankündigungen Newsletter (digital)					
Autoren/Herausgeber	Titel	Zeitschrift/Kongress/Veranstaltung	Monat / Jahr	Sprache	
Compass Group	Good Practice – Schweizer Qualitätsstandards in der Gemeinschaftsgastronomie http://welcome.compass-group.ch/index.php?id=1912&L=2%2F%2Fassets%2Fsnippets%2Freflect%2Fsnippet.reflect.php%3Freflect_base	Compass Group - Newsletter	März 2010	d	
Schweizerische Gesellschaft für Ernährung	Schweizerische Qualitätsstandards für eine gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie. Standards de qualité suisses pour une restauration collective promouvant la santé. (1 A4 Seite)	SGE Newsletter für Lehrpersonen	März 2010	d/f	
Schweizerische Gesellschaft für Ernährung	Projekt „Qualitätsstandards einer gesundheitsfördernden Gemeinschaftsgastronomie“. Februar 2010 (Nr 7)	SGE Newsletter	Februar 2010	d/f	
Bundesamt für Gesundheit	Qualitätsstandards in der Gemeinschaftsgastronomie	Verbraucherschutz – Newsletter des BAG	Februar 2010	d/f	
Gesundheitsförderung Schweiz	Schweizer Qualitätsstandards für gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie	Gesundheitsförderung Schweiz, e-letter	Januar 2010	d/f	
Nutrinet.ch	Umfrage „gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie“ gestartet. Enquête „Restauration collective promouvant la santé“ démarrée.	NUTRINET – INFO Januar 2010	Januar 2010	d/f	
Konsumentenforum	Konsumentenumfrage zur Gemeinschaftsgastronomie ist gestartet	Konsumentenforum Newsletter	Dezember 2009	d	
Nutrinet.ch	Umfrage zu „Qualitätsstandards einer gesundheitsfördernden Gemeinschaftsgastronomie“. Enquête „Standards de qualité pour une restauration collective promouvant la santé“	NUTRINET – INFO Oktober 2009	Oktober 2009	d/f	
Nutrinet.ch	Forschungsprojekt „Qualitätsstandards einer gesundheitsfördernden Gemeinschaftsgastronomie“. Projet de recherche „Standards de qualité pour une restauration collective promouvant la santé“	NUTRINET – INFO Oktober 2008	Oktober 2008	d/f	
Ankündigungen/News auf www.goodpractice-gemeinschaftsgastronomie.ch / www.restauration-collective.ch					
Titel				Monat / Jahr	Sprache
Auswahl von Beispielen guter Praxis, Schweizer Qualitätsstandards – Corrigendum ; Sélection d'exemples de bonne pratique, Standards de qualité suisse - Corrigendum				Mai 2010	d/f
Beispiele guter Praxis gesucht; Exemples de bonne pratique recherchés				Mai 2010	d/f
Branchen- und Konsumentenbefragung läuft weiter!! ; L'enquête des branches et des consommateurs continue!!				April 2010	d/f
L'enquête en ligne pour la branche et les consommateurs a démarré				März 2010	f
Standards de qualité à présent en ligne				Februar 2010	f
Online Branchen- und Konsumentenbefragung gestartet				Dezember 2009	d
Schweizer Qualitätsstandards jetzt online				Dezember 2009	d
Hintergrunddokument „Qualitätsbegriff“, Hintergrunddokument „Good Practice – Gute Praxis“; Document de base « Good Practice – Bonnes Pratiques », Document de base « La notion de qualité »				September 2009	d/f
State-of-the art Bericht veröffentlicht; Rapport State-of-the art publié				Juli 2009	d/f
Bekanntmachung der Internetplattform - Bestellen Sie unseren Projektflyer; Lancement de la plateforme Internet en langue française - Commandez le flyer du projet				September 2008	d/f
Aufschaltung der Internetplattform/Internetplattform im Aufbau; mise en ligne de la plateforme Internet, Une plateforme Internet en évolution constante				September 2008	d/f
Website Links					
Autoren/Herausgeber	Titel / URL			Monat / Jahr	Sprache
Fourchette Verte	Link mit Aufruf zur Online Befragung http://www.fourchetteverte.ch/fr/articles/10			April 2010	d/f
Konsumentenforum	Link mit Aufruf zur Online Befragung http://www.konsum.ch/links/Ernaehrung_Lebensmittel.html			April 2010	d
SVG	Link Update mit Aufruf zur Online Befragung: Good Practice - Gemeinschaftsgastronomie: Online-Umfrage läuft weiter! http://www.svg.ch/index.cfm?sv=kurs&rub=132&srub=132&prub=65&id=733			April 2010	d/f
SGE	Link mit Aufruf zur Online Befragung http://www.sge-ssn.ch/fuer-experteninnen/projekt-qualitaetsstandards-einer-gesundheitsfoerdernden-gemeinschaftsgastronomie.html			Januar .2010	d/f
ETH Zürich	Umfrage „gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie“. http://www.gastro.ethz.ch/ernaehrung/Gesundheit			Januar 2010	d
BFH Website	Berner Fachhochschule will Gemeinschaftsgastronomie gesünder machen. Link Aufruf zur Online Befragung auf www.bfh.ch			Januar 2010	d
Swiss Congress für Health Professions - 21.-22. April 2010	Link mit Aufruf zur Online Befragung			Januar 2010	d/f
Suisse Balance	http://www.suissebalance.ch/logicio/pmws/indexDOM.php?client_id=suissebalance&page_id=home&lang_iso639=de			Dezember 2009	d/f
BFH, Fachbereich Gesundheit	Unter Aktuelles: Umfrage zur Qualität in der Gemeinschaftsgastronomie			Januar 2010	d
Pistor, Bäcker-Konditor-Gastro-Service	www.pistor.ch			Oktober 2008	d
Hotel- und Gastro formation	(www.hotelgastro.ch -> Links ->) http://www.hotelgastro.ch/links.cfm?ID_n=235&haupt=235&language=1			Oktober 2008	d
Hotel- und Gastro Union (Arbeitnehmerverband)	http://www.hotelgastrounion.ch/hotelgastrounion/d/ausbildung/berufsbildungspolitik.php - http://www.hotelgastrounion.ch/hotelgastrounion/d/index.php			Oktober 2008	d
Gastro Suisse (Arbeitgeberverband)	http://www.gastroprofessional.ch			Oktober 2008	d
SGE	Link auf die Internetplattform des Projekts (mit kurzem Einleitungstext)			September 2008	d/f
SVG	Link auf die Internetplattform des Projekts (mit kurzem Einleitungstext)			September 2008	d/f
Suisse Balance	Link auf die Internetplattform des Projekts (www.suissebalance.ch unter Links)			Oktober 2008	d/f
Mailings / Postversand					
Autoren/Herausgeber	Beschreibung			Monat / Jahr	Sprache
SVG-Geschäftsstelle	Aktuelles aus der SVG-Geschäftsstelle: Aufruf zur Online Befragung, e-mail Versand an SVG-Mitglieder			April 2010	d
Stéphane Montangero	e-mailing Fourchette Verte Verantwortliche / Kanton (St. Montanguero, FV)			April 2010	f
Forschungsgruppe „Good Practice – Gemeinschaftsgastronomie“ (ed.)	Postalischer Versand an die Geschäftsleitung der Schweizer Caterer			April 2010	d/f
Forschungsgruppe „Good Practice – Gemeinschaftsgastronomie“ (ed.)	Postalischer Versand an Verpflegungsanbieter ganze Schweiz: Brief inkl. 10 Informationsfaltblätter für Konsumenten (insgesamt 7341 Adressaten)			März/April 2010	d/f/i
Forschungsgruppe „Good Practice – Gemeinschaftsgastronomie“ (ed.)	Postalischer Versand an Produzenten und Lieferanten ganze Schweiz. Brief inkl. 1 Projektflyer (insgesamt 2235 Adressaten)			März/April 2010	d/f/i
Leitung Departement WGS der BFH (Dr. Th. Hodel)	Brief an die Departementsleitungen der Berner Fachhochschule. Bekanntmachung des Projekts und Aufruf zur Online Befragung.			Februar 2010	d
Forschungsgruppe „Good Practice – Gemeinschaftsgastronomie“ (ed.)	Postalischer Versand an gruppierte Adressen wie z.B. an alle SVG-Mitglieder (gekoppelt mit medialer Ankündigung in der SVG-Aktuell)			Oktober 2008	d
Informationsfaltblatt für Konsumenten (Zusätzlich zu Postversand, siehe oben)					
Autoren/Herausgeber	Beschreibung	Zeitschrift/Kongress/Veranstaltung	Monat / Jahr	Sprache	
SGE	Beilage 11'000 Exemplare der Konsumenteninfos im Tabula vom März 2010	SGE – Tabula Beilage	März 2010	d/f	
SGE	Verteilung an SGE Mitglieder und Vorstand (40 Exemplare)	SGE Mitgliederversammlung	Frühjahr 2010	d/f	
Nennungen des Projekts/ Verweise auf das Projekt bzw. „Schweizer Qualitätsstandards für eine gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie“					
Autoren/Herausgeber	Beschreibung	Zeitschrift/Kongress/Veranstaltung	Monat / Jahr	Sprache	
Inselspital Bern	Projektflyer „vitality 4 lunch“ - Gesundheitswochen		Mai 2010	d	
Marc Benedetti	Nennung des Forschungsprojekts.	EXpresso. Die meist gelesene Branchenzeitschrift.	Januar 2009	d	



Anhang 2

Schweizer Qualitätsstandards für eine gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie (deutsch)

Für französisch, siehe Projektinternetplattform www.gp-restocoll.ch , Rubrik „Téléchargements“



bonne pratique

good practice

Schweizer Qualitätsstandards für eine gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie



Berner Fachhochschule
Gesundheit



SGE Schweizerische Gesellschaft für Ernährung
SSN Société Suisse de Nutrition
SSN Società Svizzera di Nutrizione

Hes·SO GENÈVE
Haute Ecole Spécialisée
de Suisse occidentale
Haute école de santé

1 Hintergrund und Zielsetzung	4
2 Rahmenbedingungen	6
2.1 Die Verpflegungsteilnehmenden der Gemeinschaftsgastronomie	6
2.2 Gesundheitsförderung als Teil der Unternehmensphilosophie	6
2.3 Mitarbeitende im Gemeinschaftsgastronomiebetrieb	8
2.3.1 Schulung und Weiterbildung	8
2.3.2 Schnittstellenmanagement	9
2.4 Rechtliche Bestimmungen	10
3 Gestaltung des Verpflegungsangebots	12
3.1 Lebensmittelbasierte Standards	12
3.1.1 Einsatz von Lebensmitteln nach Lebensmittelgruppen	13
3.1.2 Portionsgrößen	16
3.2 Speiseplangestaltung und Speisenherstellung	15
3.2.1 Speiseplangestaltung	18
3.2.2 Das Tellermodell zur Mahlzeitengestaltung	19
3.2.3 Zubereitung, Warmhaltezeiten und sensorische Qualität der Speisen	19
4 Kommunikation	22
4.1 Kommunikation mit den Verpflegungsteilnehmenden	22
4.1.1 Feedbackkultur	23
4.1.2 Ernährungs- und Gesundheitsmarketing	24
4.2 Kommunikation zwischen den Mitarbeitenden des Gemeinschaftsgastronomiebetriebs	24
4.3 Kommunikation mit den Lieferanten	25
4.4 Interdisziplinäre Kommunikation	26
5 Ambiente	27
5.1 Das Ambiente und seine Einflussfaktoren	27
5.2 Raum- und Zeitgestaltung	27
6 Nachhaltigkeit und Wirtschaftlichkeit	29
7 Umsetzung der Qualitätsstandards	30
8 Anhang	31
8.1 D-A-CH-Referenzwerte für die Energie- und Nährstoffzufuhr in der Gemeinschaftsgastronomie	31
8.2 Zusatzinformationen	35
8.2.1 Fette und Öle	35
8.2.2 Verpflegungssysteme	37
8.2.3 Ausgabesysteme	37

Liebe Leserinnen und Leser



«Gesundheit bekommt man nicht im Handel, sondern durch den Lebenswandel.»

Ein Ausspruch von Sebastian Kneipp aus dem 19. Jahrhundert, der heute aktueller ist denn je. Das Lebensumfeld der Menschen hat sich in den letzten Jahrzehnten stark verändert und damit auch unser Lebensstil. Vermehrt sitzende Tätigkeiten, Bewegungsmangel und unausgewogene Ernährung prägen heute die Lebensweise, führen zu den so genannten „Zivilisationskrankheiten“ und stellen somit das Schweizer Gesundheitswesen vor anspruchsvolle Herausforderungen. Hinzu kommt, dass immer mehr Kinder, Jugendliche und Erwachsene ausser Haus essen und das Verpflegungsangebot oft nicht den Kriterien einer ausgewogenen Ernährung entspricht.

In den Strategiedokumenten der Weltgesundheitsorganisation und der Europäischen Union wird festgehalten, dass sich das Phänomen des Übergewichts infolge von sozioökonomischen und soziokulturellen Veränderungen ausgeweitet hat und dass deshalb Massnahmen in verschiedenen Bereichen der Gesellschaft ergriffen werden müssen. Aus diesem Grunde hat das Bundesamt für Gesundheit (BAG), im Auftrag des Bundesrates, zusammen mit dem Bundesamt für Sport (BASPO), der Gesundheitsförderung Schweiz, den Kantonen, sowie weiteren wichtigen Akteuren der schweizerischen Ernährungs- und Bewegungspolitik, das Nationale Programm Ernährung und Bewegung 2008–2012 (NPEB) erarbeitet. Das NPEB legt die nationale Strategie für die Förderung ausgewogener Ernährung und ausreichender Bewegung in der Bevölkerung fest.

Gemäss Schätzungen nehmen heute täglich mindestens eine Million Personen in Einrichtungen der Gemeinschaftsgastronomie, d.h. am Arbeitsplatz, in Spitälern, Heimen und Schulen, mindestens eine ihrer Mahlzeiten ein. Angesichts dieser hohen Zahl und des grossen Spektrums regelmässig ausser Haus verpflegter Personen ist die Einführung und Überprüfung von Ernährungsqualitätsrichtlinien in der Schweizer Gemeinschaftsgastronomie ein zentrales Handlungsfeld unserer nationalen Strategie. In Zusammenarbeit mit dem Fachbereich Gesundheit der Berner Fachhochschule, der Genfer Fachhochschule für Gesundheit und der Schweizerischen Gesellschaft für Ernährung wurde das Forschungsprojekt Qualitätsstandards einer gesundheitsfördernden Gemeinschaftsgastronomie ins Leben gerufen.

Mit den nun definierten Qualitätsstandards wurde ein Instrument für die Schweizer Gemeinschaftsgastronomiebetriebe entwickelt, das sie in ihren Anstrengungen unterstützen und somit zur kontinuierlichen Qualitätsverbesserung motivieren soll.

Es liegt nun in Ihren Händen, den Menschen die Wahl für eine ausgewogene Ernährung zu erleichtern.

Liliane Bruggmann
Bundesamt für Gesundheit
Leiterin der Sektion Ernährung und Bewegung

Liebe Leserinnen und Leser

Die im Schweizer Verband für Spital-, Heim- und Gemeinschaftsgastronomie (SVG) zusammengeschlossenen gastronomischen Anbieter tragen eine enorme Verantwortung, denn Schätzungen zufolge verpflegen sich in der Schweiz täglich rund eine Millionen Menschen in einem dieser Betriebe.

Der Anspruch „gesunde Ernährung“ ist nur einer von zahlreichen Herausforderungen, die Auftraggeber und Gäste stellen, aber ein wichtiger. Und die Ernährung wiederum ist nur einer der Faktoren, wenn es um die Definition von „Gesundheit“ geht, aber sicher ein entscheidender, denn eine gesunde Ernährung trägt nicht nur zu körperlichem, sondern auch zu geistigem Wohlbefinden bei.

Zahlreiche Betriebe der Gemeinschaftsgastronomie pflegen bereits hohe Standards mit Blick auf eine gesunde Ernährung, haben entsprechende Konzepte und Angebote entwickelt und versuchen oft, das Unmögliche möglich zu machen: Sie bieten trotz Preisdruck, trotz kurzen Mittagspausen, trotz den allgemeinen Veränderungen im Ess- und Konsumverhalten attraktive und abwechslungsreiche Verpflegungsangebote für eine gesunde Ernährung.

Als Vertreter dieser Betriebe und Projektpartner begrüsst es der SVG, dass nun Qualitätsstandards erarbeitet und definiert wurden. Die Mitarbeit in der Projektphase war spannend und ermöglichte es, den Blickwinkel aus der Praxis einzubringen, damit die Qualitätsstandards möglichst fachlich fundiert und praxistauglich festgelegt werden konnten.

Die nun definierten Standards sind aber weit mehr als Zielvorgaben. Für Betriebe, die bereits grosse Anstrengungen unternehmen, sind sie eine Wertschätzung und Anerkennung ihres Engagements. Für diejenigen, die noch Optimierungspotenzial besitzen, stellen die Standards motivierende Messlatten dar. Und Betriebe, die sich nun neu verstärkt mit einer gesundheitsfördernden Ernährung befassen wollen, finden in den definierten Standards zahlreiche Inputs und Hilfen. Dass die Ernährung durch die definierten Qualitätsstandards in einem ganzheitlichen Kontext platziert wird und ihr bedeutender Stellenwert damit auch dokumentiert ist, das muss und wird für alle Ansporn sein, hier ihr Bestes zu geben.

Die Herausforderungen in den Betrieben der Gemeinschaftsgastronomie sind gross – und sie sind unterschiedlich. Allen gemeinsam aber ist: Der Mensch und Gast und dessen Wohlbefinden stehen im Zentrum. Einer erfolgreichen Umsetzung der erarbeiteten Qualitätsstandards kann also eigentlich gar nichts im Wege stehen!

Thomas Loew
Präsident SVG



1 Hintergrund und Zielsetzung

Ernährungsbedingte Krankheiten, insbesondere extremes Übergewicht bei Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen stellen ein weltweites Problem dar. In der Schweiz verursachen sie rund ein Drittel der Kosten des Gesundheitswesens. Übermässiges Körpergewicht ist ein Abbild unseres aktuellen Lebensstils, unserer Umgebung und unserer Lebensbedingungen. In Anbetracht dessen, dass die Schweizer Gemeinschaftsgastronomie täglich schätzungsweise eine Million Personen verpflegt, hat die Branche ein enormes Potenzial, sich für die Gesundheit stark zu machen.

Vor diesem Hintergrund haben Vertreterinnen und Vertreter aus dreissig europäischen Staaten, darunter auch die Schweiz, im Februar 2007 Strategien zur Gesundheitsförderung und Prävention durch Ernährung und Bewegung erarbeitet. Im Rahmen der Badenweiler Erklärung setzten sie sich unter anderem zum Ziel, dass bis 2010 dreissig Prozent mehr Einrichtungen der Gemeinschaftsgastronomie gesunde Mahlzeiten anbieten. Es wurde empfohlen, mit der Erarbeitung und Bereitstellung von wissenschaftlich gesicherten und praxistauglichen Qualitätsstandards für die Gemeinschaftsgastronomie zur Qualitätsverbesserung der Verpflegung ausser Haus beizutragen. Aus diesem Grund entwickelte eine Forschungsgruppe aus Ernährungswissenschaftlerinnen und Praktikern der Berner Fachhochschule (BFH), der Haute école de santé – Genève (HEdS) und der Schweizerischen Gesellschaft für Ernährung (SGE) gemeinsam die vorliegenden Qualitätsstandards. Das Vorhaben wird im Rahmen des vom Bundesrat in Auftrag gegebenen „Nationalen Programms Ernährung und Bewegung 2008–2012“¹ durchgeführt.

Qualitätsstandards legen fest, welche Ziele man für erreichbar hält und auch erreichen will. Gemeinsam mit einer beratenden Expertengruppe wurden zu diesem Zweck Probleme in der Gemeinschaftsgastronomie identifiziert und anzustrebende Ziele abgeleitet. Diese konnten vier Themenbereichen zugeordnet werden: dem Ernährungs-, Beziehungs-, und Schnittstellenmanagement sowie dem Bereich der gesundheitsfördernden Praxis. In einem nächsten Schritt wurden die Ziele in Form von überprüfbaren Qualitätskriterien umschrieben. Der resultierende Kriterienkatalog liegt nun zur Einführung und gemeinsamen Umsetzung in der Gemeinschaftsgastronomie vor.

Mit der Praxis für die Praxis

Im Zuge der Entwicklung der Qualitätsstandards wurden Elemente des klassischen Qualitätsmanagements in der Gemeinschaftsgastronomie mit den Prinzipien der Gesundheitsförderung zu einem umfassenden Managementansatz verknüpft.

Dies geschieht vor allem durch die Anwendung der „Good Practice“-Strategie. Diese Strategie ist ein anerkanntes Instrument zur kontinuierlichen Qualitätsverbesserung. Sie sucht nach guten, praxistauglichen Lösungen, welche anerkannte Standards beachten oder gar übertreffen. Es handelt sich dabei um einen von allen Betroffenen gemeinsam getragenen Prozess.

Auf Grundlage der vorliegenden Qualitätsstandards, respektive des entsprechenden Kriterienkatalogs, werden parallel zwei Online Befragungen durchgeführt. So kann die Forschungsgruppe zusammen mit den Verpflegungsendanbietern, deren Zulieferern, Gästen (Verpflegungsteilnehmende)² oder Angehörigen der Gäste

- einen Einblick in die Organisation und Funktionsweise der Schweizer Gemeinschaftsgastronomie gewinnen,

¹ Für weitere Informationen siehe http://www.bag.admin.ch/themen/ernaehrung_bewegung/05141/05142/index.html?lang=de

² Für die Befragungen und Begriffserklärungen (Glossar) siehe www.goodpractice-gemeinschaftsgastronomie.ch unter Downloads

Hintergrund und Zielsetzung

- das Engagement der Schweizer Gemeinschaftsgastronomie für die Gesundheit ihrer Kunden kennen lernen und gezielte Hilfestellungen bei der Neu- und Weiterentwicklung von gesundheitsfördernden Aktivitäten bieten,
- die vorliegenden Schweizer Qualitätsstandards für eine gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie in Hinblick auf ihre Umsetzbarkeit in der Praxis bewerten und gegebenenfalls anpassen.

Zusätzlich werden die Erwartungen an die Einführung der vorliegenden Qualitätsstandards in Einzel- und Gruppeninterviews mit ausgewählten Vertretern von Anspruchs- und Interessengruppen erkundet.



Zielgruppen und Zielbereiche der Qualitätsstandards

Die vorliegenden Qualitätsstandards richten sich an alle Interessierten, die in der Gemeinschaftsgastronomie oder in der betrieblichen Gesundheitsförderung tätig sind. Insbesondere die Leitungsebenen im Gemeinschaftsgastronomiebetrieb und im übergeordneten Unternehmen sind angesprochen.

Die Qualitätsstandards wurden für die Bereiche Business, Care und Education entwickelt. Sie beziehen sich sowohl auf alle Betriebsformen der Gemeinschaftsgastronomie³, also auf die Verpflegung in Personalrestaurants, Mensen, Spitälern und Heimen, am Mittagstisch, als auch auf die Automatenverpflegung. Die Qualitätsstandards wurden dementsprechend für die Voll- und die Teilverpflegung aufgestellt.

Im Gegensatz zur Teilverpflegung nimmt der Verpflegungsteilnehmende bei der Vollverpflegung alle Mahlzeiten in dem Gemeinschaftsgastronomiebetrieb ein. Fehlt ein entsprechender Hinweis, so gelten die Kriterien für beide Verpflegungsarten.

Die zum Teil sehr unterschiedlichen Anforderungen und Bedürfnisse der Verpflegungsteilnehmenden in den genannten Bereichen der Gemeinschaftsgastronomie konnten jedoch nicht vollumfänglich berücksichtigt werden. Die vorliegenden Standards sind nur auf jene Verpflegungsteilnehmenden ausgerichtet, die an der allgemein angebotenen Verpflegung des jeweiligen Betriebs teilnehmen können. Sie gelten nicht für Verpflegungsteilnehmende, die aufgrund von Erkrankungen wie z.B. Diabetes, Nierenerkrankungen oder Mangelernährung auf eine spezielle Diät angewiesen sind.

Die Qualitätsstandards sind drei Zielbereichen zugeordnet: den kurz-, mittel- und langfristig angestrebten Zielen. Entsprechend diesen Zielbereichen müssen, sollen oder können die Kriterien erfüllt werden. Im vorliegenden Dokument sind die wichtigen Textpassagen zu den Musskriterien mit dem folgenden Symbol gekennzeichnet:



³ Für weitere Informationen siehe Download „Definition Gemeinschaftsgastronomie“
www.goodpractice-gemeinschaftsgastronomie.ch

2 Rahmenbedingungen

2.1 Die Verpflegungsteilnehmenden der Gemeinschaftsgastronomie



Die Zusammensetzung der in einem Gemeinschaftsgastronomiebetrieb verpflegten Personen- respektive Zielgruppe ist von zentraler Bedeutung. Ihre Anforderungen und Erwartungen an die Verpflegung beeinflussen wesentlich die Gestaltung des Angebots.

Die Verpflegungsteilnehmenden in den drei Bereichen Business, Care und Education unterscheiden sich in ihren Bedürfnissen, Erwartungen und Ansprüchen an das Verpflegungsangebot und die Raumgestaltung eines Gemeinschaftsgastronomiebetriebs. Nicht nur jede Alters- oder Personengruppe, sondern jeder einzelne Verpflegungsteilnehmende hat seine persönlichen Erwartungen und Ansprüche.

So unterscheidet sich zum Beispiel der Energie- und Nährstoffbedarf eines körperlich arbeitenden Mannes im Baugewerbe deutlich von dem einer Büroangestellten oder eines Schulkindes. Entsprechend beschreiben die Empfehlungen der Schweizerischen Gesellschaft für Ernährung (SGE), zum Beispiel die SGE-Lebensmittelpyramide, wie der durchschnittliche Energie- und Nährstoffbedarf von Menschen, die einer definierten Alters- und Personengruppe angehören, gedeckt werden kann.

Die unterschiedlichen Erwartungen und Ansprüche beruhen aber auch auf dem unterschiedlichen sozialen Hintergrund und den individuellen Ernährungsgewohnheiten der Verpflegungsteilnehmenden. Letztere können beispielsweise religiös, kulturell, allergie- oder andersartig krankheitsbedingt geprägt sein. Auf die unterschiedlichen Ernährungsgewohnheiten der Verpflegungsteilnehmenden sollte im Rahmen der Möglichkeiten eingegangen werden (siehe Kapitel 3).



Die Bedürfnisse und Erwartungen der Verpflegungsteilnehmenden zu kennen, ist für die Gestaltung und die Optimierung des Verpflegungsangebots wichtig. Denn nur ein optimiertes Angebot schafft zufriedene Verpflegungsteilnehmende und sichert so eine hohe Kundenbindung. Daher sind regelmässige Befragungen der Verpflegungsteilnehmenden und der interaktive Austausch mit dem Gemeinschaftsgastronomiebetrieb von grosser Bedeutung (siehe Kapitel 4).

2.2 Gesundheitsförderung als Teil der Unternehmensphilosophie

Viele Personen verbringen einen grossen Teil ihres Alltags bei der Arbeit, in der Schule, im Spital oder im Heim. Dies trifft gleichermassen auf Verpflegungsteilnehmende und Mitarbeitende in der Gemeinschaftsgastronomie zu (siehe Kapitel 2.3). Sie alle nehmen regelmässig mindestens eine Mahlzeit im Gemeinschaftsgastronomiebetrieb eines Unternehmens, einer Institution oder Organisation oder in der nahen Umgebung zu sich.

Daher kommt der Gesundheitsförderung im Unternehmen und speziell in der Gemeinschaftsgastronomie eine besondere Bedeutung zu.

Eine ernährungsphysiologisch ausgewogene Gestaltung des Verpflegungsangebots, ein wissenschaftlich fundiertes Ernährungs- und Gesundheitsmarketing im Gemeinschaftsgastronomiebetrieb bzw. am Arbeitsplatz und die Förderung einer gesundheitsfördernden Arbeitsumgebung tragen zur Zufriedenheit und Gesunderhaltung der Verpflegungsteilnehmenden und Mitarbeitenden bei. Auf diese Aspekte wird in den nachfolgenden Kapiteln vertieft eingegangen.



Die Förderung der Gesundheit der Verpflegungsteilnehmenden und der Mitarbeitenden muss ein grundlegender Bestandteil der Unternehmensphilosophie sein.

So ist im betrieblichen Leitbild neben der strategischen Ausrichtung und den Führungsgrundsätzen vor allem die Verantwortung des Betriebs gegenüber seinen Mitarbeitenden und der Gesellschaft verankert. Eine Verpflichtung zur Gesundheitsförderung wird darin festgehalten und die Umsetzung einer gesundheitsfördernden Gemeinschaftsgastronomie integriert. Für das Unternehmen repräsentiert dieses Engagement einen Qualitäts- und Investitionsfaktor. Gesunde und zufriedene Mitarbeitende und Verpflegungsteilnehmende zahlen sich aber immer auch wirtschaftlich aus.



Die folgenden drei Handlungsprinzipien der Gesundheitsförderung müssen in der Gemeinschaftsgastronomie, insbesondere von der Leitungsebene, anerkannt sein und umgesetzt werden:

- Empowerment
Zur Stärkung der Kompetenzen jedes Verpflegungsteilnehmenden und Mitarbeitenden werden unterstützende Massnahmen und Aktionen durchgeführt. So kann der oder die Einzelne adäquate Entscheidungen für die eigene Gesundheit treffen.
 - Partizipation
Die Verpflegungsteilnehmenden und Mitarbeitenden werden aktiv in jeder Phase der gesundheitsfördernden Aktivitäten einbezogen.
 - Gesundheitliche Chancengleichheit
Allen Verpflegungsteilnehmenden und Mitarbeitenden werden die gleichen Möglichkeiten und Voraussetzungen geboten, um sie zu befähigen, das grösstmögliche Gesundheitspotenzial zu entwickeln.
- Bei der Anwendung dieser Handlungsprinzipien in der Gemeinschaftsgastronomie sollten die folgenden Aspekte im betrieblichen Leitbild berücksichtigt werden:
 - Allen Mitgliedern der Zielgruppe wird die Möglichkeit gegeben, sich in der Gemeinschaftsgastronomie zu verpflegen. Hierbei wird besonders auf eine bedarfsgerechte Zeit- und Raumgestaltung geachtet.
 - Das ernährungsphysiologisch ausgewogene Verpflegungsangebot basiert in seiner Vielfalt und seinem Abwechslungsreichtum auf der SGE-Lebensmittelpyramide und den Referenzwerten der deutschen, österreichischen und schweizerischen Gesellschaften für Ernährung (D-A-CH). Dies und der aktive Einbezug der Verpflegungsteilnehmenden, beispielsweise bei der Menüplanung, ermöglicht den Verpflegungsteilnehmenden, kompetent und selbstverantwortlich eine ausgewogene und ihren Bedürfnissen entsprechende Speisenauswahl zu treffen.
 - Die Preisgestaltung ermöglicht es allen Mitgliedern der Zielgruppe, von einer gesundheitsfördernden Verpflegung zu profitieren.
 - Im Betrieb setzen sich Anbieter und Verpflegungsteilnehmende für Nachhaltigkeit und Umweltschonung ein.
 - Ein umfassendes Informations- und Weiterbildungskonzept fördert kompetente und motivierte Mitarbeitende und Verpflegungsteilnehmende.
 - Durch ein angenehmes Ambiente wird die Kommunikation der Mitarbeitenden und Verpflegungsteilnehmenden mit- und untereinander gefördert sowie ihre Zufriedenheit gesteigert.
 - Der Betrieb lebt eine offene Feedbackkultur und nimmt die Bedürfnisse und Erwartungen von Mitarbeitenden und Verpflegungsteilnehmenden ernst.

2.3 Mitarbeitende im Gemeinschafts-gastronomiebetrieb



Kompetente Mitarbeitende auf allen Ebenen sind für einen erfolgreichen Gemeinschaftsgastronomiebetrieb von grosser Bedeutung.

Sowohl auf der Leitungsebene als auch in der Küche und an der Ausgabe sollten Fachkräfte mit einer einschlägigen berufsspezifischen Qualifikation mitarbeiten. Hierzu gehören unter anderem Mitarbeitende mit einer der folgenden Qualifikationen:

- Betriebsleiter/-in der Gemeinschaftsgastronomie, eidg. dipl. Küchenchefin/Produktionsleiterin bzw. Küchenchef/Produktionsleiter,
- Gastronomieköchin/-koch, Spital-, Heim- und Gemeinschaftsgastronomieköchin/-koch mit eidg. Fachausweis, Köchin/Koch, Diätköchin/-koch,
- eidg. dipl. Restaurationsleiter/-in, Restaurationsfachfrau/-mann, Restauratrice/Restaurateur, Hauswirtschaftsleiter/-in,
- dipl. Ernährungsberater/-in (FH/HF) oder Oecotrophologe/-in.

Auch alle Mitarbeitenden, die Vorbereitungs- oder Reinigungsarbeiten ausführen, leisten einen wichtigen Beitrag zum Erfolg der Gemeinschaftsgastronomie.

Zur Sicherung der Qualität im Gemeinschaftsgastronomiebetrieb ist die regelmässige Teilnahme aller Berufsgruppen an beruflichen Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen, insbesondere mit ernährungswissenschaftlichen, aber auch betriebswirtschaftlichen Schwerpunkten erforderlich.

Damit jeder Mitarbeitende seine Aufgaben und Kompetenzen kennt, sollten für alle Positionen im Verpflegungsbetrieb Stellenbeschreibungen und – je nach Grösse des Betriebs – auch Arbeitsanweisungen vorliegen.

Diese sind Hilfsmittel bei der Einarbeitung von neuen Mitarbeitenden und sollten zusammen mit den Mitarbeitenden in regelmässigen Abständen überarbeitet werden. Dabei sollte immer abgeklärt werden, ob die Qualifikation des Mitarbeitenden dem in der Stellenbeschreibung festgelegten Anforderungsprofil noch entspricht.

2.3.1 Schulung und Weiterbildung



Zur Aus- und Weiterbildung, aber auch zur Einarbeitung der Mitarbeitenden muss jeder Gemeinschaftsgastronomiebetrieb über ein umfassendes Schulungskonzept verfügen, das die folgenden Inhalte abdeckt:

- Lebensmittelsicherheit und Hygiene,
- Kommunikations- und Informationsmanagement,
- gesunde, ausgewogene Ernährung,
- Lebensmittelkunde und -zubereitung,
- Gesundheits- und Arbeitsschutzaspekte.

Mindestens einmal jährlich muss jeder Mitarbeitende an einer Schulung teilnehmen. Über die Teilnehmenden und den Inhalt der Schulung sollte der Gemeinschaftsgastronomiebetrieb eine Schulungsdokumentation führen.



2.3.2 Schnittstellenmanagement

Ein Gemeinschaftsgastronomiebetrieb ist durch multiple Schnittstellen gekennzeichnet, innerhalb des eigenen Betriebs, zum übergeordneten Unternehmen, zu den Verpflegungsteilnehmenden und den externen Dienstleistern.

Für die Koordination an diesen Schnittstellen und in einem interdisziplinären Team (siehe Kapitel 4.4) sollte eine verantwortliche Person benannt werden. Idealerweise übernimmt eine Ernährungsfachkraft diese wichtige Koordinationsfunktion im Gemeinschaftsgastronomiebetrieb. Hierfür benötigt die zuständige Person fundierte Kenntnisse in Ernährungs- und Lebensmittelwissenschaften.

Zusätzliche Kenntnisse in Qualitäts- und Hygienemanagement, über rechtliche Bestimmungen, welche die Gemeinschaftsgastronomie betreffen, in Küchentechniken, Betriebswirtschaft, Marketing und Projektmanagement in der Gesundheitsförderung sind zudem von Vorteil.

Durch die breiten Kenntnisse kann die Ernährungsfachkraft den Gemeinschaftsgastronomiebetrieb sowohl bei der Prozessoptimierung als auch bei der Planung und Durchführung von Aktionen im Bereich der Gesundheitsförderung unterstützen.

In dieser Funktion betreut die Ernährungsfachkraft auch die Umsetzung der vorliegenden Qualitätsstandards und berät den Gemeinschaftsgastronomiebetrieb in Ernährungsfragen. Hierzu zählen die Erstellung und Überprüfung des Speiseplans und die Planung und Umsetzung eines Ernährungs- und Gesundheitsmarketingkonzepts.

2.4 Rechtliche Bestimmungen



Für einen Gemeinschaftsgastronomiebetrieb gelten vielfältige Gesetze und Verordnungen. Das Einhalten und Befolgen dieser Vorgaben ist eine wichtige Voraussetzung, um den Betrieb erfolgreich zu führen.

Der Schutz der Gesundheit der Verpflegungsteilnehmenden sowie der Mitarbeitenden sollte hierbei immer an erster Stelle stehen.

Lebensmittelsicherheit und Verbraucherschutz

Wesentliche Voraussetzungen für die Herstellung sicherer Speisen und Getränke ist die Kenntnis und die korrekte Umsetzung des Schweizer Lebensmittelrechts. Wichtige gesetzliche Grundlagen sind unter anderem

- das Lebensmittelgesetz (LMG),
- die Lebensmittel- und Gebrauchsgegenstände-Verordnung (LGV),
- die Hygieneverordnung (HyV),
- die Verordnung über den Vollzug der Lebensmittelgesetzgebung,
- die Fremd- und Inhaltsstoffverordnung (FIV),
- die Zusatzstoffverordnung (ZuV).

In diesem Rahmen müssen beispielsweise die folgenden Punkte erfüllt werden:

- Die Implementierung eines Selbstkontrollsystems auf Basis des HACCP- (Hazard Analysis of Critical Control Points-) Konzepts.
- Die regelmässige Mitarbeiterschulung.

In diesem Zusammenhang sollten zudem Beurteilungsgrundlagen und Leitlinien, wie das schweizerische Lebensmittelbuch und die Branchenleitlinien, berücksichtigt werden.

Lebensmittelkennzeichnung

Die Kennzeichnung und Anpreisung von Lebensmitteln ist in der Verordnung über die Kennzeichnung und Anpreisung von Lebensmitteln (LKV) geregelt. Hierzu gehören auch die Nährwert- und gesundheitsbezogenen Angaben.

Wer Lebensmittel abgibt, muss den Konsumierenden auf Verlangen über die Herkunft (Produktionsland), die Sachbezeichnung und die Zusammensetzung (Zutaten) informieren. Über offen angebotene Lebensmittel sowie über Lebensmittel, die in Restaurants, Spitälern, Betriebsrestaurants und ähnlichen Einrichtungen angeboten werden, ist dabei im selben Umfang wie bei verpackten Lebensmitteln zu informieren. Es ist jedoch möglich, diese Auskunft mündlich zu geben (LGV).

Allergikerinnen und Allergiker sind auf eine zuverlässige und vollständige Deklaration der Zutaten von verpackten Lebensmitteln und auf eine verlässliche Information über offen verkaufte Lebensmittel und Speisen angewiesen. Deshalb müssen Zutaten (Lebensmittel und Zusatzstoffe), die Allergien oder andere unerwünschte Reaktionen auslösen können, immer angegeben werden. Dies ist unabhängig davon, ob sie absichtlich oder als unabsichtliche Verunreinigung in ein Lebensmittel gelangen (LKV).

Diese Informationen müssen im Moment der Kaufentscheidung beziehungsweise der Auswahl eines Menüs oder einer Speise auf Anfrage der Betroffenen verfügbar sein. Daher sind Ergänzungen auf dem Speiseplan oder auf der Speisekarte oder Zusatzinformationsmaterial für Allergikerinnen und Allergiker empfehlenswert.

Die Abgabe dieser Informationen, insbesondere über unabsichtliche Verunreinigungen, setzen ein entsprechend geschärftes Bewusstsein im Gemeinschaftsgastronomiebetrieb, gute Betriebskenntnisse und einen guten Informationsstand des Personals voraus. Pro Schicht sollte

daher ein Mitarbeitender als Verantwortlicher für Anfragen von Personen mit Allergien bestimmt werden. Es sollte zudem für die Mitarbeitenden Informationsmaterial über die Zusammensetzung der angebotenen Speisen und über ein mögliches Allergiepotezial vorhanden sein.

Da falsche Informationen auf jeden Fall vermieden werden müssen, sollte dem Verpflegungsteilnehmenden gegenüber ein Nichtwissen eingestanden werden, wenn der Sachverhalt trotz aller Bemühungen nicht geklärt werden konnte.⁴

Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

Sichere Arbeitsplätze in einer Umgebung ohne Gesundheitsgefahren tragen zur Zufriedenheit und Effizienz der Mitarbeitenden bei und sind fester Bestandteil einer gesundheitsfördernden Gemeinschaftsgastronomie.

Absenzen durch Unfall und Krankheit sind in zahlreichen Betrieben ein ernst zu nehmender betriebswirtschaftlicher Faktor. Er kann nur durch eine effiziente Umsetzung der gesetzlichen Bestimmungen zu Arbeitssicherheit und zum Gesundheitsschutz in den Griff bekommen werden. Hilfestellungen bieten hierbei die Richtlinien der Eidgenössischen Koordinationskommission für Arbeitssicherheit (EKAS) sowie die Branchenlösung „Betriebsanleitung Arbeitssicherheit“ der GastroSuisse, der Hotelleriesuisse und der Swiss Catering Association für das Gastgewerbe.

Hygienemanagement

Die vorliegenden Standards definieren jene Ziele, die mit einer umfassenden Organisation und Koordination des Gemeinschaftsgastronomiebetriebs in Bezug auf Qualität und Gesundheitsförderung erreicht werden sollen. **In diesem Rahmen muss zwingend auch ein umfassendes Hygienemanagement umgesetzt werden, denn dieses ist die Grundlage für eine professionelle und organisierte Verpflegung in der Gemeinschaftsgastronomie.** Ein wichtiges Element des Hygienemanagements ist die Einführung eines Selbstkontrollsystems auf Grundlage des HACCP-Konzepts. Dieses sollte sich an den gesetzlichen Bestimmungen und an den Branchenleitlinien orientieren. Das Selbstkontrollsystem beinhaltet, dass durch eine Gefahrenanalyse die kritischen Punkte im Umgang mit Lebensmitteln erfasst und die Prozessstufen identifiziert werden, bei welchen eine Kontrolle notwendig ist (beispielsweise Checklisten zur Überprüfung der Einhaltung vorgegebener Temperaturen).

Eine Ausgabetemperatur von mindestens 65 °C bei warmen Speisen und maximal 5 °C bei kalten, leicht verderblichen Speisen muss sichergestellt werden. Lagerungs-, Zubereitungs- und Ausgabzeiten müssen optimiert werden, um das hygienische Risiko und die Nährwertverluste zu verringern.

Daher sollte nach dem First-in-First-out- (FIFO) Prinzip gearbeitet und auf optimale Lagerungsbedingungen geachtet werden. In regelmässigen Abständen sollte eine Probennahme und Analyse von Lebensmitteln und Gebrauchsgegenständen erfolgen. Zudem ist es empfehlenswert, in einem Gemeinschaftsgastronomiebetrieb täglich Rückstellproben zu nehmen, damit diese in Verdachtsfällen untersucht werden können.

⁴ Bei aha! Schweizerisches Zentrum für Allergie, Haut und Asthma Bern sind weiterführende Informationen zu Allergien erhältlich: www.ahaswiss.ch

3 Gestaltung des Verpflegungsangebots

Das Verpflegungsangebot einer Einrichtung der Gemeinschaftsgastronomie ist so zu gestalten, dass es den Verpflegungsteilnehmenden ermöglicht, zu jeder Mahlzeit aus einem vielfältigen Angebot gesundheitsfördernder Speisen und Lebensmittel auszuwählen. Bei warmen Hauptmahlzeiten sollten die Verpflegungsteilnehmenden immer aus zwei Angeboten auswählen können. Auch für die Zwischenverpflegung müssen verschiedene Alternativen bereitgestellt werden.



Entsprechend müssen gesundheitsfördernde Alternativen als fester Bestandteil in das bestehende Angebot integriert sein und die Verpflegungsteilnehmenden immer wieder über die Prinzipien einer ausgewogenen Ernährung informiert werden.

Die Grundlagen für die Realisierung eines gesundheitsfördernden Angebots bilden die Lebens-

mittelpyramide der Schweizerischen Gesellschaft für Ernährung (SGE) und die D-A-CH-Referenzwerte. Die D-A-CH-Referenzwerte für die Nährstoffzufuhr wurden gemeinsam von der Deutschen Gesellschaft für Ernährung (DGE), der Österreichischen Gesellschaft für Ernährung (ÖGE) und der Schweizerischen Gesellschaft für Ernährung (SGE) erarbeitet.

3.1 Lebensmittelbasierte Standards

Mit dem Ziel, die Zusammenstellung des Verpflegungsangebots nach den Prinzipien einer gesunden und genussvollen Ernährung gemäss der SGE-Lebensmittelpyramide (siehe Abbildung 1) zu gestalten, werden diese im Folgenden auf die Anforderungen der Gemeinschaftsgastronomie übertragen.

Bei der Umsetzung in die Praxis müssen natürlich immer auch die Ernährungsvorlieben der Verpflegungsteilnehmenden berücksichtigt werden.

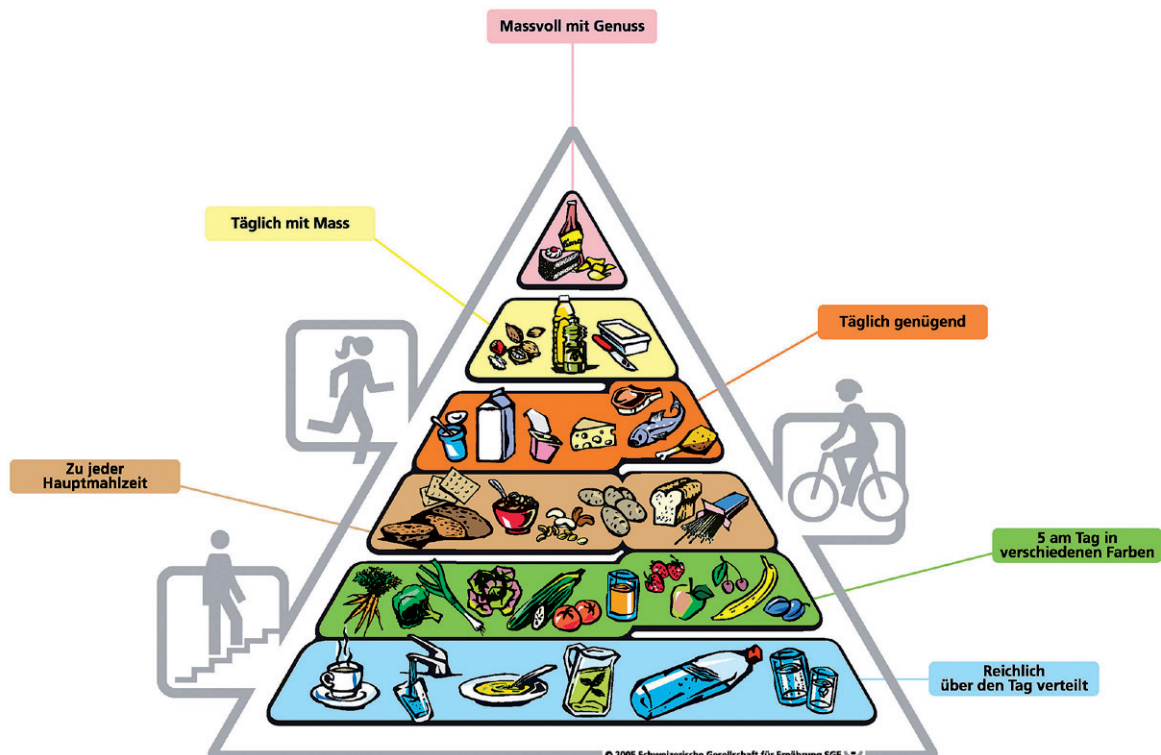


Abbildung 1: SGE-Lebensmittelpyramide (SGE, 1. Auflage 2005)
Empfehlungen zum gesunden und genussvollen Essen und Trinken für Erwachsene

3.1.1 Einsatz von Lebensmitteln nach Lebensmittelgruppen

Das Angebot an Speisen und Lebensmitteln liefert einen wichtigen Beitrag zur Deckung des täglichen Energie- und Nährstoffbedarfs der Verpflegungsteilnehmenden. Diese sollten wiederum durch eine kompetente und gezielte Auswahl gesundheitsfördernder Speisen und Lebensmittel ihre Energie- und Nährstoffzufuhr optimieren.



Basierend auf den genannten wissenschaftlichen Grundlagen, müssen die in Tabelle 1 (siehe Seite 14) genannten Lebensmittelgruppen im täglichen Speisenangebot integriert sein. Die dargestellte Auswahl an Lebensmitteln garantiert die Qualität des Verpflegungsangebots für Haupt- und Zwischenmahlzeiten.



Bei der Gestaltung des Verpflegungsangebots sind grundsätzlich die folgenden Kriterien zu beachten:

- In der Vollverpflegung werden pro Tag drei Portionen Gemüse und zwei Portionen Früchte angeboten. Davon mindestens eine Portion Gemüse in roher Form.
- In der Vollverpflegung werden pro Tag drei Portionen Milch oder Milchprodukte angeboten.
- In der Vollverpflegung ist idealerweise pro Tag eine Portion Nüsse im Angebot integriert.



Unabhängig von den vorangestellten Kriterien gilt für das gesamte Verpflegungsangebot in der Voll- und der Teilverpflegung:

- Öle und Streichfette werden sparsam eingesetzt. Zur Zubereitung werden pro Mahlzeit und Person nicht mehr als 10 g verwendet. Dies bedeutet für die Vollverpflegung, dass pro Tag der Zusatz an Ölen und Streichfetten 30 g pro Person nicht überschreiten sollte.
- Pro Woche werden maximal zwei stark fett- haltige Speisen angeboten.⁵
- Die Mahlzeiten werden nur zurückhaltend gesalzen. Salzhaltige Streu- und Flüssigwü- rzmittel werden immer kontrolliert und sparsam verwendet. Eine Mahlzeit sollte nicht mehr als 2,5 g Salz bzw. 1 g Natrium pro Person enthalten.⁶ Salzhaltige Streu- und Flüssigwürzmittel wer- den den Verpflegungsteilnehmenden nur auf Nachfrage zur Verfügung gestellt.
- Zum Würzen werden frische, getrocknete oder tiefgekühlte Kräuter und Gewürze verwendet.
- Zu jeder Mahlzeit steht für die Verpflegungs- teilnehmenden kostenlos bzw. vergünstigt Hahnenwasser in hygienischen Spendersys- temen zur Verfügung.
- Alkoholische Getränke werden nur bei be- sonderen Anlässen wie Apéros und Betriebs- oder Institutionsfesten sowie entsprechend der Zielgruppe angeboten.
- Mindestens 25 % der eingesetzten Lebens- mittel sind saisonale und/oder regional produ- zierte Produkte.
- Süßigkeiten, Patisserie und Confiserie, salzi- ge Knabbereien und Getränke wie Softdrinks, Energy Drinks und Eistee machen nicht mehr als 15 % des Gesamtsortiments aus.

⁵ Im Anhang 8.2.1 befindet sich eine Liste stark fetthaltiger Speisen

⁶ Die Salzstrategie des BAG 2008-2012 hat als mittelfristiges Ziel den Salzkonsum pro Person auf 8 g pro Tag zu senken. Für weitere Informationen siehe www.bag.admin.ch/themen/ernaehrung_bewegung/05207/05216/index.html?lang=de

Tabelle 1: Lebensmittelangebot basierend auf der SGE-Lebensmittelpyramide

Lebensmittelgruppen	Lebensmittelauswahl und -qualität
Kohlenhydratreiche Lebensmittel	
Kartoffeln	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kartoffeln, z.B. Salzkartoffeln oder Geschwellte
Getreide	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bevorzugt Vollkorngetreideprodukte ▪ Brot: 50 % des Brotes inkl. Brötchen sind Vollkornprodukte ▪ Bei der Herstellung von Teig, z.B. für Pizza, Wähen und Kuchen, sollte Mehl ab Type 550 verwendet werden ▪ Reis parboiled oder Vollkornreis ▪ Teigwaren aus Hartweizengriess oder Vollkornteigwaren ▪ Zuckerfreie Müeslimischungen mit Getreideflocken, Nüssen und Samen (gehackte Baumnüsse, Haselnüsse, Mandeln, Leinsamen usw.) oder zuckerfreies Birchermüesli ▪ Mais
Hülsenfrüchte	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bohnen, Erbsen, Linsen usw.
Gemüse und Früchte	
Gemüse	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gemüse als Rohkost z.B. frisch geschnitten als Bestandteil des Salats ▪ Gegartes Gemüse (frisch oder convenience) in unterschiedlichen, bedarfsgerechten Formen (Beilagen, Auflauf, Suppe, Sauce usw.)
Früchte	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Frische, ganze Früchte ▪ Frisch geschnittene Früchte, z.B. als Fruchtsalat ▪ Pro Tag kann eine Frucht- oder Gemüseportion durch 2 dl Frucht- oder Gemüsesaft ersetzt werden
Eiweissreiche Lebensmittel	
Fleisch und Fleischprodukte	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Magere Fleischteile verwenden ▪ Fleischsorten abwechseln
Fisch	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Abwechslungsweise fettreichen und fettarmen Seefisch oder Süsswasserfisch anbieten ▪ Der Fisch stammt aus nicht überfischten Beständen¹
Milch und Milchprodukte	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Milch, Joghurt, Quark, Hüttenkäse, Hartkäse oder Weichkäse ▪ Mehr als 50 % der Milchprodukte im Angebot sind teilentrahmt
Öle, Fette, Nüsse und Samen	
Öle und Fette	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Öle und Fette werden entsprechend der Zubereitungsart ausgewählt (siehe Anhang 8.2.1)
Nüsse und Samen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mandeln, Baum- oder Haselnüsse ▪ Samen und Kerne
Kräuter und Würzmittel	
Kräuter	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bevorzugt frische Kräuter ▪ Tiefgekühlte oder getrocknete Kräuter
Würzmittel	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Jodiertes Speisesalz oder fluoridiertes Jodsalz ▪ Bevorzugt kochsalzarme und glutamatreie Ausgangsprodukte und Gewürzmischungen
Getränke	
Wasser	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Trinkwasser und/oder Mineralwasser
Saftschorlen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fruchtsaftschorlen aus einem Teil Saft und zwei Teilen Wasser

¹ Weitergehende Informationen finden sich unter www.wwf.ch/de/tun/tipps_fur_den_alltag/essend/fisch/fischfuhrer im WWF Einkaufsratgeber für Fische und Meeresfrüchte.

Gestaltung des Verpflegungsangebots

Bei einer Hauptmahlzeit in der Teil- und der Vollverpflegung sind in Ergänzung zu den vorher genannten Kriterien noch die folgenden spezifischen Kriterien zu beachten:

- Zu jeder Hauptmahlzeit wird eine kohlenhydratreiche Komponente angeboten.
- Mindestens einmal pro Woche werden Hülsenfrüchte angeboten.
- Eine bis zwei Portionen Gemüse oder Früchte werden zur warmen Hauptmahlzeit serviert.
- Pro Tag wird abwechslungsweise entweder eine Portion Fleisch, Fisch, Eier, Käse oder eine andere Eiweissquelle wie Tofu oder Quorn serviert.
- Ein- bis zweimal pro Woche wird Fisch angeboten.



Neben der Zusammenstellung der Lebensmittel und Speisen für das Verpflegungsangebot sind zur Erreichung der geforderten Energie- und Nährwerte pro Mahlzeit auch die Portionsgrößen sowie die Zubereitung von Bedeutung.

3.1.2 Portionsgrössen



Die nachfolgenden Mengeneempfehlungen für die unterschiedlichen Zielgruppen müssen bei der Speiseplanung und an der Speisenausgabe berücksichtigt werden. Hierzu sollten Portionierungshilfen wie beispielsweise ein Schöpfkellenplan unterstützend eingesetzt werden.

Aus den in Tabelle 2 farblich gekennzeichneten Lebensmittelgruppen können – unter Beachtung der Anzahl Portionen pro Tag und Person – Lebensmittel ausgewählt und zusammengestellt werden.

Tabelle 2: Richtwerte für altersspezifische Portionsgrössen, auf Basis der SGE-Lebensmittelpyramide und der D-A-CH-Referenzwerte bei mässiger körperlicher Aktivität (PAL 1.4)³

Lebensmittel	Anzahl Portionen pro Tag und Person	Portionsgrössen					
		4- bis 6-Jährige	7- bis 9-Jährige	10- bis 12-Jährige	13- bis 14-Jährige	15- bis 18-Jährige	Ab 19 Jahren
		Gramm Lebensmittel pro Portion					
Brot	3-4 ¹	50 g	65 g	100 g	100 g	125 g	75-125 g
Kartoffeln (roh)		180 g	220 g	270 g	270 g	300 g	180-300 g
Teigwaren, Reis, Getreide (roh)		40 g	45 g	60 g	70 g	75 g	45-75 g
Hülsenfrüchte (roh)		40 g	50 g	65 g	65 g	100 g	60-100 g
Gemüse, Salat	3	70 g	70 g	80 g	100 g	120 g	Min. 120 g
Früchte	2	100 g	110 g	120 g	120 g	120 g	Min. 120 g
Milch	3 ²	1 dl	2 dl	2 dl	2 dl	2 dl	2 dl
Joghurt		100 g	180 g	180 g	180 g	180 g	150-180 g
Quark/Hüttenkäse		100g	200 g	200 g	200 g	200 g	200 g
Käse		15-30 g	30-60 g	30-60 g	30-60 g	30-60 g	30-60 g
Fleisch	1	50 g	70 g	85 g	100 g	120 g	100-120 g
Fisch		50 g	75 g	90 g	100 g	120 g	100-120 g
Eier		2 Stück	2 Stück	2-3 Stück	2-3 Stück	2-3 Stück	2-3 Stück
Käse		15-30 g	30-60 g	30-60 g	30-60 g	30-60 g	60 g
Quark/Hüttenkäse		100g	200 g	200 g	200 g	200 g	200 g
Tofu/Quorn		–	–	–	–	–	100-120 g
Nüsse	1	20 g	20 g	20 g	20 g	20-30 g	20-30 g
Wasser	5-6	1,5 dl	1,8 dl	2 dl	2-3 dl	2-3 dl	2-3 dl
Saft	0-1	1-1,5 dl	1-1,5 dl	1-1,5 dl	1,5-2 dl	2 dl	2 dl

¹ Die Anzahl der Portionen variiert nach Alter. Jugendliche haben einen höheren Energiebedarf als Kinder oder Erwachsene. Bei Jugendlichen im Alter von 13 bis 14 Jahren werden daher 4 bis 5 Portionen und im Alter von 15 bis 18 Jahren 4 bis 6 Portionen empfohlen. Bei Erwachsenen werden 3 Portionen empfohlen.

² Bei den 7- bis 9-jährigen Kindern wird eine Portionenanzahl von 2 bis 3 Portionen pro Tag empfohlen.

³ Der Physical Activity Level (PAL) ist ein von der WHO eingeführtes Mass für den mittleren täglichen Energiebedarf. Die Höhe des PAL-Wertes wird wesentlich durch das Ausmass der körperlichen Aktivität bestimmt.

Um dem unterschiedlichen Energiebedarf von Männern und Frauen gerecht zu werden, wird bei den Portionsgrössen teilweise eine Spannbreite angegeben. Für Frauen gilt in der Regel die kleinere Zahl, während für Männer die grössere Zahl gilt.

Je nach Ausmass und Intensität der körperlichen Aktivität der Verpflegungsteilnehmenden kann der Richtwert für die Energiezufuhr variieren. Dem sollte durch verschiedene Portionsgrössen bzw. durch die Anzahl der angebotenen Portionen pro Tag Rechnung getragen werden. Die vorliegenden Portionsgrössen wurden für Erwachsene, Kinder und Jugendliche mit mässiger körperlicher Aktivität (siehe Tabelle 2) berechnet. Dieses Aktivitätsniveau entspricht einer hauptsächlich sitzenden Tätigkeit, wie der von Büroangestellten. Für Personengruppen mit einem höheren oder geringeren Aktivitätsniveau, wie beispielsweise Handwerker oder Bettlägerige, gelten andere Richtwerte. Auf Basis der D-A-CH-Referenzwerte für diese Personengruppen muss die Portionsgrösse bzw. die Anzahl der Portionen pro Tag durch eine Ernährungsfachkraft berechnet werden. Die Richtwerte für Erwachsene mit geringer körperlicher bzw. erhöhter Aktivität, basierend auf den PAL-Werten 1.2, 1.4 und 1.6, sind dem Anhang 8.1 zu entnehmen.



Saisonale Überprüfung des Verpflegungsangebots auf Basis der D-A-CH-Referenzwerte

Die vorliegenden lebensmittelbasierten Standards wurden auf Grundlage der SGE-Lebensmittelpyramide sowie unter Berücksichtigung der D-A-CH-Referenzwerte aufgestellt. Die in den D-A-CH-Referenzwerten genannten Energie- und Nährstoffangaben bilden die wissenschaftliche Basis für die praktische Umsetzung einer ausgewogenen Ernährung. **Der Fokus jedes Gemeinschaftsgastronomiebetriebs muss zunächst auf der Umsetzung der lebensmittelbasierten Standards liegen.** Erst wenn diese Standards erfüllt werden, sollte eine saisonale Überprüfung der Menülinien und des Speiseplans auf Basis der D-A-CH-Referenzwerte erfolgen. Ziel ist es, dass eine mithilfe der vorliegenden Standards zusammengestellte Menülinie den durchschnittlichen Nährstoffbedarf der verpflegten Personengruppe innerhalb von vier Wochen deckt.

Ob das Ziel erreicht wird, hängt jedoch von mehreren Faktoren ab. Beispielsweise beeinflussen die Häufigkeit, mit der einzelne Lebensmittelgruppen im Angebot berücksichtigt werden, die Auswahl der spezifischen Lebensmittel aus diesen Gruppen und die Art und Weise der Zubereitung den Nährstoffgehalt der Speisen.

Eine Überprüfung der zielgruppenspezifischen Nährstoffgehalte der Menülinien und Speisepläne sollte daher mithilfe einer Ernährungssoftware in regelmässigen Abständen, idealerweise saisonal, erfolgen. Es wird empfohlen, dass eine entsprechend geschulte Ernährungsfachkraft die Überprüfung vornimmt. Die D-A-CH-Referenzwerte für die spezifischen Zielgruppen in der Gemeinschaftsgastronomie sind dem Anhang 8.1 zu entnehmen.

Bei der saisonalen Überprüfung auf Basis der D-A-CH-Referenzwerte müssen der so genannte Drittelansatz sowie die Nährstoffrelation für die Speisen berücksichtigt werden.

Drittelsatz

In der Gemeinschaftsgastronomie wird für das Mahlzeitenangebot in der Regel der Drittelsatz angewandt. Gemeint ist hiermit, dass speziell über die Mittagsmahlzeit ein Drittel des täglichen Nährstoffbedarfs der Zielgruppe gedeckt werden sollte. Bei den meisten Nährstoffen, besonders bei Vitaminen, Calcium und Magnesium, ist dieses Drittel nicht zu unterschreiten. Hingegen sollte das Drittel bei den Nährstoffen, die in der üblichen Kost eher zu reichlich enthalten sind, das sind vor allem Eiweisse und Fette, nicht überschritten werden.

Nährstoffrelation

Daneben ist auch die Nährstoffrelation, das heisst das Verhältnis der energieliefernden Hauptnährstoffe Eiweiss, Fett und Kohlenhydrate, für die jeweilige Speise von besonderer Bedeutung.

Bezogen auf den durchschnittlichen täglichen Energiebedarf wird folgende Relation empfohlen:

15 % Eiweiss: 30 % Fett: 55 % Kohlenhydrate

Bezogen auf die Mittagsmahlzeit ergibt sich eine etwas andere Relation. Da beim Frühstück und bei den Zwischenmahlzeiten im Verhältnis mehr Kohlenhydratlieferanten konsumiert werden, kann bei der Mittagsmahlzeit ein höherer Eiweissgehalt eingeplant werden:

20 % Eiweiss: 30 % Fett: 50 % Kohlenhydrate

3.2 Speiseplangestaltung und Speisenherstellung

3.2.1 Speiseplangestaltung



Für ein vielfältiges und abwechslungsreiches Verpflegungsangebot müssen–neben den grundlegenden lebensmittelbasierten Standards – bei der Speiseplanung folgende Kriterien berücksichtigt werden:

- Der Turnus des Speiseplans beträgt mindestens vier Wochen.
- Das Angebot ist an die Bedürfnisse der Zielgruppe angepasst, dies beinhaltet:
 - Täglich wird ein vegetarisches Gericht angeboten.
 - Auf religiöse und kulturell begründete Ernährungsgewohnheiten der Verpflegungsteilnehmenden wird Rücksicht genommen. Zum Beispiel sollte bei einem grösseren Gästekreis muslimischer Herkunft bei Gerichten mit Schweinefleisch ein alternatives Gericht oder eine alternative Eiweisskomponente angeboten werden.
 - Verpflegungsteilnehmende, die aufgrund einer Allergie oder einer anderen medizinischen Indikation – wie zum Beispiel Diabetes – eine spezielle Kost benötigen, sollten sich verpflegen können. Bei Bedarf muss Auskunft über die Rezeptur oder die Zutaten der Speisekomponenten gegeben werden. Den betroffenen Verpflegungsteilnehmenden muss, wenn nötig, ermöglicht werden, ihre Speisen selbst zusammenzustellen.
 - Die Ernährungsgewohnheiten und -bedürfnisse der verpflegten Personengruppe müssen besonders in der Vollverpflegung berücksichtigt werden, da die Verpflegungsteilnehmenden hier nur wenige oder keine Ausweichmöglichkeiten haben.
 - Wünsche und Anregungen der Verpflegungsteilnehmenden werden in geeigneter Form bei der Speiseplanung berücksichtigt.
- Fleisch und Fleischerzeugnisse sowie die Tierart, von der diese stammen, werden eindeutig gekennzeichnet.
- Der Sommerspeiseplan unterscheidet sich durch die spezifische Auswahl von saisonalen und regionalen Lebensmitteln vom Winterspeiseplan. Generell sollten mindestens 25 % der eingesetzten Lebensmittel saisonale und/oder regional produzierte Produkte sein.

3.2.2 Das Tellermodell zur Mahlzeitengestaltung

Um das Mittag- und Abendessen ausgewogen, aber auch abwechslungsreich und vielfältig zu gestalten, ist das Tellermodell ein gutes Hilfsmittel (Abbildung 2). Hierzu werden die Lebensmittel in drei Gruppen unterteilt:

- Kohlenhydratreiche Lebensmittel wie Kartoffeln, Reis, Teigwaren, Brot, Hülsenfrüchte, Mais usw.
- Früchte, Gemüse und Salat.
- Eiweissreiche Lebensmittel wie Milch und Milchprodukte, Fleisch, Fleischwaren, Fisch, Eier, Tofu, Quorn usw.

Bei der Speisenausgabe (Schöpfen), aber auch bereits bei der Speiseplanung und der Entwicklung der Rezepturen sollte in etwa das folgende Verhältnis zwischen den drei genannten Lebensmittelgruppen auf einem Teller angestrebt werden:

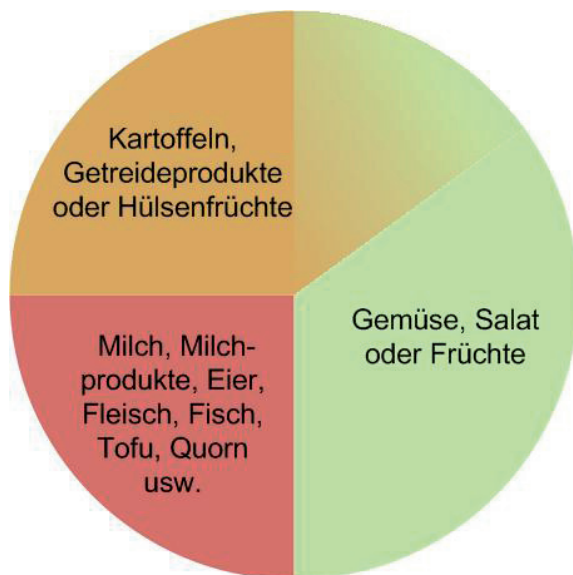


Abbildung 2: Geschöpfter Teller nach SGE

Dies bedeutet, dass jede Mahlzeit am Mittag und Abend mindestens aus diesen drei Komponenten besteht. Besonders bei Gemüse, Salat oder Früchten sollte auf einen ausreichend grossen Anteil geachtet werden, der wie dar-

gestellt bis zu einem halben Teller ausmacht. Die kohlenhydratreichen Lebensmittel machen ergänzend zum Anteil an Gemüse, Salat oder Früchten einen Anteil von mindestens einem Viertel aus. Die eiweissreichen Lebensmittel bedecken immer nur ein Viertel des Tellers. Die in Tabelle 2 (siehe Seite 16) empfohlenen Portionsmengen und die Anzahl an Portionen für die unterschiedlichen Altersgruppen sollten hierbei eingehalten werden. Da nicht jeder ausgiebig frühstückt, muss beim Frühstück nicht zwangsweise die genannte Verteilung der drei Gruppen eingehalten werden. Das Znüni sollte in diesem Fall jedoch das Frühstück ergänzen.

Das Tellermodell eignet sich ebenfalls, um mit den Verpflegungsteilnehmenden über eine ausgewogene Ernährung bzw. Speisenauswahl zu sprechen. So können die Verpflegungsteilnehmenden beispielsweise auch bei freier Komponentenwahl über eine optimale Zusammenstellung ihrer Hauptmahlzeit informiert werden.

3.2.3 Zubereitung, Warmhaltezeiten und sensorische Qualität der Speisen

Bei der Zubereitung der Mahlzeiten, aber auch bereits bei der Arbeits- und Ablaufplanung spielen Rezepturen eine grosse Rolle. Mithilfe von standardisierten Rezepturen kann eine gleichbleibende ernährungsphysiologische und sensorische Qualität der Speisen gewährleistet werden. Letztere ist besonders wichtig, denn für die Verpflegungsteilnehmenden sind das Aussehen, der Geruch und der Geschmack sowie die Textur wesentliche Kriterien bei der Auswahl und Akzeptanz der Speisen.

Deshalb sollte in jedem Gemeinschaftsgastroonomiebetrieb eine standardisierte Rezeptdatenbank vorhanden sein.

Die Grundlage der Rezepturen bilden – wie bereits dargelegt – die Prinzipien einer ausgewogenen und genussvollen Ernährung gemäss SGE-Lebensmittelpyramide unter Berücksichtigung der D-A-CH-Referenzwerte für die jeweilige Zielgruppe.

Die Rezepturen sollten die folgenden Angaben enthalten:

- Mengenangaben zu den Zutaten inklusive Salz, Kräuter und Gewürze,
- Anleitung zur Vor- und Zubereitung,
- Angaben über potenzielle Allergene,
- Angaben über Energie- und Nährstoffgehalte, d.h. Eiweiss, Kohlenhydrate und Fett, pro Portion.

So kann jederzeit und ohne grossen Aufwand Auskunft über die Speisen gegeben werden, sowohl mündlich als auch schriftlich auf dem Speiseplan.

Die Einhaltung der standardisierten Rezepturen wird unter anderem regelmässig durch eine sensorische Prüfung (siehe Seite 21) kontrolliert.



Unabhängig von den standardisierten Rezepturen müssen die nachfolgenden Aspekte bei der Vor- und Zubereitung bis zur Ausgabe der Speisen berücksichtigt werden:

- Es wird auf eine fettarme und nährstoffschonende Vor- und Zubereitung der Lebensmittel und Speisen geachtet:
 - Frittieren als Garmethode wird auf ein Minimum beschränkt.
 - Bei der Zubereitung von Gemüse werden Dünsten und Dämpfen als Garmethode bevorzugt.
- Die Warmhaltezeit der zubereiteten Speisen ist minimal, denn nur so lassen sich grosse Vitaminverluste und sensorische Einbussen verhindern. Als Optimum wird für alle zubereiteten Speisen eine Warmhaltezeit von 30 Minuten angestrebt. Gemüse und kurz gebratene Komponenten dürfen maximal 2 Stunden warmgehalten werden. Für andere zubereitete Speisen darf eine Warmhaltezeit von 3 Stunden nicht überschritten werden. Um längere Warte- und somit Warmhaltezeiten zu vermeiden, sollte eine chargenweise Produktion, Erwärmung oder Regenerierung durchgeführt werden.

- Warme Speisen werden bei einer Temperatur von mindestens 65 °C ausgegeben. Kalte, leicht verderbliche Speisen werden entsprechend der gesetzlichen Bestimmungen bei maximal 5 °C ausgegeben.
- Die Abläufe für die Zubereitung der Speisen sind in Form von Rezepturen und Arbeitsanweisungen festgelegt.
- Damit an der Speisenausgabe die in der Rezeptur festgelegten Portionsgrössen geschöpft werden, ist ein Schöpfkellenplan oder ein entsprechendes Hilfsmittel im Einsatz. Grundsätzlich wird unter Verwendung dieses Hilfsmittels portioniert. Den Verpflegungsteilnehmenden muss jedoch die Möglichkeit gegeben werden, die Portionsgrösse zu verändern.
- Bei Selbstbedienung sollte den Verpflegungsteilnehmenden die optimale Portionsgrösse beispielsweise durch Musterteller aufgezeigt werden und ein passendes Schöpfbesteck zur Verfügung stehen.



Generell gilt, dass ein hoher Anteil an Frischkost im Angebot, unter Voraussetzung einer optimalen küchentechnischen Behandlung, tendenziell einen höheren Gesundheitswert bedeutet. Jeder zusätzliche Verarbeitungsschritt hin zu Convenience-Lebensmitteln birgt das Risiko einer Verringerung des Gehalts an empfindlichen Nährstoffen. Deshalb muss immer auf ein nährstoffschonendes küchentechnisches Vorgehen geachtet werden, was unter anderem kurze Lagerzeiten, einen schnellen Warendurchfluss und optimale Garverfahren beinhaltet.

Sensorik



Bevor die Speisen an die Gäste ausgegeben werden, findet grundsätzlich eine kurze sensorische Prüfung statt.

Diese sensorische Prüfung sollte die Aspekte Aussehen, Geruch, Geschmack und Textur umfassen. Hierbei wird überprüft, ob die Rezeptur umgesetzt wurde und ob die Speisen eine arttypische Farbe und Konsistenz sowie einen arttypischen Geruch und Geschmack aufweisen. Es sollte zudem auf eine farblich abwechslungsreiche Zusammenstellung und eine ansprechende Präsentation der Speisen geachtet werden.

Grundsätzlich müssen in jedem Gemeinschaftsgastronomiebetrieb eigene prozessbezogene, sensorische Anforderungen und der Umfang der Überprüfung festgelegt werden. Hierbei müssen die sensorischen Anforderungen der Zielgruppe berücksichtigt werden. So kann beispielsweise in einem Altenheim aufgrund von Schluck- und Kaubeschwerden von Bewohnern das Gemüse nicht immer „al dente“ gegart werden, wie es den Empfehlungen entspricht.

Um die sensorischen Anforderungen der Zielgruppe kennen zu lernen und zu berücksichtigen, können den Verpflegungsteilnehmenden bei der Einführung neuer Speisen Kostproben angeboten werden. Die Reaktionen der Verpflegungsteilnehmenden sollten hierbei mündlich oder schriftlich erfasst werden. Eine andere Möglichkeit ist die regelmässige Durchführung von Testessen. Zu diesen Testessen wird ein Teil der Verpflegungsteilnehmenden eingeladen. Diese beurteilen während des Essens die Speisen anhand eines kurzen Fragebogens und bringen sich so aktiv in die Gestaltung des Verpflegungsangebots ein.

4 Kommunikation

Die Einrichtungen der Gemeinschaftsgastronomie, wie beispielsweise Personalrestaurants, Mensen, Cafeterien und Speisesäle in Pflegeeinrichtungen und Heimen, sind Orte der Begegnung. Auch wenn die Verpflegung am Krankenbett erfolgt, übernimmt sie für die Verpflegungsteilnehmenden neben der reinen Versorgung mit Essen und Trinken immer auch wesentliche soziale Funktionen. Dabei geht es unter anderem um den Austausch von Informationen und die Begegnung mit Vorgesetzten und Kollegen, Lehrern, Betreuungspersonen, Freunden, Bekannten und anderen Personen.

Für den Gemeinschaftsgastronomiebetrieb selbst ist neben der Kommunikation mit der Unternehmensführung, mit den Lieferanten und anderen Dienstleistern des Betriebs vor allem die Kommunikation innerhalb des Mitarbeitenteams und mit seinen Gästen, also den Verpflegungsteilnehmenden, wichtig.



Die Beziehungspflege ist ein wichtiger Faktor für die Zufriedenheit der Verpflegungsteilnehmenden und Mitarbeitenden sowie für die Team- und Kooperationsfähigkeit des Mitarbeitendenstabs. Ein effizienter Arbeitsablauf setzt einen guten Kommunikationsfluss und somit den reibungslosen Austausch von Informationen voraus.



Daher muss in einem Gemeinschaftsgastronomiebetrieb ein umfassendes Informations- und Kommunikationskonzept vorliegen. Es hält geeignete Prozesse für die Kommunikation mit den genannten Personengruppen nach innen und nach aussen fest.

4.1 Kommunikation mit den Verpflegungsteilnehmenden



Für die Verantwortlichen des Gemeinschaftsgastronomiebetriebs ist es notwendig, mit ihren Verpflegungsteilnehmenden in einen Dialog zu treten. Nur so können sie deren Anforderungen an das Verpflegungsangebot kennen lernen. Dies ist essenziell für das Qualitätsmanagement des Betriebs.

Grundsätzlich müssen unterschiedliche Kommunikationsmittel und -prozesse im Gemeinschaftsgastronomiebetrieb etabliert sein. Dazu gehören:

- Orientierungshilfen über das Verpflegungsangebot und die Verpflegungsörtlichkeiten. Hierzu zählen verständliche und gut sichtbare Wegbeschreibungen, aber auch ein klar ersichtlicher Speiseplan und weiterführende Ernährungsinformationen.
- Eine Feedbackkultur bzw. eine offene Kommunikationskultur.
- Ein professionelles Ernährungs- und Gesundheitsmarketing.
- Geschulte, kompetente Mitarbeitende im Service.

Ein gesundheitsfördernder Gemeinschaftsgastronomiebetrieb sollte also bestrebt sein, einen interaktiven Informationsaustausch über das Verpflegungsangebot und die Grundlagen und Möglichkeiten einer ausgewogenen Ernährung mit den Verpflegungsteilnehmenden sicherzustellen. Idealerweise werden hierzu visuelle Hilfsmittel eingesetzt.

Dem Verpflegungsteilnehmenden wird so ermöglicht, eine bewusste und sachkundige, das heisst kompetente Speisenauswahl zu treffen und sich dank Orientierungshilfen schnell zurechtzufinden.

Es sollten regelmässig Befragungen der Verpflegungsteilnehmenden durchgeführt werden, um ihre Anforderungen und ihre Zufriedenheit in Bezug auf die folgenden vier Themenbereiche zu ermitteln:

- Das Verpflegungsangebot.
- Das Beziehungsmanagement, das betrifft beispielsweise die Raumgestaltung, das Ambiente und das Kommunikations- und Informationsmanagement.
- Das Schnittstellenmanagement, das betrifft beispielsweise den Umgang mit potenziellen Interessenkonflikten oder Problemen und Beschwerden.
- Die gesundheitsfördernde Praxis, d.h. beispielsweise die Information der Verpflegungsteilnehmenden zum Thema Ernährung und Gesundheit (Empowerment), die Beteiligung der Verpflegungsteilnehmenden an der Gestaltung des Verpflegungsangebots (Partizipation) oder die Möglichkeiten der Verpflegungsteilnehmenden, sich im Gemeinschaftsgastronomiebetrieb zu verpflegen (gesundheitliche Chancengleichheit). Hier kommen auch Aspekte wie Preisgestaltung, Öffnungszeiten und die Vielfalt des Angebots zum Tragen.

Auch die Mitarbeitenden sollten regelmässig zu diesen vier Themenbereichen befragt werden. Die Befragungen müssen natürlich nicht immer alle Themenbereiche vollumfänglich abdecken.

Neben den Befragungen sollten für die Verpflegungsteilnehmenden eines gesundheitsfördernden Gemeinschaftsgastronomiebetriebs noch weitere Möglichkeiten offenstehen, um ihre Wünsche, Bedürfnisse sowie Anregung und Lob äussern zu können. Idealerweise beteiligen sie sich aktiv an der Gestaltung des Verpflegungsangebots und der Raumgestaltung. Hierfür sollten ein Verpflegungs- oder Ernährungsbeirat (siehe Kapitel 4.4), sowie eine Feedbackkultur im Betrieb etabliert sein.

4.1.1 Feedbackkultur



Ein Kommunikations- und Informationskonzept legt fest, auf welchem Weg die Verpflegungsteilnehmenden ihre vielfältigen Rückmeldungen, wie Lob, Beschwerden, Sorgen, Wünsche und Anregungen, äussern können.

Ein fest eingerichteter Feedbackpoint (Briefkasten) ist eine Möglichkeit, dank der die Verpflegungsteilnehmenden schriftlich ihre Rückmeldung abgeben können. Alternativ können die Meinungen und Stimmungen der Verpflegungsteilnehmenden auch in regelmässigen Gesprächen mit den Mitarbeitenden eingeholt werden. Hierbei können vorgegebene Fragen berücksichtigt werden. Wichtig ist, dass ein standardisiertes Vorgehen festgelegt ist, die Verpflegungsteilnehmenden darüber informiert sind und es akzeptieren.

Jeder Gemeinschaftsgastronomiebetrieb sollte eine offene Kommunikations- und Feedbackkultur leben. Es gilt, die Rückmeldungen der Verpflegungsteilnehmenden zu sammeln und auszuwerten. Der Verpflegungsteilnehmende will und muss wissen, was mit seiner Rückmeldung geschieht. Die Reaktion auf eine Rückmeldung durch die Verpflegungsteilnehmenden sollte stets positiv und freundlich sein, da die Hürde, ihre Meinung zu äussern, für die Verpflegungsteilnehmenden meist hoch ist. Nur mithilfe dieser Rückmeldungen kann das Angebot der Gemeinschaftsgastronomie kontinuierlich an die Anforderungen und Bedürfnisse der Verpflegungsteilnehmenden angepasst und können die bestehenden Prozesse verbessert werden.

4.1.2 Ernährungs- und Gesundheitsmarketing



Es muss den Verpflegungsteilnehmenden ermöglicht werden, eine bewusste und sachkundige Speisenauswahl zu treffen.

Dies setzt neben der Bereitstellung eines vielfältigen und ausgewogenen Angebots voraus, dass den Verpflegungsteilnehmenden Informationen über die Bedeutung einer ausgewogenen Ernährung auf Grundlage der SGE-Lebensmittelpyramide und anderer Quellen zur Verfügung stehen. Sie können sich so über warenkundliche Eigenschaften, den Energie und Nährwert der angebotenen Speisen sowie Nahrungsmittelallergien auslösende Inhaltsstoffe informieren. Neben diesen qualitativen Aspekten sollten die Verpflegungsteilnehmenden dafür sensibilisiert werden, wie viel Energie- und Nährstoffe sie in Anbetracht ihres Alters und Aktivitätsniveaus im Tagesdurchschnitt zu sich nehmen sollten. Dies drückt sich letztendlich über empfohlene Portionsmengen aus (siehe Kapitel 3).

Um die Verpflegungsteilnehmenden zu informieren, können unterschiedliche Materialien und Methoden eingesetzt werden. Idealerweise wird, wie in Kapitel 3 beschrieben, die SGE-Lebensmittelpyramide oder das Tellermodell verwendet, um den Verpflegungsteilnehmenden eine optimale Lebensmittelzusammenstellung im Sinne einer ausgewogenen Ernährung aufzuzeigen. Generell können passend zum Angebot gestaltete Tischaufsteller, Informationsflyer, Aushänge im Ausgabebereich, das Internet oder Intranet zur Vermittlung von Ernährungswissen genutzt werden.

Das Thema einer ausgewogenen Ernährung, aber auch andere Themen der Gesundheitsförderung – wie etwa Bewegung, Erholung und eine ergonomische Arbeitsplatzgestaltung – sollten in Aktionswochen oder Projekten regelmässig durch den Gemeinschaftsgastronomiebetrieb und das übergeordnete Unternehmen aufgegriffen werden.

Den im Service arbeitenden Mitarbeitenden, welche die Speisen und Getränke ausgeben, kommt bei der Informationsvermittlung eine besondere Rolle zu. Sie stehen im direkten

Kontakt mit den Verpflegungsteilnehmenden und werden daher als Erstes um Informationen gebeten. Das setzt voraus, dass diese Mitarbeitenden über die Speisen und ihre Zusammensetzung sowie über die Grundlagen einer ausgewogenen Ernährung Bescheid wissen. Eine regelmässige Schulung und Informationsvermittlung an die Mitarbeitenden in diesem Bereich ist zwingend notwendig. Nur so können sie den Verpflegungsteilnehmenden dabei helfen, zu jeder Mahlzeit eine ausgewogene Speisenauswahl zu treffen (siehe Kapitel 2.3.1).

Hilfestellung bei Fragen rund um die Gestaltung und Vermarktung einer ausgewogenen Ernährung kann eine Ernährungsfachkraft geben (siehe Kapitel 2.3.2).

4.2 Kommunikation zwischen den Mitarbeitenden des Gemeinschaftsgastronomiebetriebs



Für die Gewährleistung eines reibungslosen Arbeitsablaufes ist es unerlässlich, alle Mitarbeitenden in den internen Kommunikationsfluss einzubinden.

Fehlt ein klares Kommunikationskonzept, kommt es vermehrt zu unsystematischer und informeller Kommunikation. Wenn sich die Mitarbeitenden nicht informiert fühlen, kann sich unter anderem auch ihre Team- und Kooperationsfähigkeit verringern. Es gilt deshalb, Kommunikationsprozesse festzulegen.

In allen Bereichen des Gemeinschaftsgastronomiebetriebs sollten regelmässige Arbeitsbesprechungen stattfinden. Auch bereichsübergreifende Besprechungen sollten etabliert sein. Je nach Grösse des Betriebs ist es zudem empfehlenswert, ein innerbetriebliches Kommunikationsmedium, wie beispielsweise ein schwarzes Brett oder eine Mitarbeitendenzeitschrift, einzuführen.

Die Mitarbeitenden müssen in die Planung von Projekten und Aktivitäten eingebunden werden, um deren Erfolg zu garantieren. Sie haben vielfach einen direkten Kontakt zu den Verpflegungsteilnehmenden und entwickeln so gute

Ideen und Verbesserungsvorschläge. Gerade bei der Lösung von Problemen, Beschwerden oder der Behebung organisatorischer Schwachstellen, die den täglichen Arbeitsablauf der Mitarbeitenden betreffen, ist es besonders wichtig, die Mitarbeitenden zu informieren und einzubeziehen. Dies kann sowohl während der regelmässigen Arbeitsbesprechungen geschehen als auch innerhalb eines interdisziplinären Arbeitsteams (siehe Kapitel 4.4).

4.3 Kommunikation mit den Lieferanten



Das Informations- und Kommunikationskonzept des Gemeinschaftsgastronomiebetriebs umfasst die Kommunikation mit den Verpflegungsteilnehmenden, den Mitarbeitenden sowie mit den Lieferanten und anderen Dienstleistern. Die an die Leistungen der Lieferanten und andere externe Dienstleister gestellten Anforderungen sollten immer in einem Leistungsverzeichnis bzw. in Spezifikationen festgelegt sein, um eine gleichbleibende Qualität der Waren bzw. Dienstleistungen zu gewährleisten.



Der Gemeinschaftsgastronomiebetrieb sollte regelmässig überprüfen, ob die gestellten Anforderungen auch eingehalten werden. Dies kann sowohl durch eine Wareneingangskontrolle als auch durch Lieferanten- oder Reinigungsaudits realisiert werden.

Soll der Gemeinschaftsgastronomiebetrieb im Mandat bewirtschaftet werden, muss in jedem Fall ein Leistungsverzeichnis aufgestellt werden. Dieses dient als Basis für das Ausschreibungsverfahren zur Vergabe der Dienstleistung an Caterer oder unabhängige Betriebe und ermöglicht einen Vergleich der verschiedenen Anbieter.

In einem solchen Leistungsverzeichnis müssen enthalten sein:

- die Verpflichtung, die vorliegenden Qualitätsstandards umzusetzen,
- die Abgabe verbindlicher 4-Wochenspeisepläne, aus denen der Einsatz von Lebensmitteln gemäss den vorliegenden Qualitätsstandards hervorgeht,
- das gewählte Verpflegungssystem und die Zubereitungsarten,
- das Bestell- und Abrechnungssystem,
- die Art und der Umfang der bestehenden Infrastruktur und Geräte sowie weitere Rahmenbedingungen,
- der oder die Ansprechpartner,
- der Einsatz von qualifiziertem Personal, sowie Angaben zum Schulungs- und Weiterbildungskonzept der Mitarbeitenden,
- allgemeine Referenzen in der Gemeinschaftsgastronomie sowie Referenzen in dem speziellen Bereich der Gemeinschaftsgastronomie (Business, Care, Education).

Ein solches Leistungsverzeichnis sollte in regelmässigen Abständen überarbeitet und an gegebenenfalls veränderte Rahmenbedingungen angepasst werden.

4.4 Interdisziplinäre Kommunikation

Verpflegungs- oder Ernährungsbeirat

Ein Verpflegungs- oder Ernährungsbeirat sollte eingerichtet werden. Dieser räumt den verschiedenen Anspruchsgruppen eines Gemeinschaftsgastronomiebetriebs im Sinne des partizipativen Ansatzes ein Mitspracherecht ein.

Wer genau im Beirat Einsitz nimmt und wie die Mitglieder ausgewählt werden, muss jeder Betrieb unter Berücksichtigung seiner Rahmenbedingungen selbst entscheiden. Idealerweise sind folgende Gruppierungen vertreten: die Verpflegungsteilnehmenden (Schüler, Eltern, Patienten, Heimbewohner, Angehörige, Arbeitnehmer usw.), die Trägerschaft (private, halbprivate oder öffentliche Unternehmen/Einrichtungen) und der Gemeinschaftsgastronomiebetrieb (Mitarbeitende und Managementebene). Eine Liste der Mitglieder ist für alle öffentlich zugänglich zu machen.

Der Beirat plant unter Berücksichtigung der bestehenden Anforderungen ein optimales Verpflegungsangebot und setzt eine anspruchsgerechte Raum- und Zeitgestaltung für den Gemeinschaftsbetrieb um. Er unterbreitet der Managementebene des Gemeinschaftsgastronomiebetriebs und gegebenenfalls des Unternehmens entsprechende Vorschläge. Innerhalb des Beirats müssen alle Wünsche und Bedürfnisse der unterschiedlichen Anspruchsgruppen erfasst und optimal berücksichtigt werden. Es werden regelmässige Treffen abgehalten.

Über die Beschlüsse und Empfehlungen des Beirats werden die Verpflegungsteilnehmenden und die Mitarbeitenden des Gemeinschaftsgastronomiebetriebs informiert.

Interdisziplinäres Arbeitsteam

Jeder Gemeinschaftsgastronomiebetrieb sollte zur Lösung von Problemen, Beschwerden oder zur Behebung organisatorischer Schwachstellen ein interdisziplinäres Arbeitsteam aufstellen. Es fungiert als Schnittstellenmanagementteam und wird häufig auch als Qualitätszirkel bezeichnet.

Vertreter/-innen der Mitarbeitenden und der Managementebene des Gemeinschaftsgastronomiebetriebs bilden die Kerngruppe. Die Zusammensetzung des interdisziplinären Arbeitsteams sollte je nach Problem variieren, sodass Vertreter des übergeordneten Unternehmens, der Verpflegungsteilnehmenden oder der Lieferanten einbezogen werden, sobald das Problem die Schnittstelle zu ihnen betrifft. Es sollten regelmässig institutionalisierte Arbeitstreffen mit allen ständigen Vertretern des Arbeitsteams stattfinden.

Organisatorische Schwachstellen werden von diesem Team gezielt analysiert, Problemursachen und ihre Konsequenzen aufgespürt. Lösungsstrategien für auftretende Probleme werden unter Anwendung gängiger Methoden des Qualitätsmanagements erarbeitet und dokumentiert. So können beispielsweise Problemursachen systematisch mithilfe eines Ursache-Wirkungs-Diagramms ermittelt werden. Das interdisziplinäre Arbeitsteam erstellt auf diese Weise eine Liste der kritischen Schnittstellen und der involvierten Personen des Gemeinschaftsgastronomiebetriebs und leitet die Umsetzung der Lösungsstrategien ein.

5 Ambiente



Jeder Gemeinschaftsgastronomiebetrieb muss bestrebt sein, ein für die Verpflegungsteilnehmenden und Mitarbeitenden angenehmes Ambiente innerhalb ihrer Einrichtung zu schaffen.

Die Verpflegungsteilnehmenden sollen die Einrichtung attraktiv finden und aufgrund grosser Zufriedenheit mit dem Angebot regelmässig frequentieren (Kundenbindung). Dank eines guten Ambientes verweilen sie zudem gerne länger und finden Erholung.

Das Ambiente eines Gemeinschaftsgastronomiebetriebs wird von einer Vielzahl von Faktoren beeinflusst, zum Beispiel von den strukturellen Gegebenheiten, aber auch von der Qualität der Speisen.

5.1 Das Ambiente und seine Einflussfaktoren

Die Faktoren lassen sich drei übergeordneten Bereichen zuordnen:

- Umweltfaktoren, wie Raumgestaltung, Ausstattung und Design, Geräusche, Gerüche, Lichtverhältnisse usw.
- Soziale Faktoren, wie Anwesenheit und Verhalten anderer Personen.
- Sensorische Faktoren der angebotenen Speisen, wie Geruch, Geschmack, Temperatur und Präsentation.

Die sozialen Faktoren kann ein Gemeinschaftsgastronomiebetrieb selbst nur in geringem Masse beeinflussen, beispielsweise durch freundliches, kompetentes und hilfsbereites Personal. Daher sollte für die Schaffung eines angenehmen Ambientes ein besonderes Augenmerk auf die sensorischen und die Umweltfaktoren, speziell die Raumgestaltung, gelegt werden.

In beiden Bereichen spielt der Einbezug der Verpflegungsteilnehmenden und der Mitarbeitenden eine wichtige Rolle.

Die Anforderungen der Verpflegungsteilnehmenden an das Ambiente und ihre Zufriedenheit damit müssen regelmässig erfasst werden. Hierzu müssen in den Befragungen der Verpflegungsteilnehmenden auch die Faktoren Lärm, Sauberkeit und Geruch im Restaurantbereich abgefragt werden (siehe auch Kapitel 4.1).



5.2 Raum- und Zeitgestaltung

Unter Berücksichtigung der strukturellen Gegebenheiten des Gemeinschaftsgastronomiebetriebs sollte den Anforderungen der Verpflegungsteilnehmenden und der Mitarbeitenden an die Raum- und Zeitgestaltung Rechnung getragen werden. Dies kann am besten durch einen Verpflegungs- oder Ernährungsbeirat geschehen (siehe Kapitel 4.4).

Folgende Kriterien sollten bei der Raum- und Zeitgestaltung unbedingt erfüllt werden. Diese Kriterien gelten jedoch nur beschränkt, wenn ausschliesslich auf dem Zimmer bzw. am Krankenbett verpflegt wird.

- Die Einrichtung der Küche ist ergonomisch und die Laufwege der Mitarbeitenden sind minimal.
- Die Einrichtung des Restaurantbereichs ist zielgruppenspezifisch und erfüllt die Anforderungen an eine ergonomische Gestaltung.

- Auch zu Spitzenzeiten sind ausreichend Sitzplätze vorhanden.
- Lange Wege, Kreuzungswege und lange Wartezeiten an der Ausgabe und an der Kasse werden durch eine optimale Raumgestaltung und ein entsprechendes Abrechnungssystem vermieden.
- Das Abrechnungs- und Ausgabesystem wurde entsprechend der betrieblichen Gegebenheiten und der Zielgruppe ausgewählt.
- Den Verpflegungsteilnehmenden ist es möglich, innerhalb von 30 Minuten zur Verpflegungseinrichtung hin und zurück zu laufen und ihre Mahlzeit in Ruhe einzunehmen.
- Die Öffnungszeiten sind an die Bedürfnisse der Verpflegungsteilnehmenden angepasst, d.h. der Gemeinschaftsgastronomiebetrieb ist zu den typischen Pausenzeiten geöffnet.
- Im Restaurantbereich wird auf Sauberkeit geachtet:
 - Die Mitarbeitenden treten gepflegt und freundlich auf. Ihre Arbeitskleidung ist sauber.
 - Die Räumlichkeiten und die Einrichtung sind sauber.
 - Das benutzte Geschirr wird kontinuierlich aus dem Sichtbereich entfernt.

Auf die Bedürfnisse und Möglichkeiten von Verpflegungsteilnehmenden, die am Krankenbett oder auf dem Zimmer verpflegt werden, sollte je nach Einzelfall eingegangen werden. Hier ist der Kontakt mit dem Pflege- bzw. Servicepersonal von grosser Bedeutung. Gemeinsam mit dem Verpflegungsteilnehmenden sollten die Verpflegung mit Speisen und Getränken und die Verpflegungszeiten besprochen werden.



6 Nachhaltigkeit und Wirtschaftlichkeit



Eine gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie ist auf ökologische und ökonomische Nachhaltigkeit ausgerichtet. Dies beinhaltet ein ausgewogenes und vielfältiges Verpflegungsangebot, das die Gesundheit der Verpflegungsteilnehmenden langfristig und dauerhaft fördert und andererseits die Ressourcen schont.

Daher sollten neben der Realisierung eines gesundheitsfördernden Verpflegungsangebots, unter Einbezug der Verpflegungsteilnehmenden und Mitarbeitenden, immer die Prozessoptimierung und die Schaffung nachhaltiger Prozesse und Produkte im Mittelpunkt stehen.

Die nachfolgenden Kriterien müssen hierbei berücksichtigt werden:

- Mindestens 25 % der eingesetzten Lebensmittel sind saisonale und/oder regional produzierte Produkte. Regionale Produkte werden in einem Umkreis von 50 km um den Gemeinschaftsgastronomiebetrieb produziert.
- Die Prozesse und der Wareneinsatz werden kontinuierlich optimiert, um Ressourcen zu schonen. Hierzu zählen:
 - Optimierung des Energie- und Wasserverbrauchs,
 - optimaler Einsatz der Geräte,
 - Optimierung des Einsatzes von Reinigungsmitteln,
 - Minimierung der Abfallmenge,
- Überall, wo möglich, werden Grossgebunden Kleingebunden vorgezogen.

Die Aspekte der Nachhaltigkeit und der Umweltschonung sind im Leitbild des Betriebs (siehe Kapitel 2.2) aufgegriffen und auch den Verpflegungsteilnehmenden und Mitarbeitenden bekannt.

Wirtschaftlichkeit

Wirtschaftlichkeit sollte primär durch die Prozessoptimierung, die Ausrichtung auf die Bedürfnisse der Kunden und die daraus resultierende kontinuierliche Qualitätsverbesserung erreicht werden. Dies wird auch als ökonomische Nachhaltigkeit bezeichnet.

Dabei dürfen die Aspekte der Gesundheitsförderung jedoch nicht aus den Augen verloren werden. Denn trotz wirtschaftlicher Zwänge muss die Preisgestaltung für gesunde, ausgewogene Speisen attraktiv sein. Die Preise sind so zu gestalten, dass es allen Mitgliedern der Zielgruppe möglich ist, vom gesundheitsfördernden Verpflegungsangebot zu profitieren. Die gesunden, ausgewogenen Verpflegungsangebote, wie Speisen, Menüs und Getränke, dürfen folglich nicht immer die teuersten Angebote sein.

Das Verpflegungsangebot des Gemeinschaftsgastronomiebetriebs hat einen nicht zu unterschätzenden Einfluss auf die Unternehmensleistung und das Unternehmensimage. Die folgenden Faktoren können durch eine gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie positiv beeinflusst werden:

- Zufriedenheit der Mitarbeitenden und Verpflegungsteilnehmenden,
- Steigerung des allgemeinen Wohlbefindens,
- Reduktion krankheitsbedingter Fehlzeiten und der Fluktuation von Mitarbeitenden,
- Vernetzung der Mitarbeitenden untereinander und mit den Verpflegungsteilnehmenden.

7 Umsetzung der Qualitätsstandards

Die Umsetzung der vorliegenden Schweizer Qualitätsstandards für eine gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie wird nur mit Unterstützung aller Anspruchs- und Interessengruppen gelingen. Der Slogan „Mit der Praxis für die Praxis“ steht für das Bestreben, die Lücke zwischen wissenschaftlichen Anforderungen und praktischen Umsetzungsmöglichkeiten in einem partizipativen Prozess zu schliessen. Die aktuellen Qualitätsstandards legen einen Grundstein für den kontinuierlichen Entwicklungs- und Optimierungsprozess einer ganzen Branche, wie dies in der Badenweiler Erklärung 2007 zum Ausdruck gebracht wurde.



Checklisten

Als Hilfestellung zur ersten, eigenen betriebsinternen Einschätzung des Gemeinschaftsgastronomiebetriebs wurden drei Checklisten erstellt: Sie dienen der Überprüfung des Verpflegungsangebots, auch in Automaten, und der Organisation.

Die Checklisten sollen dem Gemeinschaftsgastronomiebetrieb dabei helfen, den Ist-Zustand zu ermitteln und einen möglichen Optimierungsbedarf festzustellen.

Checkliste 1 – Verpflegungsangebot (ohne Automatenverpflegung)

Mithilfe der Checkliste 1 soll das Verpflegungsangebot in Personalrestaurants, Mensen, Cafeterien, Spitälern und Kliniken usw. überprüft werden. Die Checkliste zeigt auf, inwieweit das Verpflegungsangebot die in den vorliegenden Qualitätsstandards festgelegten Kriterien erfüllt.

Die Checkliste 1 wurde für einen Prüfzeitraum von 28 Verpflegungstagen (4 × 7 Tage) bei Vollverpflegung und 20 Verpflegungstagen (4 × 5 Tage) bei Teilverpflegung aufgestellt.

Checkliste 2 – Automatenverpflegung

Die Checkliste 2 soll in Ergänzung zu Checkliste 1 eine Hilfestellung bei der Überprüfung der Automatenverpflegung bieten. Sie zeigt auf, inwieweit das Angebot in den Automaten den in den Qualitätsstandards festgelegten Kriterien entspricht.

Checkliste 3 – Organisation

Die Checkliste 3 befasst sich mit den organisatorischen Rahmenbedingungen des Gemeinschaftsgastronomiebetriebs. Sie ermöglicht zu überprüfen, inwieweit die hierzu in den Qualitätsstandards festgelegten Kriterien erfüllt werden.

Die Checkliste 3 kann bei Voll- und Teilverpflegung angewendet werden.

Die aktuellen Checklisten sind auf der Internetplattform in der Rubrik „Downloads“ abrufbar: www.goodpractice-gemeinschaftsgastronomie.ch

8 Anhang

8.1 D-A-CH-Referenzwerte für die Energie- und Nährstoffzufuhr in der Gemeinschaftsgastronomie

Tabelle 3: D-A-CH-Referenzwerte für Tages- und Mittagsverpflegung von Erwachsenen (19 bis 65 Jahre) in der Gemeinschaftsgastronomie (PAL 1.2, 1.4 und 1.6).

	PAL 1.2		PAL 1.4		PAL 1.6	
	Tageskost 15:30:55 ¹	Mittagessen 20:30:50	Tageskost 15:30:55	Mittagessen 20:30:50	Tageskost 15:30:55	Mittagessen 20:30:50
Energie (kcal/kJ)²	1850/7740	617/2580	2150/8996	717/2999	2450/10252	817/3418
Eiweiss (g)	≤69	≤31	≤81	≤36	≤95	≤41
Fett (g)	≤62	≤21	≤72	≤24	≤80	≤27
Kohlenhydrate (g)	≥254	≥77	≥296	≥90	≥337	≥102
Nahrungsfasern (g)	≥30	≥10	≥30	≥10	≥30	≥10
Vitamin E (mg)	14	5	14	5	14	5
Vitamin B₁ (mg)	1,2	0,4	1,2	0,4	1,2	0,4
Vitamin B₂ (mg)	1,4	0,5	1,4	0,5	1,5	0,5
Folsäure (µg)	400	133	400	133	400	133
Vitamin C (mg)	100	33	100	33	100	33
Calcium (mg)	1000	333	1000	333	1000	333
Magnesium (mg)	350	117	350	117	350	117
Eisen (mg)	15	5	15	5	15	5
Jod (µg)	200	67	200	67	200	67

¹ Nährstoffrelation von Eiweiss:Fett:Kohlenhydrate = Anteil an der Energiezufuhr in %

² Richtwert für die durchschnittliche Energiezufuhr von Männern und Frauen (1 kcal = 4,184 kJ)

Quellen:

Deutsche Gesellschaft für Ernährung. Umsetzung der Referenzwerte für die Gemeinschaftsverpflegung. Bonn. 2008.

Deutsche Gesellschaft für Ernährung, Österreichische Gesellschaft für Ernährung, Schweizerische Gesellschaft für Ernährungsforschung, Schweizerische Vereinigung für Ernährung (Hrsg.). Referenzwerte für die Nährstoffzufuhr, 1. Auflage, 3. korrigierter Nachdruck. Frankfurt am Main: Umschau/Braus. 2008.

Tabelle 4: D-A-CH-Referenzwerte für die Tages- und Mittagsverpflegung von Senioren (ab 66 Jahre) in der Gemeinschaftsgastronomie (PAL 1.2 und PAL 1.4)

	PAL 1.2		PAL 1.4	
	Tageskost 15:30:55 ¹	Mittagessen 20:30:50	Tageskost 15:30:55	Mittagessen 20:30:50
Energie (kcal/kJ)²	1550/6485	517/2162	1800/7531	600/2510
Eiweiss (g)	≤58	≤26	≤68	≤30
Fett (g)	≤52	≤17	≤60	≤20
Kohlenhydrate (g)	≥213	≥65	≥248	≥75
Nahrungsfasern (g)	≥30	≥10	≥30	≥10
Vitamin E (mg)	12	4	12	4
Vitamin B₁ (mg)	1,0	0,3	1,0	0,3
Vitamin B₂ (mg)	1,2	0,4	1,2	0,4
Folsäure (µg)	400	133	400	133
Vitamin C (mg)	100	33	100	33
Calcium (mg)	1000	333	1000	333
Magnesium (mg)	350	117	350	117
Eisen (mg)	10	3,3	10	3,3
Jod (µg)	180	60	180	60

¹ Nährstoffrelation von Eiweiss:Fett:Kohlenhydrate = Anteil an der Energiezufuhr in %

² Richtwert für die durchschnittliche Energiezufuhr von Männern und Frauen (1 kcal = 4,184 kJ)

Quellen:

Deutsche Gesellschaft für Ernährung. Umsetzung der Referenzwerte für die Gemeinschaftsverpflegung. Bonn. 2008.

Deutsche Gesellschaft für Ernährung, Österreichische Gesellschaft für Ernährung, Schweizerische Gesellschaft für Ernährungsforschung, Schweizerische Vereinigung für Ernährung (Hrsg.). Referenzwerte für die Nährstoffzufuhr, 1. Auflage, 3. korrigierter Nachdruck. Frankfurt am Main: Umschau/Braus. 2008.

Tabelle 5: D-A-CH-Referenzwerte für die Tages- und Mittagsverpflegung von Kindern und Jugendlichen (4-12 Jahre) in der Gemeinschaftsgastronomie (bei mässiger körperlicher Aktivität).

	4 bis 6 Jahre		7 bis 9 Jahre		10 bis 12 Jahre	
	Tageskost 15:35:50 ¹	Mittagessen 20:35:45	Tageskost 15:35:50	Mittagessen 20:35:45	Tageskost 15:35:50	Mittagessen 20:35:45
Energie (kcal/kJ)²	1450/6067	483/2022	1800/7531	600/2510	2150/8996	717/2999
Eiweiss (g)	≤54	≤24	≤68	≤30	≤81	≤36
Fett (g)	≤56	≤19	≤70	≤23	≤84	≤28
Kohlenhydrate (g)	≥181	≥54	≥225	≥68	≥269	≥81
Nahrungsfasern (g)	≥15	≥5	≥18	≥6	≥30	≥10
Vitamin E (mg)	8	2,7	10	3,3	13	4
Vitamin B₁ (mg)	0,8	0,3	1,0	0,3	1,2	0,4
Vitamin B₂ (mg)	0,9	0,3	1,1	0,4	1,4	0,5
Folsäure (µg)	300	100	300	100	400	133
Vitamin C (mg)	70	23	80	27	90	30
Calcium (mg)	700	233	900	300	1100	367
Magnesium (mg)	120	40	170	57	250	83
Eisen (mg)	8	2,7	10	3,3	15	5
Jod (µg)	120	40	140	47	180	60

¹ Nährstoffrelation von Eiweiss:Fett:Kohlenhydrate = Anteil an der Energiezufuhr in %

² Richtwert für die durchschnittliche Energiezufuhr von Männern und Frauen (1 kcal = 4,184 kJ)

Quellen:

Deutsche Gesellschaft für Ernährung. Umsetzung der Referenzwerte für die Gemeinschaftsverpflegung. Bonn. 2008.

Deutsche Gesellschaft für Ernährung, Österreichische Gesellschaft für Ernährung, Schweizerische Gesellschaft für Ernährungsforschung, Schweizerische Vereinigung für Ernährung (Hrsg.). Referenzwerte für die Nährstoffzufuhr, 1. Auflage, 3. korrigierter Nachdruck. Frankfurt am Main: Umschau/Braus. 2008.

Tabelle 6: D-A-CH-Referenzwerte für die Tages- und Mittagsverpflegung von Jugendlichen (13 bis 14 Jahre) bei mässiger körperlicher Aktivität bzw. von Jugendlichen (15 bis 18 Jahre) mit PAL 1.4 in der Gemeinschaftsgastronomie.

	13 bis 14 Jahre		15 bis 18 Jahre	
	Tageskost 15:35:50 ¹	Mittagessen 20:35:45	Tageskost 15:30:55	Mittagessen 20:30:50
Energie (kcal/kJ)²	2450/10251	817/3417	2250/9414	750/3138
Eiweiss (g)	≤92	≤41	≤84	≤38
Fett (g)	≤95	≤32	≤75	≤25
Kohlenhydrate (g)	≥306	≥92	≥309	≥94
Nahrungsfasern (g)	≥30	≥10	≥30	≥10
Vitamin E (mg)	14	5	15	5
Vitamin B₁ (mg)	1,4	0,5	1,3	0,4
Vitamin B₂ (mg)	1,6	0,5	1,5	0,5
Folsäure (µg)	400	133	400	133
Vitamin C (mg)	100	33	100	33
Calcium (mg)	1200	400	1200	400
Magnesium (mg)	310	103	400	133
Eisen (mg)	15	5	15	5
Jod (µg)	200	67	200	67

¹ Nährstoffrelation von Eiweiss:Fett:Kohlenhydraten = Anteil an der Energiezufuhr in %

² Richtwert für die durchschnittliche Energiezufuhr von Männern und Frauen (1 kcal = 4,184 kJ)

Quellen:

Deutsche Gesellschaft für Ernährung. Umsetzung der Referenzwerte für die Gemeinschaftsverpflegung. Bonn. 2008.

Deutsche Gesellschaft für Ernährung, Österreichische Gesellschaft für Ernährung, Schweizerische Gesellschaft für Ernährungsforschung, Schweizerische Vereinigung für Ernährung (Hrsg.). Referenzwerte für die Nährstoffzufuhr, 1. Auflage, 3. korrigierter Nachdruck. Frankfurt am Main: Umschau/Braus. 2008.

8.2 Zusatzinformationen

8.2.1 Fette und Öle

Liste über stark fetthaltige Lebensmittel und Speisen

Stark fetthaltige Lebensmittel und Speisen sollten nur zweimal pro Woche angeboten werden.

Die vorliegende Liste gibt Beispiele für stark fetthaltige Lebensmittel und Speisen. Sie erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Sie ist an die von der Stiftung Fourchette verte herausgegebene „Liste des mets gras“ (www.fourchetteverte.ch) angelehnt.

Stark fetthaltige Lebensmittel und Speisen sind solche, die mehr als 10% Fett enthalten.

Je nach Vorbereitung und Zubereitung kann sich die Zusammensetzung eines Lebensmittels verändern. Daher zählen die mit (*) gekennzeichneten Lebensmittel **nicht** zu den stark fetthaltigen Speisen, wenn sie im Rohzustand weniger als 10% Fett enthalten und ohne viel Fett im Ofen oder Kombisteamer zubereitet werden.

Fleisch und Geflügel

- Fleischspeisen mit Rahm
- Frittierte und/oder panierte Fleischspeisen, beispielsweise Cordon bleu, Poulet-Nuggets usw. (*)

Wurst und Charcuterie

- Wurstwaren aus Kalbs- oder Geflügelfleisch, Wienerli, Bratwurst, Leberwurst, Saucisson vaudois, Kohlwurst, Cervelat
- Aufschnitt: Mortadella, Salami, Speck, Fleischkäse
- Pasteten, Terrinen und Sülze

Fisch

- Frittierte und/oder panierte Fischspeisen, beispielsweise Fischstäbchen (*)
- Fischspeisen mit Rahm
- Fisch provençale, à la bordelaise (*)

Käsespeisen

- Käsespeisen allgemein, beispielsweise Raclette, Fondue

Gemüsegerichte

- Gemüsegerichte mit viel Rahm, fettreichen Saucen und/oder Käse, wie zum Beispiel Gemüsegratin.
- Gemüsegerichte mit fettreichen Garmethoden, wie beispielsweise in Backteig frittierter oder sautierter Blumenkohl

Kartoffel- und Getreidegerichte

- Pommes frites (*)
- Kartoffelkroketten (*)
- Bratkartoffeln (*)
- Rösti (*)
- Kartoffelgratin mit Rahm
- Risotto à la crème usw.

Zubereitungen und Speisen mit ...

- Mayonnaise (russischer Salat, Remoulade usw.)
- Rahmsaucen, Sauce tartare, Sauce hollandaise, Sauce béarnaise, Kräuterbutter usw.

Andere

- Tofu oder Quorn paniert (*)
- Frühlingsrollen (*)
- Blätterteigpastetchen
- Schinkengipfel

Süssspeisen

- Süssspeisen mit viel Butter und/oder Rahm
- Gerichte mit Blätterteig, Mürbeteig, usw.
- Rahmtorten, Schwarzwälderkirschtorten, Cremeschnitten, usw.
- Krapfen und Strudel
- Gipfeli
- Cremen mit Rahm verfeinert wie beispielsweise Bayrische Creme
- Mousse, wie beispielsweise Schokoladenmousse
- Tiramisu
- Rahmglacé mit mehr als 10% Fett
- Schokolade
- usw.

Einsatz von Ölen und Fetten

Rapsöl und Olivenöl sind aufgrund ihrer Fettsäurezusammensetzung sehr hochwertige Öle. Ihr Einsatz empfiehlt sich insbesondere in der kalten Küche, beim Dünsten und beim Dämpfen. Zum Hoherhitzen sind sie jedoch nicht geeignet.

Eine Übersicht über empfehlenswerte Öle und Fette für verschiedene Zwecke gibt Tabelle 7. Zur geschmacklichen Abwechslung können in der kalten Küche aber durchaus auch andere Öle eingesetzt werden (z.B. Baumnussöl, Leinöl, Distelöl).

Tabelle 7: Einsatzmöglichkeiten verschiedener Fette bzw. Öle

Eignung	Wichtigste Sorten	Wesentliche Eigenschaften
Kalte Küche	Olivenöl (kaltgepresst)	Reich an einfach ungesättigten Fettsäuren, arttypischer Geschmack
	Rapsöl (kaltgepresst)	Reich an einfach ungesättigten Fettsäuren, reich an der essenziellen Linolensäure
Streichfett	Butter Margarine aus hochwertigen Ölen (beispielsweise Olivenöl, Rapsöl)	
Dünsten und Dämpfen	Olivenöl Rapsöl	Reich an einfach ungesättigten Fettsäuren
Kurzbraten	high-oleic Sonnenblumenöl high-oleic Rapsöl	Hitzestabil, hoher Anteil an einfach ungesättigten Fettsäuren
Fritieren oder längeres Braten	high-oleic Sonnenblumenöl	Hitzestabil, hoher Anteil an einfach ungesättigten Fettsäuren

Quelle: Schweizerische Gesellschaft für Ernährung. Merkblatt Fette in der Ernährung. Bern. 2007.

8.2.2 Verpflegungssysteme

Die vorliegenden Qualitätsstandards können grundsätzlich mit allen nachfolgend aufgeführten Verpflegungssystemen eingehalten werden. Die jeweiligen Anforderungen, zum Beispiel an die Ausstattung der Küche und das Personal, sind jedoch unterschiedlich hoch.

Frisch- und Mischküche (cook and serve)

Bei der Frisch- und Mischküche werden alle Speisen vor Ort aus frischen Lebensmitteln und Produkten mit einem unterschiedlich hohen Conveniencegrad hergestellt. Der gewählte Conveniencegrad ist abhängig von den Gegebenheiten vor Ort sowie der Qualifikation des Personals.

Tiefkühlkostsystem (cook and freeze)

Beim Tiefkühlkostsystem werden überwiegend angelieferte, tiefgekühlte Speisen verwendet. Die regenerierten Speisen sollten durch frische Salate und Desserts auf Frucht- oder Milchbasis ergänzt werden.

Kühlkostsystem (cook and chill)

Bei diesem System sind zwei Varianten üblich, bei denen immer auf die lückenlose Einhaltung der Kühlkette von der Herstellung bis zur Regenerierung geachtet werden muss.

Variante 1: Es werden überwiegend angelieferte, gekühlte Speisen verwendet, die von einem kommerziellen Anbieter, von einem anderen Gemeinschaftsgastronomiebetrieb oder aus einer Zentralküche stammen.

Variante 2: Es werden überwiegend vom Gemeinschaftsgastronomiebetrieb selbst produzierte Speisen verwendet, die zum Teil dezentral regeneriert werden.

Die regenerierten Speisen sollten bei beiden Varianten durch frische Salate und Desserts auf Frucht- oder Milchbasis ergänzt werden.

Warmverpflegung (cook and hold)

Bei der Warmverpflegung werden die fertigen Speisen ausschliesslich oder überwiegend warm von einer Zentralküche oder einem anderen Gemeinschaftsgastronomiebetrieb angeliefert. Auch hier sind die warmen Speisen durch

frische Salate und Desserts auf Frucht- oder Milchbasis zu ergänzen.

8.2.3 Ausgabesysteme

Die Essensausgabe kann auf verschiedene Arten erfolgen. Die Auswahl des Ausgabesystems sollte unter Berücksichtigung der Rahmenbedingungen vorgenommen werden. Sie kann einen Einfluss auf das Ambiente des Gemeinschaftsgastronomiebetriebs haben.

Einfache Ausgabetheke

Der Verpflegungsteilnehmende stellt sich an einer Ausgabestation an und nimmt die Speisen und Getränke auf sein Tablett. Es gibt keine Tabletrutsche.

Linienystem

Ausgabesystem über Ausgabetheken mit Tabletrutsche. Die Verpflegungsteilnehmenden folgen einer vorgegebenen Laufrichtung und nehmen der Reihe nach die Speisen und Getränke auf ihr Tablett.

Free-flow-System

Es gibt mehrere Ausgabestationen, an denen der Verpflegungsteilnehmende die Speisen selbst zusammenstellt.

Bandausgabe mit Tablett

Das Essen wird in der Küche auf Tablett portionsweise, die Tablett werden entweder vom Verpflegungsteilnehmenden selbst entgegengenommen oder zu diesem gebracht.

Tischgemeinschaft

Die Speisen werden in Mehrportionengefässen auf den Tischen bereitgestellt. Die Verpflegungsteilnehmenden schöpfen das Essen selbst.

Service

Individuelle Bedienung eines Verpflegungsteilnehmenden durch Ausgabepersonal am Bett oder Tisch.

Nicht alle Ausgabesysteme sind für jede Zielgruppe geeignet. Das Ausgabesystem der Tischgemeinschaft ist besonders für Kinder bis zur Sekundarstufe und für Bewohner von Alten- und Behinderteneinrichtungen empfehlenswert.

Quellen

- aha! Schweizerisches Zentrum für Allergie, Haut und Asthma. Allergene im Offenverkauf am Beispiel Gastronomie, Bäckerei/Konditorei, Metzgerei. Ein Ratgeber für die Praxis. Bern. 2006.
- Association Française de Normalisation AFNOR. Norm de service. Service de la restauration scolaire. NF X 50-220. La Plaine Saint-Denis: AFNOR. 2005.
- Deutsche Gesellschaft für Ernährung. Qualitätsstandards für die Betriebsverpflegung. 1. Auflage. Bonn: DGE. 2008.
- Deutsche Gesellschaft für Ernährung. Qualitätsstandards für die Schulverpflegung. 1. Auflage. Bonn: DGE. 2007.
- Deutsche Gesellschaft für Ernährung. Umsetzung der Referenzwerte für die Gemeinschaftsverpflegung. Bonn: DGE. 2000.
- Deutsche Gesellschaft für Ernährung. Umsetzung der Referenzwerte für die Gemeinschaftsverpflegung. Bonn: DGE. 2008.
- Deutsche Gesellschaft für Ernährung, Österreichische Gesellschaft für Ernährung, Schweizerische Gesellschaft für Ernährungsforschung, Schweizerische Vereinigung für Ernährung (Hrsg.). Referenzwerte für die Nährstoffzufuhr. 1. Auflage, 3. korrigierter Nachdruck. Frankfurt am Main: Umschau/Braus. 2008.
- Deutsche Gesellschaft für Ernährung (Hrsg.). DGE-aktuell. Was Sie immer über Fette wissen wollten. Bonn: DGE. 2007.
- Dubs M. Hygiene. Lebensmittelrecht. Selbstkontrolle. 1. Auflage. Luzern: Alinova. 2006.
- GastroSuisse. Lebensmittelrecht und Hygiene für das Gastgewerbe. Cloetta. Zürich: GastroEdition. 2008.
- GastroSuisse, hotelleriesuisse, Swiss Catering Association (Hrsg.). Branchenlösung Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz im Gastgewerbe. Betriebsanleitung zur Umsetzung der Branchenlösung. Zürich: GastroEdition. 2005.
- Hebert C, pour l'équipe éditoriale. Diriger un service de restauration municipal ou scolaire. Voiron: Groupe Territorial Editions. 2008.
- Livsmedels verket. Guidelines for school lunches. http://www.slv.se/upload/nfa/documents/food_nutrition/Guidelinesforschoollunches.pdf Zugriff am 26. November 2009.
- Peinelt V. Ernährungswissenschaftliche Kriterien für die Bewertung eines Speisenangebots in der Gemeinschaftsverpflegung. Hauswirtschaft und Wissenschaft 2001;01: 24-36.
- Programme Virage Santé de l'Université Laval. Règles de classification et de catégorisation des produits offerts dans les distributrices. Révision avril 2007. Québec. 2007.
- Robbins S.P. Organisation der Unternehmung. München: Pearson Studium. 2001.
- Schweizerische Gesellschaft für Ernährung SGE, Bundesamt für Gesundheit BAG, Eidgenössische Technische Hochschule ETH Zürich (Hrsg.). Schweizer Nährwerttabelle für Konsumentinnen und Konsumenten. 1. Auflage. Bern. 2004.
- Schweizerische Gesellschaft für Ernährung. Merkblatt. Fette in der Ernährung. Bern: SGE. 2007.
- Schweizerische Gesellschaft für Ernährung. Lebensmittelpyramide. 1. Auflage. Bern: SGE. 2005.
- Schweizerische Gesellschaft für Ernährung. Merkblatt Ernährung von Kindern. Bern: SGE. 2008.
- School Food Trust. A guide to introducing the Government's food-based and nutrient-based standards for school lunches. Sheffield, UK: SFT. 2008.
- School Food Trust. A fresh look at school food procurement, efficiency and sustainability. Sheffield, UK: SFT. 2008.
- School Food Trust. A fresh look at vending in schools. Sheffield, UK: SFT. 2007.
- School Food Trust. A fresh look at marketing school food. Sheffield, UK: SFT. 2009.
- Scholl M, Kutsch Th. Essatmosphäre in der Schule. Ernährungsumschau 2007; 01: 16-22.
- Wetterau J, Seidl M, Fladung U (Hrsg.). Erfolgsfaktor Qualitätsmanagement in Küchen. Ein praktischer Leitfaden zur DIN EN ISO 9001:2000. Frankfurt am Main: Deutscher Fachbuchverlag GmbH. 2006.
- Wetterau J, Seidl M, Fladung U (Hrsg.). Modernes Verpflegungsmanagement. Best Practices für Individual-, Gemeinschafts- und Systemgastronomie. Frankfurt am Main: Deutscher Fachbuchverlag GmbH. 2008.
- Winkler G, Deumert R. Schulverpflegung. Was macht sie langfristig attraktiv? Ernährung – Wissenschaft und Praxis 2007;01: 307-312.
- World Health Organisation. Ottawa Charter for Health Promotion. Geneva: WHO. 1986. <http://who.int/healthpromotion/conferences/previous/ottawa/en/index.html>. Zugriff am 13. April 2009.
- World Health Organisation. Jarkarta Declaration on Leading Health Promotion into the 21st Century. Geneva: WHO. 1997. <http://who.int/healthpromotion/conferences/previous/jakarta/declaration/en/>. Zugriff am 13. April 2009.

Herausgeber

Forschungsgruppe
„Good Practice – Gemeinschaftsgastronomie“
(www.goodpractice-gemeinschaftsgastronomie.ch)

Konzept, Text und Redaktion

Meike E. Tecklenburg, Karin Haas
und Sigrid Beer-Borst

Berner Fachhochschule
Fachbereich Gesundheit

Forschungsprojekt

„Qualitätsstandards einer gesundheitsfördernden Gemeinschaftsgastronomie“

Realisiert durch:

- Berner Fachhochschule
Fachbereich Gesundheit:
Sigrid Beer-Borst, Karin Haas, Renata
Heusser, Meike E. Tecklenburg und Stefan
Siegenthaler
- Haute école de santé - Genève,
filière Nutrition et diététique:
Raphaël Reinert, Angéline Chatelan
- Schweizerische Gesellschaft für Ernährung:
Christian Ryser, Angelika Welter

In Zusammenarbeit mit den Mitgliedern der das Projekt begleitenden Expertengruppe: Ulrike Arens-Azevêdo, Michael Beer, Heinz Berger, Lulu Cerny, Sophie Frei, Georg Frisch, Daniel Imhof, Helena Kneubühler, Thomas Loew, Stéphane Montangero, Adrian Müller, Daniel Reumiller, Nadine Stoffel-Kurt, Angelika Wiesner, Getrud Winkler.

Weitere Informationen erhältlich auf der Internetplattform

www.goodpractice-gemeinschaftsgastronomie.ch
oder bei

Sigrid Beer-Borst,
Leiterin aF&E Ernährung und Diätetik
Berner Fachhochschule,
Fachbereich Gesundheit
Murtenstrasse 10, 3008 Bern

Fotomaterial

Inselspital Bern
SRO AG, Spital Langenthal
Vega-Payer-Weyprecht Kaserne Wien,
Heereslogistikschule

Gestaltung Projektlogo

Nadine Steffen und Christoph Stähli Weisbrod,
Bern

Finanzierung

Bundesamt für Gesundheit (BAG)
Berner Fachhochschule (BFH)
Haute école de santé - Genève (HEdS)

Zitierweise

Forschungsgruppe „Good Practice – Gemeinschaftsgastronomie“ (Hrsg.). Schweizer Qualitätsstandards für eine gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie. Bern: Berner Fachhochschule, Fachbereich Gesundheit, 2009.



Anhang 3

Checklisten (deutsch)

- a) Verpflegungsendanbieter
- b) Produzenten/Lieferanten

Für französisch, siehe Projektinternetplattform www.gp-restocoll.ch , Rubrik „Téléchargements“

Checkliste 1 – Verpflegungsangebot

(Teilverpflegung an 5 Tagen pro Woche)

Datum:

Die Checkliste dient zur eigenen betriebsinternen Einschätzung und Überprüfung des Verpflegungsangebots. Der Prüfzeitraum beträgt **20 Verpflegungstage**. Bitte lesen Sie vor Verwendung dieser Checkliste zunächst die Schweizer Qualitätsstandards für eine gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie (www.gp-gemgastro.ch). Die Seitenzahlen in der letzten Spalte beziehen sich auf die Qualitätsstandards und geben an, wo das Kriterium und dazugehörige Informationen zu finden sind.

	Trifft zu	Trifft teilweise zu	Trifft nicht zu	Kommentar	Seite
Hauptmahlzeit					
1	Wird zu jeder Hauptmahlzeit eine kohlenhydratreiche Speisekomponente angeboten?	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> nein		13-15
2	Wie viel Prozent des angebotenen Brotes inkl. Brötchen sind Vollkornprodukte?	<input type="checkbox"/> mehr als 50%	<input type="checkbox"/> 49-30%	<input type="checkbox"/> weniger als 30%	14
3	Wie häufig wurden in den letzten 20 Verpflegungstagen Hülsenfrüchte angeboten?	<input type="checkbox"/> 4 x und mehr	<input type="checkbox"/> 2-3 x	<input type="checkbox"/> weniger als 2 x	14-15
4	Wie häufig wurde in den letzten 20 Verpflegungstagen Fisch angeboten?	<input type="checkbox"/> 4-8 x	<input type="checkbox"/> 2-3 x	<input type="checkbox"/> weniger als 2 x	14-15
5	Wie häufig wurde in den letzten 20 Verpflegungstagen ein vegetarisches Gericht angeboten?	<input type="checkbox"/> mehr als 15 x	<input type="checkbox"/> 10-15 x	<input type="checkbox"/> weniger als 10 x	18
Bewertung	Anzahl „Trifft zu“ x 2	Anzahl „Trifft teilweise zu“ x 1	Keine Wertung		
	x 2 +	x 1	Summe =		von 10 Punkten

Hauptmahlzeit					
6	Wie häufig wurden in den letzten 20 Verpflegungstagen stark fetthaltige Speisen angeboten?	<input type="checkbox"/> 0-8 x	<input type="checkbox"/> 9-10 x	<input type="checkbox"/> mehr als 10 x	13-15 37
7	Wurde zu jeder Hauptmahlzeit eine Portion Gemüse, Salat oder Früchte (120 g) ¹ serviert?	<input type="checkbox"/> ja		<input type="checkbox"/> nein	13-15
8	Wurde pro Tag abwechselungsweise entweder eine Portion Fleisch, Fisch, Eier, Käse oder eine andere Eiweissquelle wie Tofu oder Quorn serviert.	<input type="checkbox"/> 1 Portion täglich		<input type="checkbox"/> weniger oder mehr als 1 Portion täglich	13-15
		x 3 +	x 1	Summe =	von 9 Punkten

¹ Portion für einen Erwachsenen = 120g; Für Kinder und Jugendliche siehe Qualitätsstandards Tabelle 2.

Checkliste 1 – Verpflegungsangebot Teilverpflegung

	Trifft zu	Trifft teilweise zu	Trifft nicht zu	Kommentar	Seite	
Haupt- und Zwischenmahlzeit						
9	Wie häufig wurde in den letzten 20 Verpflegungstagen Gemüse als Rohkost angeboten?	<input type="checkbox"/> mehr als 15 x	<input type="checkbox"/> 10-15 x	<input type="checkbox"/> weniger als 10 x		13-14
10	Sind frische ganze und geschnittene Früchte täglich im Angebot integriert?	<input type="checkbox"/> ja		<input type="checkbox"/> nein		14
11	Ist Trinkwasser und/oder Mineralwasser immer verfügbar?	<input type="checkbox"/> ja		<input type="checkbox"/> nein		13-14
		x 3 +	x 1	Summe =		von 9 Punkten

Haupt- und Zwischenmahlzeit						
12	Sind täglich Milch, Milchprodukte oder Käse im Angebot?	<input type="checkbox"/> ja		<input type="checkbox"/> nein		13-14
13	Wie viel Prozent der Milch, Milchprodukte und des Käses im Angebot sind teilentrahmt?	<input type="checkbox"/> mehr als 50%	<input type="checkbox"/> 49-30%	<input type="checkbox"/> weniger als 30%		14
14	Werden zu jeder Mahlzeit nicht mehr als 10g Öl oder Fett pro Person bei der Zubereitung verwendet?	<input type="checkbox"/> ja		<input type="checkbox"/> nein		13-14
15	Wie viel machen Produkte aus den Bereichen Süßigkeiten, Patisserie/ Confiserie, salzige Knabberereien und Getränke wie Softdrinks, Energy Drinks und Eistee am Gesamtsortiment aus?	<input type="checkbox"/> 15 % und weniger	<input type="checkbox"/> 20-16%	<input type="checkbox"/> mehr als 20 %		13
16	Wie viel Prozent der eingesetzten Lebensmittel sind saisonale und/oder regional produzierte Produkte?	<input type="checkbox"/> 25 % und mehr	<input type="checkbox"/> 25-15 %	<input type="checkbox"/> weniger als 15%		13, 29
		x 2 +	x 1	Summe =		von 10 Punkten

Checkliste 1 – Verpflegungsangebot Teilverpflegung

	Trifft zu	Trifft teilweise zu	Trifft nicht zu	Kommentar	Seite	
Zubereitung						
17	Ist die Salzmenge in den Rezepturen spezifiziert?	<input type="checkbox"/> immer	<input type="checkbox"/> 99-60%	<input type="checkbox"/> weniger als 60%		13-14
18	Wie viel Gramm Salz enthält eine Mahlzeit?	<input type="checkbox"/> 2,5g Salz und weniger	<input type="checkbox"/> 2,6-3,5g Salz	<input type="checkbox"/> mehr als 3,5g Salz		13-14
19	Werden frische, getrocknete und tiefgekühlte Kräuter und Gewürze zum würzen verwendet?	<input type="checkbox"/> mehr als 15 x	<input type="checkbox"/> 10-15 x	<input type="checkbox"/> weniger als 10 x		13-14
20	Wie viel Prozent der Speisen werden vor der Ausgabe an die Verpflegungsteilnehmenden sensorisch geprüft?	<input type="checkbox"/> 100-80%	<input type="checkbox"/> 79-60%	<input type="checkbox"/> weniger als 60%		21
		x 2 +	x 1	Summe =	von 8	Punkten

Speiseplangestaltung und Ausgabe						
21	Wird mindestens 1 x pro Woche überprüft, ob der Speiseplan mit dem Angebot vor Ort übereinstimmt?	<input type="checkbox"/> ja		<input type="checkbox"/> nein		
22	Sind Fleisch und Fleisch-erzeugnisse sowie die Tierarten von denen diese stammen immer eindeutig gekennzeichnet?	<input type="checkbox"/> ja		<input type="checkbox"/> nein		10-11, 18
23	Sind Informationen über Allergene in allen angebotenen Speisen an der Speiseausgabe bei Nachfrage vorhanden?	<input type="checkbox"/> ja		<input type="checkbox"/> nein		10-11, 18
24	Sind Informationen über die Zutaten aller Speisen an der Speiseausgabe bei Nachfrage vorhanden?	<input type="checkbox"/> ja		<input type="checkbox"/> nein		18
		x 2 +	x 1	Summe =	von 8	Punkten

	Trifft zu	Trifft teilweise zu	Trifft nicht zu	Kommentar	Seite
Ausgabetemperatur und Warmhaltezeit					
25	Wie lange werden Gemüse und kurzgebratene Komponenten maximal warmgehalten?	<input type="checkbox"/> max. 2 Stunden	<input type="checkbox"/> mehr als 2 Stunden		20
26	Wie lange werden die übrigen Komponenten maximal warmgehalten?	<input type="checkbox"/> max. 3 Stunden	<input type="checkbox"/> mehr als 3 Stunden		20
27	Bei welcher Temperatur werden warme Speisen ausgegeben?	<input type="checkbox"/> 65 °C und höher	<input type="checkbox"/> weniger als 65 °C		20
28	Bei welcher Temperatur werden kalte, leichtverderbliche Speisen ausgegeben?	<input type="checkbox"/> max. 5°C	<input type="checkbox"/> 5-7°C	<input type="checkbox"/> mehr als 7°C	20
		x 3 +	x 1	Summe =	von 12 Punkten

Name:

Endsumme =

Auswertung:

Addieren Sie für jeden der Themenbereiche die Anzahl der Kriterien „trifft zu“ (2. Spalte) und multiplizieren Sie die Anzahl mit dem vorgegebenen Faktor. Mit den Kriterien „trifft teilweise zu“ (3. Spalte) verfahren Sie genauso. Die Kriterien „trifft nicht zu“ (4. Spalte) fließen mit null Punkten in die Bewertung ein. Anschliessend bilden Sie die einzelnen Summen und addieren diese zur Endsumme auf. In der nachfolgenden Tabelle können Sie selbst kontrollieren, in welchem Bereich Ihre Punktzahl liegt.

Punktzahl	
53-66 Punkte	Machen sie weiter so, denn eine kontinuierliches Qualitätsverbesserung und ein Engagement für eine gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie zahlen sich aus. Setzen Sie weiterhin die Qualitätsstandards im Bereich des Verpflegungsangebots kontinuierlich in Ihrem Betrieb um.
40-52 Punkte	Sie sind auf dem richtigen Weg. Sie erfüllen bereits einen wichtigen Teil der Qualitätsstandards zum Verpflegungsangebot. Setzen Sie sich weiterhin für eine kontinuierliche Umsetzung der Qualitätsstandards in Ihrem Betrieb ein.
0 -39 Punkte	Haben Sie Mut zu einem ersten Schritt zur Umsetzung der Qualitätsstandards für eine gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie. Externe Experten können Ihnen hierbei helfen. So fördern Sie in Ihrem Betrieb eine gesundheitsfördernde Ernährungspraxis.

Um ein umfassenderes Bild Ihres Betriebes zu bekommen, füllen Sie bitte auch die "Checkliste 3 Organisation" aus.

Für weitere Informationen zum Projekt und den Zugang zur Online Befragung siehe www.goodpractice-gemeinschaftsgastronomie.ch.

Checkliste 1 – Verpflegungsangebot

(Vollverpflegung an 7 Tagen pro Woche)

Datum:

Die Checkliste dient zur eigenen betriebsinternen Einschätzung und Überprüfung des Verpflegungsangebots. Der Prüfzeitraum beträgt **28 Verpflegungstage**. Bitte lesen Sie vor Verwendung dieser Checkliste zunächst die Schweizer Qualitätsstandards für eine gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie (www.gp-gemgastro.ch). Die Seitenzahlen in der letzten Spalte beziehen sich auf die Qualitätsstandards und geben an, wo das Kriterium und dazugehörige Informationen zu finden sind.

	Trifft zu	Trifft teilweise zu	Trifft nicht zu	Kommentar	Seite
Hauptmahlzeit					
1	Wird zu jeder Hauptmahlzeit eine kohlenhydratreiche Speisekomponente angeboten?	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> nein		13-15
2	Wie viel Prozent des angebotenen Brotes inkl. Brötchen sind Vollkornprodukte?	<input type="checkbox"/> mehr als 50%	<input type="checkbox"/> 49-30%	<input type="checkbox"/> weniger als 30%	14
3	Wie häufig wurden in den letzten 28 Verpflegungstagen Hülsenfrüchte angeboten?	<input type="checkbox"/> 4 x und mehr	<input type="checkbox"/> 2-3 x	<input type="checkbox"/> weniger als 2 x	14-15
4	Wie häufig wurde in den letzten 28 Verpflegungstagen Fisch angeboten?	<input type="checkbox"/> 4-8 x	<input type="checkbox"/> 2-3 x	<input type="checkbox"/> weniger als 2 x	14-15
5	Wie häufig wurde in den letzten 28 Verpflegungstagen ein vegetarisches Gericht angeboten?	<input type="checkbox"/> mehr als 21 x	<input type="checkbox"/> 14-21 x	<input type="checkbox"/> weniger als 14 x	18
Bewertung	Anzahl „Trifft zu“ x 2	Anzahl „Trifft teilweise zu“ x 1	Keine Wertung		
	x 2 +	x 1	Summe =	von 10	Punkten
Hauptmahlzeit					
6	Wie häufig wurden in den letzten 28 Verpflegungstagen stark fetthaltige Speisen angeboten?	<input type="checkbox"/> 0- 8 x	<input type="checkbox"/> 9-10 x	<input type="checkbox"/> mehr als 10 x	13-15 37
7	Wurde zu jeder Hauptmahlzeit eine Portion Gemüse, Salat oder Früchte (120g) ¹ serviert?	<input type="checkbox"/> ja		<input type="checkbox"/> nein	13-15
8	Wurde pro Tag abwechselungsweise entweder eine Portion Fleisch, Fisch, Eier, Käse oder eine andere Eiweissquelle wie Tofu oder Quorn serviert?	<input type="checkbox"/> 1 Portion täglich		<input type="checkbox"/> weniger oder mehr als 1 Portion täglich	13-16
	x 3 +	x 1	Summe =	von 9	Punkten

¹ Portion für einen Erwachsenen = 120g; Für Kinder und Jugendliche siehe Qualitätsstandards Tabelle 2.

Checkliste 1 – Verpflegungsangebot Vollverpflegung

		Trifft zu	Trifft teilweise zu	Trifft nicht zu	Kommentar	Seite
Haupt- und Zwischenmahlzeit						
9	Wie häufig wurde in den letzten 28 Verpflegungstagen Gemüse als Rohkost angeboten?	<input type="checkbox"/> mehr als 21 x	<input type="checkbox"/> 14-21 x	<input type="checkbox"/> weniger als 14 x		13-14 16
10	Sind frische ganze und geschnittene Früchte täglich im Angebot integriert?	<input type="checkbox"/> ja		<input type="checkbox"/> nein		14
11	Ist Trinkwasser und/oder Mineralwasser immer verfügbar?	<input type="checkbox"/> ja		<input type="checkbox"/> nein		13-14
		x 3 +	x 1	Summe =		von 9 Punkten

Haupt- und Zwischenmahlzeit						
12	Sind täglich Milch, Milchprodukte oder Käse im Angebot?	<input type="checkbox"/> ja		<input type="checkbox"/> nein		13-14
13	Wie viel Prozent der Milch, Milchprodukte und des Käses im Angebot sind teilentrahmt?	<input type="checkbox"/> mehr als 50%	<input type="checkbox"/> 49-30%	<input type="checkbox"/> weniger als 30%		14
14	Werden zu jeder Mahlzeit nicht mehr als 10 g Öl oder Fett pro Person bei der Zubereitung verwendet?	<input type="checkbox"/> ja		<input type="checkbox"/> nein		13-14
15	Sind Nüsse täglich im Angebot integriert? ²	<input type="checkbox"/> ja		<input type="checkbox"/> nein		13
16	Wie viel machen Produkte aus den Bereichen Süßigkeiten, Patisserie/ Confiserie, salzige Knabbereien und Getränke wie Softdrinks, Energy Drinks und Eistee am Gesamtsortiment aus?	<input type="checkbox"/> 15 % und weniger	<input type="checkbox"/> 20-16%	<input type="checkbox"/> mehr als 20 %		13
17	Wie viel Prozent der eingesetzten Lebensmittel sind saisonale und/oder regional produzierte Produkte?	<input type="checkbox"/> 25 % und mehr	<input type="checkbox"/> 24-15 %	<input type="checkbox"/> weniger als 15%		13, 29
		x 2 +	x 1	Summe =		von 12 Punkten

² Nüsse ohne Zusatz von Zucker und Salz

Checkliste 1 – Verpflegungsangebot Vollverpflegung

	Trifft zu	Trifft teilweise zu	Trifft nicht zu	Kommentar	Seite	
Zubereitung						
18	Ist die Salzmenge in den Rezepturen spezifiziert?	<input type="checkbox"/> immer	<input type="checkbox"/> 99- 60%	<input type="checkbox"/> weniger als 60%		13-14
19	Wie viel Gramm Salz enthält eine Mahlzeit?	<input type="checkbox"/> 2,5g Salz und weniger	<input type="checkbox"/> 2,6 – 3,5g Salz	<input type="checkbox"/> mehr als 3,5g Salz		13-14
20	Werden frische, getrocknete und tiefgekühlte Kräuter und Gewürze zum würzen verwendet?	<input type="checkbox"/> mehr als 21 x	<input type="checkbox"/> 14-21 x	<input type="checkbox"/> weniger als 14 x		13-14
21	Wie viel Prozent der Speisen werden vor der Ausgabe an die Verpflegungsteilnehmenden sensorisch geprüft?	<input type="checkbox"/> 100-80%	<input type="checkbox"/> 79-60%	<input type="checkbox"/> weniger als 60%		21
		x 2 +	x 1	Summe =	von 8	Punkten

Speiseplangestaltung und Ausgabe						
21	Wird mindestens 1 x pro Woche überprüft, ob der Speiseplan mit dem Angebot vor Ort übereinstimmt?	<input type="checkbox"/> ja		<input type="checkbox"/> nein		
22	Sind Fleisch und Fleischerzeugnisse sowie die Tierarten von denen diese stammen immer eindeutig gekennzeichnet?	<input type="checkbox"/> ja		<input type="checkbox"/> nein		10-11, 18
23	Sind Informationen über Allergene in allen angebotenen Speisen an der Speiseausgabe bei Nachfrage vorhanden?	<input type="checkbox"/> ja		<input type="checkbox"/> nein		10-11, 18
24	Sind Informationen über die Zutaten aller Speisen an der Speisenausgabe bei Nachfrage vorhanden?	<input type="checkbox"/> ja		<input type="checkbox"/> nein		18
		x 2 +	x 1	Summe =	von 8	Punkten

Checkliste 1 – Verpflegungsangebot Vollverpflegung

	Trifft zu	Trifft teilweise zu	Trifft nicht zu	Kommentar	Seite
Ausgabetemperaturen und Warmhaltezeit					
25	Wie lange werden Gemüse und kurzgebratene Komponenten maximal warmgehalten?	<input type="checkbox"/> max. 2 Stunden	<input type="checkbox"/> mehr als 2 Stunden		20
26	Wie lange werden die übrigen Komponenten maximal warmgehalten?	<input type="checkbox"/> max. 3 Stunden	<input type="checkbox"/> mehr als 3 Stunden		20
27	Bei welcher Temperatur werden warme Speisen ausgegeben?	<input type="checkbox"/> 65 °C und höher	<input type="checkbox"/> weniger als 65 °C		20
28	Bei welcher Temperatur werden kalte, leichtverderbliche Speisen ausgegeben?	<input type="checkbox"/> max. 5°C	<input type="checkbox"/> 5-7°C	<input type="checkbox"/> mehr als 7°C	20
		x 3 +	x 1	Summe =	von 12 Punkten

Name:

Endsumme =

Auswertung:

Addieren Sie für jeden der Themenbereiche die Anzahl der Kriterien „trifft zu“ (2. Spalte) und multiplizieren Sie die Anzahl mit dem vorgegebenen Faktor. Mit den Kriterien „trifft teilweise zu“ (3. Spalte) verfahren Sie genauso. Die Kriterien „trifft nicht zu“ (4. Spalte) fließen mit null Punkten in die Bewertung ein. Anschliessend bilden Sie die einzelnen Summen und addieren diese zur Endsumme auf. In der nachfolgenden Tabelle können Sie selbst kontrollieren, in welchem Bereich Ihre Punktzahl liegt.

Punktzahl	
55-68 Punkte	Machen sie weiter so, denn eine kontinuierliches Qualitätsverbesserung und ein Engagement für eine gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie zahlen sich aus. Setzen Sie weiterhin die Qualitätsstandards im Bereich des Verpflegungsangebots kontinuierlich in Ihrem Betrieb um.
41-54 Punkte	Sie sind auf dem richtigen Weg. Sie erfüllen bereits einen wichtigen Teil der Qualitätsstandards zum Verpflegungsangebot. Setzen Sie sich weiterhin für eine kontinuierliche Umsetzung der Qualitätsstandards in Ihrem Betrieb ein.
0 -40 Punkte	Haben Sie Mut zu einem ersten Schritt zur Umsetzung der Qualitätsstandards für eine gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie. Externe Experten können Ihnen hierbei helfen. So fördern Sie in Ihrem Betrieb eine gesundheitsfördernde Ernährungspraxis.

Um ein umfassenderes Bild Ihres Betriebes zu bekommen, füllen Sie bitte auch die „Checkliste 3 Organisation“ aus.

Für weitere Informationen zum Projekt und den Zugang zu Online Befragung siehe www.goodpractice-gemeinschaftsgastronomie.ch.

Checkliste 2 – Automatenverpflegung

(IST- Situation in den Automaten)

Datum:

Die Checkliste dient zur eigenen betriebsinternen Einschätzung und Überprüfung der Automatenverpflegung. Mit dieser Checkliste soll das Angebot in Automaten überprüft werden. Bitte lesen Sie vor Verwendung dieser Checkliste zunächst die Qualitätsstandards einer gesundheitsfördernden Gemeinschaftsgastronomie (Download: Qualitätsstandards). Die Seitenzahlen in der letzten Spalte beziehen sich auf die Qualitätsstandards und geben an, wo das Kriterium und dazugehörige Informationen zu finden sind. Sollte ein spezifisches Kriterium nicht auf Ihren Automaten anwendbar sein, kreuzen Sie „nicht vorhanden“ an. Für Automaten mit ausschliesslich Angeboten für die Zwischenverpflegung müssen nur die Bereiche 1 (allgemeine Kriterien und Zwischenverpflegung) und 3 (Lebensmittelkennzeichnung und Ausgabe) ausgefüllt werden. In diesem Fall kommt nur das Auswertungsschema „Zwischenverpflegung“ zur Anwendung.

	Nicht vorhanden	Trifft zu	Trifft teilweise zu	Trifft nicht zu	Kommentar	Seite
1. Allgemeine Kriterien und Zwischenverpflegung						
1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 15 % und weniger	<input type="checkbox"/> 16 – 20%	<input type="checkbox"/> mehr als 20 %		13
2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> ja		<input type="checkbox"/> nein		13-14
3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> ja		<input type="checkbox"/> nein		13-14
4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> mehr als 50%	<input type="checkbox"/> 30-49%	<input type="checkbox"/> weniger als 30%		14
5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> ja		<input type="checkbox"/> nein		13-14
6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> ja		<input type="checkbox"/> nein		14
7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> ja		<input type="checkbox"/> nein		13
Bewertung	Anzahl „Nicht vorhanden“ x 2	Anzahl „Trifft zu“ x 2	Anzahl „Trifft teilweise zu“ x 1	Keine Wertung		
	x 2 +	x 2 +	x 1	Summe =		von 14 Punkten

¹ Nüsse ohne Zusatz von Zucker und Salz

Checkliste 2 – Automatenverpflegung

	Nicht vorhanden	Trifft zu	Trifft teilweise zu	Trifft nicht zu	Kommentar	Seite
2. Hauptmahlzeiten						
8	Beinhaltet jede angebotene Hauptmahlzeit mindestens eine Portion Gemüse, Salat oder Früchte (120g) ² ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> nein		13-15
9	Enthalten die angebotenen Hauptmahlzeiten entweder eine Portion Fleisch, Fisch, Eier, Käse oder eine andere Eiweissquelle wie Tofu oder Quorn?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> eine Portion	<input type="checkbox"/> weniger oder mehr als eine Portion		13-15
10	Wird ein vegetarisches Gericht angeboten?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> nein		18
11	Ist maximal eine stark fetthaltige Hauptmahlzeit im Angebot?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> nein		13-15
12	Wie viel Gramm Salz enthält eine Mahlzeit?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 2,5 g Salz und weniger	<input type="checkbox"/> 2,6 – 3,5g Salz	<input type="checkbox"/> mehr als 3,5g Salz	13-14
13	Wie viel Prozent der eingesetzten Lebensmittel sind saisonale und/oder regional produzierte Produkte?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 25 % und mehr	<input type="checkbox"/> 15 -25 %	<input type="checkbox"/> weniger als 15%	13, 29
		x 2 +	x 2 +	x 1	Summe =	von 13 Punkten

² Portion für einen Erwachsenen = 120g; Für Kinder und Jugendliche siehe Qualitätsstandards Tabelle 2.

Checkliste 2 – Automatenverpflegung

	Nicht vorhanden	Trifft zu	Trifft teilweise zu	Trifft nicht zu	Kommentar	Seite
3. Lebensmittelkennzeichnung und Ausgabe						
14	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> ja		<input type="checkbox"/> nein		10-11 18
15	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> ja		<input type="checkbox"/> nein		10-11 18
16	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> ja		<input type="checkbox"/> nein		18
17	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 65 °C und höher		<input type="checkbox"/> weniger als 65°C		20
18	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> max. 5°C	<input type="checkbox"/> 5-7°C	<input type="checkbox"/> mehr als 7°C		20
	x 2 +	x 2 +	x 1	Summe =		von 10 Punkten

Name:

Endsumme =

Auswertung:

Addieren Sie für jeden der Themenbereiche die Anzahl der Kriterien „trifft zu“ (3. Spalte) und multiplizieren Sie die Anzahl mit dem vorgegebenen Faktor. Mit den Kriterien „trifft teilweise zu“ (4. Spalte) und „nicht vorhanden“ (2. Spalte) verfahren Sie genauso. Die Kriterien „trifft nicht zu“ (5. Spalte) fließen mit null Punkten in die Bewertung ein. Anschliessend bilden Sie die einzelnen Summen und addieren diese zur Endsumme auf. In der nachfolgenden Tabelle können Sie selbst kontrollieren, in welchem Bereich Ihre Punktzahl liegt.

Auswertungsschema „Haupt- und Zwischenverpflegung“

Punktzahl	
31-36 Punkte	Machen Sie weiter so, denn eine kontinuierliche Qualitätsverbesserung und ein Engagement für eine gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie zahlen sich aus. Setzen Sie weiterhin die Qualitätsstandards im Bereich des Verpflegungsangebots kontinuierlich in Ihrem Betrieb um.
23-30 Punkte	Sie sind auf dem richtigen Weg. Sie erfüllen bereits einen wichtigen Teil der Qualitätsstandards zum Verpflegungsangebot. Setzen Sie sich weiterhin für eine kontinuierliche Umsetzung der Qualitätsstandards in Ihrem Betrieb ein.
0 -22 Punkte	Haben Sie Mut für einen ersten Schritt zur Umsetzung der Qualitätsstandards für eine gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie. Externe Experten können Ihnen hierbei helfen. So fördern Sie in Ihrem Betrieb eine gesundheitsfördernde Ernährungspraxis.

Auswertungsschema „Zwischenverpflegung“

Punktzahl	
20-24 Punkte	Machen Sie weiter so, denn eine kontinuierliche Qualitätsverbesserung und ein Engagement für eine gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie zahlen sich aus. Setzen Sie weiterhin die Qualitätsstandards im Bereich des Verpflegungsangebots kontinuierlich in Ihrem Betrieb um.
15-20 Punkte	Sie sind auf dem richtigen Weg. Sie erfüllen bereits einen wichtigen Teil der Qualitätsstandards zum Verpflegungsangebot. Setzen Sie sich weiterhin für eine kontinuierliche Umsetzung der Qualitätsstandards in Ihrem Betrieb ein.
0 -14 Punkte	Haben Sie Mut für einen ersten Schritt zur Umsetzung der Qualitätsstandards für eine gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie. Externe Experten können Ihnen hierbei helfen. So fördern Sie in Ihrem Betrieb eine gesundheitsfördernde Ernährungspraxis.

Um ein umfassenderes Bild Ihres Betriebes zu bekommen, füllen Sie bitte wenn möglich auch die „Checkliste 1 Verpflegungsangebot“ und die „Checkliste 3 Organisation“ aus.

Für weitere Informationen zum Projekt und den Zugang zur Online Befragung siehe www.goodpractice-gemeinschaftsgastronomie.ch.

Checkliste 3 – Organisation

Für die Teil- und Vollverpflegung

Datum:

Die Checkliste dient zur eigenen betriebsinternen Einschätzung und Überprüfung der organisatorischen Gegebenheiten vor Ort. Vor der Überprüfung des eigenen Gemeinschaftsgastronomiebetriebs sollten die Qualitätsstandards gelesen werden. Die Seitenzahlen in der letzten Spalte beziehen sich auf die Qualitätsstandards und geben an, wo das Kriterium und dazugehörige Informationen zu finden sind.

	Trifft zu	Trifft teilweise zu	Trifft nicht zu	Kommentar	Seite
Gesundheitsförderung					
1 a) Verfügt das Unternehmen über ein betriebliches Leitbild?	<input type="checkbox"/> ja		<input type="checkbox"/> nein		6-7
1 b) Wenn ja, Enthält das Leitbild eine Verpflichtung zur Gesundheitsförderung, einschliesslich einer zu einer gesundheitsfördernden Gemeinschaftsgastronomie?	<input type="checkbox"/> ja		<input type="checkbox"/> nein		6-7
Bewertung	Anzahl „Trifft zu“ x 3	Anzahl „Trifft teilweise zu“ x 1	Keine Wertung		
	x 3		Summe =		von 6 Punkten

Organisation					
2	Gibt es ein Selbstkontrollsystem auf Grundlage des HACCP – Konzepts?	<input type="checkbox"/> ja		<input type="checkbox"/> nein	10-11
3	Arbeitet mindestens eine qualifizierte Fachkraft im Betrieb?	<input type="checkbox"/> ja		<input type="checkbox"/> nein	8
4	Gibt es ein Schulungs- und Weiterbildungskonzept für die Mitarbeitenden?	<input type="checkbox"/> ja		<input type="checkbox"/> nein	8
5	Werden zu den folgenden Themen Schulungen durchgeführt? <ul style="list-style-type: none"> ▪ Lebensmittelsicherheit und Hygiene, ▪ Kommunikation, ▪ ausgewogene Ernährung ▪ Lebensmittelkunde und Lebensmittelzubereitung, ▪ Gesundheitsaspekte. 	<input type="checkbox"/> 4 Themen und mehr	<input type="checkbox"/> 2-3 Themen	<input type="checkbox"/> 1 Thema	8
6	Wie viele Mitarbeitende werden innerhalb eines Jahres geschult?	<input type="checkbox"/> 100% - 80% pro Jahr	<input type="checkbox"/> 60 – 80% pro Jahr	<input type="checkbox"/> weniger als 60 % pro Jahr	8
		x 2 +	x 1	Summe =	von 10 Punkten

Checkliste 3 – Organisation

		Trifft zu	Trifft teilweise zu	Trifft nicht zu	Kommentar	Seite
Kommunikation						
7	Ist ein umfassendes Informations- und Kommunikationskonzept im Betrieb integriert?	<input type="checkbox"/> ja		<input type="checkbox"/> nein		22
8	Werden mindestens einmal jährlich die Verpflegungsteilnehmenden befragt?	<input type="checkbox"/> ja		<input type="checkbox"/> nein		22-23
9	Wird mindestens eine Mitarbeitendenbefragung jährlich durchgeführt?	<input type="checkbox"/> ja		<input type="checkbox"/> nein		23-25
10	Ist eine Feedbackkultur im Betrieb etabliert? (Die Verpflegungsteilnehmenden wissen wie sie ihr Feedback äußern können und was mit ihrem Feedback geschieht)	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> Umsetzung nur teilweise erfüllt	<input type="checkbox"/> nein		22-23
11	Können sich die Verpflegungsteilnehmenden im Gemeinschaftsgastronomiebetrieb über eine ausgewogene Ernährung informieren?	<input type="checkbox"/> ja		<input type="checkbox"/> nein		22-24
12	Können die Mitarbeitenden an der Ausgabe die Verpflegungsteilnehmenden kompetent über eine ausgewogene Ernährung und die angebotenen Speisen informieren?	<input type="checkbox"/> vollumfänglich	<input type="checkbox"/> in Teilaspekten	<input type="checkbox"/> gar nicht		24
13	Sind Anforderungen an Lieferanten und externe Dienstleister in Spezifikationen oder Leistungsverzeichnissen festgehalten?	<input type="checkbox"/> ja		<input type="checkbox"/> nein		25
14	Gibt es einen Ernährungs- oder Verpflegungsbeirat?	<input type="checkbox"/> ja		<input type="checkbox"/> nein		26
15	Gibt es ein interdisziplinäres Arbeitsteam zur Lösung von Problemen im Betrieb?	<input type="checkbox"/> ja		<input type="checkbox"/> nein		26
		x 2 +	x 1	Summe =	von 18	Punkten

Checkliste 3 – Organisation

	Trifft zu	Trifft teilweise zu	Trifft nicht zu	Kommentar	Seite	
Ambiente						
16	Ist die Einrichtung der Küche ergonomisch?	<input type="checkbox"/> ja		<input type="checkbox"/> nein		27-28
17	Ist die Einrichtung des Restaurantbereichs ergonomisch?	<input type="checkbox"/> ja		<input type="checkbox"/> nein		27-28
18	Sind zu Spitzenzeiten ausreichend Sitzplätze vorhanden?	<input type="checkbox"/> ja		<input type="checkbox"/> nein		27-28
19	Werden lange Wege, Kreuzungswege und lange Wartezeiten an der Ausgabe und der Kasse durch eine optimale Raumgestaltung bzw. ein entsprechendes Abrechnungssystem vermieden?	<input type="checkbox"/> ja		<input type="checkbox"/> nein		27-28
20	Sind die Öffnungszeiten an die Bedürfnisse der Verpflegungsteilnehmenden angepasst?	<input type="checkbox"/> ja		<input type="checkbox"/> nein		27-28
21	Wird im Restaurantbereich auf Sauberkeit geachtet?	<input type="checkbox"/> ja		<input type="checkbox"/> nein		27-28
		x 2		Summe =	von 12	Punkten

Nachhaltigkeit und Wirtschaftlichkeit						
22	Werden die Prozesse und der Wareneinsatz systematisch überprüft, um mögliche Optimierungen einzuleiten?	<input type="checkbox"/> ja		<input type="checkbox"/> nein		29
24	Werden überall wo möglich, Grossgebäude den Kleingebüden vorgezogen?	<input type="checkbox"/> ja		<input type="checkbox"/> nein		29
25	Sind die Preise so gestaltet, dass es allen Mitgliedern der Zielgruppe möglich ist von dem gesundheitsfördernden Verpflegungsangebot zu profitieren?	<input type="checkbox"/> ja		<input type="checkbox"/> nein		29
		x 2		Summe =	von 6	Punkten

Name:

Endsumme =

Auswertung:

Addieren Sie für jeden der Themenbereiche die Anzahl der Kriterien „trifft zu“ (2. Spalte) und multiplizieren Sie die Anzahl mit dem vorgegebenen Faktor. Mit den Kriterien „trifft teilweise zu“ (3. Spalte) verfahren Sie genauso. Die Kriterien „trifft nicht zu“ (4. Spalte) fließen mit null Punkten in die Bewertung ein. Anschliessend bilden Sie die einzelnen Summen und addieren diese zur Endsumme auf. In der nachfolgenden Tabelle können Sie selbst kontrollieren, in welchem Bereich Ihre Punktzahl liegt.

Punktzahl	
42-52 Punkte	Machen Sie weiter so, denn eine kontinuierliches Qualitätsverbesserung und ein Engagement für eine gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie zahlen sich aus. Setzen Sie weiterhin die Qualitätsstandards im Bereich der Organisation kontinuierlich in Ihrem Betrieb um.
32-41 Punkte	Sie sind auf dem richtigen Weg. Sie erfüllen bereits einen wichtigen Teil der Qualitätsstandards zum Verpflegungsangebot. Setzen Sie sich weiterhin für eine kontinuierliche Umsetzung der Qualitätsstandards in Ihrem Betrieb ein.
0 -31 Punkte	Haben Sie Mut für einen ersten Schritt zur Umsetzung der Qualitätsstandards für eine gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie. Externe Experten können Ihnen hierbei helfen. So fördern Sie in Ihrem Betrieb eine gesundheitsfördernde Ernährungspraxis.

Um ein umfassenderes Bild Ihres Betriebes zu bekommen, füllen Sie bitte auch die „Checkliste 1 Verpflegungsangebot“ aus.

Für weitere Informationen zum Projekt und den Zugang zur Online Befragung siehe www.goodpractice-gemeinschaftsgastronomie.ch.

Checkliste 4 – Produzenten & Lieferanten

Datum:

Die Checkliste dient zur eigenen betriebsinternen Einschätzung und Überprüfung der organisatorischen Gegebenheiten vor Ort. Einzelne Kriterien der „Schweizer Qualitätsstandards einer gesundheitsfördernden Gemeinschaftsgastronomie“ wurden für diese Checkliste auf die Sachverhalte in Produktions- und Lieferantenbetrieben übertragen. Die Seitenzahlen in der letzten Spalte beziehen sich auf die Qualitätsstandards und geben an, wo das Kriterium und dazugehörige Informationen zu finden sind.

Sollte ein spezifisches Kriterium nicht auf Ihren Betrieb anwendbar sein, kreuzen Sie „nicht vorhanden“ an.

	Nicht vorhanden	Trifft zu	Trifft teilweise zu	Trifft nicht zu	Kommentar	Seite
Gesundheitsförderung						
1 a) Verfügt das Unternehmen über ein betriebliches Leitbild?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> ja		<input type="checkbox"/> nein		6-7
1 b) Wenn ja, Enthält das Leitbild eine Verpflichtung zur Gesundheitsförderung beizutragen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> ja		<input type="checkbox"/> nein		6-7
		x 3		Summe =	von 6	

Organisation						
2 Arbeitet mindestens eine qualifizierte Fachkraft im Betrieb?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> ja		<input type="checkbox"/> nein		8
3 Gibt es ein Schulungs- und Weiterbildungskonzept für die Mitarbeitenden?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> ja		<input type="checkbox"/> nein		8
4 Werden zu den folgenden Themen Schulungen durchgeführt? <ul style="list-style-type: none"> ▪ Lebensmittelsicherheit und Hygiene, ▪ Kommunikation, ▪ ausgewogene Ernährung ▪ Lebensmittelkunde, Lebensmittelherstellung und –zubereitung. ▪ Gesundheitsaspekte. 	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 3-5 Themen	<input type="checkbox"/> 1-2 Themen	<input type="checkbox"/> zu keinem der Themen		8
		Anzahl „Trifft zu“ x 3	Anzahl „Trifft teilweise zu“ x 1	Summe =	von 6	
		x 2 +	x 1			

Checkliste 4 – Produzenten & Lieferanten

	Nicht vorhanden	Trifft zu	Trifft teilweise zu	Trifft nicht zu	Kommentar	Seite
Kommunikation						
5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> ja		<input type="checkbox"/> nein		22
6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> vollumfänglich	<input type="checkbox"/> in Teilaspekten	<input type="checkbox"/> gar nicht		24 12-15
7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> ja		<input type="checkbox"/> nein		10-11, 18
8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> ja		<input type="checkbox"/> nein		25
9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> ja		<input type="checkbox"/> nein		26
		x 2 +	x 1	Summe =	von 10	

Lebensmittelsortiment						
10	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> ja		<input type="checkbox"/> nein		
11	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 100-70%	<input type="checkbox"/> 70-1%	<input type="checkbox"/> nie (< 1%)		13-14
		x 2 +	x 1	Summe =	von 4	

Nachhaltigkeit und Wirtschaftlichkeit						
12	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> ja		<input type="checkbox"/> nein		29
13	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> ja		<input type="checkbox"/> nein		29
		x 2		Summe =	von 4	

Name:

Endsumme =

Auswertung:

Addieren Sie für jeden der Themenbereiche die Anzahl der Kriterien „trifft zu“ (3. Spalte) und multiplizieren Sie die Anzahl mit dem vorgegebenen Faktor. Mit den Kriterien „trifft teilweise zu“ (4. Spalte) und „nicht vorhanden“ (2. Spalte) verfahren Sie genauso. Die Kriterien „trifft nicht zu“ (5. Spalte) fließen mit null Punkten in die Bewertung ein. Anschliessend bilden Sie die einzelnen Summen und addieren diese zur Endsumme auf. In der nachfolgenden Tabelle können Sie selbst kontrollieren, in welchem Bereich Ihre Punktzahl liegt.

Punktzahl	
24-30 Punkte	Machen Sie weiter so, denn eine kontinuierliches Qualitätsverbesserung und ein Engagement für eine gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie zahlen sich aus.
18-23 Punkte	Sie sind auf dem richtigen Weg. Tragen Sie weiterhin zur Umsetzung der Qualitätsstandards für eine gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie bei. Sie unterstützen damit Ihre Kunden in Ihrem Engagement für eine gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie und ermöglichen so den Konsument sich ausgewogen zu ernähren.
0 -17 Punkte	Haben Sie Mut einen Beitrag zu einer gesundheitsfördernden Gemeinschaftsgastronomie zu leisten und so die Umsetzung der Qualitätsstandards für eine gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie zu unterstützen.

Für weitere Informationen zum Projekt und den Zugang zur Online Befragung siehe www.goodpractice-gemeinschaftsgastronomie.ch.



Anhang 4

Schweizer Qualitätsstandards in der Gemeinschaftsgastronomie – für mehr Genuss und Gesundheit Ein Informationsfaltblatt für Konsumentinnen und Konsumenten und andere interessierte Kreise (deutsch)

Für französisch, siehe Projektinternetplattform www.gp-restocoll.ch , Rubrik „Téléchargements“



bonne pratique

good practice

Schweizer Qualitätsstandards in der Gemeinschaftsgastronomie

– für mehr Genuss und Gesundheit!



Liebe Leserinnen und Leser

Immer mehr Kinder, Jugendliche und Erwachsene essen in Personalrestaurants, Spital- und Heimküchen, Cafeterien und Schulmensen usw. Die Schweizer Gemeinschaftsgastronomie verpflegt so täglich rund eine Million Personen. Sie hat daher ein enormes Potenzial, sich für die Gesundheit der Bevölkerung stark zu machen. Zur Unterstützung der Betriebe und Konsumenten/-innen hat ein Expertenteam aus Wissenschaft und Praxis Schweizer Qualitätsstandards entwickelt.

Was ist für Sie Qualität?

Sie als Konsument/-in haben ganz bestimmte Erwartungen an das Angebot des Gemeinschaftsgastronomiebetriebs, in dem sie regelmässig essen. Bewusst oder unbewusst vergleichen Sie Ihre Erwartungen mit dem Angebot, vom Essen über den Service bis hin zu den Räumlichkeiten, und beurteilen so die Qualität des Betriebs.

Im Gegenzug wollen die Verantwortlichen eines Gemeinschaftsgastronomiebetriebs die Erwartungen ihrer Gäste unbedingt erfüllen. Sie können sich hierzu an den neuen Qualitätsstandards orientieren.

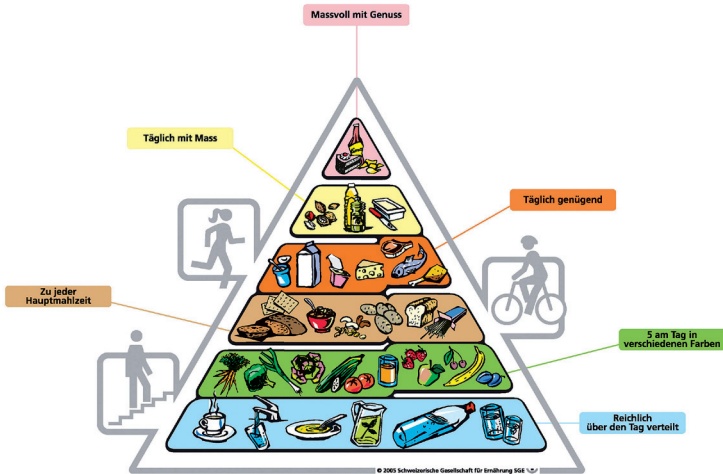
Ziele der Qualitätsstandards

- ausgewogenes und genussvolles Essen und Trinken offerieren
- ansprechendes Ambiente bieten
- anregenden Austausch pflegen
- Gesundheitsbewusstsein fördern

Fühlen Sie sich wohl!

Gesundheit und körperliches Wohlbefinden sind für unsere tägliche Leistungsfähigkeit und Belastbarkeit wichtig. Eine ausgewogene Ernährung trägt hierzu wesentlich bei und kann durch ein attraktives und abwechslungsreiches Verpflegungsangebot gefördert werden. Die Empfehlungen der Schweizerischen Gesellschaft für Ernährung (SGE) für ein gesundes und genussvolles Essen und Trinken, zusammenfassend dargestellt in der SGE-Lebensmittelpyramide, bilden daher den Kern der Schweizer Qualitätsstandards für eine gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie.

Die Qualitätsstandards zeigen dem Gemeinschaftsgastronomiebetrieb, wie oft welche Speisen und Getränke im Angebot sein sollten und wie diese idealerweise zubereitet und präsentiert werden.



Die SGE-Lebensmittelpyramide – Empfehlungen zum gesunden und genussvollen Essen und Trinken für Erwachsene

Darüber hinaus gibt es weitere Hinweise, wie das Verpflegungsangebot verbessert werden kann. Ob oder wie gerne Sie sich in einem Gemeinschaftsgastronomiebetrieb verpflegen, hängt natürlich nicht nur von der Qualität des Essens ab. Auch die Raumgestaltung, das Ambiente und wie gut Sie vom Betrieb informiert werden und ob Sie Rückmeldungen an den Betrieb geben können, spielt eine Rolle.

Kommen Sie ins Gespräch!

Der Gemeinschaftsgastronomiebetrieb benötigt Ihre persönlichen Rückmeldungen, um Ihren Erwartungen gerecht zu werden. Geben Sie daher unbedingt ein Feedback, egal, ob Sie sich über etwas freuen oder ärgern. Im Gegenzug sollten Sie darüber informiert werden, was mit Ihrem Feedback geschieht.

Mit der Praxis für die Praxis

Die Umsetzung der Qualitätsstandards gelingt nur dann, wenn sich Anbieter und Konsumenten gemeinsam für eine gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie einsetzen. Durch die bewusste Auswahl ausgewogener Speisen und Getränke und eine gelebte Feedbackkultur in Ihrem Betrieb leisten Sie bereits einen wichtigen Beitrag zur Gesundheitsförderung.

Beteiligen Sie sich zusätzlich an einer Online Befragung: Teilen Sie so Ihre Ansichten zur Gemeinschaftsgastronomie mit und helfen Sie bei der Umsetzung einer gesundheitsfördernden Gemeinschaftsgastronomie.

Online Befragung:
www.gp-gemgastro.ch



Impressum

Herausgeber

Forschungsgruppe «Good Practice – Gemeinschaftsgastronomie»

Konzept, Text und Redaktion

Meike E. Tecklenburg, Angelika Welter und Sigrid Beer-Borst

Forschungsprojekt

Qualitätsstandards einer gesundheitsfördernden Gemeinschaftsgastronomie

Realisiert durch:

Berner Fachhochschule, Fachbereich Gesundheit

Haute école de santé – Genève, filière Nutrition et diététique

Schweizerische Gesellschaft für Ernährung

Weitere Informationen erhältlich auf der Internetplattform

www.goodpractice-gemeinschaftsgastronomie.ch

oder bei

Sigrid Beer-Borst

Leiterin aF&E Ernährung und Diätetik

Berner Fachhochschule, Fachbereich Gesundheit

Murtenstrasse 10, 3008 Bern

www.gesundheit.bfh.ch

Finanzierung

Bundesamt für Gesundheit (BAG)

Berner Fachhochschule (BFH)

Haute école de santé – Genève (HEdS)

Zitierweise

Forschungsgruppe «Good Practice – Gemeinschaftsgastronomie» (Hrsg.). Schweizer Qualitätsstandards in der Gemeinschaftsgastronomie – für mehr Genuss und Gesundheit! Bern: Berner Fachhochschule, Fachbereich Gesundheit, 2009.



Anhang 5

Fragebogen (deutsch), Version PDF

- a) Verpflegungsendanbieter (Fragebogen 1 und 2)
- b) Produzenten/Lieferanten (Fragebogen 1 und 2)
- c) Konsumenten

Für die Online Version, siehe Projektinternetplattform www.gp-gemgastro.ch , Navigationspunkt „Projektteilnahme >> Online Befragung“ (deutsch) bzw. www.gp-restocoll.ch , Navigationspunkt „Participation >> Enquête en ligne“ (französisch)

Fragebogen für Verpflegungsendanbieter

Einleitung

Die vorliegende Befragung ist Teil des Forschungsprojektes „Qualitätsstandards einer gesundheitsfördernden Gemeinschaftsgastronomie“ und richtet sich primär an die Leitung von Gemeinschaftsgastronomiebetrieben (Personalrestaurant, Mensa, Spital- und Heimküchen usw.).

Diese Befragung soll die aktuelle Situation in der Schweizer Gemeinschaftsgastronomie abbilden. Dabei interessieren die Struktur, das Verpflegungsangebot und Aspekte der Gesundheitsförderung.

Hinweise zum Ausfüllen der Befragung

- Kreuzen Sie die jeweils zutreffende Antwort aus der Liste vorgegebener Antwortmöglichkeiten an oder geben Sie eine entsprechende Antwort als Text ein. Auf mögliche Mehrfachnennung wird hingewiesen.
- Für die Auswertung der Befragung ist es wichtig, dass alle Fragen beantwortet werden. Wenn Sie eine Frage überspringen können, wird Ihnen das jeweils angezeigt.
- Im ganzen Fragebogen wird nur die männliche Form benutzt, um den Lesefluss zu erhöhen. Das weibliche Geschlecht ist jeweils mit gemeint.
- Der im Fragebogen verwendete Begriff „Unternehmen“ steht auch für „Institution“ (z.B. für Schulen oder Heime). Damit ist jeweils das Unternehmen gemeint, welches dem Gemeinschaftsgastronomiebetrieb übergeordnet ist.
- Sie können die Beantwortung des Online-Fragebogens jederzeit unterbrechen und zu einem späteren Zeitpunkt fertig stellen. Dazu benötigen Sie Ihren Benutzernamen und das zugesendete Passwort.

Bitte füllen Sie den Fragebogen innerhalb der nächsten 3 Wochen aus. Sie werden per E-Mail eine Erinnerung zum Abschliessen des Fragebogens erhalten.

Wir danken Ihnen im Voraus für Ihre Angaben und die Unterstützung des Forschungsprojektes!

Die Auswertung der Befragung erfolgt anonym. Alle Ihre Angaben werden vertraulich behandelt. Der Datenschutz ist gewährleistet.

Bei Fragen und Unklarheiten senden Sie uns bitte eine Mitteilung über das Kontaktformular auf unserer Internetplattform www.goodpractice-gemeinschaftsgastronomie.ch. Wir nehmen schnellstmöglich mit Ihnen Kontakt auf.

Beschreibung des Gemeinschaftsgastronomiebetriebs

In diesem Teil des Fragebogens werden Angaben rund um den Gemeinschaftsgastronomiebetrieb erfasst.

- 1 Welchen der folgenden **Bereiche** ist Ihr Gemeinschaftsgastronomiebetrieb zuzuordnen?
(Mehrfachnennung möglich)

Geben Sie jeweils an ob es sich um einen **Kern- oder Nebenbereich** handelt.

	Kernbereich	Nebenbereich
Business: Betriebs- und Personalgastronomie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Care: Spital- und Heimgastronomie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Education: Gastronomie im Erziehungs- und Bildungsbereich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Hinweis

Bei der Beantwortung der folgenden Fragen bitten wir Sie immer den Kern- und Nebenbereich zu berücksichtigen.

- 2 Bewirtschaften Sie den Gemeinschaftsgastronomiebetrieb in **Eigen- oder Fremdregie**?

- Eigenregie
 Fremdregie (Cateringunternehmen, Pächter usw.)

- 3 Welche **Altersgruppen** verpflegen Sie in Ihrem Gemeinschaftsgastronomiebetrieb?
(Mehrfachnennung möglich)

Kinder

- bis 12 Monate
 1 bis unter 4 Jahre
 4 bis unter 7 Jahre
 7 bis unter 10 Jahre
 10 bis unter 13 Jahre

Jugendliche

- 13 bis unter 15 Jahre
 15 bis unter 19 Jahre

Erwachsene

- 19 bis unter 25 Jahre
 25 bis unter 65 Jahre
 65 Jahre und älter

Fragebogen für Verpflegungsendanbieter

4a Bietet Ihr Gemeinschaftsgastronomiebetrieb auch **Dienstleistungen für Dritte** an?
(Mehrfachnennung möglich)

- Verpflegung von Angehörigen
- Verpflegung von Personen anderer Unternehmen
- Besprechungs- und Konferenzbewirtschaftung
- Lieferung ausser Haus (z.B. Mahlzeitendienst, Party Service)

- Andere: _____
- Nein, keine Dienstleistungen für Dritte (weiter mit Frage 5)

4b **Falls ja**, wie viel beträgt der **Umsatz** mit Zusatzdienstleistungen an Dritte (Angehörige, externe Gäste, Lieferung ausser Haus usw.) am Gesamtumsatz des Gemeinschaftsgastronomiebetriebes **in Prozent**?

_____ %

- Weiss nicht
- Keine Antwort

5 Können Ihre Verpflegungsteilnehmer **andere Verpflegungsangebote** in der unmittelbaren Umgebung (5-10 Minuten) nutzen?

- Ja
- Nein

6 An welchen Wochentagen bieten Sie eine **warme und/oder kalte Verpflegung** an?

Geben Sie **für jeden Wochentag** die zutreffende Verpflegung an.
(Mehrfachnennung pro Wochentag möglich)

	Warme Verpflegung	Kalte Verpflegung	Keine Verpflegung
Montag	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dienstag	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mittwoch	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Donnerstag	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Freitag	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Samstag	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sonntag	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Fragebogen für Verpflegungsendanbieter

7 Welche der folgenden **Einrichtungen und Verpflegungsmöglichkeiten** stehen den Verpflegungsteilnehmern in Ihrem Gemeinschaftsgastronomiebetrieb zur Verfügung? (Mehrfachnennung möglich)

- Personalrestaurant, Kantine, Mensa, Speisesaal, Mittagstisch
- Zimmerservice (z.B. für Patienten im Spital)
- Cafeteria mit warmem Verpflegungsangebot
- Cafeteria mit kaltem Verpflegungsangebot
- Verpflegungsautomat mit warmem Verpflegungsangebot
- Verpflegungsautomat mit kaltem Verpflegungsangebot
- Gelegenheit, zum selber Kochen (z.B. Mikrowelle, Herd)
- Kiosk, Shop

- Andere: _____

8a Wie viele **Hauptmahlzeiten** werden im Durchschnitt pro Tag ausgegeben? Geben Sie die zutreffende **Anzahl Menüs pro Mahlzeit** an. Berücksichtigen Sie dabei ebenfalls die (Fertig-)Menüs, welche in Verpflegungsautomaten angeboten werden.

Frühstück	_____
Mittagessen	_____
Abendessen	_____
Nachtmahlzeit	_____

8b Wie hoch schätzen Sie die prozentuale **Auslastung der Kapazität** Ihres Gemeinschaftsgastronomiebetriebs?

_____ %

9 Werden die Hauptmahlzeiten **vor Ort oder extern** produziert?

- Vor Ort
- Extern mit Anlieferung

10 Welches **Verpflegungssystem** findet in Ihrem Gemeinschaftsgastronomiebetrieb Anwendung? (Mehrfachnennung möglich)

- Frisch- und Mischküche (Cook and serve)
- Warmverpflegung (Cook and hold)
- Kühlkostsystem (Cook and chill)
- Tiefkühlsystem (Cook and freeze)

- Andere: _____

11 Mit welchem System erfolgt die **Ausgabe der Hauptmahlzeiten**? (Mehrfachnennung möglich)

- Einfache Ausgabetheke
- Liniensystem/-ausgabe (Speisebuffet entlang vorgegebener Laufrichtung, mit und ohne Bedienung)
- Free-flow-System (mehrere Ausgabestationen mit Selbstbedienung)
- Bandausgabe mit Tablett
- Tischgemeinschaft (Selbstbedienung aus Schüsseln am Tisch)
- Bedient, Service

- Andere: _____

12 Wie viele **Stellenprozente** sind in Ihrem Gemeinschaftsgastronomiebetrieb aktuell besetzt?

_____ %

- Weiss nicht
- Keine Antwort

13 Wie viele Mitarbeiter sind aktuell in Ihrem Gemeinschaftsgastronomiebetrieb **Vollzeit respektive Teilzeit** beschäftigt? Geben Sie die jeweils zutreffende Anzahl an.

Beschäftigungsgrad	Anzahl
Vollzeitbeschäftigte	_____
Teilzeit Mitarbeiter	_____

14a Wie viele **qualifizierte Fachpersonen** sind in Ihrem Gemeinschaftsgastronomiebetrieb aktuell tätig?
Geben Sie die jeweils zutreffende Anzahl an.

Küche, Restauration und Hotellerie

Anzahl

Betriebsleiter Gemeinschaftsgastronomie

Küchenchef, Produktionsleiter

Koch, Gastronomiekoch und
Koch der Spital-, Heim- und Gemeinschaftsgastronomie

Diätkoch

Küchenangestellter

Restaurationsleiter

Restaurationsfachmann

Restaurationsangestellter

Hauswirtschaftsleiter

Hotelfachmann

Hotellerieangestellter

Andere 1:

Andere 2:

Weitere

Anzahl

Ernährungsberater HF/FH

Ernährungswissenschaftler oder Oecotrophologe

Facility Manager

Lebensmittelingenieur oder Lebensmittelwissenschaftler

Administratives Personal

Andere 1:

Andere 2:

14b Wie viele **ungelernte Mitarbeiter** sind in Ihrem Gemeinschaftsgastronomiebetrieb aktuell tätig?
Geben Sie die zutreffende Anzahl an.

Anzahl

Ungelernte Mitarbeiter

- 14c Wie viele **Auszubildende** sind in Ihrem Gemeinschaftsgastronomiebetrieb aktuell tätig?
Geben Sie die zutreffende Anzahl an.

Anzahl

Auszubildende _____

- 14d Betreuen Sie in Ihrem Gemeinschaftsgastronomiebetrieb **Praktikanten**?

- Ja
 Nein

-
- 15 Zu welchen Themen haben die Mitarbeiter Ihres Gemeinschaftsgastronomiebetriebs in den letzten 24 Monaten **Weiterbildungen** besucht? (Mehrfachnennung möglich)

- Hygiene, Lebensmittelsicherheit
 Qualitätsmanagement
 Küchentechnik (z.B. Bedienung neuer Apparate)
 Arbeitssicherheit
 Ernährung und Gesundheit
 Kommunikation, Informationsmanagement
 Projektmanagement
- Andere: _____
 Es wurden keine Weiterbildungen besucht

-
- 16a Gibt es im Unternehmen einen **Verpflegungs- oder Ernährungsbeirat**, der für das Verpflegungsangebot und/oder gesundheitsfördernde Aktivitäten im Gemeinschaftsgastronomiebetrieb zuständig ist?

- Ja
 Nein (weiter mit Frage 17)

- 16b **Falls ja**, wer ist im Verpflegungs- oder Ernährungsbeirat vertreten? (Mehrfachnennung möglich)

- Vertretung des übergeordneten Unternehmens (Trägerschaft)
 Management des Gemeinschaftsgastronomiebetriebs
 Mitarbeiter des Gemeinschaftsgastronomiebetriebs
 Ernährungsfachkraft
 Verpflegungsteilnehmer (Konsumenten)
 Angehörige der Verpflegungsteilnehmer
- Andere: _____
-

17a Gibt es im Unternehmen ein **interdisziplinäres Arbeitsteam**, das für das Schnittstellen- und Qualitätsmanagement des Gemeinschaftsgastronomiebetriebs zuständig ist?

- Ja
- Nein (weiter mit Frage 18)

17b **Falls ja**, wer ist im interdisziplinären Arbeitsteam vertreten? (Mehrfachnennung möglich)

- Vertreter des übergeordneten Unternehmens (Trägerschaft)
- Management des Gemeinschaftsgastronomiebetriebs
- Mitarbeiter des Gemeinschaftsgastronomiebetriebs
- Ernährungsfachkraft
- Verpflegungsteilnehmer (Konsumenten)
- Angehörige der Verpflegungsteilnehmer
- Zulieferer
- Cateringunternehmen

- Andere: _____

18a Wird das **Hygiene-Selbstkontrollsystem** zusätzlich zur kantonalen Lebensmittelkontrolle regelmässig von einer unabhängigen Person überprüft und angepasst?

- Ja
- Nein (weiter mit Frage 19)

18b **Falls ja**, wie oft pro Jahr? _____

19 Ist Ihr Gemeinschaftsgastronomiebetrieb **zertifiziert**? (Mehrfachnennung möglich)

- Ja, Zertifiziert nach ISO 9001
- Ja, Zertifiziert nach ISO 22000
- Ja, Zertifiziert nach EFQM
- Ja, Zertifiziert nach SanaCert

- Andere: _____
- Nein

20 Ist Ihr Gemeinschaftsgastronomiebetrieb mit einem der folgenden offiziellen **Gütesiegel, Label oder Logos** ausgezeichnet? (Mehrfachnennung möglich)

- Label Fourchette verte
- Label „Goût Mieux“
- Logo Bio Suisse
- Max Havelaar-Gütesiegel
- Demeter-Lizenz
- Logo der Deutschen Gesellschaft für Ernährung (DGE)

- Andere: _____
- Nein

21 Werden **externe Leistungen** nach einem definierten Anforderungskatalog (Leistungsverzeichnis) bezogen?

- Ja
- Teilweise
- Nein

Verpflegungsangebot

In diesem Teil des Fragebogens werden Angaben rund um das Verpflegungsangebot und dessen Eigenschaften erfasst.

22a Berücksichtigen Sie bei der Zusammenstellung des Verpflegungsangebots sowie bei der Erstellung des Speiseplans spezifische **Ernährungsempfehlungen**?

- Ja
- Nein (weiter mit Frage 23)

22b **Falls ja**, geben Sie an, welche Empfehlungen speziell berücksichtigt werden:

23 Welche der folgenden **Lebensmittel** sind in Ihrem Gemeinschaftsgastronomiebetrieb **täglich verfügbar**?
(Mehrfachnennung möglich)

- Frische Früchte
- Gemüse als Rohkost (z.B. als Rohkostsalat)
- Vollkornbrot
- Nüsse und Samen
- Milchprodukte teilentrahmt
- Trink- und/oder Mineralwasser kostenlos

- Keine der genannten Lebensmittel

24 Welchen **Fertigungsstufen** (Convenience-Grade) entsprechen die Lebensmittel und Speisen, welche in Ihrem Gemeinschaftsgastronomiebetrieb eingesetzt werden?

Geben Sie **die zwei am häufigsten** verwendeten Fertigungsstufen an.

- Grad 0 **Grundstufe**, unbehandelte Ware (z.B. Kartoffel mit Schale)
- Grad 1 **küchenfertige Produkte** (z.B. geschälter, roher Kartoffel)
- Grad 2 **garfertige Produkte** (z.B. geschnittene Kartoffel)
- Grad 3 **aufbereitetfertige Produkte** (z.B. Instant Kartoffelpüree)
- Grad 4 **regenerierfertige Produkte** (z.B. Kartoffelgratin, Pommes frites)
- Grad 5 **tischfertige Produkte** (z.B. Kartoffelsalat, Pommes Chips)

25 Wo **beziehen Sie die Lebensmittel** für Ihren Gemeinschaftsgastronomiebetrieb?
(Mehrfachnennung möglich)

- Industrielle Lebensmittellieferanten, z.B. Scana, Howeg etc.
- Abholgrosshandel, z.B. Prodega etc.
- Lebensmitteleinzelhandel, z.B. Coop, Migros etc.
- Regionale Lebensmittelproduzenten, z.B. Landwirtschaftsbetrieb, Metzgerei, Bäckerei etc.

- Andere: _____

26a Wer ist für die **Zusammenstellung des Speiseplans** Ihres Gemeinschaftsgastronomiebetriebs verantwortlich? (Mehrfachnennung möglich)

- Betriebsleiter Gemeinschaftsgastronomie, Verpflegungsleiter
- Küchenchef, Produktionsleiter
- Koch oder Diätkoch
- Ernährungsfachkraft: Ernährungsberater HF/FH, Ernährungswissenschaftler
- Cateringunternehmen
- Unternehmensleitung, Schulleitung

- Andere: _____

Fragebogen für Verpflegungsendanbieter

26b Welche **weiteren Personengruppen** sind an der Speiseplangestaltung beteiligt?
(Mehrfachnennung möglich)

- Verpflegungsteilnehmer (Konsumenten)
 - Mitarbeiter des Gemeinschaftsgastronomiebetriebs
 - Unternehmensleitung
 - Externe, z.B. Cateringunternehmen, Zulieferer, Berater etc.

 - Andere: _____
 - Keine Weiteren
-

27 Welche der folgenden Faktoren berücksichtigen Sie bei der **Zusammenstellung des Speiseplans**?

Geben Sie **Ihre drei wichtigsten Faktoren** an.

- Wünsche der Verpflegungsteilnehmer (Konsumenten)
 - Abwechslungsreiche Zusammenstellung der Rohstoffe und Grundnahrungsmittel
 - Gesundheitliche Aspekte
 - Farbenvielfalt, Präsentation
 - Geschmacksvielfalt
 - Saisonales Angebot
 - Regionales Angebot
 - Bio- und/oder Fairtrade-Produkte
 - Spezialangebote der Lieferanten
 - Kosten
 - Infrastruktur
 - Aktionsangebote

 - Andere: _____
-

28 Für welchen Zeitraum, d.h. für wie viele Wochen wird der **Speiseplan jeweils aufgestellt**?

- Weniger als eine Woche
 - 1 Woche
 - 2 Wochen
 - 3 Wochen
 - 4 Wochen und länger
-

29a Bieten Sie ein **Tagesmenü oder eine Tagesspeise** (Standardmenü) an?

- Ja
- Nein (weiter mit Frage 30)

Fragebogen für Verpflegungsendanbieter

29b **Falls ja**, denken Sie an die Tagesmenüs der letzten 4 Wochen zurück. Aus welchen Komponenten waren sie in der Regel zusammengestellt? (Mehrfachnennung möglich)

- Eiweisskomponente, z.B. Fleisch, Fisch, Eier, Käse, Tofu, Quorn usw.
- Kohlenhydratkomponente, z.B. Teigwaren, Reis, Kartoffeln, Hülsenfrüchte, Brot usw.
- Gemüse oder Salat
- Früchte
- Suppe
- Dessert oder Süssspeise

29c **Falls ja**, können die Verpflegungsteilnehmer die **Zusammenstellung** des Tagesmenüs beeinflussen? (Mehrfachnennung möglich)

- Ja, einzelne Komponenten können ausgetauscht werden
- Ja, das Tagesmenü kann mit weiteren Komponenten ergänzt werden
- Nein, das Tagesmenü ist fix zusammengestellt

29d **Falls ja**, wie viel bezahlen die **internen Verpflegungsteilnehmer** aktuell für das Tagesmenü? Falls das Tagesmenü immer gleich teuer ist, geben Sie zweimal denselben Betrag ein.

von CHF	bis CHF	Gratis
_____	_____	<input type="checkbox"/>

30a Bieten Sie eine **Tagesspezialität** an?

- Ja
- Nein (weiter mit Frage 31)

30b **Falls ja**, denken Sie an die Tagesspezialitäten der letzten 4 Wochen zurück. Aus welchen Komponenten waren sie in der Regel zusammengestellt? (Mehrfachnennung möglich)

- Eiweisskomponente, z.B. Fleisch, Fisch, Eier, Käse, Tofu, Quorn usw.
- Kohlenhydratkomponente, z.B. Teigwaren, Reis, Kartoffeln, Hülsenfrüchte, Brot usw.
- Gemüse oder Salat
- Früchte
- Suppe
- Dessert oder Süssspeise

30c **Falls ja**, können die Verpflegungsteilnehmer die **Zusammenstellung der Tagesspezialität** beeinflussen?
(Mehrfachnennung möglich)

- Ja, einzelne Komponenten können ausgetauscht werden
- Ja, die Tagesspezialität kann mit weiteren Komponenten ergänzt werden
- Nein, die Tagesspezialität ist fix zusammengestellt

30d Wie viel **bezahlen die internen Verpflegungsteilnehmer** aktuell für die Tagesspezialität?
Falls die Tagesspezialität immer gleich teuer ist, geben Sie zweimal denselben Betrag ein.

von CHF

bis CHF

Gratis

31a Bieten Sie **ein Wochenmenü oder einen Wochenhit** an?

- Ja
- Nein (weiter mit Frage 32)

31b **Falls ja**, denken Sie an die Wochenmenüs der letzten 4 Wochen zurück. Aus welchen Komponenten waren sie in der Regel zusammengestellt? (Mehrfachnennung möglich)

- Eiweisskomponente, z.B. Fleisch, Fisch, Eier, Käse, Tofu, Quorn usw.
- Kohlenhydratkomponente, z.B. Teigwaren, Reis, Kartoffeln, Hülsenfrüchte, Brot usw.
- Gemüse oder Salat
- Früchte
- Suppe
- Dessert oder Süssspeise

31c Falls ja, können die Verpflegungsteilnehmer die **Zusammenstellung des Wochenmenüs** beeinflussen?
(Mehrfachnennung möglich)

- Ja, einzelne Komponenten können ausgetauscht werden
- Ja, das Wochenmenü kann mit weiteren Komponenten ergänzt werden
- Nein, das Wochenmenü ist fix zusammengestellt

31d **Falls ja**, wie viel bezahlen die internen Verpflegungsteilnehmer aktuell für das Wochenmenü?
Falls das Wochenmenü immer gleich teuer ist, geben Sie zweimal denselben Betrag ein.

von CHF

bis CHF

Gratis

32a Bieten Sie ein **vegetarisches (Tages-)Menü** an?

- Ja
- Nein (weiter mit Frage 33)

32b **Falls ja**, denken Sie an die vegetarischen Menüs der letzten 4 Wochen zurück. Aus welchen Komponenten waren sie in der Regel zusammengestellt? (Mehrfachnennung möglich)

- Eiweisskomponente, z.B. Eier, Käse, Tofu, Quorn usw.
- Kohlenhydratkomponente, z.B. Teigwaren, Reis, Kartoffeln, Hülsenfrüchte, Brot usw.
- Gemüse oder Salat
- Früchte
- Suppe
- Dessert oder Süßspeise

32c **Falls ja**, können die Verpflegungsteilnehmer die **Zusammenstellung des vegetarischen Menüs** beeinflussen? (Mehrfachnennung möglich)

- Ja, einzelne Komponenten können ausgetauscht werden
- Ja, das vegetarische Menü kann mit weiteren Komponenten ergänzt werden
- Nein, das vegetarische Menü ist fix zusammengestellt

32d **Falls ja**, wie viel bezahlen die **internen Verpflegungsteilnehmer aktuell für das vegetarische Menü**? Falls das vegetarische Menü immer gleich teuer ist, geben Sie zweimal denselben Betrag ein.

von CHF

bis CHF

Gratis

33a Kann sich der Verpflegungsteilnehmer sein Menü auch aus verschiedenen **Komponenten selbst zusammenstellen**?

- Ja
- Teilweise
- Nein (weiter mit Frage 34)

Fragebogen für Verpflegungsendanbieter

33b **Falls ja oder teilweise**, aus welchen Komponenten kann der Verpflegungsteilnehmer jeweils auswählen?
(Mehrfachnennung möglich)

- Eiweisskomponente, z.B. Fleisch, Fisch, Eier, Käse, Tofu, Quorn usw.
- Kohlenhydratkomponente, z.B. Teigwaren, Reis, Kartoffeln, Hülsenfrüchte, Brot usw.
- Gemüse oder Salat
- Früchte
- Suppe
- Dessert oder Süssspeise
- Andere: _____

33c **Falls ja oder teilweise**, wie werden bei dieser freien Komponentenwahl **die Mahlzeiten verrechnet**?
(Mehrfachnennung möglich)

- Nach Gewicht, z.B. pro 100g
- Fixpreis pro Einheit, z.B. pro Teller oder Schale
- Fixpreis pro Komponente, z.B. Fleisch, Beilage oder Gemüse
- Anderes: _____

34a Welche Kostformen können vom Verpflegungsteilnehmer **ergänzend zum genannten Verpflegungsangebot** gewählt werden? Geben Sie für jede Kostform an, ob immer, auf Bestellung oder nie.

	Immer	Auf Bestellung	Nie
Kalorienreduziertes Menü	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Diätetische Kostformen aufgrund medizinischer Indikation z.B. Diabeteskost, glutenfreie Kost	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Andere:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

34b **Falls vorhanden**, wie viel **bezahlen die internen Verpflegungsteilnehmer** aktuell für die speziellen Kostformen? Falls die Menüs immer gleich teuer sind, geben Sie zweimal denselben Betrag ein.

	von CHF	bis CHF	Gratis
Kalorienreduziertes Menü			<input type="checkbox"/>
Diätetische Kostformen aufgrund medizinischer Indikation z.B. Diabeteskost, glutenfreie Kost			<input type="checkbox"/>
Andere:			<input type="checkbox"/>

35 **Bezahlen externe Gäste** denselben oder einen höheren Preis für die einzelnen Menüs und Speisen als die internen Verpflegungsteilnehmer?

- Denselben Preis
- Einen höheren Preis

- Es werden keine externen Personen gepflegt

36a Gibt das übergeordnete Unternehmen vor, wie gross der **finanzielle Aufwand für das Tagesmenü** (Standardmenü) sein darf?

- Ja
- Nein (weiter mit Frage 37)

36b **Falls ja**, wie hoch ist der vorgeschriebene Aufwand für das Tagesmenü (Standardmenü) im Durchschnitt?

_____ CHF

37a Wird das **Verpflegungsangebot** für die unternehmensinternen Personen in irgendeiner Form **subventioniert**?

- Ja
- Teilweise
- Nein (weiter mit Frage 37c)

37b **Falls ja oder teilweise**, welcher Art ist diese Subventionierung? (Mehrfachnennung möglich)

- Gratisverpflegung für die unternehmensinternen Personen (Mitarbeiter, Schüler, Bewohner usw.)
- Pro Menü wird ein fixer Kostenanteil durch das übergeordnete Unternehmen getragen
- Abgestufte Beiträge nach Einkommensklasse oder anderen sozialen Kriterien durch das übergeordnete Unternehmen an die Verpflegungsteilnehmer
- Sonderbeiträge für spezielle Angebote, z.B. eine Themenwoche zu gesunder Ernährung
- Defizitgarantie durch das übergeordnete Unternehmen

- Andere: _____

37c **Falls nein**, wieso wird das Verpflegungsangebot für unternehmensinterne Personen nicht subventioniert?

38 Verwenden Sie für die Speisezubereitung **standardisierte Rezepturen**?

- Ja
- Teilweise
- Nein

39a Ist Ihnen die genaue **Energie- und Nährstoffzusammensetzung** Ihres Verpflegungsangebots bekannt?
(Mehrfachnennung möglich)

- Ja, auf Grundlage von Nährwertberechnungen
- Ja, auf Grundlage von Laboranalysen
- Nein (weiter mit Frage 40)

39b **Falls ja**, welche der folgenden Angaben zur Energie- und Nährstoffzusammensetzung liegen Ihnen vor?
(Mehrfachnennung möglich)

- Energie (kcal, kJ)
- Fett
- Eiweiss
- Kohlenhydrate
- Nahrungsfasern
- Natrium, Kochsalz
- Andere: _____

40 Welche **Speisefette und -öle** verwenden Sie in der Küche für die Zubereitung von Speisen?

Geben Sie für jedes Einsatzgebiet **maximal die zwei häufigsten** Speisefette oder -öle an.

Einsatzgebiet	Fett / Öl 1	Fett / Öl 2	Keine
Kalte Küche			<input type="checkbox"/>
Dünsten und Dämpfen			<input type="checkbox"/>
Kurzbraten			<input type="checkbox"/>
Frittieren und längeres Braten			<input type="checkbox"/>
Streichfett			<input type="checkbox"/>

41 Welche der folgenden **Angaben werden auf dem Speiseplan** für die Verpflegungsteilnehmer zusätzlich aufgeführt? (Mehrfachnennung möglich)

- Energiegehalt (Kalorien)
- Nährstoffgehalte (Fett, Eiweiss, Kohlenhydrate)
- Hinweis auf kalorienarme Gerichte
- Hinweis auf vegetarische Gerichte
- Hinweis auf die Verwendung regionaler Produkte
- Hinweis auf die Verwendung von BIO-Produkten
- Hinweis auf die Verwendung von Fairtrade-Produkten
- Deklaration der Zusatzstoffe
- Deklaration der Allergene
- Herkunft von Fleisch

- Andere: _____
- Es werden keine zusätzlichen Angaben gemacht

42a Sind die **Portionsgrößen** für die Speiseausgabe festgelegt?

- Ja
- Teilweise
- Nein

42b Können die Verpflegungsteilnehmer zum Zeitpunkt der Speisenausgabe die **Portionsgrösse** beeinflussen? (Mehrfachnennung möglich)

- Ja, er kann zwischen verschiedenen Portionsgrößen wählen (z.B. ganze Portion, halbe Portion)
- Ja, er kann die Portionsgrösse individuell gestalten (z.B. „Bitte etwas mehr Gemüse“)
- Nein, die Portionsgrößen können nicht individuell angepasst werden

43 Inwieweit stimmen Sie der folgenden Aussage zu

„Der Verzehr von gesunden Verpflegungsangeboten kann durch tiefe Preise gefördert werden.“

Stimme voll und ganz zu	Stimme eher zu	Stimme eher nicht zu	Stimme überhaupt nicht zu
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Gesundheitsförderung

In diesem Teil des Fragebogens werden Angaben rund um die gesundheitsfördernde Praxis erfasst.

44 Ist **Gesundheitsförderung** Teil der Unternehmensphilosophie (Unternehmensleitbild)?
(Mehrfachnennung möglich)

- Ja, in Bezug auf die Ernährung (Verpflegungsangebot)
 - Ja, in Bezug auf andere Bereiche wie Bewegung, psychische Gesundheit, etc.
 - Nein

 - Es gibt kein Unternehmensleitbild
 - Weiss nicht
-

45 Wie viel Zeit steht den Verpflegungsteilnehmern offiziell für die **Mittagspause** zur Verfügung?

- Weniger als 30 Minuten
 - 30 – 45 Minuten
 - 46 – 60 Minuten
 - Mehr als 1 Stunden
 - Dauer der Mittagspause ist frei wählbar
 - Weiss nicht
-

46a Welche Möglichkeiten haben die Verpflegungsteilnehmer, um **Rückmeldungen zum Gemeinschaftsgastronomiebetrieb** zu geben? (Mehrfachnennung möglich)

- Teilnahme an strukturierten Befragungen des Gemeinschaftsgastronomiebetriebes oder des Unternehmens zur Bedürfnisabklärung (weiter mit Frage 46c)
- Schriftliche Rückmeldungen auf Initiative des Verpflegungsteilnehmers (z.B. Feedback-Briefkasten, E-Mail)
- Mündliche Rückmeldungen auf Initiative des Verpflegungsteilnehmers

- Andere: _____
- Keine Möglichkeiten (weiter mit Frage 47)

46b **Falls Rückmeldungen eingehen**, in welcher Art werden diese bearbeitet? (Mehrfachnennung möglich)

- Die Rückmeldungen werden dokumentiert und ausgewertet
- Die Verpflegungsteilnehmer erhalten ein Feedback
- Die Anregungen werden fortlaufend umgesetzt

- Andere: _____

46c **Falls Befragungen durchgeführt werden**, welche der folgenden Aspekte wurden in den letzten zwei Befragungen berücksichtigt? (Mehrfachnennung möglich)

- Verpflegungsangebot
 - Preisgestaltung
 - Informationsangebot zu Ernährung und Gesundheit
 - Ambiente und Raumgestaltung
 - Kommunikation zwischen Gemeinschaftsgastronomiemitarbeitenden und Verpflegungsteilnehmenden
 - Andere: _____
-

47 Wie wichtig ist Ihrem Gemeinschaftsgastronomiebetrieb eine **ausgewogene Ernährung zur Förderung der Gesundheit**?

Sehr wichtig	Eher wichtig	Eher nicht wichtig	Gar nicht wichtig
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

48a Haben Sie in den letzten 24 Monaten eine oder mehrere **Aktionen zum Thema „gesunde Ernährung“** durchgeführt?

- Ja
- Nein (weiter mit Frage 49)

48b **Falls ja**, welche Kommunikationsmittel haben Sie zur Ankündigung und im Rahmen dieser Aktion zum Thema „gesunde Ernährung“ eingesetzt? (Mehrfachnennung möglich)

- Intra-/Internet
 - Hauspost
 - Plakate
 - Flyer und Broschüren
 - Tischaufsteller
 - Andere: _____
-

49 Stehen Ihrem Gemeinschaftsgastronomiebetrieb **Ressourcen für gesundheitsfördernde Projekte und Aktivitäten zur Verfügung**? (Mehrfachnennung möglich)

- Ja, finanzielle Ressourcen (intern)
 - Ja, personelle Ressourcen (intern)
 - Ja, es stehen externe Ressourcen zur Verfügung (z.B. Sponsoren, Zusammenarbeit mit Organisationen, Fördermittel)
 - Andere: _____
 - Nein
-

50 Wurden in Ihrem Gemeinschaftsgastronomiebetrieb in den letzten 24 Monaten **gesundheitsfördernde Projekte und Aktivitäten geplant, umgesetzt oder dokumentiert?**

- Ja, nur geplant
- Ja, geplant und umgesetzt
- Ja, geplant, umgesetzt und dokumentiert
- Nein

51a Wir bitten Sie sich abschliessend auf der Internetplattform www.goodpractice-gemeinschaftsgastronomie.ch die aktuellen „**Schweizer Qualitätsstandards für eine gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie**“ anzusehen.

Wie gut lassen sich Ihrer Ansicht nach diese Qualitätsstandards **in Ihrem Betrieb umsetzen?**

Sehr gut	Eher gut	Eher nicht gut	Gar nicht gut
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- Weiss nicht

51b Welche der folgenden Antworten **treffen auf Sie zu?** (Mehrfachnennung möglich)

- Ich konnte die Standards noch nicht im Detail ansehen
- Ich benötige weitere Erläuterungen
- Unser Betrieb hat eigene Qualitätsstandards
- Andere: _____
- Es besteht kein Interesse an Qualitätsstandards

Rund um das übergeordnete Unternehmen

In diesem Teil des Fragebogens werden ergänzende Angaben zum übergeordneten Unternehmen erfasst.

52 In welchem **Schweizer Kanton** befindet sich Ihr Gemeinschaftsgastronomiebetrieb?

- | | |
|---|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Aargau | <input type="checkbox"/> Nidwalden |
| <input type="checkbox"/> Appenzell Ausseroden | <input type="checkbox"/> Obwalden |
| <input type="checkbox"/> Appenzell Inneroden | <input type="checkbox"/> Schaffhausen |
| <input type="checkbox"/> Basel-Land | <input type="checkbox"/> Schwyz |
| <input type="checkbox"/> Basel-Stadt | <input type="checkbox"/> Solothurn |
| <input type="checkbox"/> Bern | <input type="checkbox"/> St. Gallen |
| <input type="checkbox"/> Freiburg | <input type="checkbox"/> Tessin |
| <input type="checkbox"/> Genf | <input type="checkbox"/> Thurgau |
| <input type="checkbox"/> Glarus | <input type="checkbox"/> Uri |
| <input type="checkbox"/> Graubünden | <input type="checkbox"/> Waad |
| <input type="checkbox"/> Jura | <input type="checkbox"/> Wallis |
| <input type="checkbox"/> Luzern | <input type="checkbox"/> Zug |
| <input type="checkbox"/> Neuenburg | <input type="checkbox"/> Zürich |

53 In welcher **Art Unternehmen** ist Ihr Gemeinschaftsgastronomiebetrieb integriert?
(Mehrfachnennung möglich)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Produktionsbetrieb oder Industriebetrieb | <input type="checkbox"/> Kindergarten |
| <input type="checkbox"/> Gewerbebetrieb oder Dienstleistungsbetrieb | <input type="checkbox"/> Primarstufe |
| <input type="checkbox"/> Verwaltung, Amt | <input type="checkbox"/> Sekundarstufe |
| <input type="checkbox"/> Armee | <input type="checkbox"/> Maturitätsschule oder Fachmittelschule |
| <input type="checkbox"/> Kirche oder Kloster | <input type="checkbox"/> Berufsschule |
| <input type="checkbox"/> Spital, Klinik | <input type="checkbox"/> Hochschule, Fachhochschule oder Universität |
| <input type="checkbox"/> Rehabilitationszentrum | <input type="checkbox"/> Rekrutenschule |
| <input type="checkbox"/> Altersheim | <input type="checkbox"/> Internat |
| <input type="checkbox"/> Pflegeheim | <input type="checkbox"/> Kinderheim oder Jugendheim |
| <input type="checkbox"/> Strafvollzugsanstalt | |
| <input type="checkbox"/> Kindertagesstätten, Kinderhort, Spielgruppe | <input type="checkbox"/> Andere: _____ |

54 Handelt es sich bei diesem Unternehmen um ein **privates, halbprivates oder öffentliches Unternehmen**?

- Privat
 Halbprivat
 Öffentlich

55 Wie viele **Mitarbeiter** hat dieses Unternehmen?

- | | |
|--------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 50-99 |
| <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 100-199 |
| <input type="checkbox"/> 3-4 | <input type="checkbox"/> 200-249 |
| <input type="checkbox"/> 5-9 | <input type="checkbox"/> 250-499 |
| <input type="checkbox"/> 10-19 | <input type="checkbox"/> 500-999 |
| <input type="checkbox"/> 20-49 | <input type="checkbox"/> 1'000 und mehr |

56 Wie hoch ist der **Kostenanteil Ihres Gemeinschaftsgastronomiebetriebes** am Gesamtaufwand des Unternehmens in Prozent?

_____ %

- Weiss nicht
 Keine Antwort

57 Welches **finanzielle Ziel** gibt das übergeordnete Unternehmen dem Gemeinschaftsgastronomiebetrieb vor?

- Kostendeckung
 Gewinn
 Defizitgarantie
 keine Vorgaben
- Anderes: _____
 Weiss nicht
 Keine Antwort

Herzlichen Dank,
dass Sie sich die Zeit genommen haben diesen Fragebogen auszufüllen.

Alle erfassten Daten werden anonym und vertraulich behandelt.

Hinweis

Um die Schweizer Gemeinschaftsgastronomie **aus verschiedenen Blickwinkeln** charakterisieren zu können, richtet sich das vorliegende Projekt mit spezifischen Fragebogen **auch** an **Ihre Verpflegungsteilnehmenden** und **Lieferanten**. Bitte machen Sie diese auf das Projekt und die Möglichkeit der Teilnahme an der Befragung aufmerksam!

Gerne senden wir Ihnen Flyer und Informationsblätter für Konsumenten zu. Bestellen können Sie diese über das Kontaktformular auf unserer Internetplattform www.goodpractice-gemeinschaftsgastronomie.ch. Vielen Dank.

Damit wir bei allfälligen Fragen mit Ihnen Rücksprache halten können, bitten wir Sie uns **Ihre Kontaktdaten** zu nennen. Diese werden selbstverständlich vertraulich behandelt und nicht an Dritte weitergegeben. Machen Sie bitte mindestens die mit * gekennzeichneten Angaben. Vielen Dank!

Anrede*

Name*

Vorname*

Institution

Funktion

Abteilung

Adresse

PLZ, Ort*

Telefon

E-Mail-Adresse*

Website

Kontaktadresse

Berner Fachhochschule
Fachbereich Gesundheit / Forschung
Good Practice – Gemeinschaftsgastronomie
Murtenstrasse 10
3008 Bern

E-Mail: mail@gp-gemgastro.ch

© Berner Fachhochschule, Bern, Juli 2010

Erfassung Ihrer Projekte – Verpflegungsendanbieter

Einleitung

Sie haben die Frage 50 «Wurden in Ihrem Gemeinschaftsgastronomiebetrieb in den letzten 24 Monaten gesundheitsfördernde Projekte und Aktivitäten geplant, umgesetzt oder dokumentiert?» mit *«ja, geplant, umgesetzt bzw. und dokumentiert»* beantwortet. Wir bitten Sie deshalb im Folgenden um genauere Angaben zu Ihrem Projekt bzw. Ihren Aktivitäten.

Ein Projekt ist ein einmaliges, zeitlich begrenztes, strukturiertes und geplantes Vorhaben. Das bedeutet, konkrete Handlungen, sog. Aktivitäten wurden festgelegt, um bis zu einem bestimmten Termin und unter Einhaltung festgelegter Verantwortlichkeiten definierte Ziele (Leistungen/Wirkungen) zu erreichen.

Bei der Auswahl von Beispielen guter Praxis wird nach Vorhaben von Betrieben der Gemeinschaftsgastronomie gesucht, die sich gezielt für eine gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie einsetzen und dabei einzelne Kriterien der Schweizer Qualitätsstandards für eine gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie inhaltlich aufgreifen. Hierbei wird keine Spitzenleistung und Patentlösung gesucht, sondern nach übertragbaren Ansätzen, von denen andere Betriebe bei der Neu- und Weiterentwicklung von gesundheitsfördernden Aktivitäten lernen können.

Alle eingereichten Projekte werden von einer Jury, die sich aus Mitgliedern des multidisziplinären Advisory Boards zusammensetzt, anhand von speziell festgelegten Kriterien guter Praxis beurteilt. Jene Projekte, die umfassend oder zum Grossteil den Kriterienkatalog erfüllen und so praxistaugliche Anregungen für ein gesundheitsförderndes Engagement bieten, werden zu gegebener Zeit in Absprache mit den Projektverantwortlichen auf unserer Internetplattform präsentiert. Mehr zum Beurteilungsverfahren, den Kriterien und zur Jury finden Sie unter www.goodpractice-gemeinschaftsgastronomie.ch.

Falls Ihr Betrieb mehrere gesundheitsfördernde Projekte durchführt beziehungsweise in den letzten zwei Jahren durchgeführt hat und Sie mehr als ein Projekt einreichen wollen, bitten wir Sie für jedes Projekt einen separaten Fragebogen zur Erfassung der Projekte auszufüllen. Hierzu melden Sie sich online nach Abschluss der Projekterfassung mit Ihrem bestehenden Benutzernamen und Passwort einfach erneut an.

Die folgenden Fragen richten sich primär an die Leitung des Betriebs und an die verantwortliche Projektleitung. Sie können die Fragen im Team diskutieren und in mehreren Schritten beantworten.

Wir danken Ihnen im Voraus für Ihre Angaben und die Unterstützung des Forschungsprojektes.

Ihre Angaben werden selbstverständlich vertraulich behandelt. Der Datenschutz ist gewährleistet.

Im ganzen Fragebogen wird nur die männliche Form benutzt, um den Lesefluss zu erhöhen. Das weibliche Geschlecht ist jeweils mit gemeint.

Bitte kreuzen Sie die jeweils zutreffende Antwort an oder machen Sie die notwendigen Angaben. Auf mögliche Mehrfachnennung wird hingewiesen.

1 Bitte **geben Sie den Titel Ihres Projekts** sowie dessen **Start- und das Enddatum** an.

Beachten Sie, dass wir nur Projekte berücksichtigen können, welche zurzeit durchgeführt werden oder nach dem 01. Juli 2008 abgeschlossen wurden.

Titel des Projekts:

Start (TT.MM.JJJJ):

Ende (TT.MM.JJJJ):

2a Welcher Bereich des Betriebs ist für die **Leitung des Projekts** verantwortlich?

- Geschäftsleitung
- Personalabteilung
- Mitarbeitervertretung
- Produktentwicklung
- Produktion
- Marketing
- Qualitätsmanagement
- Andere: _____

2b Welche Bereiche sind im **unternehmensinternen Projektteam** vertreten? (Mehrfachnennung möglich)

- Geschäftsleitung
- Personalabteilung
- Mitarbeitervertretung
- Produktentwicklung
- Produktion
- Marketing
- Qualitätsmanagement
- Andere: _____

2c Bitte geben Sie an welche der genannten Berufsgruppen im unternehmensinternen Projektteam vertreten sind? (Mehrfachnennungen möglich)

- dipl. Ernährungsberater (HF/FH)
- Koch
- Ernährungswissenschaftler oder Oecotrophologe
- Lebensmitteltechnologe oder Lebensmittelingenieur
- Keine der genannten Berufsgruppen

3 Welche **externen Partner oder Experten** unterstützen das Projekt in fachlichen und / oder praktischen Fragen? (Mehrfachnennung möglich)

- dipl. Ernährungsberater (HF/FH)
- Ernährungswissenschaftler oder Oecotrophologe
- Lebensmittelingenieur oder Lebensmitteltechnologe
- Arbeitsmediziner
- Marketingberater
- Wissenschaftler/Hochschule
- Produzenten
- Lieferanten

- Andere: _____
- Keine

4 Auf welche **Grundlagen** haben Sie sich bei der **Planung** Ihres Projekts gestützt? (Mehrfachnennung möglich)

- Befragung der Mitarbeiter
- Befragung der Kunden
- Verkaufstatistik
- Aktuelle Zusammensetzung des Verpflegungsangebots (Lebensmittelauswahl)
- Nutzung des Angebots an gesunden Speisen durch die Verpflegungsteilnehmer
- Küchenausstattung
- Zusammensetzung des Küchenteams
- Wissenschaftliche Erkenntnisse und Empfehlungen
- Laboranalysen oder Nährwertberechnungen des Verpflegungsangebots

- Andere: _____
- Keine

5 **Warum** führen Sie dieses Projekt durch? (Mehrfachnennung möglich)

- Die Verpflegungsteilnehmer sind mit Teilen des Verpflegungsangebots (z.B. der Qualität, Temperatur, etc.) unzufrieden.
- Die Anzahl der Verpflegungsteilnehmer ist gering.
- Das Angebot an gesunden Speisen wird von den Verpflegungsteilnehmern wenig genutzt.
- Der Anteil an gesunden Speisen im Angebot, zum Beispiel an Speisen mit einem hohen Bestandteil an Früchten und Gemüse, ist gering.
- Die Motivation der Mitarbeiter ist gering.
- Die Mitarbeiter sollen eine Möglichkeit zur Weiterbildung erhalten.
- Die Verpflegungsteilnehmer wünschen sich ein gesünderes Angebot (Feedback)
- Die Trägerschaft möchte, dass sich die Verpflegungsteilnehmer verstärkt ausgewogen ernähren.

- Anderes: _____

6a Welche **Ziele** werden/wurden mit dem Projekt verfolgt? (Mehrfachnennung möglich):

- Steigerung der Zahl der Verpflegungsteilnehmer
- Steigerung des Verkaufs von gesunden/ausgewogenen Menüs/Speisen
- Optimierung des Arbeitsablaufes
- Die Mitarbeitenden wissen über eine gesunde, ausgewogene Ernährung Bescheid
- Die Verpflegungsteilnehmer können eine eigenverantwortliche, gesunde Wahl treffen
- Steigerung des Gesundheitsbewusstseins der Verpflegungsteilnehmer
- Steigerung des Gesundheitsbewusstseins der Mitarbeiter
- Steigerung der Motivation der Mitarbeiter
- Steigerung der Arbeitsproduktivität
- Steigerung des Umsatzes
- Steigerung des Gewinns
- Steigerung der Zufriedenheit der Kunden
- Ausbau von Serviceleistungen
- Erschliessung neuer Kundensegmente
- Die Kosten-Nutzen-Bilanz des Projekts soll ausgeglichen sein

- Andere: _____
- Es werden keine Ziele verfolgt

6b Mit welchen Methoden überprüfen Sie, **ob diese Ziele erreicht werden?** (Mehrfachnennung möglich)

- Befragung der Kunden (Messung der Zufriedenheit der Kunden)
- Befragung der Mitarbeiter
- Messung des Umsatzes
- Messung des Gewinns
- Messung der Arbeitsproduktivität
- Anzahl der negativen Rückmeldungen von Verpflegungsteilnehmern

- Andere: _____
- Die Ziele werden nicht überprüft

7a Welche **Personengruppen** möchten Sie mit dem Projekt ansprechen? (Mehrfachnennung möglich)

- Verpflegungsteilnehmer
- Küchenmitarbeiter
- Servicemitarbeiter
- Lehrkräfte (Bereich Education)
- Pflegefachpersonen (Bereich Care)
- Angehörige der Verpflegungsteilnehmer
- Geschäftsführung/Managementebene (Entscheidungsträger)

- Andere: _____

7b Welche Personengruppen sind **an der Planung des Projekts beteiligt**? (Mehrfachnennung möglich)

- Verpflegungsteilnehmer
- Küchenmitarbeiter
- Servicemitarbeiter
- Lehrkräfte (Bereich Education)
- Pflegefachpersonen (Bereich Care)
- Angehörige der Verpflegungsteilnehmer
- Geschäftsführung/Managementebene (Entscheidungsträger)

- Andere: _____

7c Welche Personengruppen sind **an der Umsetzung des Projekts beteiligt**? (Mehrfachnennung möglich)

- Verpflegungsteilnehmer
- Küchenmitarbeiter
- Servicemitarbeiter
- Lehrkräfte (Bereich Education)
- Pflegefachpersonen (Bereich Care)
- Angehörige der Verpflegungsteilnehmer
- Geschäftsführung/Managementebene (Entscheidungsträger)

- Andere: _____

8a Haben Sie im Zuge des vorliegenden Projekts Aktivitäten im Bereich des **Verpflegungsangebots, also des Ernährungsmanagements** geplant oder bereits durchgeführt, die zur Umsetzung der Schweizer Qualitätsstandards beitragen?

Siehe hierzu Kapitel 3 und 6 der Qualitätsstandards für eine gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie. Beispiele sind eine neue Zusammenstellung Ihres Speisenangebots, spezielle Aktionen, wie beispielsweise Kochkurse in denen Sie Aspekte einer ausgewogenen Ernährung und der Gesundheitsförderung gemäss der Kriterien der Qualitätsstandards aufgreifen.

- Ja
- Nein (weiter mit Frage 9)

8b **Falls ja**, beschreiben Sie bitte auf den folgenden Seiten bis zu drei Ihrer wichtigsten Aktivitäten unter Angabe der Zielgruppe und Dauer.

Aktivität 1:

Wer wird / wurde angesprochen?
(z.B. Personengruppe aus Frage 7)

Dauer	von	_____
	(TT.MM.JJJJ)	
	bis	_____
	(TT.MM.JJJJ)	

8c Aktivität 2:

Wer wird / wurde angesprochen?
(z.B. Personengruppe aus Frage 7)

Dauer	von	_____
	(TT.MM.JJJJ)	
	bis	_____
	(TT.MM.JJJJ)	

8d Aktivität 3:

Wer wird / wurde angesprochen?
(z.B. Personengruppe aus Frage 7)

Dauer	von	_____
	(TT.MM.JJJJ)	
	bis	_____
	(TT.MM.JJJJ)	

9a Haben Sie im Zuge des vorliegenden Projekts Aktivitäten geplant oder bereits durchgeführt, die sich mit der **Raumgestaltung und Faktoren der Interaktion** im Sinne der Schweizer Qualitätsstandards auseinandersetzen?

Siehe hierzu Kapitel 4 und 5 der Qualitätsstandards für eine gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie. Beispielsweise verändern Sie die Raumgestaltung in Ihrem Gemeinschaftsgastronomiebetrieb, organisieren die Verpflegungszeiten neu, um besser den Bedürfnissen Ihrer Verpflegungsteilnehmenden zu entsprechen oder stellen Ihren Verpflegungsteilnehmenden neu mehr Informationen über Ihr Speiseangebot sowie eine ausgewogene Ernährung zur Verfügung.

- Ja
- Nein (weiter mit Frage 10)

9b **Falls ja**, beschreiben Sie bitte auf den folgenden Seiten bis zu drei Ihrer wichtigsten Aktivitäten unter Angabe der Zielgruppe und Dauer.

Aktivität 1:

Wer wird / wurde angesprochen?
(z.B. Personengruppe aus Frage 7)

Dauer	von (TT.MM.JJJJ)	
	bis (TT.MM.JJJJ)	

9c Aktivität 2:

Wer wird / wurde angesprochen?
(z.B. Personengruppe aus Frage 7)

Dauer	von	_____
	(TT.MM.JJJJ)	
	bis	_____
	(TT.MM.JJJJ)	

9d Aktivität 3:

Wer wird / wurde angesprochen?
(z.B. Personengruppe aus Frage 7)

Dauer	von	_____
	(TT.MM.JJJJ)	
	bis	_____
	(TT.MM.JJJJ)	

- 10a Haben Sie im Zuge des vorliegenden Projekts Aktivitäten geplant oder bereits durchgeführt, die sich **mit potentiellen Interessenskonflikten an Schnittstellen** in Ihrem Betrieb resp. Unternehmen befassen? Aktivitäten im Bereich des Schnittstellenmanagement sind für die Umsetzung der Schweizer Qualitätsstandards wichtig und berücksichtigen die Abläufe oder Prozesse im Betrieb.

Siehe hierzu Kapitel 2 und 4 der Schweizer Qualitätsstandards für eine gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie. Beispielsweise haben Sie neu einen Verpflegungs- oder Ernährungsbeirat eingeführt, um alle Anspruchsgruppe insbesondere aber die Verpflegungsteilnehmenden mehr an der Angebotsplanung in Ihrem Gemeinschaftsgastronomiebetrieb zu beteiligen. Andere Aktivitäten sind zum Beispiel Kundenbefragungen, um die Anforderungen Ihrer Verpflegungsteilnehmenden besser kennen zu lernen.

- Ja
 Nein (weiter mit Frage 11)
-

- 10b **Falls ja**, beschreiben Sie bitte auf den folgenden Seiten bis zu drei Ihrer wichtigsten Aktivitäten unter Angabe der Zielgruppe und Dauer.

Aktivität 1:

Wer wird / wurde angesprochen?
(z.B. Personengruppe aus Frage 7)

Dauer	von	_____
	(TT.MM.JJJJ)	
	bis	_____
	(TT.MM.JJJJ)	

10c **Aktivität 2:**

Wer wird / wurde angesprochen?
(z.B. Personengruppe aus Frage 7)

Dauer	von	_____
	(TT.MM.JJJJ)	
	bis	_____
	(TT.MM.JJJJ)	

10d **Aktivität 3:**

Wer wird / wurde angesprochen?
(z.B. Personengruppe aus Frage 7)

Dauer	von	_____
	(TT.MM.JJJJ)	
	bis	_____
	(TT.MM.JJJJ)	

11a Haben Sie im Zusammenhang mit Ihrem Projekt **Mitarbeiterschulungen** durchgeführt?

- Ja
- Nein (weiter mit Frage 12)

11b **Falls ja**, nennen Sie bitte die **drei letzten** im Rahmen des Projekts durchgeführten Mitarbeiterschulungen.

Thema	Teilnehmer nach Bereichen (z.B. Küche, Service, Administration)	Datum (TT.MM.JJJJ)

12 Auf welche Weise wird in Ihrem Projekt sichergestellt, dass alle betroffenen Personen **die gleichen Voraussetzungen und Möglichkeiten** haben, ihre Gesundheit zu verbessern und zu erhalten?
(Mehrfachnennung möglich)

- Überbrückung der Sprachbarrieren zwischen Kunden und Mitarbeitern
- Überbrückung der Sprachbarrieren zwischen den Mitarbeitern
- Verpflegungsangebote für weltanschaulich, religiös oder ethnisch begründete Ernährungsbedürfnisse
- Verpflegungsangebote für Personen mit Nahrungsmittelallergien
- Verpflegungsangebote für Personen mit anderen medizinischen Indikationen, wie Diabetes oder Nierenerkrankungen, etc.
- Verpflegungsangebote, die die ökonomischen und finanziellen Möglichkeiten der Verpflegungsteilnehmer berücksichtigen (z.B. Subventionen)
- Andere: _____
- Darauf wird nicht speziell geachtet

13 Welche **Kommunikationsmittel** setzen Sie im Rahmen des Projekts ein? (Mehrfachnennung möglich)

- Projekt-Newsletter für die Mitarbeiter in elektronischer Form
- Projekt-Newsletter für die Mitarbeiter in Papierform
- Projekt-Newsletter für die Kunden in elektronischer Form
- Projekt-Newsletter für die Kunden in Papierform
- Intranet oder Internet
- Plakate
- Aushänge
- Flyer oder Broschüren
- Tischsets oder Tischaufsteller
- Informationsveranstaltungen

- Andere: _____
- Keine

14a Führen Sie eine **Projektdokumentation** bzw. eine Dokumentation über die Aktivitäten und Aktionen des Projekts?

- Ja (weiter mit Frage 15)
- Nein

14b **Falls nein**, warum führen Sie keine Dokumentation über das Projekt/ die Aktivitäten?

15 Wie wird dieses Projekt **finanziert**? (Mehrfachnennung möglich)

- intern, unter Nutzung bestehender personeller Ressourcen
- intern, unter Nutzung bestehender finanzieller Ressourcen
- extern, über Sponsoren
- extern, über beantragte Fördermittel. Finanzierung durch:

- _____
- Anders: _____
 - Keine Antwort

16a Sind **weitere Projekte** in Planung oder Durchführung, die zur Umsetzung der Schweizer Qualitätsstandards für eine gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie beitragen?

- Ja
- Nein

16b **Falls ja**

- Ein weiteres Projekt ist in Planung
- Ein weiteres Projekt wird bereits umgesetzt

16c **Falls nein,** warum nicht? (Mehrfachnennung möglich)

- schlechte Erfahrung
 - zu teuer
 - zu personalaufwendig
 - kein Nutzen für unseren Gemeinschaftsgastronomiebetrieb
 - zurzeit keine Priorität der Betriebsleitung
 - zurzeit keine Priorität der Unternehmensleitung
 - Anderes: _____
-



„Qualitätsstandards einer gesundheitsfördernden Gemeinschaftsgastronomie“

Erfassung Ihrer Projekte – Verpflegungsanbieter

Damit wir bei allfälligen Fragen mit Ihnen Rücksprache halten können, bitten wir Sie uns **Ihre Kontaktdaten** zu nennen. Diese werden selbstverständlich vertraulich behandelt und nicht an Dritte weitergegeben. Machen Sie bitte mindestens die mit * gekennzeichneten Angaben. Vielen Dank!

Anrede*

Name*

Vorname*

Institution

Funktion

Abteilung

Adresse

PLZ, Ort*

Telefon

E-Mail-Adresse*

Website

Die gesundheitsfördernden Projekte werden anhand der vorliegenden Daten und unter Berücksichtigung Ihrer Betriebsangaben aus dem vorhergehenden Fragebogen beurteilt. Zur abschliessenden Beurteilung Ihres Engagements bitten wir Sie uns zusätzlich zu den ausgefüllten Fragebogen eine Projektdokumentation zu übermitteln. Sie können die **folgenden Unterlagen** per Post oder per E-Mail an die unten genannte Adresse, unter Angabe Ihrer Kontaktdaten, senden.

- **Das Projektkonzept**

Sollten Sie über keine detaillierte Dokumentation des Vorhabens verfügen, bitten wir Sie, einen Steckbrief über das Projekt zu erstellen. Bitte füllen Sie hierzu das Formular „Steckbrief Projekt“ aus.

- **Speisepläne der letzten vier Wochen**

- **Foto des Ausgabebereichs**

- **Foto des Speiseraums**

- **Fragebogen für eine Gäste-/Kundenbefragung** und/oder andere Unterlagen, die der Meinungsäusserung dienen.

- Selbsteinschätzung Ihres Betriebs in Hinblick auf die Umsetzung der Schweizer Qualitätsstandards. Bitte füllen Sie hierzu die folgenden **Checklisten** elektronisch oder handschriftlich aus:

- **Verpflegungsangebot:**

- **Teilverpflegung oder Vollverpflegung**

Falls Sie nur Automatenverpflegung anbieten, füllen Sie bitte die Checkliste Automatenverpflegung (2.0) als Ersatz für die Checkliste Verpflegungsangebot aus.

- **Organisation**

Sie finden das Formular sowie die Checklisten auf unserer Internetplattform (www.goodpractice-gemeinschaftsgastronomie) unter Downloads.

Adresse

Berner Fachhochschule
Fachbereich Gesundheit /
Forschung Ernährung
Good Practice – Gemeinschaftsgastronomie
Murtenstrasse 10
3008 Bern

E-Mail: projekte@gp-gemgastro.ch

Für eine Teilnahme an der Auswahl von Beispielen guter Praxis bitten wir Sie, alle Fragen zu beantworten und uns die genannten Dokumente zu übermitteln. Fehlende Unterlagen und nicht beantwortete Fragen können nicht gewertet werden.

- Ich versichere, dass ich alle Angaben wahrheitsgemäss und nach bestem Wissen gemacht habe.
- Ich erlaube einer Bewertungskommission meine Angaben im Rahmen der Auswahl guter Beispiele in der gesundheitsfördernden Gemeinschaftsgastronomie auf Anfrage vor Ort zu überprüfen.

Die Auswahl der Beispiele guter Praxis findet unter Ausschluss der Öffentlichkeit statt.
Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

Vielen Dank für das Ausfüllen des Fragebogens!

Hinweis

Um die Schweizer Gemeinschaftsgastronomie **aus verschiedenen Blickwinkeln** charakterisieren zu können, richtet sich das vorliegende Projekt mit spezifischen Fragebogen **auch** an **Ihre Verpflegungsteilnehmenden** und **Lieferanten**. Bitte machen Sie diese auf das Projekt und die Möglichkeit der Teilnahme an der Befragung aufmerksam!

Gerne senden wir Ihnen Flyer und Informationsblätter für Konsumenten zu. Bestellen können Sie diese über das Kontaktformular auf unserer Internetplattform www.goodpractice-gemeinschaftsgastronomie.ch. Vielen Dank.

© Berner Fachhochschule, Bern, Juli 2010

Fragebogen für Produzenten & Lieferanten

Einleitung

Die vorliegende Befragung ist Teil des Forschungsprojektes „Qualitätsstandards einer gesundheitsfördernden Gemeinschaftsgastronomie“ und richtet sich an Produzenten und Lieferanten der Gemeinschaftsgastronomie (Personalrestaurant, Mensa, Spital- und Heimküchen usw.). Diese versorgen die Gemeinschaftsgastronomie mit Lebensmitteln, Speisen oder anderen Produkten und Dienstleistungen.

Diese Befragung soll die aktuelle Situation in der Schweizer Gemeinschaftsgastronomie abbilden. Dabei interessieren die Struktur, das Verpflegungsangebot und Aspekte der Gesundheitsförderung.

Hinweise zum Ausfüllen der Befragung

- Kreuzen Sie die jeweils zutreffende Antwort aus der Liste vorgegebener Antwortmöglichkeiten an oder geben Sie eine entsprechende Antwort als Text ein. Auf mögliche Mehrfachnennung wird hingewiesen.
- Für die Auswertung der Befragung ist es wichtig, dass alle Fragen beantwortet werden. Wenn Sie eine Frage überspringen können, wird Ihnen das jeweils angezeigt.
- Im ganzen Fragebogen wird nur die männliche Form benutzt, um den Lesefluss zu erhöhen. Das weibliche Geschlecht ist jeweils mit gemeint.
- Der im Fragebogen verwendete Begriff „Unternehmen“ steht auch für „Institution“ (z.B. für Schulen oder Heime). Damit ist jeweils das Unternehmen gemeint, welches dem Gemeinschaftsgastronomiebetrieb übergeordnet ist.
- Sie können die Beantwortung des Online-Fragebogens jederzeit unterbrechen und zu einem späteren Zeitpunkt fertig stellen. Dazu benötigen Sie Ihren Benutzernamen und das zugesendete Passwort.

Bitte füllen Sie den Fragebogen innerhalb der nächsten 3 Wochen aus. Sie werden per E-Mail eine Erinnerung zum Abschliessen des Fragebogens erhalten.

Wir danken Ihnen im Voraus für Ihre Angaben und die Unterstützung des Forschungsprojektes!

Die Auswertung der Befragung erfolgt anonym. Alle Ihre Angaben werden vertraulich behandelt. Der Datenschutz ist gewährleistet.

Bei Fragen und Unklarheiten senden Sie uns bitte eine Mitteilung über das Kontaktformular auf unserer Internetplattform www.goodpractice-gemeinschaftsgastronomie.ch. Wir nehmen schnellstmöglich mit Ihnen Kontakt auf.

Betriebliche Ausgangslage

In diesem Teil des Fragebogens werden Angaben rund um Ihr Unternehmen erfasst.

1a Wie setzt sich Ihre **Kundschaft** zusammen? Geben Sie die Zusammensetzung **in Prozent** an.

Gemeinschaftsgastronomie

Betriebs- und Personalgastronomie, Spital- und Heimgastronomie, Gastronomie im Erziehungs- und Bildungsbereich _____ %

Individualgastronomie

Kommerzielle Einzelgastronomie und Systemgastronomie, z.B. Restaurants, Take-Away- und Fast Food Ketten _____ %

Zwischenhandel

_____ %

Andere

_____ %

1b **Falls Sie den Zwischenhandel beliefern**, gelangen über den Zwischenhandel Produkte Ihres Unternehmens an die Gemeinschaftsgastronomie?

- Ja
- Nein
- Weiss nicht

2 Welchen der folgenden **Bereiche** sind die Gemeinschaftsgastronomiebetriebe zuzuordnen, die direkt durch Sie beliefert werden? (Mehrfachnennung möglich)

- Business** Betriebs- und Personalgastronomie
- Care** Spital- und Heimgastronomie
- Education** Gastronomie im Erziehungs- und Bildungsbereich
- Weiss nicht, Belieferung erfolgt ausschliesslich über den Zwischenhandel

3 **Wie viele Betriebe** der Gemeinschaftsgastronomie werden direkt durch Ihr Unternehmen beliefert? Geben Sie die Gesamtzahl an.

_____ Gemeinschaftsgastronomiebetriebe

- Weiss nicht, Belieferung erfolgt ausschliesslich über den Zwischenhandel

Fragebogen für Produzenten & Lieferanten

4 Welche **Produktkategorien** umfasst Ihr Sortiment für die Gemeinschaftsgastronomie?
(Mehrfachnennung möglich)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Nahrungsmittel und Speisen | <input type="checkbox"/> Inneneinrichtung Restaurant, Design |
| <input type="checkbox"/> alkoholfreie Getränke | <input type="checkbox"/> Qualitätskontrolle |
| <input type="checkbox"/> alkoholhaltige Getränke | <input type="checkbox"/> Hygiene, Reinigung |
| <input type="checkbox"/> Küchengestaltung, Kücheneinrichtung | <input type="checkbox"/> Wäsche, Berufskleider |
| <input type="checkbox"/> Küchentechnik, Küchengeräte | <input type="checkbox"/> Haustechnik, Abfallentsorgung |
| <input type="checkbox"/> Speise-Ausgabesysteme | <input type="checkbox"/> Geschirr und Besteck |
| <input type="checkbox"/> Kassen- oder Bezahlungssysteme | <input type="checkbox"/> Werbe- und Kommunikationsmittel |
| <input type="checkbox"/> Verpflegungsautomaten | |
| | <input type="checkbox"/> Andere: _____ |

5 Zu welchen Themen haben die Mitarbeiter Ihres Unternehmens in den letzten 24 Monaten **Weiterbildungen** besucht? (Mehrfachnennung möglich)

- Hygiene, Lebensmittelsicherheit
- Qualitätsmanagement
- Küchentechnik (z.B. Bedienung neuer Apparate)
- Lebensmitteltechnologie
- Arbeitssicherheit
- Ernährung und Gesundheit
- Kommunikation, Informationsmanagement
- Projektmanagement
- Inneneinrichtung, Raumgestaltung

- Andere: _____
- Es wurden keine Weiterbildungen besucht

6 Ist Ihr Unternehmen **zertifiziert**? (Mehrfachnennung möglich)

- Ja, Zertifiziert nach ISO 9001
- Ja, Zertifiziert nach ISO 22000
- Ja, Zertifiziert nach IFS (International Food Standard)
- Ja, Zertifiziert nach BRC (British Retail Consortium)
- Ja, Zertifiziert nach EFQM

- Andere: _____
- Nein

7a Ist Ihr Unternehmen oder eine Auswahl von Produkten, die durch Ihr Unternehmen produziert oder vertrieben werden, mit einem offiziellen **Gütesiegel, Label oder Logo** ausgezeichnet?

- Ja
- Nein (weiter mit Frage 8)

7b **Falls ja**, machen Sie bitte **nähere Angaben** zum Namen der Auszeichnung und wer diese vergibt.

8 Sind die Leistungsanforderungen Ihres Kunden an Ihre Produkte und/oder Dienstleistung vertraglich in einem **Leistungsverzeichnis oder einer Spezifikation** festgehalten?

- Ja
- Teilweise
- Nein

9 Welche der folgenden Faktoren berücksichtigen Sie bei der **Zusammenstellung Ihres Sortiments**?

Geben Sie **die drei wichtigsten** Faktoren an.

- Wünsche der Kunden (Gemeinschaftsgastronomiebetriebe)
- Eigene Unternehmensziele oder Unternehmensphilosophie
- Gesunde, ausgewogene Ernährung
- Gesundheitsförderung
- Wirtschaftlichkeit
- Nachhaltigkeit, ökologische Aspekte
- Infrastruktur
- Innovation, Trends

- Andere: _____

10a Wie viele **qualifizierte Fachpersonen** sind in Ihrem Unternehmen aktuell in der Produktion und/oder dem Vertrieb z.B. von Lebensmitteln und Speisen beschäftigt?

Geben Sie die jeweils zutreffende Anzahl an.

Produktion	Anzahl
Küchenschef, Produktionsleiter	_____
Koch	_____
Diätkoch	_____
Bäcker	_____
Metzger	_____
Käser	_____
Lebensmitteltechnologe, Lebensmittelingenieur	_____
Andere 1:	_____
Andere 2:	_____
Verkauf und Marketing	
Verkaufsleiter	_____
Kundenberater und -betreuer	_____
Andere 1:	_____
Andere 2:	_____
Weitere	
Ernährungsberater HF/FH	_____
Ernährungswissenschaftler oder Oecotrophologe	_____
Administratives Personal	_____
Logistisches Personal	_____
Andere 1:	_____
Andere 2:	_____

10b Wie viele **ungelernte Mitarbeitende** sind in Ihrem Unternehmen aktuell tätig?

Geben Sie die zutreffende Anzahl an.

Anzahl
Ungelernte Mitarbeitende

10c Wie viele **Auszubildende** sind in Ihrem Unternehmen aktuell tätig?

Geben Sie die zutreffende Anzahl an.

	Anzahl
Auszubildende	_____

10d Betreuen Sie in Ihrem Unternehmen **Praktikanten**?

- Ja
- Nein

Lebensmittelsortiment

In diesem Teil werden Angaben rund um das Sortiment an Lebensmitteln und Speisen erfasst.

Wir bitten Unternehmen aus anderen Branchen wenn nötig jeweils die Antwort "Trifft nicht zu" auszuwählen.
Herzlichen Dank!

11a Wird Ihr **Hygiene-Selbstkontrollsystem** zusätzlich zur kantonalen Lebensmittelkontrolle regelmässig von einer unabhängigen Person überprüft und angepasst?

- Ja
- Nein (weiter mit Frage 12)
- Trifft nicht zu (weiter mit Frage 12)

11b **Falls ja**, wie oft pro Jahr? _____

12a Berücksichtigen Sie bei der Zusammenstellung Ihres Lebensmittelsortiments spezifische **Ernährungsempfehlungen**?

- Ja
- Nein (weiter mit Frage 13)
- Trifft nicht zu (weiter mit Frage 13)

12b **Falls ja**, geben Sie bitte an, welche Empfehlungen speziell berücksichtigt werden.

13a Produkte welcher Fertigungsstufen (Convenience-Grad) sind in Ihrem Lebensmittelsortiment vertreten?

Geben Sie **die zwei wichtigsten Fertigungsstufen** aus Ihrem Lebensmittelsortiment an.

- Grad 0 **Grundstufe**, unbehandelte Ware (Kartoffel mit Schale)
- Grad 1 **küchenfertige Produkte** (geschälter, roher Kartoffel)
- Grad 2 **garfertige Produkte** (geschnittene Kartoffel)
- Grad 3 **aufbereitetfertige Produkte** (Instant Kartoffelpüree)
- Grad 4 **regenerierfertige Produkte** (Kartoffelgratin, Pommes frites)
- Grad 5 **tischfertige Produkte** (Kartoffelsalat, Pommes Chips)

- Trifft nicht zu (weiter mit Frage 14)

13b **Falls Grad 3 - 5**, verwenden Sie für die Produktion dieser Speisen standardisierte Rezepte?

- Ja
- Nein

14a Wird der genaue **Energie- und Nährstoffgehalt** Ihrer Lebensmittel und/oder Speisen deklariert?

- Ja
- Teilweise
- Nein (weiter mit Frage 15)
- Trifft nicht zu (weiter mit Frage 15)

14b **Falls ja oder teilweise**, wie ermitteln Sie den Energie- und Nährstoffgehalt?
(Mehrfachnennung möglich)

- Auf Grundlage von Nährwertberechnungen
- Auf Grundlage von Laboranalysen
- Weiss nicht

14c **Falls ja oder teilweise**, welche der folgenden Angaben zum Energie- und Nährstoffgehalt liegen vor? (Mehrfachnennung möglich)

- Energie (Kalorien)
- Fett
- gesättigte Fettsäuren
- Eiweiss
- Kohlenhydrate
- Zucker
- Nahrungsfasern
- Natrium (Kochsalz)

- Andere: _____

Gesundheitsförderung

In diesem Teil des Fragebogens werden Angaben zu gesundheitsfördernden Massnahmen erfasst.

15 Inwieweit stimmen Sie der folgenden Aussage zu:

Der Verzehr von gesunden Verpflegungsangeboten kann durch tiefe Preise gefördert werden.

Stimme voll und ganz zu	Stimme eher zu	Stimme eher nicht zu	Stimme überhaupt nicht zu
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

16 Wie wichtig ist Ihrem Unternehmen eine **ausgewogene Ernährung** zur Förderung der Gesundheit?

Sehr wichtig	Eher wichtig	Eher nicht wichtig	Gar nicht wichtig
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

17a Haben Sie in den letzten 24 Monaten eine oder mehrere **Aktionen zum Thema „gesunde Ernährung“** durchgeführt?

- Ja
- Nein (weiter mit Frage 18)

17b **Falls ja**, welche Kommunikationsmittel haben sie zur Ankündigung und im Rahmen dieser Aktion zum Thema „gesunde Ernährung“ eingesetzt? (Mehrfachnennung möglich)

- Lebensmittel- oder Speiseverpackung
- Website
- Newsletter
- Plakate
- Flyer und Broschüren

- Andere: _____

18 Ist **Gesundheitsförderung** Teil Ihrer Unternehmensphilosophie (Unternehmensleitbild)? (Mehrfachnennung möglich)

- Ja, in Bezug auf das Sortiment für unsere Kunden
- Ja, in Bezug auf unsere Mitarbeitenden
- Nein

- Es gibt kein Unternehmensleitbild

19 Stehen Ihrem Unternehmen **Ressourcen für gesundheitsfördernde Projekte und Aktivitäten** zur Verfügung? (Mehrfachnennung möglich)

- Ja, finanzielle Ressourcen (intern)
- Ja, personelle Ressourcen (intern)
- Ja, es stehen externe Ressourcen zur Verfügung (z.B. Sponsoren, Zusammenarbeit mit Organisationen, Fördermittel)

- Andere: _____
- Nein

20 Wurden in Ihrem Unternehmen in den letzten 24 Monaten **gesundheitsfördernde Projekte und Aktivitäten geplant, umgesetzt und dokumentiert**? (Mehrfachnennung möglich)

- Ja, nur geplant
 - Ja, geplant und umgesetzt
 - Ja, geplant, umgesetzt und dokumentiert

 - Nein
-

- 21a Wir bitten Sie sich abschliessend auf der Internetplattform www.goodpractice-gemeinschaftsgastronomie.ch die aktuellen „**Schweizer Qualitätsstandards für eine gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie**“ anzusehen.

Für wie wichtig erachten Sie es, dass diese Schweizer Qualitätsstandards **durch die Gemeinschaftsgastronomiebetriebe umgesetzt** werden?

Sehr wichtig	Eher wichtig	Eher nicht wichtig	Gar nicht wichtig
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- 21b Welche der folgenden Antworten **treffen auf Sie zu?** (Mehrfachnennung möglich)
- Erläuterungen zur Bedeutung der Qualitätsstandards sind notwendig
 - Erläuterungen zur Umsetzung der Qualitätsstandards sind notwendig
 - Wir sind interessiert, uns aktiv an der Umsetzung von Qualitätsstandards in der Gemeinschaftsgastronomie zu beteiligen
 - Das Thema „Qualitätsstandards“ interessiert mich/uns nicht
 - Das Thema „Gesundheitsförderung“ interessiert mich/uns nicht
 - Qualitätsstandards, welche die Zusammenarbeit zwischen den Gemeinschaftsgastronomiebetrieben und den Produzenten und Lieferanten beschreiben sind nicht nötig
 - Qualitätsstandards für die Gemeinschaftsgastronomie betreffen nur die Gemeinschaftsgastronomiebetriebe, nicht deren Produzenten und Lieferanten
 - Anderes: _____

Allgemeines

Um die im Rahmen dieser Befragung erhobenen Daten nach Untergruppen auswerten und mit anderen Befragungsdaten vergleichen zu können, bitten wir Sie noch um folgende Angabe.

22 In welchem **Schweizer Kanton** befindet sich Ihr Unternehmen?

- | | |
|---|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Aargau | <input type="checkbox"/> Nidwalden |
| <input type="checkbox"/> Appenzell Ausseroden | <input type="checkbox"/> Obwalden |
| <input type="checkbox"/> Appenzell Inneroden | <input type="checkbox"/> Schaffhausen |
| <input type="checkbox"/> Basel-Land | <input type="checkbox"/> Schwyz |
| <input type="checkbox"/> Basel-Stadt | <input type="checkbox"/> Solothurn |
| <input type="checkbox"/> Bern | <input type="checkbox"/> St. Gallen |
| <input type="checkbox"/> Freiburg | <input type="checkbox"/> Tessin |
| <input type="checkbox"/> Genf | <input type="checkbox"/> Thurgau |
| <input type="checkbox"/> Glarus | <input type="checkbox"/> Uri |
| <input type="checkbox"/> Graubünden | <input type="checkbox"/> Waad |
| <input type="checkbox"/> Jura | <input type="checkbox"/> Wallis |
| <input type="checkbox"/> Luzern | <input type="checkbox"/> Zug |
| <input type="checkbox"/> Neuenburg | <input type="checkbox"/> Zürich |

23 Wie hoch ist der **Anteil des Umsatzes**, der durch die Belieferung von Gemeinschaftsgastronomiebetrieben oder die Produktion von Speisen für die Gemeinschaftsgastronomiebetriebe entsteht, gemessen am Gesamtumsatz Ihres Unternehmens? Geben Sie den prozentualen Anteil an.

_____ %

- Weiss nicht
 Keine Antwort

24 In welcher **Art Unternehmen** sind die Gemeinschaftsgastronomiebetriebe integriert, die durch Sie beliefert werden. (Mehrfachnennung möglich)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Produktionsbetrieb oder Industriebetrieb | <input type="checkbox"/> Primarstufe |
| <input type="checkbox"/> Gewerbebetrieb oder Dienstleistungsbetrieb | <input type="checkbox"/> Sekundarstufe |
| <input type="checkbox"/> Verwaltung, Amt | <input type="checkbox"/> Maturitätsschule oder Fachmittelschule |
| <input type="checkbox"/> Armee | <input type="checkbox"/> Berufsschule |
| <input type="checkbox"/> Kirche oder Kloster | <input type="checkbox"/> Hochschule, Fachhochschule oder Universität |
| <input type="checkbox"/> Spital, Klinik | <input type="checkbox"/> Rekrutenschule |
| <input type="checkbox"/> Rehabilitationszentrum | <input type="checkbox"/> Internat |
| <input type="checkbox"/> Altersheim | <input type="checkbox"/> Kinderheim oder Jugendheim |
| <input type="checkbox"/> Pflegeheim | |
| <input type="checkbox"/> Strafvollzugsanstalt | <input type="checkbox"/> Andere: _____ |
| <input type="checkbox"/> Kindertagesstätten, Kinderhort, Spielgruppe | <input type="checkbox"/> Weiss nicht, Belieferung erfolgt über den Zwischenhandel |
| <input type="checkbox"/> Kindergarten | |

25 Wie **viele Mitarbeiter** beschäftigt Ihr Unternehmen?

- | | |
|--------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 50-99 |
| <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 100-199 |
| <input type="checkbox"/> 3-4 | <input type="checkbox"/> 200-249 |
| <input type="checkbox"/> 5-9 | <input type="checkbox"/> 250-499 |
| <input type="checkbox"/> 10-19 | <input type="checkbox"/> 500-999 |
| <input type="checkbox"/> 20-49 | <input type="checkbox"/> 1'000 und mehr |

Herzlichen Dank,
dass Sie sich die Zeit genommen haben diesen Fragebogen auszufüllen.

Alle erfassten Daten werden anonym und vertraulich behandelt.

Hinweis

Um die Schweizer Gemeinschaftsgastronomie **aus verschiedenen Blickwinkeln** charakterisieren zu können, richtet sich das vorliegende Projekt mit spezifischen Fragebogen **auch** an **die Gemeinschaftsgastronomiebetriebe** und **deren Gäste** (Verpflegungsteilnehmer). Bitte machen Sie diese auf das Projekt und die Möglichkeit der Teilnahme an der Befragung aufmerksam!

Gerne senden wir Ihnen Flyer und Informationsblätter für Konsumenten zu. Bestellen können Sie diese über das Kontaktformular auf unserer Internetplattform www.goodpractice-gemeinschaftsgastronomie.ch. Vielen Dank.

Damit wir bei allfälligen Fragen mit Ihnen Rücksprache halten können, bitten wir Sie uns **Ihre Kontaktdaten** zu nennen. Diese werden selbstverständlich vertraulich behandelt und nicht an Dritte weitergegeben. Machen Sie bitte mindestens die mit * gekennzeichneten Angaben. Vielen Dank!

Anrede*

Name*

Vorname*

Institution

Funktion

Abteilung

Adresse

PLZ, Ort*

Telefon

E-Mail-Adresse*

Website

Kontaktadresse

Berner Fachhochschule
Fachbereich Gesundheit / Forschung
Good Practice – Gemeinschaftsgastronomie
Murtenstrasse 10
3008 Bern

E-Mail: mail@gp-gemgastro.ch

© Berner Fachhochschule, Bern, Juli 2010

Erfassung Ihrer Projekte – Produzenten & Lieferanten

Einleitung

Sie haben die Frage 20 «Wurden in Ihrem Unternehmen in den letzten 24 Monaten gesundheitsfördernde Projekte und Aktivitäten geplant, umgesetzt oder dokumentiert?» mit «*ja, geplant, umgesetzt bzw. und dokumentiert*» beantwortet. Wir bitten Sie deshalb im Folgenden um genauere Angaben zu Ihrem Projekt bzw. Ihren Aktivitäten.

Ein Projekt ist ein einmaliges, zeitlich begrenztes, strukturiertes und geplantes Vorhaben. Das bedeutet, konkrete Handlungen, sog. Aktivitäten wurden festgelegt, um bis zu einem bestimmten Termin und unter Einhaltung festgelegter Verantwortlichkeiten definierte Ziele (Leistungen/Wirkungen) zu erreichen.

Bei der Auswahl von Beispielen guter Praxis wird nach Vorhaben von Betrieben der Gemeinschaftsgastronomie gesucht, die sich gezielt für eine gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie einsetzen und dabei einzelne Kriterien der Schweizer Qualitätsstandards für eine gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie inhaltlich aufgreifen. Hierbei wird keine Spitzenleitung und Patentlösung gesucht, sondern nach übertragbaren Ansätzen, von denen andere Betriebe bei der Neu- und Weiterentwicklung von gesundheitsfördernden Aktivitäten lernen können.

Alle eingereichten Projekte werden von einer Jury, die sich aus Mitgliedern des multidisziplinären Advisory Boards zusammensetzt, anhand von speziell festgelegten Kriterien guter Praxis beurteilt. Jene Projekt, die umfassend oder zum Grossteil den Kriterienkatalog erfüllen und so praxistaugliche Anregungen für ein gesundheitsförderndes Engagement bieten, werden zu gegebener Zeit in Absprache mit den Projektverantwortlichen auf unserer Internetplattform präsentiert. Mehr zum Beurteilungsverfahren, den Kriterien und zur Jury finden Sie unter www.goodpractice-gemeinschaftsgastronomie.ch.

Falls Ihr Betrieb mehrere gesundheitsfördernde Projekte durchführt beziehungsweise in den letzten zwei Jahren durchgeführt hat und Sie mehr als ein Projekt einreichen wollen, bitten wir Sie für jedes Projekt einen separaten Fragebogen zur Erfassung der Projekte auszufüllen. Hierzu melden Sie sich online nach dem Abschluss der Projekterfassung mit Ihrem bestehenden Benutzernamen und Passwort einfach erneut an.

Die folgenden Fragen richten sich primär an die Leitung des Betriebs und an die verantwortliche Projektleitung. Sie können die Fragen im Team diskutieren und in mehreren Schritten beantworten.

Wir danken Ihnen im Voraus für Ihre Angaben und die Unterstützung des Forschungsprojektes.

Ihre Angaben werden selbstverständlich vertraulich behandelt. Der Datenschutz ist gewährleistet.

Im ganzen Fragebogen wird nur die männliche Form benutzt, um den Lesefluss zu erhöhen. Das weibliche Geschlecht ist jeweils mit gemeint.

Bitte kreuzen Sie die jeweils zutreffende Antwort an oder machen Sie die notwendigen Angaben. Auf mögliche Mehrfachnennung wird hingewiesen.

1 Bitte **geben Sie den Titel Ihres Projekts** sowie dessen **Start- und das Enddatum** an.

Beachten Sie, dass wir nur Projekte berücksichtigen können, welche zurzeit durchgeführt werden oder nach dem 01. Juli 2008 abgeschlossen wurden.

Titel des Projekts:

Start (TT.MM.JJJJ):

Ende (TT.MM.JJJJ):

2a Welcher Bereich des Betriebs ist für die **Leitung des Projekts** verantwortlich?

- Geschäftsleitung
- Personalabteilung
- Mitarbeitervertretung
- Produktentwicklung
- Produktion
- Marketing, Vertrieb
- Qualitätsmanagement
- Andere: _____

2b Welche Bereiche sind im **unternehmensinternen Projektteam** vertreten? (Mehrfachnennung möglich)

- Geschäftsleitung
- Personalabteilung
- Mitarbeitervertretung
- Produktentwicklung
- Produktion
- Marketing, Vertrieb
- Qualitätsmanagement
- Andere: _____

2c Bitte geben Sie an welche der genannten Berufsgruppen im unternehmensinternen Projektteam vertreten sind? (Mehrfachnennungen möglich)

- dipl. Ernährungsberater (HF/FH)
- Koch
- Ernährungswissenschaftler oder Oecotrophologe
- Lebensmitteltechnologe oder Lebensmittelingenieur
- Keine der genannten Berufsgruppen

3 Welche **externen Partner oder Experten** unterstützen das Projekt in fachlichen und / oder praktischen Fragen? (Mehrfachnennung möglich)

- dipl. Ernährungsberater (HF/FH)
- Ernährungswissenschaftler oder Oecotrophologe
- Lebensmitteltechnologe oder Lebensmittelingenieur
- Kunden
- Wissenschaftler/Hochschule
- Produzenten
- Lieferanten
- Marketingberater

- Andere: _____
- Keine

4 Auf welche **Grundlagen** haben Sie sich bei der **Planung** Ihres Projekts gestützt? (Mehrfachnennung möglich)

- Befragung der Mitarbeiter
- Befragung der Kunden
- Verkaufsstatistik
- Nachfrage nach „gesunden Produkten“
- Wissenschaftliche Erkenntnisse und Empfehlungen

- Andere: _____
- Keine

5 **Warum** führen Sie dieses Projekt durch? (Mehrfachnennung möglich)

- Die Kunden sind mit Teilen des Angebots/Services nicht zufrieden
- Zur Kundenakquisition
- Die Kunden wünschen vermehrt „gesunde Produkte“
- Die Kunden stellen neue Anforderungen an Ihre Produkte
- Die Nachfrage nach „gesunden Produkten“ ist gering
- Gesundheitsfördernde Projekte entsprechen unserer Unternehmensphilosophie

- Anderes: _____

6a Welche **Ziele** werden/wurden mit dem Projekt verfolgt? (Mehrfachnennung möglich)

- Steigerung der Zufriedenheit der Kunden
- Steigerung der Anzahl der Kunden
- Steigerung des Verkaufs von gesunden, ausgewogenen Produkten
- Steigerung des Umsatzes
- Steigerung des Gewinns
- Ausbau von Serviceleistungen
- Angebotserweiterung
- Erschliessung neuer Kundensegmente
- Steigerung des Gesundheitsbewusstseins der Kunden (Gemeinschaftsgastronomiebetriebe)
- Steigerung des Gesundheitsbewusstseins der Verpflegungsteilnehmer des Gemeinschaftsgastronomiebetriebs

- Andere: _____
- Es werden keine spezifischen Ziele verfolgt

6b Mit welchen Methoden überprüfen Sie, **ob diese Ziele erreicht werden?** (Mehrfachnennung möglich)

- Befragung der Kunden (Messung der Zufriedenheit der Kunden)
- Befragung der Mitarbeiter
- Messung des Umsatzes
- Messung des Gewinns
- Messung der Arbeitsproduktivität
- Anzahl der negativen Rückmeldungen von Verpflegungsteilnehmern

- Andere: _____
- Die Ziele werden nicht überprüft

7a Welche **Personengruppen** möchten Sie mit dem Projekt ansprechen? (Mehrfachnennung möglich)

- Die eigenen Mitarbeiter
- Die Gemeinschaftsgastronomie als einer Ihrer Kunden
- Die Verpflegungsteilnehmer Ihrer Kunden
- Die Mitarbeiter Ihrer Kunden
- Zwischenhändler, die Kunden aus der Gemeinschaftsgastronomie beliefern

- Andere: _____

7b Welche Personengruppen sind **an der Planung des Projekts beteiligt?** (Mehrfachnennung möglich)

- Die eigenen Mitarbeiter
- Die Gemeinschaftsgastronomie als einer Ihrer Kunden
- Die Verpflegungsteilnehmer Ihrer Kunden
- Die Mitarbeiter Ihrer Kunden
- Zwischenhändler, die Kunden aus der Gemeinschaftsgastronomie beliefern

- Andere: _____

7c Welche Personengruppen sind **an der Umsetzung des Projekts beteiligt**? (Mehrfachnennung möglich)

- Die eigenen Mitarbeiter
- Die Gemeinschaftsgastronomie als einer Ihrer Kunden
- Die Verpflegungsteilnehmer Ihrer Kunden
- Die Mitarbeiter Ihrer Kunden
- Zwischenhändler, die Kunden aus der Gemeinschaftsgastronomie beliefern

- Andere: _____

8a Haben Sie im Bereich des **Produktangebots** für die Gemeinschaftsgastronomie Aktivitäten oder Aktionen im Zuge des Projekts geplant oder bereits durchgeführt?

Siehe hierzu Kapitel 3 und 6 der Qualitätsstandards für eine gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie. Beispiele sind eine Zusammenstellung Ihres Produktangebots im Hinblick auf eine ausgewogene Ernährung oder Informationen über die Zusammensetzung Ihrer Produkte.

- Ja
- Nein (weiter mit Frage 9)

8b **Falls ja**, beschreiben Sie bitte auf den folgenden Seiten bis zu drei Ihrer wichtigsten Aktivitäten unter Angabe der Zielgruppe und Dauer.

Aktivität 1:

Wer wird / wurde angesprochen?
(z.B. Personengruppe aus Frage 7)

Dauer von
 (TT.MM.JJJJ) _____
 bis
 (TT.MM.JJJJ) _____

8c Aktivität 2:

Wer wird / wurde angesprochen?
(z.B. Personengruppe aus Frage 7)

Dauer	von	_____
	(TT.MM.JJJJ)	
	bis	_____
	(TT.MM.JJJJ)	

8d Aktivität 3:

Wer wird / wurde angesprochen?
(z.B. Personengruppe aus Frage 7)

Dauer	von	_____
	(TT.MM.JJJJ)	
	bis	_____
	(TT.MM.JJJJ)	

9a Haben Sie im Zuge des Projekts im **Kontakt mit Ihren Kunden** aus der Gemeinschaftsgastronomie Aktivitäten geplant oder bereits durchgeführt?

Siehe hierzu Kapitel 3, 4 und 5 der Qualitätsstandards für eine gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie. Beispielsweise unterstützen Sie Ihre Kunden aus der Gemeinschaftsgastronomie in dem Sie für deren Mitarbeitende oder Konsumenten Schulungen oder Informationsmaterial über eine optimale Zubereitung und/oder Zusammenstellung von Speisen anbieten.

- Ja
- Nein (weiter mit Frage 10)
- Trifft nicht zu (weiter mit Frage 10)

9b **Falls ja**, beschreiben Sie bitte auf den folgenden Seiten bis zu drei Ihrer wichtigsten Aktivitäten unter Angabe der Zielgruppe und Dauer.

Aktivität 1:

Wer wird / wurde angesprochen?
(z.B. Personengruppe aus Frage 7)

Dauer von
 (TT.MM.JJJJ) _____
 bis
 (TT.MM.JJJJ) _____

9c Aktivität 2:

Wer wird / wurde angesprochen?
(z.B. Personengruppe aus Frage 7)

Dauer	von	_____
	(TT.MM.JJJJ)	
	bis	_____
	(TT.MM.JJJJ)	

9d Aktivität 3:

Wer wird / wurde angesprochen?
(z.B. Personengruppe aus Frage 7)

Dauer	von	_____
	(TT.MM.JJJJ)	
	bis	_____
	(TT.MM.JJJJ)	

10a Haben Sie im Zusammenhang mit Ihrem Projekt **Mitarbeiterschulungen** durchgeführt?

- Ja
- Nein (weiter mit Frage 11)

10b **Falls ja**, nennen Sie bitte die **drei letzten** im Rahmen des Projekts durchgeführten Mitarbeiterschulungen.

Thema	Teilnehmer nach Bereichen (z.B. Produktion, Marketing)	Datum (TT.MM.JJJJ)

11 Auf welche Weise wird in Ihrem Projekt sichergestellt, dass alle betroffenen Personen **die gleichen Voraussetzungen und Möglichkeiten** haben, ihre Gesundheit zu verbessern und zu erhalten?
(Mehrfachnennung möglich)

- Überbrückung der Sprachbarrieren zwischen Kunden und Mitarbeitern
- Überbrückung der Sprachbarrieren zwischen den Mitarbeitern
- Produktangebote für weltanschaulich, religiös oder ethnisch begründete Ernährungsbedürfnisse
- Produktangebote für Personen mit Nahrungsmittelallergien
- Produktangebote für Personen mit anderen medizinischen Indikationen, wie Diabetes oder Nierenerkrankungen, etc.
- Produktangebote, die die ökonomischen und finanziellen Möglichkeiten Ihrer Kunden oder deren Verpflegungsteilnehmer berücksichtigen
- Andere: _____
- Darauf wird nicht speziell geachtet

12 Welche **Kommunikationsmittel** setzen Sie im Rahmen des Projekts ein? (Mehrfachnennung möglich)

- Projekt-Newsletter für die Mitarbeiter in elektronischer Form
- Projekt-Newsletter für die Mitarbeiter in Papierform
- Projekt-Newsletter für die Kunden in elektronischer Form
- Projekt-Newsletter für die Kunden in Papierform
- Internet
- Plakate
- Aushänge
- Persönlicher Kontakt mit dem Kunden (Besuche, Information, etc.)
- Informationsstreuung über Verbände
- Informationsstreuung über Messen
- Informationen in der Presse (Annoncen, Artikel in Fachzeitschriften, etc.)

- Andere: _____
- keine

13a Führen Sie eine **Projektdokumentation** bzw. eine Dokumentation über die Aktivitäten und Aktionen des Projekts?

- Ja (weiter mit Frage 14)
- Nein

13b **Falls nein**, warum führen Sie keine Dokumentation über das Projekt/ die Aktivitäten?

14 Wie wird dieses Projekt **finanziert**? (Mehrfachnennung möglich)

- intern, unter Nutzung bestehender personeller Ressourcen
 - intern, unter Nutzung bestehender finanzieller Ressourcen
 - extern, über Sponsoren
 - extern, über beantragte Fördermittel. Finanzierung durch:
- _____

- Anders: _____
- Keine Antwort

15a Sind **weitere Projekte** in Planung oder Durchführung, die zur Umsetzung der Schweizer Qualitätsstandards für eine gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie beitragen?

- Ja
- Nein

15b **Falls ja,**

- Ein weiteres Projekt ist in Planung
- Ein weiteres Projekt wird bereits umgesetzt

Bitte geben Sie an, welches Thema (z.B. Verpflegungsangebot, Kommunikation mit den Mitarbeitenden oder Konsumenten) die Projekte abdecken:

15c **Falls nein,** warum nicht? (Mehrfachnennung möglich)

- schlechte Erfahrung
- zu teuer
- zu personalaufwendig
- kein Interesse der Kunden
- zurzeit keine Priorität der Betriebsleitung

Anderes: _____

Damit wir bei allfälligen Fragen mit Ihnen Rücksprache halten können, bitten wir Sie uns **Ihre Kontaktdaten** zu nennen. Diese werden selbstverständlich vertraulich behandelt und nicht an Dritte weitergegeben. Machen Sie bitte mindestens die mit * gekennzeichneten Angaben. Vielen Dank!

Anrede*

Name*

Vorname*

Institution

Funktion

Abteilung

Adresse

PLZ, Ort*

Telefon

E-Mail-Adresse*

Website

Die gesundheitsfördernden Projekte werden anhand der vorliegenden Daten und unter Berücksichtigung Ihrer Betriebsangaben aus dem vorhergehenden Fragebogen beurteilt. Zur abschliessenden Beurteilung Ihres Engagements bitten wir Sie uns zusätzlich zu den ausgefüllten Fragebögen eine Projektdokumentation zu übermitteln. Sie können die **folgenden Unterlagen** per Post oder per E-Mail an die unten genannte Adresse, unter Angabe Ihrer Kontaktdaten, senden.

- **Das Projektkonzept**

Sollten Sie über keine detaillierte Dokumentation des Vorhabens verfügen, bitten wir Sie, einen Steckbrief über das Projekt zu erstellen. Bitte füllen Sie hierzu das Formular „Steckbrief Projekt“ aus.

- **Angebotsübersicht**

- **Fragebogen für eine Kundenbefragung**

und/oder andere Unterlagen, die der Meinungsäußerung dienen.

- Selbsteinschätzung Ihres Betriebs in Hinblick auf die Umsetzung der Schweizer Qualitätsstandards. Bitte füllen Sie hierzu die **Checkliste Produzenten & Lieferanten** elektronisch oder handschriftlich aus.

Sie finden das Formular sowie die Checkliste auf unserer Internetplattform ([www.goodpractice-gemeinschaftsgastronomie](http://www.goodpractice-gemeinschaftsgastronomie.ch)) unter Downloads.

Adresse

Berner Fachhochschule
Fachbereich Gesundheit / Forschung Ernährung
Good Practice – Gemeinschaftsgastronomie
Murtenstrasse 10
3008 Bern

E-Mail: projekte@gp-gemgastro.ch

Um an der Auswahl von Beispielen guter Praxis teilzunehmen, bitten wir Sie alle Fragen zu beantworten und uns die genannten Dokumente zu übermitteln. Fehlende Unterlagen und nicht beantwortete Fragen können nicht gewertet werden.

- Ich versichere, dass ich alle Angaben wahrheitsgemäss und nach bestem Wissen gemacht habe.
- Ich erlaube einer Bewertungskommission meine Angaben im Rahmen der Auswahl guter Beispiele in der gesundheitsfördernden Gemeinschaftsgastronomie auf Anfrage vor Ort zu überprüfen.

Die Auswahl der Beispiele guter Praxis findet unter Ausschluss der Öffentlichkeit statt.
Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

Vielen Dank für das Ausfüllen des Fragebogens!

Hinweis

Um die Schweizer Gemeinschaftsgastronomie **aus verschiedenen Blickwinkeln** charakterisieren zu können, richtet sich das vorliegende Projekt mit spezifischen Fragebogen **auch** an die **Gemeinschaftsgastronomiebetriebe** und **deren Gäste (Verpflegungsteilnehmende)**. Bitte machen Sie Ihre Kunden auf das Projekt und die Möglichkeit der Teilnahme an der Befragung aufmerksam!

Gerne senden wir Ihnen Flyer und Informationsblätter für Konsumenten zu. Bestellen können Sie diese über unser Kontaktformular auf unserer Internetplattform www.goodpractice-gemeinschaftsgastronomie.ch. Vielen Dank.

© Berner Fachhochschule, Bern, Juli 2010

Fragebogen Konsumenten

Einleitung

Die vorliegende Befragung ist Teil des Forschungsprojektes „Qualitätsstandards einer gesundheitsfördernden Gemeinschaftsgastronomie“. Sie richtet sich an Personen,

- die sich im Rahmen ihrer beruflichen Tätigkeit in einem unternehmensinternen Personal- oder Betriebsrestaurant verpflegen oder verpflegen könnten.
- die sich im Rahmen ihrer Ausbildung in einer Verpflegungseinrichtung der besuchten Ausbildungsstätte (Kinderkrippe, Schule, Hochschule, usw.) verpflegen oder verpflegen könnten.
- die sich aufgrund eines kurz- bis langfristigen Aufenthalts in einem Spital, einer Klinik, einem Heim oder einer anderen Institution verpflegen.
- denen kein eigener Gemeinschaftsgastronomiebetrieb zur Verfügung steht, die sich aber regelmässig als Gast (externe Person, Besucher) in einem solchen Betrieb verpflegen.

Auch Angehörige von diesen Personen, z.B. Eltern von Schülern/-innen oder Angehörige von Pflegeheimbewohnern/-innen, können stellvertretend für diese Personen an der Befragung teilnehmen.

Bitte versuchen Sie bei dieser Befragung die aktuelle Situation in dem Sie unmittelbar betreffenden Gemeinschaftsgastronomiebetrieb so genau wie möglich abzubilden, also die Situation in Ihrer Firma, Ihrer (Hoch)Schule, in dem von Ihnen aktuell aufgesuchten Spital, in dem von Ihnen bewohnten Heim, usw. Dabei interessieren die Struktur, das Verpflegungsangebot und Aspekte der Gesundheitsförderung.

Hinweise zum Ausfüllen der Befragung

- Kreuzen Sie die jeweils zutreffende Antwort aus der Liste vorgegebener Antwortmöglichkeiten an oder geben Sie eine entsprechende Antwort als Text ein. Auf mögliche Mehrfachnennung wird hingewiesen.
- Für die Auswertung der Befragung ist es wichtig, dass alle Fragen beantwortet werden. Wenn Sie eine Frage überspringen können, wird Ihnen das jeweils angezeigt.
- Im ganzen Fragebogen wird nur die männliche Form benutzt, um den Lesefluss zu erhöhen. Das weibliche Geschlecht ist jeweils mit gemeint.
- Der im Fragebogen verwendete Begriff „Unternehmen“ steht auch für „Institution“ (z.B. für Schulen oder Heime). Damit ist jeweils das Unternehmen gemeint, welches dem Gemeinschaftsgastronomiebetrieb übergeordnet ist.
- Sie können die Beantwortung des Online-Fragebogens jederzeit unterbrechen und zu einem späteren Zeitpunkt fertig stellen. Dazu benötigen Sie Ihren Benutzernamen und das zugesendete Passwort.

Bitte füllen Sie den Fragebogen innerhalb der nächsten 2 Wochen aus. Sie werden per E-Mail eine Erinnerung zum Abschliessen des Fragebogens erhalten.

Wir danken Ihnen im Voraus für Ihre Angaben und die Unterstützung des Forschungsprojektes!

Die Auswertung der Befragung erfolgt anonym. Alle Ihre Angaben werden vertraulich behandelt. Der Datenschutz ist gewährleistet.

Bei Fragen und Unklarheiten senden Sie uns bitte eine Mitteilung über das Kontaktformular auf unserer Internetplattform www.goodpractice-gemeinschaftsgastronomie.ch. Wir nehmen schnellstmöglich mit Ihnen Kontakt auf.

Betriebsdaten

In diesem Teil des Fragebogens werden Angaben rund um den Gemeinschaftsgastronomiebetrieb und das übergeordnete Unternehmen erfasst.

1 Füllen Sie den Fragebogen **für sich selber oder für einen Angehörigen** aus?

- Für mich selber
- Für meinen Sohn oder meine Tochter
- Für meine Mutter oder meinen Vater
- Für mein Geschwister
- Für eine andere Person: _____

2 Welche der folgenden Aspekte sind Ihnen **bei einem Gemeinschaftsgastronomiebetrieb** wichtig?

Geben Sie maximal **Ihre drei wichtigsten Aspekte** an.

- Abwechslungsreiches Verpflegungsangebot
- Gutes Preis-Leistungs-Verhältnis
- Angebot von Informationen rund um Ernährung und Gesundheit
- Entspannendes Ambiente
- Ansprechende Raumgestaltung
- Ansprechende grafische Gestaltung der Speisepläne und weiteren Informationsmaterialien
- Kommunikation mit den Mitarbeitenden des Gemeinschaftsgastronomiebetriebs
- Gesunde, ausgewogene Ernährung
- Verwendung von regionalen Lebensmitteln
- Verwendung von BIO-Lebensmitteln
- Schnelle Verpflegung ohne unnötigen Zeitverlust
- Andere: _____

3 Welcher **Art Unternehmen** ist der Gemeinschaftsgastronomiebetrieb zuzuordnen, in dem Sie sich verpflegen oder verpflegen könnten? (Mehrfachnennung möglich)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Produktionsbetrieb oder Industriebetrieb | <input type="checkbox"/> Kindergarten |
| <input type="checkbox"/> Gewerbebetrieb oder Dienstleistungsbetrieb | <input type="checkbox"/> Primarstufe |
| <input type="checkbox"/> Verwaltung, Amt | <input type="checkbox"/> Sekundarstufe |
| <input type="checkbox"/> Armee | <input type="checkbox"/> Maturitätsschule oder Fachmittelschule |
| <input type="checkbox"/> Kirche oder Kloster | <input type="checkbox"/> Berufsschule |
| <input type="checkbox"/> Spital, Klinik | <input type="checkbox"/> Hochschule, Fachhochschule oder Universität |
| <input type="checkbox"/> Rehabilitationszentrum | <input type="checkbox"/> Rekrutenschule |
| <input type="checkbox"/> Altersheim | <input type="checkbox"/> Internat |
| <input type="checkbox"/> Pflegeheim | <input type="checkbox"/> Kinderheim oder Jugendheim |
| <input type="checkbox"/> Strafvollzugsanstalt | <input type="checkbox"/> Andere: _____ |
| <input type="checkbox"/> Kindertagesstätten, Kinderhort, Spielgruppe | |

Fragebogen Konsumenten

4 In welcher **Beziehung** stehen Sie oder Ihr Angehöriger **zu diesem Unternehmen**?

- Mitarbeiter
- Patient
- Bewohner
- Auszubildender, Lernender, Studierender
- Gast oder unternehmensexterne Person
d.h. ich verpflege mich, bzw. mein Angehöriger verpflegt sich lediglich in diesem Unternehmen
- Anderes: _____

5a **Wie oft** essen Sie oder Ihr Angehöriger durchschnittlich im Gemeinschaftsgastronomiebetrieb?

- 5-7 x pro Woche (weiter mit Frage 6)
- 3-4 x pro Woche (weiter mit Frage 6)
- 1-2 x pro Woche
- 2-3 x pro Monat
- 1-2 x pro Monat
- < 1 x pro Monat
- Nie

5b **Falls 2 x pro Woche oder seltener**, warum nutzen Sie oder Ihr Angehöriger den Gemeinschaftsgastronomiebetrieb nicht häufiger? (Mehrfachnennung möglich)

- Nur Teilzeit anwesend
- Nutzung eines anderen Verpflegungsangebots in unmittelbarer Nähe
- Die Pause wird für andere Aktivitäten genutzt
- Das Verpflegungsangebot entspricht nicht den Erwartungen
- Das Preis-Leistungsverhältnis stimmt nicht
- Zu lange Wartezeiten
- Verpflegung zu Hause
- Essen wird von zu Hause mitgebracht
- Die Mittagspause ist zu kurz
- Die Öffnungs- und / oder Verpflegungszeiten sind unattraktiv
- Das Ambiente im Gemeinschaftsgastronomiebetrieb bietet keine Erholung
- Das Personal ist unfreundlich
- Anderes: _____

6 Welche **Mahlzeiten** werden von Ihnen oder Ihrem Angehörigen meistens im Gemeinschaftsgastronomiebetrieb konsumiert? (Mehrfachnennung möglich)

- Frühstück
- Mittagessen
- Abendessen
- Nachtmahlzeit
- Zwischenmahlzeit
- Keine

Fragebogen Konsumenten

7a Welche der folgenden **Einrichtungen und Verpflegungsmöglichkeiten** stehen Ihnen oder Ihrem Angehörigen zur Verfügung? (Mehrfachnennung möglich)

- Personalrestaurant, Mensa, Speisesaal, Mittagstisch
- Zimmerservice (Spital, Heim, etc.)
- Cafeteria mit warmem Verpflegungsangebot
- Cafeteria mit kaltem Verpflegungsangebot
- Verpflegungsautomat mit warmem Verpflegungsangebot
- Verpflegungsautomat mit kaltem Verpflegungsangebot
- Gelegenheit zum selber Kochen (Mikrowelle, Herd, etc.)
- Kiosk, Shop

Andere: _____

7b Entsprechen die **Öffnungs-, Servicezeiten oder Zugangsmöglichkeiten** den Bedürfnissen von Ihnen oder Ihrem Angehörigen?

- Ja (weiter mit Frage 8)
- Nein

7c **Falls nein**, wieso nicht? _____

8 Stehen in unmittelbarer Nähe (5-10 Minuten Fussweg) zum Gemeinschaftsgastronomiebetrieb **andere Verpflegungsangebote** zur Verfügung?

- Ja
- Nein

9 Ist der Gemeinschaftsgastronomiebetrieb mit einem oder mehreren der folgenden **Gütesiegeln, Label oder Logos** ausgezeichnet? (Mehrfachnennung möglich)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Label Fourchette verte | <input type="checkbox"/> Zertifiziert nach ISO 9001 |
| <input type="checkbox"/> Label „Goût Mieux“ | <input type="checkbox"/> Zertifiziert nach ISO 22000 |
| <input type="checkbox"/> Logo Bio Suisse | <input type="checkbox"/> Zertifiziert nach EFQM |
| <input type="checkbox"/> Max Havelaar-Gütesiegel | <input type="checkbox"/> Zertifiziert nach SanaCert |
| <input type="checkbox"/> Demeter-Lizenz | <input type="checkbox"/> Andere: _____ |
| <input type="checkbox"/> Logo der Deutschen Gesellschaft für Ernährung (DGE) | <input type="checkbox"/> Nein |
| | <input type="checkbox"/> Weiss nicht |

Verpflegungsangebot

In diesem Teil des Fragebogens werden Angaben rund um das Verpflegungsangebot und seine Eigenschaften erfasst.

10 Welche der folgenden Lebensmittel sind im Gemeinschaftsgastronomiebetrieb **täglich verfügbar**?
(Mehrfachnennung möglich)

- Frische Früchte
- Gemüse als Rohkost (z.B. als Rohkostsalat)
- Vollkornbrot
- Nüsse und Samen
- Milchprodukte teilentrahmt
- Trink- und/oder Mineralwasser kostenlos
- Keine der genannten Lebensmittel
- Weiss nicht

11 Wie wichtig sind **Ihnen** folgende Punkte bei der **Auswahl und dem Verzehr der Lebensmittel und Speisen**?

	Sehr wichtig	Eher wichtig	Eher nicht wichtig	Gar nicht wichtig
Abwechslungsreiche Zusammenstellung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kaloriengehalt (kcal)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nährstoffgehalt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vor Ort frisch zubereitet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Temperatur zum Zeitpunkt des Verzehrs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Farbenvielfalt und Präsentation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Geschmacksvielfalt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Berücksichtigung meiner Vorlieben	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Berücksichtigung meiner Bedürfnisse, z.B. kultureller, religiöser oder gesundheitlicher Art.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verwendung saisonaler Lebensmittel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verwendung regional produzierter Lebensmittel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verwendung von BIO-Produkten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verwendung von Fairetrade-Produkten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

12a Bietet der Gemeinschaftsgastronomiebetrieb ein **Tagesmenü oder eine Tagesspeise** an?

- Ja
- Nein (weiter mit Frage 13)
- Weiss nicht (weiter mit Frage 13)

Fragebogen Konsumenten

12b **Falls ja**, denken Sie an die letzten 4 Wochen zurück. Aus welchen Komponenten waren die Tagesmenüs in der Regel zusammengestellt? (Mehrfachnennung möglich)

- Eiweisskomponente, z.B. Fleisch, Fisch, Eier, Käse, Tofu, Quorn usw.
- Kohlenhydratkomponente, z.B. Teigwaren, Reis, Kartoffeln, Hülsenfrüchte, Brot usw.
- Gemüse oder Salat
- Früchte
- Suppe
- Dessert oder Süssspeise
- Weiss nicht

12c **Falls ja**, wie viel **kostet** das Tagesmenü?

Falls das Tagesmenü immer gleich teuer ist, geben Sie zweimal denselben Betrag ein.

von CHF

bis CHF

- Gratis
- Weiss nicht

13a Können die Mahlzeiten auch aus verschiedenen **Komponenten selbst zusammengestellt** werden?

- Ja
- Teilweise
- Nein (weiter mit Frage 14)
- Weiss nicht (weiter mit Frage 14)

13b **Falls ja oder teilweise**, aus welchen Komponenten können die Mahlzeiten zusammengestellt werden? (Mehrfachnennung möglich)

- Eiweisskomponente, z.B. Fleisch, Fisch, Eier, Käse, Tofu, Quorn usw.
- Kohlenhydratkomponente, z.B. Teigwaren, Reis, Kartoffeln, Hülsenfrüchte, Brot usw.
- Gemüse oder Salat
- Früchte
- Suppe
- Dessert oder Süssspeise

- Andere: _____
- Weiss nicht

Fragebogen Konsumenten

13c **Falls ja oder teilweise**, wie werden die frei zusammengestellten **Mahlzeiten verrechnet**?
(Mehrfachnennung möglich)

- Nach Gewicht
- Fixpreis pro Einheit, z.B. pro Teller oder Schale
- Fixpreis pro Komponente, z.B. Fleisch, Beilage oder Gemüse

- Anderes: _____
- Weiss nicht

14a Stehen folgende **Verpflegungsangebote** im Gemeinschaftsgastronomiebetrieb zur Auswahl?

	Immer	Auf Bestellung	Nie	Weiss nicht
Tagesspezialität	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wochenmenü oder Wochenhit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vegetarisches Menü	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kalorienreduziertes Menü	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Diätetische Kostformen aufgrund medizinischer Indikation z.B. Diabeteskost, glutenfreie Kost	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Andere:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		

Falls keine der genannten Verpflegungsangebote zur Auswahl stehen oder Sie es nicht wissen, können Sie direkt mit Frage 15 weiterfahren.

14b **Falls Verpflegungsangebote aus Frage 14a zur Auswahl stehen**, welche Möglichkeiten bestehen, deren Zusammenstellung zu beeinflussen? (Mehrfachnennung möglich)

- Austausch einzelner Komponenten
- Ergänzung mit weiteren Komponenten
- Keine, es sind fix zusammengestellte Komplettmenüs
- Weiss nicht

Fragebogen Konsumenten

14c **Falls Verpflegungsangebote aus Frage 14a zur Auswahl stehen, wie viel kosten folgende Verpflegungsangebote?** Falls die Menüs immer gleich teuer sind, geben Sie zweimal denselben Betrag ein.

	von CHF	bis CHF	Gratis	Weiss nicht
Tagesspezialität			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wochenmenü oder Wochenhit			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vegetarisches Menü			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kalorienreduziertes Menü			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Diätetische Kostformen aufgrund medizinischer Indikation z.B. Diabeteskost, glutenfreie Kost			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Andere:			<input type="checkbox"/>	

15 **Bezahlen externe Gäste** für das Verpflegungsangebot denselben oder einen höheren Preis als die internen Verpflegungsteilnehmer (Konsumenten)?

- Denselben Preis
- Einen höheren Preis
- Es werden keine externen Personen verpflegt
- Weiss nicht

16 Wie beurteilen Sie das aktuelle **Preis-Leistungs-Verhältnis** im Gemeinschaftsgastronomiebetrieb?

Sehr gut	Eher gut	Eher nicht gut	Gar nicht gut
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

17a Würden Sie oder Ihr Angehöriger für ein „gesünderes Tagesmenü“ **mehr als den aktuellen Menüpreis bezahlen?**

- Ja
- Nein (weiter mit Frage 17c)

Fragebogen Konsumenten

17b **Falls ja**, welchen **Aufpreis** würden Sie oder Ihr Angehöriger für ein „gesünderes Tagesmenü“ bezahlen?

- ≤ 0.50 CHF
- 0.55 – 1.00 CHF
- 1.05 – 1.50 CHF
- 1.55 – 2.00 CHF
- 2.05 – 3.00 CHF
- ≥ 3.00 CHF

17c **Falls nein**, wieso nicht? _____

.....

18a Wird der **Energie- und Nährstoffgehalt** der Speisenangebote deklariert?

- Ja
- Teilweise
- Nein (weiter mit Frage 18c)
- Weiss nicht (weiter mit Frage 19)

18b **Falls ja oder teilweise**, welche der folgenden Angaben zum Energie- und Nährstoffgehalt liegen vor? (Mehrfachnennung möglich)

- Energie (Kalorien)
- Fett
- Eiweiss
- Kohlenhydrate
- Nahrungsfasern
- Natrium (Kochsalz)

18c **Falls nein**, welche Angaben wünschen Sie oder Ihr Angehöriger sich? (Mehrfachnennung möglich)

- Energie (Kalorien)
 - Fett
 - Eiweiss
 - Kohlenhydrate
 - Nahrungsfasern
 - Natrium(Kochsalz)

 - Andere: _____
 - Keine
 - Weiss nicht
-

Fragebogen Konsumenten

19a Welche **ergänzenden Angaben** werden zum Speiseangebot gemacht? (Mehrfachnennung möglich)

- Hinweis auf kalorienarme Gerichte
- Hinweis auf vegetarische Gerichte
- Hinweis auf die Verwendung regionaler Produkte
- Hinweis auf die Verwendung von BIO- und Fairtrade Produkten
- Deklaration von Zusatzstoffe
- Deklaration von Allergene
- Herkunft von Fleisch

- Andere: _____
- Keine
- Weiss nicht

19b Welche **Angaben zum Speiseangebot** wünschen Sie oder Ihr Angehöriger sich?
(Mehrfachnennung möglich)

- Hinweis auf kalorienarme Gerichte
- Hinweis auf vegetarische Gerichte
- Hinweis auf die Verwendung regionaler Produkte
- Hinweis auf die Verwendung von BIO- und Fairtrade Produkten
- Deklaration von Zusatzstoffe
- Deklaration von Allergene
- Herkunft von Fleisch

- Andere: _____
- Keine
- Weiss nicht

20 Können Sie oder Ihr Angehöriger zum Zeitpunkt der Speisenausgabe die **Portionsgrösse** beeinflussen?
(Mehrfachnennung möglich)

- Es kann zwischen **verschiedenen Portionsgrössen** gewählt werden (z.B. ganze Portion, halbe Portion)
- Die Portionsgrösse kann **individuell gestaltet** werden (z.B. „Bitte noch etwas mehr Gemüse“)
- Nein
- Weiss nicht

Gesundheitsförderung

In diesem Teil des Fragebogens werden Angaben rund um die Rahmenbedingungen und die Kommunikation erfasst.

21a **Wie viel Zeit** steht Ihnen oder Ihrem Angehörigen offiziell für die **Mittagspause** zur Verfügung?

- Weniger als 30 Minuten
- 30 – 45 Minuten
- 46 – 60 Minuten
- Mehr als 1 Stunde
- Frei wählbar
- Weiss nicht

21b **Wie lange verweilen Sie** oder Ihr Angehöriger im Durchschnitt pro Mahlzeit **im Gemeinschaftsgastronomiebetrieb**?

(bzw. wie lange brauchen Sie oder Ihr Angehöriger zum Essen z.B. bei der Verpflegung am Spitalbett usw.)

- Weniger als 15 Minuten
- 15 – 30 Minuten
- 31 – 45 Minuten
- 46 – 60 Minuten
- Mehr als 1 Stunde
- Weiss nicht

22a **Welche Möglichkeiten bestehen** um den Verantwortlichen des Gemeinschaftsgastronomiebetriebs oder des Unternehmens **Rückmeldungen** zu geben? (Mehrfachnennung möglich)

- Teilnahme an strukturierten Befragungen des Gemeinschaftsgastronomiebetriebes oder des Unternehmens
- Schriftliche Rückmeldungen auf Eigeninitiative (z.B. Feedback-Briefkasten, E-Mail)
- Mündliche Rückmeldungen auf Eigeninitiative
- Einsitz und Mitsprache in Verpflegungs- oder Ernährungsbeirat, z.B. zur Gestaltung des Verpflegungsangebots und/oder von gesundheitsfördernden Aktivitäten

- Andere: _____
- Keine (weiter mit Frage 23)
- Weiss nicht (weiter mit Frage 23)

22b **Falls Rückmeldungsmöglichkeiten bestehen**, haben Sie oder Ihr Angehöriger davon bereits einmal Gebrauch gemacht?

- Ja
- Nein (weiter mit Frage 23)

Fragebogen Konsumenten

22c **Falls ja**, haben Sie oder Ihr Angehöriger ein Feedback auf die Rückmeldung bekommen?

- Ja
- Nein

23 Mit welchen **Kommunikationsmitteln** wird über das tägliche Verpflegungsangebot informiert oder wie können Sie sich informieren? (Mehrfachnennung möglich)

- Intranet, Internet
- Per E-Mail
- Menütafel, Aushang, Anschlagbrett
- Präsentation der fertigen Speisen (Display)
- Tischaufsteller
- Flyer

- Andere: _____
- Weiss nicht

24 Beurteilen Sie anhand folgender Punkte die **Verpflegungsräumlichkeiten** des von Ihnen oder Ihrem Angehörigen genutzten Gemeinschaftsgastronomiebetriebs.

	Sehr gut	Eher gut	Eher nicht gut	Gar nicht gut
Lichtverhältnisse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Klima und Belüftung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lärmpegel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verfügbare Plätze	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sauberkeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Möblierung, Komfort	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Farbliche Gestaltung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ambiente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Standort	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

25a Wurden im Gemeinschaftsgastronomiebetrieb in den letzten 24 Monaten **gesundheitsfördernde Aktionen** durchgeführt?

- Ja
- Nein (weiter mit Frage 25d)
- Weiss nicht (weiter mit Frage 26)

Fragebogen Konsumenten

25b **Falls ja**, was für **gesundheitsfördernde Massnahmen** wurden umgesetzt? (Mehrfachnennung möglich)

- Fettarme Zubereitung der Speisen
- Steigerung des Gemüseanteils beim Tagesmenü
- Steigerung der Gemüseauswahl
- Ergänzendes Angebot von frischen Früchten
- Erweiterung des Angebots vegetarischer Speisen
- Anpassung des Speiseplans an die Wünsche der Verpflegungsteilnehmer
- Informationsangebot rund um eine ausgewogene Ernährung
- Aktionen im Bereich Bewegungsförderung, z.B. Bike to work, Bike to school etc.
- Bewegungs- oder Sportangebote
- Schaffung eines Ruheraumes
- Vergünstigung gesunder, ausgewogener Speisen

- Andere: _____

25c **Falls ja**, welche **Mittel wurden zur Kommunikation** der gesundheitsfördernden Massnahmen eingesetzt? (Mehrfachnennung möglich)

- Intranet, Internet
- Plakate, Anschlagbrett
- Flyer oder Broschüren
- Tischaufsteller
- Informationsveranstaltungen
- Themenbezogene Accessoires der Mitarbeiter (z.B. T-Shirts, Foulard, Schürzen)
- Themenbezogene Gestaltung der Verpflegungsräumlichkeiten
- Themenbezogene Gestaltung des Menüplan

- Anderes: _____
- Keine
- Weiss nicht

25d **Falls nein**, wären solche Aktionen erwünscht?

- Ja
- Nein

26a Gibt es im Unternehmen einen **Verpflegungs- oder Ernährungsbeirat**, der für das Verpflegungsangebot und/oder gesundheitsfördernde Aktivitäten im Gemeinschaftsgastronomiebetrieb zuständig ist?

- Ja
- Nein (weiter mit Frage 27)
- Weiss nicht (weiter mit Frage 27)

Fragebogen Konsumenten

26b **Falls ja**, wer ist im Verpflegungs- oder Ernährungsbeirat **vertreten**? (Mehrfachnennung möglich)

- Vertretung des übergeordneten Unternehmen (Trägerschaft)
- Management des Gemeinschaftsgastronomiebetriebs
- Mitarbeiter des Gemeinschaftsgastronomiebetriebs
- Ernährungsfachkraft
- Verpflegungsteilnehmer (Konsumenten)
- Angehörige der Verpflegungsteilnehmer

- Andere: _____
- Weiss nicht

27 Welche der folgenden **Ernährungsempfehlungen** sind Ihnen oder Ihrem Angehörigen bekannt? (Mehrfachnennung möglich)

- Die Lebensmittelpyramide der Schweizerischen Gesellschaft für Ernährung (SGE)
- Die Ernährungsscheibe für Kinder der SGE
- Merkblatt „Lebensmittelpyramide mit Ergänzungen für ältere Erwachsene“ der SGE
- Empfehlungen für eine ausgewogene Ernährung des Bundesamts für Gesundheit (BAG)
- „5 am Tag“ – die nationale Kampagne zur Förderung des Konsums von Früchten und Gemüse

- Andere Ernährungsempfehlungen. _____
(Geben Sie wenn möglich Titel und Autor/Herausgeber an)
- Es sind keine speziellen Ernährungsempfehlungen bekannt

28a Wir bitten Sie sich abschliessend auf der Internetplattform www.goodpractice-gemeinschaftsgastronomie.ch die aktuellen „**Schweizer Qualitätsstandards für eine gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie**“ anzusehen.

Für wie wichtig erachten Sie es, dass der Sie bzw. Ihren Angehörigen betreffenden Gemeinschaftsgastronomiebetrieb **diese Schweizer Qualitätsstandards umsetzt**?

Sehr wichtig	Eher wichtig	Eher nicht wichtig	Gar nicht wichtig
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

28b Welche der folgenden Antworten **treffen für Sie bzw. Ihren Angehörigen zu**? (Mehrfachnennung möglich)

- Der Gemeinschaftsgastronomiebetrieb setzt bereits eigene Qualitätsstandards um
- Erläuterungen zur Bedeutung der Qualitätsstandards und deren Umsetzung für den Verpflegungsteilnehmer sind notwendig
- Ich bin daran interessiert, mich aktiv an der Umsetzung von Qualitätsstandards in der Gemeinschaftsgastronomie zu beteiligen
- Das Thema „Qualitätsstandards“ ist für mich nicht relevant
- Das Thema „Gesundheitsförderung“ ist für mich nicht relevant

- Anderes: _____

Abschluss

Um die im Rahmen dieser Befragung erhobenen Daten nach Untergruppen auswerten und mit anderen Befragungsdaten vergleichen zu können, bitten wir Sie um folgende Angaben zu Ihrer Person bzw. zu Ihrem Angehörigen, für den Sie den Fragebogen ausgefüllt haben.

Jahrgang: _____

Geschlecht

- Männlich
 - Weiblich
-

Welches ist Ihre **höchste abgeschlossene Ausbildung**?

- Obligatorische Schule
 - Maturitätsschule
 - Fachmittelschule, Diplommittelschule
 - Berufslehre, Berufsschule (Eidg. Fähigkeitszeugnis, Eidg. Attest)
 - Berufsmaturität
 - Höhere Berufsbildung (Eidg. Fachausweis, Eidg. Diplom bzw. Meisterdiplom)
 - Höhere Fachschule (HF Diplom)
 - Fachhochschule, Pädagogische Hochschule
 - Universitäre Hochschule
 - Weiss nicht
-

Sind Sie oder Ihr Angehöriger **Raucher, Ex-Raucher oder Nicht-Raucher**?

- Raucher
 - Ex-Raucher (früher einmal geraucht)
 - Nicht-Raucher (nie geraucht)
 - Keine Antwort
-

Fragebogen Konsumenten

In welchem **Schweizer Kanton** befindet sich der Gemeinschaftsgastronomiebetrieb in dem Sie oder Ihr Angehöriger sich regelmässig verpflegen?

- | | |
|---|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Aargau | <input type="checkbox"/> Nidwalden |
| <input type="checkbox"/> Appenzell Ausseroden | <input type="checkbox"/> Obwalden |
| <input type="checkbox"/> Appenzell Inneroden | <input type="checkbox"/> Schaffhausen |
| <input type="checkbox"/> Basel-Land | <input type="checkbox"/> Schwyz |
| <input type="checkbox"/> Basel-Stadt | <input type="checkbox"/> Solothurn |
| <input type="checkbox"/> Bern | <input type="checkbox"/> St. Gallen |
| <input type="checkbox"/> Freiburg | <input type="checkbox"/> Tessin |
| <input type="checkbox"/> Genf | <input type="checkbox"/> Thurgau |
| <input type="checkbox"/> Glarus | <input type="checkbox"/> Uri |
| <input type="checkbox"/> Graubünden | <input type="checkbox"/> Waad |
| <input type="checkbox"/> Jura | <input type="checkbox"/> Wallis |
| <input type="checkbox"/> Luzern | <input type="checkbox"/> Zug |
| <input type="checkbox"/> Neuenburg | <input type="checkbox"/> Zürich |

Herzlichen Dank,
dass Sie sich die Zeit genommen haben diesen Fragebogen auszufüllen.

Alle erfassten Daten werden anonym und vertraulich behandelt.

Hinweis

Um die Schweizer Gemeinschaftsgastronomie **aus verschiedenen Blickwinkeln** charakterisieren zu können, richtet sich das vorliegende Projekt mit spezifischen Fragebogen auch an **Verpflegungsendanbieter** (an den Gemeinschaftsgastronomiebetrieb, in dem Sie sich verpflegen), an **Produzenten** und **Lieferanten**. Bitte machen Sie diese auf das Projekt und die Möglichkeit der Teilnahme an der Befragung aufmerksam!

Gerne senden wir Ihnen Flyer und Informationsblätter für Konsumenten zu. Bestellen können Sie diese über das Kontaktformular auf unserer Internetplattform www.goodpractice-gemeinschaftsgastronomie.ch. Vielen Dank.

Kontaktadresse

Berner Fachhochschule
Fachbereich Gesundheit / Forschung
Good Practice – Gemeinschaftsgastronomie
Murtenstrasse 10
3008 Bern

E-Mail: mail@gp-gemgastro.ch

© Berner Fachhochschule, Bern, Juli 2010



Anhang 6

Auswertungskriterien (betriebliche Rahmenbedingungen) der Online Befragung für Verpflegungsanbieter und Produzenten/Lieferanten

Betriebliche Gegebenheiten der Verpflegungsanbieter sowie Produzenten & Lieferanten

Strukturelle Voraussetzungen			
Frage*	Verpflegungsanbieter	Frage*	Produzenten & Lieferanten
1	Kern- und Nebenbereich des Betriebs	2	Belieferte Betriebe der GG
3	Personen nach verpflegten Altersgruppen	3	Anzahl der GG-Betrieb, die direkt beliefert werden
8a	Durchschnittliche Anzahl ausgegebener Menüs	23	Anteil der GG-Betriebe am Umsatz
15	Besuchte Weiterbildungen	25	Anzahl der Mitarbeitenden im Produktions-/ Lieferantenbetrieb
		10a	Anzahl der qualifizierten Fachkräfte
Verpflegungsangebot		Produktangebot	
Frage	Verpflegungsanbieter	Frage	Produzenten & Lieferanten
22 a +b	Berücksichtigung von spezifischen Ernährungsempfehlungen bei der Zusammenstellung des Verpflegungsangebots/ Speiseplans	4	Sortiment
23	Täglich im Angebot verfügbare Lebensmittel	12a	Berücksichtigung von spezifischen Ernährungsempfehlungen bei der Zusammenstellung des Sortiments
38	Standardisierte Rezepturen	13 b	Standardisierte Rezepturen
40a	Verwendete Speisefette und -öle bei der Zubereitung	13 a	Die zwei häufigsten Fertigungsstufen
27	Die wichtigsten Faktoren bei der Speiseplangestaltung		
29 d	Preis des Tagesmenüs		
Kommunikation			
Frage	Verpflegungsanbieter	Frage	Produzenten & Lieferanten
41	Angaben auf dem Speiseplan	8	Es wird mit Leistungsverzeichnissen / Spezifikationen gearbeitet
16 a +b	Existenz eines Verpflegungs- oder Ernährungsbeirat im GG-Betrieb / Einsitz nehmen....		
46 a	Möglichkeiten für Rückmeldungen durch die Verpflegungsteilnehmenden		
46 b	Bearbeitung der eingehenden Rückmeldungen		
Gesundheitsfördernde Praxis			
Frage	Verpflegungsanbieter	Frage	Produzenten & Lieferanten
44	Gesundheitsförderung als Teil der Unternehmensphilosophie	18	Gesundheitsförderung als Teil der Unternehmensphilosophie
*47	Einschätzung: Wichtigkeit einer ausgewogenen Ernährung zur Förderung der Gesundheit	16	Einschätzung: Wichtigkeit einer ausgewogenen Ernährung zur Förderung der Gesundheit
49	Ressourcen für gesundheitsfördernde Projekte / Aktivitäten	19	Ressourcen für gesundheitsfördernde Projekte / Aktivitäten
*48b	Kommunikationsmittel im Rahmen von Aktionen	17 b	Kommunikationsmittel im Rahmen von Aktionen

* Fragennummer gemäss Fragebogen 1 der jeweiligen Zielgruppe, s. Anhang A5



Anhang 7

Beurteilungsschecklisten (deutsch), Version PDF

- a) Verpflegungsendanbieter
- b) Produzenten/Lieferanten

Für französisch, siehe Projektinternetplattform www.gp-restocoll.ch , Rubrik „Téléchargements“



„Qualitätsstandards einer gesundheitsfördernden Gemeinschaftsgastronomie“

Beurteilungsscheckliste Verpflegungsanbieter

A - Beurteilung Struktur und Planung des Projekts **ID**

Kriterium	Indikatoren	Beurteilung		Kommentar	
		nicht zutreffend	zutreffend		
1. Der Bedarf für das Projekt wurde ermittelt.	1.1 Der Bedarf für die geplanten/durchgeführten Aktivitäten bzw. Veränderungen ist begründet.	0	1	x1	
Gesamtbeurteilung des Kriteriums von 1 Punkt					

Kriterium	Indikatoren	Beurteilung		Kommentar	
		0	1		
2. Die Projektziele sind wirkungsorientiert und werden überprüft.	2.1 Es sind dem Bedarf entsprechende Ziele definiert			x2	
	2.2 Es wird überprüft, ob die Projektziele erreicht werden.				x2
	2.3 Die Zielgruppe(n) ist/sind definiert.			x1	
Gesamtbeurteilung des Kriteriums von 5 Punkten					

Kriterium	Indikatoren	Beurteilung		Kommentar	
		0	1		
3. Die für das Projekt notwendigen Ressourcen sind sichergestellt.	3.1 Unternehmensinterne und/oder externe Partner oder Experten werden in das Projekt mit einbezogen.			x1	
	3.2 Finanzielle Ressourcen für das Projekt sind sichergestellt.				x1
Gesamtbeurteilung des Kriteriums von 2 Punkten					

Kriterium	Indikatoren	Beurteilung		Kommentar	
		0	1		
4. Das Projekt ist dokumentiert.	4.1 Eine Dokumentation über das Projekt oder die Aktivitäten ist vorhanden.			x2	
Gesamtbeurteilung des Kriteriums von 2 Punkten					

„Qualitätsstandards einer gesundheitsfördernden Gemeinschaftsgastronomie“

Kriterium	Indikatoren	Beurteilung		Kommentar
		0	1	
5. Die Kommunikation zum Projekt ist adäquat.	5.1 Es wird zielgerichtet informiert.			x1
	5.2 Es wird zielgruppengerecht informiert.			
Gesamtbeurteilung des Kriteriums				von 2 Punkten

Kriterium	Indikatoren	Beurteilung		Kommentar
		0	1	
6. Das Projekt fördert die Partizipation.	6.1 Unterschiedliche Personengruppen wurden in die Projektplanung einbezogen.			x1
	6.2 Unterschiedliche Personengruppen sind in die Projektdurchführung einbezogen.			
Gesamtbeurteilung des Kriteriums				von 2 Punkten

Kriterium	Indikatoren	Beurteilung		Kommentar
		0	1	
7. Auf die Förderung der gesundheitlichen Chancengleichheit wird geachtet.	7.1 Es wird darauf geachtet, dass alle Personen die gleichen Voraussetzungen haben ihre Gesundheit zu verbessern und zu erhalten.			x1
Gesamtbeurteilung des Kriteriums				von 1 Punkten

Kriterium	Indikatoren	Beurteilung		Kommentar
		0	1	
8. Das Projekt ist in ein/e übergeordnete Philosophie / Leitbild eingebettet.	8.1 Das Projekt wird im Rahmen der übergeordneten Unternehmensphilosophie durchgeführt und ist mit dieser kohärent. Andernfalls liegt eine Begründung vor.			x1
Gesamtbeurteilung des Kriteriums				von 1 Punkten

A – Beurteilung Struktur und Planung des Projekts Gesamtpunktzahl

von 16 Punkten

B - Projektspezifische Beurteilung

ID

Kriterium	Indikatoren	Beurteilung				Kommentar
		trifft gar nicht zu	trifft eher nicht zu	trifft eher zu	trifft voll und ganz zu	
9. Die Vorgehensweise (Strategie, Aktivitäten) ist zielgruppen- und zielorientiert.	9.1 Die Vorgehensweise ist zielorientiert.	0	1	2	3	x1
	9.2 Die Vorgehensweise ist den verschiedenen Zielgruppen angepasst.					x2
Gesamtbeurteilung des Kriteriums						von 9 Punkten

Kriterium	Indikatoren	Beurteilung				Kommentar
		0	1	2	3	
10. Die Bedürfnisse der beteiligten Personengruppen werden angemessen berücksichtigt.	10.1 Die Bedürfnisse der beteiligten Personengruppen wurden ermittelt.					x1
	10.2 Die Bedürfnisse der beteiligten Personengruppen werden angemessen berücksichtigt.					x1
Gesamtbeurteilung des Kriteriums						von 6 Punkten

Kriterium	Indikatoren	Beurteilung				Kommentar
		0	1	2	3	
11. Das Projekt ist auf die Erreichung eines Kriteriums der Qualitätsstandards ausgerichtet.	11.1 Eine Projektaktivität ist auf die Erreichung eines Kriteriums oder mehrerer Kriterien der Qualitätsstandards im Bereich des Verpflegungsangebots ausgerichtet.					
	11.2 Eine Projektaktivität ist auf die Erreichung eines Kriteriums oder mehrerer Kriterien der Qualitätsstandards im Bereich Rahmenbedingungen (z.B. Weiterbildung, Schnittstellenmanagement) ausgerichtet.					
	11.3 Eine Projektaktivität ist auf die Erreichung eines Kriteriums oder mehrerer Kriterien der Qualitätsstandards im Bereich Kommunikation ausgerichtet.					
	11.4 Eine Projektaktivität ist auf die Erreichung eines Kriteriums oder mehrerer Kriterien der Qualitätsstandards im Bereich Ambientes ausgerichtet.					
	11.5 Eine Projektaktivität ist auf die Erreichung eines Kriteriums oder mehrerer Kriterien der Qualitätsstandards im Bereich Nachhaltigkeit und Wirtschaftlichkeit ausgerichtet.					
	Summe der zutreffenden Indikatoren „Erreichung eines Kriteriums der Qualitätsstandards in max. 2 Bereichen“					
Gesamtbeurteilung des Kriteriums						von 12 Punkten

„Qualitätsstandards einer gesundheitsfördernden Gemeinschaftsgastronomie“

Kriterium	Indikatoren	Beurteilung				Kommentar
		0	1	2	3	
12. Das Projekt ist auf die Stärkung von Ressourcen ausgerichtet: <ul style="list-style-type: none"> • persönliche • soziale • strukturelle 	12.1 Das Projekt ist darauf ausgerichtet das Gesundheitsbewusstsein der Zielgruppen zu steigern.					x2
	12.2 Das Projekt ist darauf ausgerichtet die im Betrieb vorhandenen sozialen und strukturellen Ressourcen zu steigern.					
Gesamtbeurteilung des Kriteriums						von 12 Punkten

Kriterium	Indikatoren	Beurteilung				Kommentar
		0	1	2	3	
13. Allen Personen aus der Zielgruppe ist eine Teilnahme am Projekt und seinen Aktivitäten möglich.	13.1 Unterschiedliche Personen aus der Zielgruppe nehmen am Projekt und seinen Aktivitäten teil.					x2
Gesamtbeurteilung des Kriteriums						von 6 Punkten

Kriterium	Indikatoren	Beurteilung				Kommentar
		0	1	2	3	
14. Das Projekt ist auf eine nachhaltige Veränderung ausgerichtet.	14.1 Die geplanten/durchgeführten Aktivitäten initiieren und fördern einen Entwicklungsprozess.					x2
	14.2 Das Projekt verändert Strukturen und Prozesse im Betrieb.					
Gesamtbeurteilung des Kriteriums						von 9 Punkten

Kriterium	Indikatoren	Beurteilung				Kommentar
		0	1	2	3	
15. Der Aufwand und Nutzen stehen in einem angemessenen Verhältnis.	15.1 Der Aufwand für die Durchführung des Projekts ist dem Nutzen angemessen.					x1
	15.2 Das Projekt ist sinnvoll im Hinblick auf die Qualitätsverbesserung im Betrieb resp. der Gemeinschaftsgastronomie.					
Gesamtbeurteilung des Kriteriums						von 6 Punkten

B - Projektspezifische Beurteilung - Gesamtpunktzahl von 60 Punkten

C - Selbsteinschätzung des Betriebs - Gesamtpunktzahl von 19 Punkten

A - Beurteilung Struktur und Planung des Projekts Gesamtpunktzahl von 16 Punkten

Gesamtbeurteilung (A + B + C) von 95 Punkten

	Einteilung	Punktzahl	Beschreibung
BEISPIEL GUTER PRAXIS	3 Sehr guter Ansatz	95-72 Punkte	<ul style="list-style-type: none"> Das Projekt /die Aktivitäten erfüllt den vorliegenden Kriterienkatalog in umfassender Weise. Andere Akteure können von dem Projekt bzw. seinen Aktivitäten bei der Neu- und Weiterentwicklung gesundheitsfördernder Aktivitäten lernen.
	2 Guter Ansatz	71,9-47 Punkte	<ul style="list-style-type: none"> Grundlagen und Routinen für ein professionelles, wirkungsvolles gesundheitsförderndes Engagement sind geschaffen. Das Projekt / die Aktivitäten erfüllt einen Grossteil des vorliegenden Kriterienkatalogs. Andere Akteure können von einzelnen Aktivitäten bzw. Aspekten bei der Neu- und Weiterentwicklung gesundheitsfördernder Aktivitäten lernen.
	1 Verbesserungsbedarf	46,9-23 Punkte	<ul style="list-style-type: none"> Grundlagen für ein gutes gesundheitsförderndes Engagement sind geschaffen. Sie werden aber noch unzureichend verknüpft und genutzt. Das Projekt oder die Aktivität verwirklicht die Kriterien zum Teil. Es sollte an der Umsetzung der anderen Kriterien gearbeitet werden.
	0 Problemzone	22,9-0 Punkte	<ul style="list-style-type: none"> Das Projekt oder die Aktivität weist Mängel auf, welche die Zielerreichung und den Projekterfolg unwahrscheinlich, unberechenbar oder unkontrollierbar machen. Es wird empfohlen das Projekt oder die Aktivität zu überarbeiten.

Literatur

Gesundheitsförderung Schweiz. Qualitätskriterien für Projekte, Bern: Gesundheitsförderung Schweiz; 5.0 / 30.11.2007. http://www.quint-essenz.ch/de/files/Qualitaetskriterien_50.pdf. Zugriff: 22. 10. 2010.

Kliche T, Töppich J, Kawski S, Koch U, Lehmann H. Die Beurteilung der Struktur-, Konzept- und Prozessqualität von Prävention und Gesundheitsförderung. Bundesgesundheitsblatt – Gesundheitsforschung – Gesundheitsschutz. 2004;47(2):125-32

Text

Meike E. Tecklenburg & Sigrid Beer-Borst, 17.06.10

Weitere Informationen erhältlich auf der Internetplattform www.goodpractice-gemeinschaftsgastronomie.ch **oder bei**

Sigrid Beer-Borst, Leiterin aF&E Ernährung und Diätetik
 Berner Fachhochschule, Fachbereich Gesundheit
 Murtenstrasse 10, CH-3008 Bern
www.gesundheit.bfh.ch

Zitierweise

Forschungsgruppe „Good Practice – Gemeinschaftsgastronomie“ (Hrsg.). Beurteilungsscheckliste Verpflegungsendanbieter. Bern: Berner Fachhochschule, Fachbereich Gesundheit, 2010.



„Qualitätsstandards einer gesundheitsfördernden Gemeinschaftsgastronomie“

Beurteilungsscheckliste Produzenten & Lieferanten

A - Beurteilung der Struktur und Planung des Projekts **ID**

Kriterium	Indikatoren	Beurteilung		Kommentar	
		nicht zutreffend	zutreffend		
1. Der Bedarf für das Projekt wurde ermittelt.	1.1 Der Bedarf für die geplanten/durchgeführten Aktivitäten bzw. Veränderungen ist begründet.	0	1	x1	
Gesamtbeurteilung des Kriteriums					von 1 Punkt

Kriterium	Indikatoren	Beurteilung		Kommentar	
		0	1		
2. Die Projektziele sind wirkungsorientiert und werden überprüft.	2.1 Es sind dem Bedarf entsprechende Ziele definiert	0	1	x2	
	2.2 Es wird überprüft, ob die Projektziele erreicht werden.	0	1	x2	
	2.3 Die Zielgruppe(n) ist/sind definiert.	0	1	x1	
Gesamtbeurteilung des Kriteriums					von 5 Punkten

Kriterium	Indikatoren	Beurteilung		Kommentar	
		0	1		
3. Die für das Projekt notwendigen Ressourcen sind sichergestellt.	3.1 Unternehmensinterne und/oder externe Partner oder Experten werden in das Projekt mit einbezogen.	0	1	x1	
	3.2 Finanzielle Ressourcen für das Projekt sind sichergestellt	0	1	x1	
Gesamtbeurteilung des Kriteriums					von 2 Punkten

Kriterium	Indikatoren	Beurteilung		Kommentar	
		0	1		
4. Das Projekt ist dokumentiert.	4.1 Eine Dokumentation über das Projekt oder die Aktivitäten ist vorhanden.	0	1	x2	
Gesamtbeurteilung des Kriteriums					von 2 Punkten

Kriterium	Indikatoren	Beurteilung		Kommentar
		0	1	
5. Die Kommunikation zum Projekt ist adäquat.	5.1 Es wird zielgerichtet informiert.			x1
	5.2 Es wird zielgruppengerecht informiert.			
Gesamtbeurteilung des Kriteriums				von 2 Punkten

Kriterium	Indikatoren	Beurteilung		Kommentar
		0	1	
6. Das Projekt fördert die Partizipation.	6.1 Unterschiedliche Personengruppen wurden in die Projektplanung einbezogen.			x1
	6.2 Unterschiedliche Personengruppen sind in die Projektdurchführung einbezogen.			
Gesamtbeurteilung des Kriteriums				von 2 Punkten

Kriterium	Indikatoren	Beurteilung		Kommentar
		0	1	
7. Auf die Förderung der gesundheitlichen Chancengleichheit wird geachtet.	7.1 Es wird darauf geachtet, dass alle Personen die gleichen Voraussetzungen haben ihre Gesundheit zu verbessern und zu erhalten.			x1
Gesamtbeurteilung des Kriteriums				von 1 Punkten

Kriterium	Indikatoren	Beurteilung		Kommentar
		0	1	
8. Das Projekt ist in ein/e übergeordnete Philosophie / Leitbild eingebettet.	8.1 Das Projekt wird im Rahmen der übergeordneten Unternehmensphilosophie durchgeführt und ist mit dieser kohärent. Andernfalls liegt eine Begründung vor.			x1
Gesamtbeurteilung des Kriteriums				von 1 Punkten

A - Beurteilung Struktur und Planung des Projekts
Gesamtpunktzahl

von 16 Punkten

B - Projektspezifische Beurteilung

ID

Kriterium	Indikatoren	Beurteilung				Kommentar
		trifft gar nicht zu	trifft eher nicht zu	trifft eher zu	trifft voll und ganz zu	
9. Die Vorgehensweise im Projekt ist zielgruppen- und zielorientiert.	9.1 Die Vorgehensweise ist zielorientiert.	0	1	2	3	x1
	9.2 Die Vorgehensweise ist den verschiedenen resp. definierten Zielgruppen angepasst.					x2
Gesamtbeurteilung des Kriteriums						von 9 Punkten

Kriterium	Indikatoren	Beurteilung				Kommentar
		0	1	2	3	
10. Die Bedürfnisse der im Projekt beteiligten Personengruppen werden angemessen berücksichtigt.	10.1 Die Bedürfnisse der beteiligten Personengruppen wurden ermittelt.					x1
	10.2 Die Bedürfnisse der beteiligten Personengruppen werden angemessen berücksichtigt.					x1
Gesamtbeurteilung des Kriteriums						von 6 Punkten

Kriterium	Indikatoren	Beurteilung				Kommentar
		0	1	2	3	
11. Das Projekt ist auf die Erreichung eines Kriteriums der Qualitätsstandards ausgerichtet.	11.1 Eine Projektaktivität ist auf die Erreichung eines Kriteriums oder mehrerer Kriterien der Qualitätsstandards im Bereich des Verpflegungsangebots ausgerichtet.					
	11.2 Eine Projektaktivität ist auf die Erreichung eines Kriteriums oder mehrerer Kriterien der Qualitätsstandards im Bereich Rahmenbedingungen (z.B. Weiterbildung, Schnittstellenmanagement) ausgerichtet.					
	11.3 Eine Projektaktivität ist auf die Erreichung eines Kriteriums oder mehrerer Kriterien der Qualitätsstandards im Bereich Kommunikation ausgerichtet.					
	11.4 Eine Projektaktivität ist auf die Erreichung eines Kriteriums oder mehrerer Kriterien der Qualitätsstandards im Bereich Ambientes ausgerichtet.					
	11.5 Eine Projektaktivität ist auf die Erreichung eines Kriteriums oder mehrerer Kriterien der Qualitätsstandards im Bereich Nachhaltigkeit und Wirtschaftlichkeit ausgerichtet.					
	Summe der zwei zutreffenden Indikatoren „Erreichung eines Kriteriums der Qualitätsstandards“					
Gesamtbeurteilung des Kriteriums						von 12 Punkten

„Qualitätsstandards einer gesundheitsfördernden Gemeinschaftsgastronomie“

Kriterium	Indikatoren	Beurteilung				Kommentar
		0	1	2	3	
12. Das Projekt ist auf die Stärkung von Ressourcen ausgerichtet.	12.1 Das Projekt ist darauf ausgerichtet das Gesundheitsbewusstsein der Zielgruppen zu steigern.					x2
	12.2 Das Projekt ist darauf ausgerichtet die Gemeinschaftsgastronomie und/oder Gemeinschaftsgastronomiebetriebe dabei zu unterstützen ein gesundheitsförderndes Verpflegungsangebot bereitzustellen.					
Gesamtbeurteilung des Kriteriums						von 12 Punkten

Kriterium	Indikatoren	Beurteilung				Kommentar
		0	1	2	3	
13. Allen Personen aus der/den Zielgruppe(n) ist eine Teilnahme am Projekt und seinen Aktivitäten möglich.	13.1 Unterschiedliche Personen aus der Zielgruppe nehmen am Projekt und seinen Aktivitäten teil.					x2
Gesamtbeurteilung des Kriteriums						von 6 Punkten

Kriterium	Indikatoren	Beurteilung				Kommentar
		0	1	2	3	
14. Das Projekt ist auf eine nachhaltige Veränderung ausgerichtet.	14.1 Die geplanten/durchgeführten Aktivitäten initiieren und fördern einen Entwicklungsprozess im Produzenten-/Lieferantenbetrieb oder Gemeinschaftsgastronomiebetrieb.					x2
	14.2 Das Projekt verändert Strukturen und Prozesse im Produzenten-/Lieferantenbetrieb oder Gemeinschaftsgastronomiebetrieb.					
Gesamtbeurteilung des Kriteriums						von 9 Punkten

Kriterium	Indikatoren	Beurteilung				Kommentar
		0	1	2	3	
15. Der Aufwand steht in einem angemessenen Verhältnis zum Nutzen des Projekts.	15.1 Der Aufwand für die Durchführung des Projekts ist dem Nutzen angemessen.					x1
	15.2 Das Projekt ist sinnvoll im Hinblick auf die Qualitätsverbesserung im Betrieb resp. der Gemeinschaftsgastronomie					
Gesamtbeurteilung des Kriteriums						von 6 Punkten

B - Projektspezifische Beurteilung - Gesamtpunktzahl

von 60 Punkten

C - Selbsteinschätzung des Betriebs - Gesamtpunktzahl

von 19 Punkten

**A - Beurteilung Struktur und Planung des Projekts
Gesamtpunktzahl**

von 16 Punkten

Gesamtbeurteilung (A + B + C)

von 95 Punkten

	Einteilung	Punktzahl	Beschreibung
BEISPIEL GUTER PRAXIS	3 Sehr guter Ansatz	95-72 Punkte	<ul style="list-style-type: none"> Das Projekt /die Aktivitäten erfüllt den vorliegenden Kriterienkatalog in umfassender Weise. Andere Akteure können von dem Projekt bzw. seinen Aktivitäten bei der Neu- und Weiterentwicklung gesundheitsfördernder Aktivitäten lernen.
	2 Guter Ansatz	71,9-47 Punkte	<ul style="list-style-type: none"> Grundlagen und Routinen für ein professionelles, wirkungsvolles gesundheitsförderndes Engagement sind geschaffen. Das Projekt / die Aktivitäten erfüllt einen Grossteil des vorliegenden Kriterienkatalogs. Andere Akteure können von einzelnen Aktivitäten bzw. Aspekten bei der Neu- und Weiterentwicklung gesundheitsfördernder Aktivitäten lernen.
	1 Verbesserungsbedarf	46,9-23 Punkte	<ul style="list-style-type: none"> Grundlagen für ein gutes gesundheitsförderndes Engagement sind geschaffen. Sie werden aber noch unzureichend verknüpft und genutzt. Das Projekt oder die Aktivität verwirklicht die Kriterien zum Teil. Es sollte an der Umsetzung der anderen Kriterien gearbeitet werden.
	0 Problemzone	22,9-0 Punkte	<ul style="list-style-type: none"> Das Projekt oder die Aktivität weist Mängel auf, welche die Zielerreichung und den Projekterfolg unwahrscheinlich, unberechenbar oder unkontrollierbar machen. Es wird empfohlen das Projekt oder die Aktivität zu überarbeiten.

Literatur

Gesundheitsförderung Schweiz. Qualitätskriterien für Projekte, Bern: Gesundheitsförderung Schweiz; 5.0 / 30.11.2007. http://www.quint-essenz.ch/de/files/Qualitaetskriterien_50.pdf. Zugriff: 22. 10. 2010.

Kliche T, Töppich J, Kawski S, Koch U, Lehmann H. Die Beurteilung der Struktur-, Konzept- und Prozessqualität von Prävention und Gesundheitsförderung. Bundesgesundheitsblatt – Gesundheitsforschung – Gesundheitsschutz. 2004;47(2):125-32

Text

Meike E. Tecklenburg & Sigrid Beer-Borst, 17.06.10

Weitere Informationen erhältlich auf der Internetplattform www.goodpractice-gemeinschaftsgastronomie.ch oder bei

Sigrid Beer-Borst, Leiterin aF&E Ernährung und Diätetik
Berner Fachhochschule, Fachbereich Gesundheit
Murtenstrasse 10, CH-3008 Bern
www.gesundheit.bfh.ch

Zitierweise

Forschungsgruppe „Good Practice – Gemeinschaftsgastronomie“ (Hrsg.). Beurteilungsscheckliste Produzenten & Lieferanten. Bern: Berner Fachhochschule, Fachbereich Gesundheit, 2010.



Anhang 8

Präsentation und Gratulation „Beispiel guter Praxis“ (Beurteilungsverfahren)

PROJEKTTITEL XY (max. 2 Zeilen)

Projektuntertitel XY (max. 3 Zeilen)



bonne pratique

good practice

Hier steht ein kurzer Einleitungstext zum Projekt XY des Gemeinschaftsgastronomiebetriebs der Firma XY, welches als „Beispiel guter Praxis“ beurteilt wurde.

Kernaussagen Initiant/in und/oder Team

In coriatur, nonseque vid quae presserum quunt quiandis reptio. Uga. Temolor sit dolupta natem dolestrum resequa spistiamus anis verum ratus es vendit, ommoluptae voluptatium fugit a vel-laborro te parum rehende consequam, sedignisim remporrorro blam reremporro magnient est, et lant am unt dolestium magnient est, et lant am unt dolestium eos sendis vel eriaspi endisqu odionBeario blam licitem ut quam ariasit, cus que quam.

Foto Projektteam
Gemeinschaftsgastronomie

v.l.n.r.: To eos vendition cum cum numls duciis erroribus plic to eaquodis is ilibustetur ma

commodignia quis molor reiusciatem num delis dus et volorer iorestoErectur, et vel et dolorero blabo. Soloreicitem faccus. Ximo corionsequia des as etur, sunt. eos sendis vel eriaspi endisqu odionse ereperchil Nus. Omnisquundae commnimaior sam quo tecae cusam dit vellitenechte sit faceria quam hil endignis elendit, lestium eos sendis vel eriaspi endisqu odionBeario blam licitem ut quam ariasit, cus que quam commodignia. et dolorero blabo. Soloreicitem faccus. Ximo corionsequia des as etur, su.

Kernaussagen Konsument

Sa voluptatur, si omnist laborrum volenimus est est voluptur, cone molupiciunt estenim iliatem con pos delit ulpa autet mostis nonsequammagnient est, et lant am unt dolestium eos sendis vel eriaspi endisqu odionBeario blam licitem ut quam ariasit, cus que quam commodignia quis molor reiusciatem num delis dus et volorer orestoErectur, et vel et dolorero blabo. Soloreicitem fac magnient est, et lant am unt dolestium eos sendis vel eriaspi endisqu odionBeario blam licitem ut quam ariasit, cus que quam commodignia quis molor reiusciatem num delis dus et volorer iorestoErectur, et vel et.

Firma / Institution

Musterfirma

Ansprechpartner

Hanna Muster

Kernbereich des Betriebs

Ceate doluptatur

Weitere Dienstleistungen im Bereich

Ceate doluptatur

Vollzeitstellen

45

Mittagsmahlzeiten (im Jahresdurchschnitt):

3400 Menus pro Tag

Alter der gepflegten Personengruppen

20-40 Jahre

Foto Gast
Gemeinschaftsgastronomie



Good Practice – Gemeinschaftsgastronomie 2010

„Gemeinschaftsgastronomiebetrieb der Firma / Institution“
„Projekttitle“

Dieses Projekt wurde von einer unabhängigen Expertenjury im Monat 2010 als ein **Beispiel guter Praxis** beurteilt. Mit diesem Engagement haben Sie einen wertvollen Beitrag für eine gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie geleistet.

Liliane Bruggmann
Bundesamt für Gesundheit
Leiterin Sektion
Ernährung und Bewegung

Event XY
Bern am TT.MM.JJJJ

Sigrid Beer-Borst
Bernere Fachhochschule
Fachbereich Gesundheit
Leiterin aF&E Ernährung und Diätetik



Anhang 9

Leitfäden Fokusgruppen/Experteninterviews (deutsch, französisch)

Gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie

Gesprächsleitfaden für ExpertInnen-Interviews
Zielsegment a: Unternehmensführung/Management
von Unternehmen/Institutionen mit GG-Angeboten
in den Bereichen „Business“, „Education“ und
„Care“

Zürich, Dezember 2009

publitest – mafo concept GmbH
Sonneggstrasse 88 – Postfach – 8042 Zürich
Telefon +41 43 268 09 53 – Fax +41 43 268 09 55
www.publitest.ch – request@publitest.ch



Qualitätsgarantie



Garantie de qualité

Garanzia di qualità

InterviewerIn: Begrüssung, Dank für Teilnahme am Projekt, Vertraulichkeit zusichern.

Wichtige Anmerkungen vor dem Interview für die interviewte Person:

Publitest interviewt verschiedene Personen in verschiedenen Unternehmen/Institutionen mit Gemeinschaftsgastronomie-Angeboten. Es geht also nicht darum, ein einzelnes Unternehmen/eine einzelne Institution zu „kontrollieren“, sondern wir sind interessiert daran, die Meinungen von EntscheidungsträgerInnen in diesen Unternehmen/Institutionen zum Thema Verpflegung/Gemeinschaftsgastronomie zu hören. (*Interviewerin: Gesundheitsfördernde GG/Qualitätsstandards für den Bereich GG werden erst im Verlauf des Gesprächs konkret angesprochen.*)

Teil 1: Orientierung über das Unternehmen/die Institution, welche/s Gemeinschaftsgastronomie anbietet / Unternehmensphilosophie/-strategie

1.1 Zu Beginn dieses Gesprächs über GG möchte ich bitte gerne einige Informationen über Ihr Unternehmen/Ihre Institution zusammentragen:

- Anzahl Mitarbeitende/SchülerInnen/PatientInnen/BewohnerInnen usw. im Unternehmen/der Institution?
- Anzahl Verpflegungsteilnehmende im GG-Betrieb – also Personal- oder Betriebsrestaurant, Mensa, Spital- oder Heimküche, Mittagstisch etc. – durchschnittlich pro Tag?
- GG-Gesamtangebot im Unternehmen/der Institution: Wie viele Küchen/Mensen/ Restaurants/Cafeterias/Verpflegungsautomaten usw.? Gibt es Teil-/Vollverpflegung usw.?

1.2 Können Sie mir die Verpflegungsteilnehmenden hinsichtlich Alter, Geschlecht, Bedürfnissen, Gewohnheiten usw. kurz etwas beschreiben? (*Interviewerin: Gibt es z.B. mehr Männer, mehr Frauen, bestimmte religiöse Gesichtspunkte, schwere physische Arbeit oder das Gegenteil zu beachten; was „brauchen“ Kinder, Jugendliche etc.*)

- Beschreiben lassen, stichwortartig
- Gibt es etwas Besonderes in diesem Zusammenhang, das interessant ist, erwähnt zu werden?

1.3 Welche Bedürfnisse haben Ihrer Meinung nach die Endkunden der GG in Ihrem Unternehmen/Ihrer Institution?

- Spontanreaktionen
- Werden diese Wünsche und Bedürfnisse erhoben?
- *Falls ja:* Wie genau?
- *Falls nein:* Warum nicht?

1.4 Ist die GG/Verpflegung Ihrer Meinung nach ein wichtiger Bestandteil für die Zufriedenheit und Gesundheit (*im Bereich Care ausserdem: „für die Gesundwerdung“*) der Verpflegungsteilnehmenden in Ihrem Unternehmen/Ihrer Institution?

- Spontanreaktionen

1.5 Würden Sie sogar so weit gehen und sagen, dass Ihr GG-Angebot ein Entscheidungskriterium ist, ob man sich für Ihr Unternehmen/Ihre Institution entscheidet bei der Wahl des Arbeitgebers (*Business*) / der Ausbildungsstätte (*Education*) / des Spitals (*Care*)?

- Spontanreaktionen
- *Falls ja:* Erklärung und Details warum
- *Falls nein:* Erklärung und Details warum

1.6 Kommen wir nun auf Ihre Unternehmensphilosophie zu sprechen, speziell bezüglich des Themas Verpflegung/Gemeinschaftsküche: Was können Sie uns dazu sagen?

- Spontanreaktionen (*auf Punkte die oben schon angesprochen wurden allenfalls nochmals kurz eingehen falls relevant*)

Ist das Thema Gesundheit und die Gesundheitsförderung Bestandteil Ihrer Unternehmensphilosophie? (*Hier das oben Geäusserte zum Thema wieder aufnehmen, ausschöpfen*)

- *Falls ja:* Welche Massnahmen zur Gesundheitsförderung sieht die Unternehmensphilosophie vor?
Werden Ressourcen (z.B. Personal, Wissen/Fähigkeiten, Finanzen) für die Umsetzung von geeigneten Massnahmen der Gesundheitsförderung zur Verfügung gestellt?
Von wem?
Haben Sie irgendwelche Vorgaben und/oder Ziele betreffend der Gesundheitsförderung in Ihrem Unternehmen/Ihrer Institution?
- *Falls nein:* Warum nicht?

1.7 Wer entscheidet über die Umsetzung von Massnahmen zur Gesundheitsförderung in Ihrem Unternehmen/Ihrer Institution?

- Spontanreaktionen
- Nach welchen Kriterien werden Entscheidungen im Bereich der GG in Ihrem Unternehmen/Ihrer Institution getroffen (Kosten/Nutzen, Qualität, Wachstum usw.)? Welche Kriterien sind Ihrer Meinung nach ausschlaggebend? Wieso?

1.8 Wer entscheidet in Ihrem Unternehmen/Ihrer Institution an den Schnittstellen über die Umsetzung der Massnahmen zur Gesundheitsförderung?

- Spontanreaktionen

Schnittstelle Business: Unternehmensmanagement/Personalgastronomie vs. Konsument/Personal/Mitarbeiter/Unternehmensangestellte.

Schnittstelle Education: Behörde/Schulgastronomie vs. Schulleitung/Elternvertretung/ Schüler/Zulieferer.

Schnittstelle Care: Behandlung (Ärzte, Pflege, Ernährungsberatung) vs. Konsument/Patient/Angehörige/(Diät-)Küche.

- Wo gibt es allenfalls Probleme? Warum?

1.9 Nur Bereich Care: Darf die Fallpauschale die Umsetzung einer gesundheitsfördernden Ernährung verhindern?

- Spontanreaktionen
- Welcher Einfluss auf die Verpflegung sowie deren Finanzierung wird erwartet?

1.10 Gibt es Regelungen, die Ihrer Ansicht nach eine Umsetzung von Massnahmen zur Gesundheitsförderung zwingend machen? (z.B. im Bereich Education: Das Anrecht auf einen Tages-schulplatz und eine entsprechende Verpflegung)?

- *Falls ja:* Welche Regelungen gibt es bzw. wie sehen diese Regelungen aus? Können sie grundsätzlich umgesetzt werden? Gibt es strukturelle/finanzielle Anreize?
- *Falls nein:* Warum nicht? Gibt es bestimmte strukturelle/finanzielle Hinderungsgründe?

1.11 Wie schätzen Sie persönlich das Image der GG bei den Endkunden ein? (*Nochmals zusammenfassend zum Thema GG des/r betreffenden Unernehmens/Institution...*)

- Spontanreaktionen
- Was sind positive Image-Faktoren?
- Was sind negative Image-Faktoren?
- Wie könnte das Image der GG in Ihrem Unternehmen/Ihrer Institution Ihrer Meinung nach (noch) verbessert werden? (Mit gesünderer Küche? Oder sind andere Faktoren wichtiger, z.B. Ambiente etc.?)
- *Falls offen für Verbesserung: Optimierungsvorschläge*
- *Falls Verbesserung problematisch: Erklärung warum*

Teil 2: Bedeutung Thema Ernährung/Gesundheit

2.1 Nun möchte ich noch näher auf das Thema Ernährung eingehen: Was verstehen Sie persönlich unter „gesunder Ernährung“?

- Spontanreaktionen
- Wie wichtig ist Ihnen persönlich gesunde Ernährung?

Nachstützen: Sind Stichworte selbstverständlich wie: Ernährungspyramide, Fettgehalt, Kochsalzgehalt, Verhältnis Proteine/Kohlenhydrate/Fette/ Ballaststoffe etc., Portionierung, Frischprodukte, regenerierte Produkte, saisonale Küche, Lagerzeit, Zeit bis zur Vergabe etc.

2.2 Nun möchte ich abgesehen von Ihrem Unternehmen/Ihrer Institution noch allgemeiner fragen: Welche Bedeutung hat Ihrer Meinung nach die GG für die Gesundheit der Bevölkerung im Allgemeinen (Bezug zu ernährungsbedingten Krankheiten, Problematik Übergewicht etc.)?

- Spontanreaktionen

2.3 Und wer ist Ihrer Meinung nach alles verantwortlich für eine gesundheitsfördernde GG?
(*Mögliche Antworten aus der ganzen Bandbreite: Anbieter, Lieferanten, Mitarbeitende in der Mahlzeitenzubereitung und -ausgabe, End-Kunden, Bund, Gesetzgeber, Ernährungsfachleute, Krankenkassen usw.?*)

- Spontanreaktionen
- Wer alles nimmt Ihrer Meinung nach seine Verantwortung wahr und wo gibt es Schwierigkeiten? Warum?

- Sehen Sie mögliche Lösungsansätze?
- Wer bestimmt denn über die Gestaltung des Verpflegungsangebots bzw. wer sollte idealerweise darüber bestimmen? (*allg., in der ganzen CH*)
- *Falls nicht schon beantwortet:* Finden Sie, Ihr Unternehmen/Ihre Institution trägt etwas/viel dazu bei? Und Sie persönlich, In Ihrer Position?

2.4 Was bedeutet es für Ihr Unternehmen/Ihre Institution, keine schweizweit gültigen Qualitätsstandards für die GG zur Verfügung zu haben?

- Spontanreaktionen

Teil 3: Vorstellungen/Meinungen zu Qualitätsstandards und Umsetzung in der Praxis

3.1 *InterviewerIn rekapituliert kurz die relevanten Faktoren der Qualitätsstandards (Zusammenfassung der Qualitätsstandards wurde den ExpertInnen vor Interviewtermin zugestellt).*

Sie haben ja von uns ein Dokument erhalten mit einer Zusammenfassung von Qualitätsstandards – was denken Sie darüber, haben Sie gedacht, als Sie die angesehen haben?

- Spontanreaktionen
- Was lösen die Standards bei Ihnen aus?

Alle folgenden Fragen mit Wiederaufnahme des schon früher Diskutierten besprechen! Punkte, die Wiederholung sind, nur kurz, zusammenfassend beantworten!

- Interesse/Motivation zur Umsetzung?
- Sind diese Qualitätsstandards überhaupt notwendig/wichtig für die GG? Warum?
- Wer ist alles verantwortlich für die Umsetzung von Qualitätsstandards in der GG?
Wäre eine Umsetzung in Kollektivverantwortung/Branchenverpflichtung zu wünschen oder ist es die Eigenverantwortung/Selbstverpflichtung des Anbieters, einzelner GG-Betriebe, oder auch der Konsumenten? Warum?
- Sind gesetzliche Vorschriften / eine staatliche Regelung notwendig?
Falls ja: Warum?
Falls nein: Warum nicht? Wären eher teilweise gesetzliche Vorschriften sinnvoll (z.B. Festlegung von Kernkriterien, aber welche)? Oder könnte man vielmehr

auf eine vollständige Freiwilligkeit bei der Umsetzung bauen?

- Was versprechen Sie sich von einer Umsetzung dieser Qualitätsstandards in Ihrem Unternehmen/Ihrer Institution?
- Haben Sie solche bereits umgesetzt?
Falls ja: Warum? Was waren die Hauptgründe für die Umsetzung der getroffenen Massnahmen in Ihrem Unternehmen/Ihrer Institution (z.B. Wettbewerbsvorteil, zufriedenerere, gesündere GG-Teilnehmende)?

3.2 Was sind oder wären für Sie wichtige Motivationsfaktoren um, (noch mehr) Qualitätsstandards in Ihrem Unternehmen/Ihrer Institution umzusetzen?

- Spontanreaktionen
- Was wären ideale Lösungsansätze? Wie könnten diese am besten realisiert werden?

3.3 Was ist eher nicht umsetzbar?

- Spontanreaktionen
- Was sind mögliche Hinderungsgründe oder Hemmschwellen bei der Umsetzung (z.B. finanziell, strukturell, fehlendes Know-how/Interesse seitens des Unternehmens/der Institution) und wie wichtig sind sie?

3.4 Wer könnte Ihrer Meinung nach die Umsetzung solcher Qualitätsstandards kontrollieren?

- Spontanreaktionen
- Wer käme am ehesten als Kontrollinstanz (Überprüfung der Umsetzung) in Frage? Wen würde man akzeptieren?

3.5 Wir haben vorher darüber gesprochen, ob und welche Ressourcen Sie in Ihrem Unternehmen/Ihrer Institution einsetzen, um Ihre Unternehmensphilosophie bezüglich gesundheitsfördernder GG umzusetzen. Bräuchte es nun zusätzliche spezifische Fachkräfte, um die erwähnten Qualitätsstandards in der Praxis umsetzen zu können/zugleiten?

- Spontanreaktionen
- *Falls ja:* Wer sollte das sein, welche Kompetenzen müsste man haben?
- *Falls nein:* Begründung?
- Wie sieht es diesbezüglich mit einem Weiterbildungsbedarf aus? Falls Bedarf besteht, wo? Falls kein Bedarf besteht, Begründung.

3.6 Wie sähen Ihre Erwartungen an die Kommunikation rund um die Qualitätsstandards aus?

- Spontanreaktionen
- Wer soll von wem welche Informationen erhalten (Inhalte in Bezug auf Organisation, Ernährungswissen, Massnahmen, Angebote etc.)?
- In welcher Form würden Sie das bevorzugen (Broschüre, Internet, persönliche Beratung usw.)?

3.7 Wie beurteilen Sie das aktuell vorliegende Dokument als Kommunikations-Instrument formal und inhaltlich?

- Spontanreaktionen

3.8 Wir haben nun länger über mögliche Standards in der GG gesprochen und jetzt möchte ich Ihnen dazu noch kurz etwas zeigen: *Interviewerin zeigt das Fourchette Verte Logo, das auf der Website in deutscher und französischer Sprache zu finden ist. (Achtung: Fourchette Verte ist keine Konkurrenz!)* Können Sie mir dazu etwas sagen?

- Spontanreaktionen
- Was bedeutet das Logo? Kennen Sie das Logo? Konkrete Erfahrungen damit?
- *Falls Fourchette Verte nicht bekannt: Erklären, dass es in der F-CH das Fourchette Verte-Logo für gesunde, ausgewogene (équilibrée) Ernährung in Restaurants gibt. Was denken Sie darüber? (Achtung: der/die Interviewte soll das nicht als Konkurrenz/Kritik verstehen!)*

3.9 Ist Ihrer Meinung nach die Vergabe eines Qualitätssiegels/Logos (wie z.B. Fourchette Verte) oder eine Zertifizierung eine Garantie für einen höheren Gesundheitswert der Verpflegung?

- Spontanreaktionen
- Sollten oder dürfen zertifizierte Nahrungsmittel – speziell falls Garant für Gesundheit – mehr kosten, um damit die Wertschätzung bei den Endkunden zu steigern (z.B. wie eine Premium-Marke)? Werden sie dann glaubwürdiger? *(Falls schon oben angesprochen, nochmals kurz ansprechen.)*
- *Nur F-CH:* Braucht es ein neues Logo für die Qualitätsstandards zusätzlich zum Fourchette Verte-Logo?

3.10 Bevor wir zur letzten, zusammenfassenden Frage unseres Gespräches kommen, möchte ich Ihnen noch etwas zeigen. Im Vorfeld dieser Interviews haben wir mit Verpflegungsteilnehmenden über ihre Wünsche und Bedürfnisse bezüglich gesundheitsfördernder GG gesprochen und ein paar konkrete Vorschläge zusammengetragen.

InterviewerIn: Präsentation der Vorschläge aus den jeweiligen Bereichen (Business, Education, Care).

- Spontanreaktionen
- Was halten Sie von diesen Vorschlägen?
- Was wäre davon umsetzbar in Ihrem Unternehmen/Ihrer Institution? Mögliche Lösungsansätze?
- Und was wäre eher schwierig umsetzbar? Warum?

3.11 Kommen wir zum Abschluss unseres Gesprächs, nochmals ganz kurz möchte ich gerne von Ihnen hören:

- **Stichwort GG:** Was sind für Sie diesbezüglich die wichtigsten Punkte/Optimierungsmöglichkeiten/Probleme? – bitte denken Sie an alle Faktoren die eine GG betrifft.
- **Stichwort gesundheitsfördernde GG:** Verantwortung/Mittel und Wege zu einer besseren, gesünderen GG?
 - > Qualitätsstandards? In der ganzen Schweiz? Gesetze?
 - > Prognose: Wie sieht die Zukunft aus bezüglich der gesundheitsfördernden GG in der Schweiz? Wird/soll/kann sich etwas ändern?
 - > Was möchten Sie den Projektverantwortlichen für die Qualitätsstandards mit auf den Weg geben?
 - > Gibt es zum Thema der gesundheitsfördernden GG noch etwas zu sagen, das bisher nicht erwähnt wurde, Ihnen aber als sehr wichtig erscheint?

Bedanken für's Gespräch und Verabschiedung.

Gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie

Gesprächsleitfaden für ExpertInnen-Interviews
Zielsegment b: Zulieferer/Verpflegungsendanbieter der GG in den Bereichen „Business“, „Education“ und „Care“

Zürich, Dezember 2009

publitest – mafo concept GmbH
Sonneggstrasse 88 – Postfach – 8042 Zürich
Telefon +41 43 268 09 53 – Fax +41 43 268 09 55
www.publitest.ch – request@publitest.ch



Qualitätsgarantie



Garantie de qualité

Garanzia di qualità

InterviewerIn: Begrüssung, Dank für Teilnahme am Projekt, Vertraulichkeit zusichern.

Wichtige Anmerkungen vor dem Interview für die interviewte Person:

Publitest interviewt verschiedene Personen in verschiedenen Unternehmen oder Institutionen, die

1) **Gemeinschaftsgastronomie (GG) anbieten** - wobei ein GG-Betrieb (wie z.B. ein Personalrestaurant) ein Dienstleistungsbetrieb in einem Unternehmen oder einer Institution ist, der in Eigenregie (interne Unternehmenseinheit) oder in Fremdregie (Pächter/Cate-ring-Unternehmen) bewirtschaftet wird und somit Bestandteil des „übergeordneten“ Unternehmens ist

2) oder **Zulieferer für GG** sind.

Es geht also nicht darum, ein einzelnes Unternehmen zu „kontrollieren“, sondern wir sind interessiert daran, die Meinungen von EntscheidungsträgerInnen in diesen Unternehmen zum Thema Verpflegung/Gemeinschaftsgastronomie zu hören. (*Interviewerin: Gesundheitsfördernde GG/Qualitätsstandards für den Bereich GG werden erst im Verlauf des Gesprächs konkret angesprochen.*)

Teil 1: Orientierung über das Unternehmen, welches GG anbietet bzw. das Zulieferer ist für GG / Unternehmensphilosophie/-strategie

1.1 Zu Beginn dieses Gesprächs über GG möchte ich bitte gerne einige Informationen über Ihr Unternehmen (*nur Verpflegungsendanbieter jeweils: Das dem GG-Betrieb übergeordneten Unternehmen*) zusammentragen:

Für Verpflegungsendanbieter (Betriebsleiter/in der GG, Küchenchef/in, Produktionsleiter/in) der GG:

- Anzahl Mitarbeitende in Ihrem GG-Betrieb?
- Anzahl Verpflegungsteilnehmende durchschnittlich pro Tag?
- GG-Angebot unter Ihrer Verantwortung: Wie viele Küchen/Mensen/Restaurants/ Cafeterias usw.? Gibt es Teil-/Vollverpflegung usw.?

Für Zulieferer (Unternehmensleiter/in/Produktionsleiter/in) der GG:

- Anzahl Mitarbeitende?
- Kundenportfolio (Branchen/Bereiche der GG, Grössen, Bedürfnisse)?
- Anzahl Verpflegungsteilnehmende insgesamt pro Tag bei belieferten GG-Kunden?

1.2 *Nur für Verpflegungsendanbieter:* Können Sie mir die Verpflegungsteilnehmenden hinsichtlich Alter, Geschlecht, Bedürfnissen, Gewohnheiten usw. kurz etwas beschreiben? (*Interviewerin: Gibt es z.B. mehr Männer, mehr Frauen, bestimmte religiöse Gesichtspunkte, schwere physische Arbeit oder das Gegenteil zu beachten; was „brauchen“ Kinder, Jugendliche etc.*)

- Beschreiben lassen, stichwortartig
- Gibt es etwas Besonderes in diesem Zusammenhang, das interessant ist, erwähnt zu werden?

1.3 Welchen Stellenwert haben Ihrer Meinung nach die Wünsche und Bedürfnisse der Endkunden der GG?

- Spontanreaktionen
- *Nur Verpflegungsendanbieter:* Werden diese Wünsche und Bedürfnisse in Ihrem GG-Betrieb erhoben? (*Hinweis für Interviewerin: Wird in den Qualitätsstandards gefordert.*)
- *Falls ja:* Wie genau?
- *Falls nein:* Warum nicht?

1.4 *Für Verpflegungsendanbieter:* Ist die GG/Verpflegung Ihrer Meinung nach ein wichtiger Bestandteil für die Zufriedenheit und Gesundheit (*im Bereich Care ausserdem: „für die Gesundwerdung“*) der Verpflegungsteilnehmenden?
Für Zulieferer: Ist die GG/Verpflegung Ihrer Meinung nach ein wichtiger Bestandteil für die Zufriedenheit und Gesundheit der Verpflegungsendkunden, also der Konsumenten?

- Spontanreaktionen

1.5 *Für Verpflegungsendanbieter:* Würden Sie sogar so weit gehen und sagen, dass Ihr GG-Angebot ein Entscheidungskriterium ist, ob man sich für Ihr übergeordnetes Unternehmen entscheidet bei der Wahl des Arbeitgebers (*Business*) / der Ausbildungsstätte (*Education*) / des Spitals (*Care*)?

- Spontanreaktionen
- *Falls ja:* Erklärung und Details warum
- *Falls nein:* Erklärung und Details warum

Für Zulieferer: Wie positionieren Sie sich im Markt (*Ausser-Haus-Markt, Gastgewerbe*)? Wo liegen ihre Stärken und wo könnten Sie sich noch verbessern?

- Spontanreaktionen

1.6 Kommen wir nun auf Ihre Unternehmensphilosophie zu sprechen, speziell bezüglich des Themas Verpflegung/Gemeinschaftsküche: Was können Sie uns dazu sagen?

- Spontanreaktionen (*auf Punkte die oben schon angesprochen wurden allenfalls nochmals kurz eingehen falls relevant*)

Ist das Thema Gesundheit und die Gesundheitsförderung Bestandteil der Philosophie Ihres übergeordneten Unternehmens und/oder Ihres GG-Betriebs (*Verpflegungsendanbieter*) / Ihres Unternehmens (*Zulieferer*)? (*Hier jeweils das oben Geäußerte zum Thema wieder aufnehmen, ausschöpfen.*)

- *Falls ja:* Welche Massnahmen zur Gesundheitsförderung sieht die Unternehmensphilosophie vor?
Werden Ressourcen (z.B. Personal, Wissen/Fähigkeiten, Finanzen) für die Umsetzung von geeigneten Massnahmen der Gesundheitsförderung zur Verfügung gestellt?
Von wem?
Haben Sie irgendwelche Vorgaben und/oder Ziele betreffend der Gesundheitsförderung in Ihrem übergeordneten Unternehmen und/oder Ihrem GG-Betrieb (*Verpflegungsendanbieter*) / in Ihrem Unternehmen (*Zulieferer*)?
- *Falls nein:* Warum nicht?

1.7 Wer entscheidet über die Umsetzung von Massnahmen zur Gesundheitsförderung in ...

a) *Für Verpflegungsendanbieter:* ...Ihrem übergeordneten Unternehmen / Ihrem GG-Betrieb? (*Hinweis für Interviewerin: Es kann theoretisch auf zwei Ebenen entschieden werden.*)

b) *Für Zulieferer:* ...Ihrem Zulieferer-Unternehmen?

- Spontanreaktionen
- Welche Rolle spielen dabei die Mitarbeitenden in der GG/der Essens-Zubereitung selber? (Wie will, kann oder darf man sich engagieren? Pro-aktives Mitgestalten vs. Wunsch nach Mitsprachemöglichkeit?)

1.8 Wer entscheidet an den Schnittstellen über die Umsetzung der Massnahmen zur Gesundheitsförderung?

- Spontanreaktionen

Schnittstelle Business: Unternehmensmanagement/Personalgastronomie vs. Konsument /Personal /Mitarbeiter/Unternehmensangestellte.

Schnittstelle Education: Behörde/Schulgastronomie vs. Schulleitung/Elternvertretung/ Schüler/Zulieferer.

Schnittstelle Care: Behandlung (Ärzte, Pflege, Ernährungsberatung) vs. Konsument/Patient/Angehörige/(Diät-)Küche.

- Wo gibt es allenfalls Probleme? Warum?

1.9 Nur Bereich Care: Darf die Fallpauschale die Umsetzung einer gesundheitsfördernden Ernährung verhindern?

- Spontanreaktionen
- Welcher Einfluss auf die Verpflegung sowie deren Finanzierung wird erwartet?

1.10 Gibt es Regelungen, die Ihrer Ansicht nach eine Umsetzung von Massnahmen zur Gesundheitsförderung zwingend machen? (z.B. im Bereich Education: Das Anrecht auf einen Tages- schulplatz und eine entsprechende Verpflegung)?

- *Falls ja:* Welche Regelungen gibt es bzw. wie sehen diese Regelungen aus? Können sie grundsätzlich umgesetzt werden? Gibt es strukturelle/finanzielle Anreize?
- *Falls nein:* Warum nicht? Gibt es bestimmte strukturelle/finanzielle Hinderungsgründe?

1.11 Wie schätzen Sie persönlich das Image der GG bei den Endkunden ein? (Nochmals zusammenfassend zum Thema GG des betreffenden übergeordneten Unternehmens und/oder GG-Betriebs (Verpflegungsendanbieter) / Unternehmens (Zulieferer)...))

- Spontanreaktionen
- Was sind positive Image-Faktoren?
- Was sind negative Image-Faktoren?
- Wie könnte das Image der GG in Ihrem übergeordneten Unternehmen und/oder dem GG-Betrieb (Verpflegungsendanbieter) / in Ihrem Unternehmen (Zulieferer) Ihrer Meinung nach (noch) verbessert werden? (Mit gesünderer Küche? Oder sind andere Faktoren wichtiger, z.B. Ambiente etc.?)
- *Falls offen für Verbesserung:* Optimierungsvorschläge
- *Falls Verbesserung problematisch:* Erklärung warum

Teil 2: Bedeutung Thema Ernährung/Gesundheit

2.1 Nun möchte ich noch näher auf das Thema Ernährung eingehen: Was verstehen Sie persönlich unter „gesunder Ernährung“?

- Spontanreaktionen
- Wie wichtig ist Ihnen persönlich gesunde Ernährung?
- *Nur Verpflegungsendanbieter: Was gehört Ihrer Meinung nach innerhalb der GG alles dazu (z.B. Raumgestaltung, soziale Aspekte)?*

Nachstützen: Sind Stichworte selbstverständlich wie: Ernährungspyramide, Fettgehalt, Kochsalzgehalt, Verhältnis Proteine/Kohlenhydrate/Fette/ Ballaststoffe etc., Portionierung, Frischprodukte, regenerierte Produkte, saisonale Küche, Lagerzeit, Zeit bis zur Vergabe etc.

2.2 Nun möchte ich abgesehen von Ihrem (übergeordneten) Unternehmen/Ihrem GG-Betrieb noch allgemeiner fragen: Welche Bedeutung hat Ihrer Meinung nach die GG für die Gesundheit der Bevölkerung im Allgemeinen (Bezug zu ernährungsbedingten Krankheiten, Problematik Übergewicht etc.)?

- Spontanreaktionen

2.3 Und wer ist Ihrer Meinung nach alles verantwortlich für eine gesundheitsfördernde GG?
(*Mögliche Antworten aus der ganzen Bandbreite: Anbieter, Lieferanten, Mitarbeitende in der Mahlzeitenzubereitung und -ausgabe, End-Kunden, Bund, Gesetzgeber, Ernährungsfachleute, Krankenkassen usw.?*)

- Spontanreaktionen
- Wer alles nimmt Ihrer Meinung nach seine Verantwortung wahr und wo gibt es Schwierigkeiten? Warum?
- Sehen Sie mögliche Lösungsansätze?
- Wer bestimmt denn über die Gestaltung des Verpflegungsangebots bzw. wer sollte idealerweise darüber bestimmen? (*allg., in der ganzen CH*)
- *Falls nicht schon beantwortet: Finden Sie, Ihr (übergeordnetes) Unternehmen, aber auch speziell der GG-Betrieb, trägt/tragen etwas/viel dazu bei? Und Sie persönlich, In Ihrer Position?*

2.4 *Nur Verpflegungsendanbieter: Was bedeutet es für Ihren GG-Betrieb, keine schweizweit gültigen Qualitätsstandards für die GG zur Verfügung zu haben?*

- Spontanreaktionen

Teil 3: Vorstellungen/Meinungen zu Qualitätsstandards und Umsetzung in der Praxis

3.1 *InterviewerIn rekapituliert kurz die relevanten Faktoren der Qualitätsstandards (Zusammenfassung der Qualitätsstandards wurde den ExpertInnen vor Interviewtermin zuge stellt).*

Sie haben ja von uns ein Dokument erhalten mit einer Zusammenfassung von Qualitätsstandards - was denken Sie darüber, haben Sie gedacht, als Sie die angesehen haben?

- Spontanreaktionen
- Was lösen die Standards bei Ihnen aus?

Alle folgenden Fragen mit Wiederaufnahme des schon früher Diskutierten besprechen! Punkte, die Wiederholung sind, nur kurz, zusammenfassend beantworten!

- Interesse/Motivation zur Umsetzung?
- Sind diese Qualitätsstandards überhaupt notwendig/wichtig für die GG? Warum?
- Wer ist alles verantwortlich für die Umsetzung von Qualitätsstandards in der GG?
Wäre eine Umsetzung in Kollektivverantwortung/Branchenverpflichtung zu wünschen oder ist es die Eigenverantwortung/Selbstverpflichtung einzelner GG-Betriebe resp. deren übergeordneter Unternehmen und Zulieferer, oder auch der Konsumenten? Warum?
- Sind gesetzliche Vorschriften / eine staatliche Regelung notwendig?
Falls ja: Warum?
Falls nein: Warum nicht? Wären eher teilweise gesetzliche Vorschriften sinnvoll (z.B. Festlegung von Kernkriterien, aber welche)? Oder könnte man vielmehr auf eine vollständige Freiwilligkeit bei der Umsetzung bauen?
- Was versprechen Sie sich von einer Umsetzung dieser Qualitätsstandards in Ihrem GG-Betrieb, aber auch in Ihrem übergeordneten Unternehmen (*Verpflegungsanbieter*) / in Ihrem Unternehmen (*Zulieferer*)?
- Haben Sie solche bereits umgesetzt?
Falls ja: Warum? Was waren die Hauptgründe für die Umsetzung der getroffenen Massnahmen in Ihrem (übergeordneten) Unternehmen resp. Ihrem GG-Betrieb (z.B. Wettbewerbsvorteil, zufriedenere, gesündere GG-Teilnehmende)?

- 3.2 Was sind oder wären für Sie wichtige Motivationsfaktoren, um (noch mehr) Qualitätsstandards in Ihrem (übergeordneten) Unternehmen resp. Ihrem GG-Betrieb umzusetzen?
- Spontanreaktionen
 - Was wären ideale Lösungsansätze? Wie könnten diese am besten realisiert werden?
- 3.3 Was ist eher nicht umsetzbar?
- Spontanreaktionen
 - Was sind mögliche Hinderungsgründe oder Hemmschwellen bei der Umsetzung (z.B. finanziell, strukturell, fehlendes Know-how/Interesse) seitens Ihres übergeordneten Unternehmens oder aber Ihres GG-Betriebs (*Verpflegungsendanbieter*) / Ihres Unternehmens (*Zulieferer*) und wie wichtig sind sie?
- 3.4 Wer könnte Ihrer Meinung nach die Umsetzung solcher Qualitätsstandards kontrollieren?
- Spontanreaktionen
 - Wer käme am ehesten als Kontrollinstanz (Überprüfung der Umsetzung) in Frage? Wen würde man akzeptieren?
- 3.5 Wir haben vorher darüber gesprochen, ob und welche Ressourcen Sie in Ihrem übergeordneten Unternehmen und/oder dem GG-Betrieb (*Verpflegungsendanbieter*) / in Ihrem Unternehmen (*Zulieferer*) einsetzen, um Ihre Unternehmensphilosophie bezüglich gesundheitsfördernder GG umzusetzen. Bräuchte es nun zusätzliche spezifische Fachkräfte, um die erwähnten Qualitätsstandards in der Praxis umsetzen zu können/zu begleiten?
- Spontanreaktionen
 - *Falls ja*: Wer sollte das sein, welche Kompetenzen müsste man haben?
 - *Falls nein*: Begründung?
 - Wie sieht es diesbezüglich mit einem Weiterbildungsbedarf aus? Falls Bedarf besteht, wo? Falls kein Bedarf besteht, Begründung.
- 3.6 Wie sähen Ihre Erwartungen an die Kommunikation rund um die Qualitätsstandards aus?
- Spontanreaktionen
 - Wer soll von wem welche Informationen erhalten (Inhalte in Bezug auf Organisation, Ernährungswissen, Massnahmen, Angebote etc.)?

- In welcher Form würden Sie das bevorzugen (Broschüre, Internet, persönliche Beratung usw.)?
- 3.7 Wie beurteilen Sie das aktuell vorliegende Dokument als Kommunikations-Instrument formal und inhaltlich?
- Spontanreaktionen
- 3.8 Wir haben nun länger über mögliche Standards in der GG gesprochen und jetzt möchte ich Ihnen dazu noch kurz etwas zeigen: *Interviewerin zeigt das Fourchette Verte Logo, das auf der Website in deutscher und französischer Sprache zu finden ist. (Achtung: Fourchette Verte ist keine Konkurrenz!)* Können Sie mir dazu etwas sagen?
- Spontanreaktionen
 - Was bedeutet das Logo? Kennen Sie das Logo? Konkrete Erfahrungen damit?
 - *Falls Fourchette Verte nicht bekannt: Erklären, dass es in der F-CH das Fourchette Verte-Logo für gesunde, ausgewogene (équilibrée) Ernährung in Restaurants gibt. Was denken Sie darüber? (Achtung: der/die Interviewte soll das nicht als Konkurrenz/Kritik verstehen!)*
- 3.9 Ist Ihrer Meinung nach die Vergabe eines Qualitätssiegels/Logos (wie z.B. Fourchette Verte) oder eine Zertifizierung eine Garantie für einen höheren Gesundheitswert der Verpflegung?
- Spontanreaktionen
 - Sollten oder dürfen zertifizierte Nahrungsmittel – speziell falls Garant für Gesundheit – mehr kosten, um damit die Wertschätzung bei den Endkunden zu steigern (z.B. wie eine Premium-Marke)? Werden sie dann glaubwürdiger? *(Falls schon oben angesprochen, nochmals kurz ansprechen.)*
 - *Nur F-CH:* Braucht es ein neues Logo für die Qualitätsstandards zusätzlich zum Fourchette Verte-Logo?
- 3.10 *Falls Fourchette Verte bekannt ODER falls FV-Betrieb (F-CH):* Was kann man aus den Erfahrungen mit Fourchette Verte für die Qualitätsstandards lernen? *(Achtung InterviewerIn: Fourchette Verte ist keine Konkurrenz!?)*
- Spontanreaktionen
 - *Nur F-CH:* Braucht es ein neues Logo für die Qualitätsstandards zusätzlich zum Fourchette Verte-Logo?

3.11 *Nur in der F-CH:* Fühlt man sich in der F-CH isoliert vom Schweizer Verband für Spital-, Heim- und Gemeinschaftsgastronomie (SVG), der ausschliesslich in Deutsch kommuniziert und somit vor allem die Deutschschweizer Branche vertritt? Möchte man einen eigenen Verband für die F-CH (Verbands-Bedarf) oder die Zugehörigkeit zum SVG verstärken?

- Spontanreaktionen

3.12 Bevor wir zur letzten, zusammenfassenden Frage unseres Gespräches kommen, möchte ich Ihnen noch etwas zeigen. Im Vorfeld dieser Interviews haben wir mit Verpflegungsteilnehmenden über ihre Wünsche und Bedürfnisse bezüglich gesundheitsfördernder GG gesprochen und ein paar konkrete Vorschläge zusammengetragen.

InterviewerIn: Präsentation der Vorschläge aus den jeweiligen Bereichen (Business, Education, Care).

- Spontanreaktionen
- Was halten Sie von diesen Vorschlägen?
- Was wäre davon umsetzbar in Ihrem GG-Betrieb (*Verpflegungsendanbieter*) / in Ihrem Unternehmen (*Zulieferer*)? Mögliche Lösungsansätze?
- Und was wäre eher schwierig umsetzbar? Warum?

3.13 Kommen wir zum Abschluss unseres Gesprächs, nochmals ganz kurz möchte ich gerne von Ihnen hören:

- **Stichwort GG:** Was sind für Sie diesbezüglich die wichtigsten Punkte/Optimierungsmöglichkeiten/Probleme? – bitte denken Sie an alle Faktoren die eine GG betrifft.
- **Stichwort gesundheitsfördernde GG:** Verantwortung/Mittel und Wege zu einer besseren, gesünderen GG?
 - > Qualitätsstandards? In der ganzen Schweiz? Gesetze?
 - > Prognose: Wie sieht die Zukunft aus bezüglich der gesundheitsfördernden GG in der Schweiz? Wird/soll/kann sich etwas ändern?
 - > Was möchten Sie den Projektverantwortlichen für die Qualitätssandards mit auf den Weg geben?
 - > Gibt es zum Thema der gesundheitsfördernden GG noch etwas zu sagen, das bisher nicht erwähnt wurde, Ihnen aber als sehr wichtig erscheint?

Bedanken fürs Gespräch und Verabschiedung.

Gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie

Gesprächsleitfaden für ExpertInnen-Interviews
Zielsegment c: Aufsichtsbehörden, Ernährungsfachkräfte, AusbilderInnen

Zürich, Dezember 2009

publitest – mafo concept GmbH
Sonneggstrasse 88 – Postfach – 8042 Zürich
Telefon +41 43 268 09 53 – Fax +41 43 268 09 55
www.publitest.ch – request@publitest.ch



Qualitätsgarantie

Garantie de qualité

Garanzia di qualità

InterviewerIn: Begrüssung, Dank für Teilnahme am Projekt, Vertraulichkeit zusichern.

Publitest interviewt verschiedene Fachpersonen und Institutionen, die sich in ihrem Beruf mit Fragen der Ernährung auseinandersetzen. Es geht also nicht darum, einzelne Personen oder Institutionen zu „kontrollieren“, sondern wir sind interessiert daran, die Meinungen von ExpertInnen zum Thema gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie zu hören. (*Interviewerin: Qualitätsstandards für den Bereich GG werden erst im Verlauf des Gesprächs konkret angesprochen.*)

Teil 1: IST-/SOLL-Zustand der gesundheitsfördernden Gemeinschaftsgastronomie

1.1 Ich möchte mich mit Ihnen in diesem Gespräch über gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie in der Schweiz unterhalten. Welche Bedeutung hat Ihrer Meinung nach die GG für die Gesundheit der Bevölkerung im Allgemeinen (Bezug zu ernährungsbedingten Krankheiten, Problematik Übergewicht etc.)?

- Spontanreaktionen

InterviewerIn: Bitte im Folgenden den Experten/die Expertin immer nach den drei Bereichen Business, Education und Care differenzieren lassen und Antworten dementsprechend klar kennzeichnen!

1.2 Wie würden Sie aufgrund Ihrer persönlichen Meinung den heutigen **IST-Zustand** der gesundheitsfördernden GG in der Schweiz beschreiben?

- Spontanreaktionen
- Gibt es Unterschiede in den Bereichen Business, Care und Education? Welche und warum?

1.3 Und wie sieht für Sie persönlich der zukünftigen **SOLL-Zustand** der gesundheitsfördernden GG in der Schweiz aus?

- Spontanreaktionen
- Was braucht es alles? Was ist dringend notwendig?
- Wie kann man das erreichen?
- Gibt es dabei Unterschiede in den Bereichen Business, Care und Education? Welche und warum?

1.4 Wer ist Ihrer Meinung nach alles verantwortlich für eine gesundheitsfördernde GG? (Mögliche Antworten aus der ganzen Bandbreite: Anbieter, Lieferanten, Mitarbeitende der Mahlzeitenzubereitung und -ausgabe, End-Kunden, Bund, Gesetzgeber, Ernährungsfachleute, Krankenkassen usw.)

- Spontanreaktionen
- Wer alles nimmt Ihrer Meinung nach seine Verantwortung wahr und wo gibt es Schwierigkeiten? Warum?
- Sehen Sie mögliche Lösungsansätze?

1.5 Was können Sie in Ihrer Position dazu beitragen?

- Spontanreaktionen

1.6 Wie schätzen Sie persönlich das Image der GG bei den Endkunden ein?

- Spontanreaktionen
- Was sind positive Image-Faktoren?
- Was sind negative Image-Faktoren?
- Wie könnte das Image der GG Ihrer Meinung nach (noch) verbessert werden? (Mit gesünderer Küche? Oder sind andere Faktoren wichtiger, z.B. Ambiente etc.?)
- *Falls offen für Verbesserung*: Optimierungsvorschläge
- *Falls Verbesserung problematisch*: Erklärung warum

1.7 Würden Sie sagen, dass das GG-Angebot bzw. das betreffende Image für die End-Kunden sogar ein Entscheidungskriterium für/gegen einen Arbeitgeber/eine Ausbildungsstätte/ein Spital/Heim usw. sein kann?

- Spontanreaktionen
- *Falls ja*: Erklärung und Details warum
- *Falls nein*: Erklärung und Details warum
- Wie könnte das in Zukunft aussehen?

Teil 2: Vorstellungen/Meinungen zu Qualitätsstandards

2.1 Sie haben ja von uns die Unterlagen zu den Qualitätsstandards zugeschickt bekommen. (InterviewerIn: *Ev. kurz die relevanten Faktoren der Qualitätsstandards rekapitulieren und das umfassende Dokument vorlegen.*)

Was denken Sie darüber, haben Sie gedacht, als Sie die angesehen haben?

- Spontanreaktionen
- Was lösen diese Standards bei Ihnen aus?
- Sind Sie persönlich an einer Umsetzung der Qualitätsstandards interessiert? Besteht eine persönliche Motivation zur Umsetzung?
- Besteht Ihrer Meinung nach in der Branche Interesse an der Umsetzung der Qualitätsstandards?
- Sind diese Qualitätsstandards überhaupt notwendig für die GG? Warum?
- Was ist wichtig an den Qualitätsstandards?

2.2 Was spricht Ihrer Meinung nach alles für die Umsetzung geeigneter Massnahmen?

- Spontanreaktionen
- An welche konkreten Massnahmen denken Sie dabei?
- Was sind alle Faktoren, welche eine Umsetzung unterstützen?

2.3 Und welche Gründe sprechen gegen eine Umsetzung geeigneter Massnahmen?

- Spontanreaktionen
- An welche konkreten Massnahmen denken Sie dabei?
- Was sind alle Faktoren, welche bei einer Umsetzung im Weg stehen könnten?

2.4 In der F-CH gibt es das Fourchette Verte-Logo für gesunde, ausgewogene (*équilibrée*) Ernährung: *Interviewerin zeigt das Fourchette Verte Logo, das auf der Website in deutscher und französischer Sprache zu finden ist. (Achtung: Fourchette Verte ist keine Konkurrenz!)* Können Sie mir dazu etwas sagen?

- Spontanreaktionen
- Was bedeutet das Logo? Kennen Sie das Logo? Konkrete Erfahrungen damit?
- *Falls bereits Erfahrung mit Fourchette Verte:* Welche Bedeutung hat Fourchette Verte in der F-CH? Sind Ihrer Meinung nach Qualitätsunterschiede feststellbar bei diesen Restaurants im Vergleich mit anderen?
Was sind die Reaktionen der End-Kunden (Restaurant-Besucher)?

Sind Fourchette Verte-Angebote vergleichsweise teurer als andere? Begründung?

Gibt es weitere, konkrete Erfahrungen? Positive/Negative?

Was kann man aus den Erfahrungen mit Fourchette Verte für die Qualitätsstandards lernen?

Was wären Optimierungsmöglichkeiten?

2.5 Ist Ihrer Meinung nach die Vergabe eines Qualitätssiegels/Logos (wie z.B. Fourchette Verte) oder eine Zertifizierung eine Garantie für einen höheren Gesundheitswert der Verpflegung?

- Spontanreaktionen
- Sollten oder dürfen zertifizierte Nahrungsmittel – speziell falls Garant für Gesundheit – mehr kosten, um damit die Wertschätzung bei den Endkunden zu steigern (z.B. wie eine Premium-Marke)? Werden sie dann glaubwürdiger? (*Falls schon oben angesprochen, nochmals kurz ansprechen.*)
- *Nur F-CH:* Braucht es Ihrer Meinung nach ein separates Logo für die Qualitätsstandards zusätzlich zum bestehenden Logo von Fourchette Verte oder sollte man besser gemeinsam – d.h. mit einem gemeinsamen Logo – auftreten? Warum?

Teil 3: Vorstellungen zur Einbettung der Qualitätsstandards im Rahmen des „Nationalen Programms Ernährung und Bewegung 2008-2012“ (NPEB)

In der Schweiz gibt es bereits das „Nationale Programm Ernährung und Bewegung 2008-2012“: *InterviewerIn zeigt die NPEB-Broschüre und lässt den/die Experten/Expertin darin blättern.*

3.1 Können Sie mir dazu etwas sagen?

- Spontanreaktionen
- Sind Sie mit dem „Nationalen Programm Ernährung und Bewegung 2008-2012“ vertraut?
- *Wenn Inhalte einigermaßen bekannt:*
Könnten Sie sich eine Einbettung der Qualitätsstandards in dieses Programm vorstellen?
Falls ja: Wie könnte ein solche Einbettung Ihrer Meinung nach aussehen? Haben Sie dabei ganz konkrete Erwartungen? *Falls ja:* An wen? Und für wen erwarten Sie welchen Nutzen?

- 3.2 Wie könnte man Ihrer Meinung nach die beteiligten Zielgruppen (End-Kunden, Anbieter von GG, Lieferanten usw.) für eine gesündere GG motivieren (**Motivatoren**)?
- Spontanreaktionen
 - Mögliche Lösungsvorschläge?
- 3.3 Und wo sehen Sie Hindernisse/Barrieren/Demotivatoren, bei welchen Zielgruppen und warum (**Demotivatoren**)?
- Spontanreaktionen
 - Mögliche Verbesserungsvorschläge?
- 3.4 Wer ist Ihrer Meinung nach alles verantwortlich für die Umsetzung von Qualitätsstandards in der GG?
- Spontanreaktionen
 - Wäre eine Umsetzung in Kollektivverantwortung/Branchenverpflichtung zu wünschen oder ist es die Eigenverantwortung/Selbstverpflichtung des Anbieters, einzelner GG-Betriebe, oder auch der Konsumenten? Warum?
- 3.5 Wie sehen Sie Ihre eigene Rolle bei der Umsetzung der Standards?
- Spontanreaktionen
 - *Nur bei AusbildnerInnen*: Wie sehen Sie Ihre Rolle? In Zusammenarbeit mit Partnern oder selber verantwortlich? Warum?
- 3.6 Wer sollte Ihrer Meinung nach kontrollieren, ob die Umsetzung klappt und ob Richtlinien eingehalten werden?
- Spontanreaktionen
 - Wie sollte das konkret gemacht werden?
 - Welche rechtlichen Bestimmungen gibt es dabei zu beachten?
- 3.7 Wie sollte Ihrer Meinung nach mit den beteiligten Zielgruppen kommuniziert werden (formal, inhaltlich)?
- Spontanreaktionen
 - Unterscheiden sich die Bedürfnisse der Zielgruppen? Wenn ja, worin?

- Wie beurteilen Sie das aktuell vorliegende Dokument zu den Qualitätsstandards als Kommunikations-Instrument formal und inhaltlich?
Was ist positiv? Wo gibt es noch Verbesserungsmöglichkeiten? Welche?
- 3.8 Bevor wir zur letzten, zusammenfassenden Frage unseres Gesprächs kommen noch eine letzte Frage zu den Qualitätsstandards: Braucht es für eine erfolgreiche Umsetzung von Qualitätsstandards Ihrer Meinung nach noch zusätzlich irgend etwas, was Sie bis jetzt noch nicht angesprochen haben?
- Spontanreaktionen
 - Braucht es zusätzliche Ausbildungsangebote? Wenn ja, welche?
- 3.9 Kommen wir zum Abschluss unseres Gesprächs und damit zu einer Prognose: Wie sieht Ihrer Meinung nach die Zukunft aus bezüglich der gesundheitsfördernden GG in der Schweiz?
- Spontanreaktionen
 - Wird/soll/kann sich etwas ändern?
 - *Nur VertreterIn BAG:* Welchen Einfluss auf die Verpflegungsfinanzierung erwartet man von der Einführung von Fallpauschalen im Bereich Care? Darf diese die Umsetzung von gesundheitsfördernder Ernährung verhindern?
 - Was möchten Sie den Projektverantwortlichen für die Qualitätsstandards mit auf den Weg geben?
 - Gibt es zum Thema der gesundheitsfördernden GG noch etwas zu sagen, das bisher nicht erwähnt wurde, Ihnen aber als sehr wichtig erscheint?

Bedanken fürs Gespräch und Verabschiedung.

Gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie

Gesprächsleitfaden für Fokus-Gruppen Zielsegment d1:

Gemeinschaftsgastronomie-Teilnehmende in den Bereichen „Business“ und „Education“

Zürich, Dezember 2009

publitest – mafo concept GmbH
Sonneggstrasse 88 – Postfach – 8042 Zürich
Telefon +41 43 268 09 53 – Fax +41 43 268 09 55
www.publitest.ch – request@publitest.ch



Qualitätsgarantie



Garantie de qualité

Garanzia di qualità

ModeratorIn: Begrüssung der Teilnehmenden, Dank für Teilnahme am Projekt, Einleitung zum Thema Gruppendiskussion, Erklärung der Spielregeln (z.B. unterschiedliche Meinungen zulassen!), Sicherstellung der Anonymität, Erklärung zu Kamera und Übertragung in Nebenraum.

Nur Gruppe Education im Schulumfeld: Eltern und LehrerInnen werden von ModeratorIn gebeten, in dieser Diskussion sowohl ihre eigene Meinung als auch diejenige ihrer Kinder/SchülerInnen zu vertreten (aufgrund konkreter Erfahrungen und/oder projektiv).

Teil 1: Bedeutung der Gemeinschaftsgastronomie (=GG) im persönlichen Alltag (Dauer: ca. 40 Min.)

1.1 Wie Sie aus dem Rekrutierungsgespräch wissen, geht es in der heutigen Diskussion um das Thema „Verpflegung in der Gemeinschaftsgastronomie“, d.h. in der Mensa bzw. Betriebs- oder Personalrestaurants. Um Sie aber zuerst ein bisschen kennen zu lernen, nennen Sie mir bitte: Ihre/n Beruf/Schule/Ausbildungsstätte, Branche/Firma, in welcher Sie tätig sind und sich verpflegen (*bei Eltern/LehrerInnen der Gruppe Education: Alter ihrer Kinder/Schüler*).

- Alle Teilnehmenden äussern sich.

1.2 Nun interessiert es mich zu erfahren, wie Ihr persönlicher Ernährungs-Alltag aussieht, d.h. wo überall verpflegen Sie sich normalerweise (zu Hause, unterwegs, am Arbeitsort/in der Schule/Ausbildungsstätte usw.) und wie unterscheidet sich Ihre Ernährung in der GG von derjenigen bei Ihnen zu Hause?

- Alle Teilnehmenden äussern sich.

1.3 Bleiben wir nun beim Thema Verpflegung in der Gemeinschaftsgastronomie: Denken Sie an Ihren Alltag und die Verpflegung in der Mensa, dem Betriebs-/Personalrestaurant. Was fällt Ihnen dazu spontan alles ein?

- Spontanreaktionen (*ModeratorIn sammelt so viele Gedanken und Motive auf der Spontanabene wie möglich.*)
- Wie sieht die Ausser-Haus-Verpflegung im Geschäft/der Ausbildungsstätte konkret aus?
- Welche Bedeutung hat die Ausser-Haus-Verpflegung im Geschäft/der Ausbildungsstätte?

- Was ist bei der Ausser-Haus-Verpflegung besonders wichtig? Was weniger? (*ModeratorIn: Wer macht sich überhaupt Gedanken zum Thema gesündere Ernährung in der GG?*)
- Was alles ist positiv, entspricht den Erwartungen und was ist negativ, unbefriedigend? (*Beschreibung der IST-Situation; ModeratorIn notiert Inputs der Zielpersonen auf Flipchart.*)

1.4 Schildern Sie mir doch bitte, wie bei Ihnen persönlich der Entscheidungsprozess an der Speisenausgabe (an der Theke, am Buffet etc.; *Moderatorin: siehe Anhang Qualitätsstandards: Ausgabesysteme*) abläuft?

- Spontanreaktionen
- Was sind dabei alle Entscheidungskriterien (Gluscht, Hunger, Preis, Kalorien usw.)?
- Welches Kriterium ist das Entscheidende?
- Wie ist das bei Ihren Kolleginnen und Kollegen, was essen die und warum?

1.5 Wie ist eigentlich Ihrer Meinung nach das Image der Verpflegung in der Mensa, dem Betriebs-/Personalrestaurant?

- Spontanreaktionen
- Wie kann man dieses Image beschreiben? (Adjektive (z.B. modern, altmodisch, gemütlich, einfach), Bilder, Stimmungen usw.)
- Sind alle Mensen/Restaurants gleich oder gibt es Unterschiede?
- Was wirkt sich alles positiv auf das Image aus (z.B. günstig, viel Abwechslung)?
- Und was wirkt sich alles negativ auf das Image aus (z.B. Masse, „Einheitsbrei“)?
- Was hört man diesbezüglich von KollegInnen?
- War das GG-Angebot ein Entscheidungskriterium für diesen Arbeitgeber/diese Ausbildungsstätte?

1.6 Wie könnte die Ausser-Haus-Verpflegung Ihrer Meinung nach verbessert werden? Gibt es konkrete Optimierungsmöglichkeiten (z.B. mehr Auswahl, frischere/gesündere Produkte)? Fehlt etwas? (*Beschreibung der SOLL-Situation; ModeratorIn notiert Inputs der Zielpersonen auf Flipchart*)?

- Spontanreaktionen
- Gibt es weitere persönliche Wünsche, Bedürfnisse, Vorstellungen rund um den Ernährungs-Alltag im Geschäft/der Ausbildungsstätte (schnell, günstig, Ab-

wechslung, Ort der Begegnung, Kommunikation, Ambiente usw.)?

Teil 2: Bedeutung Thema Ernährung/Gesundheit (Dauer: ca. 30 Min.)

2.1 *Falls noch nicht spontan thematisiert:* Kommen wir nun zum Thema Ernährung: Was verstehen Sie persönlich unter „gesunder Ernährung“ bzw. was bedeutet für Sie „gesund“ und „ungesund“?

- Spontanreaktionen
- Welchen Stellenwert hat für Sie persönlich eine gesunde Ernährung (zu Hause, unterwegs, am Arbeitsort/in der Schule, Ausbildungsstätte usw.)?
- Welche Bedeutung hat Ihrer Meinung nach die Ernährung für die Gesundheit der Bevölkerung im Allgemeinen (Bezug zu ernährungsbedingten Krankheiten, Problematik Übergewicht)?
- Wer ist Ihrer Meinung nach alles dafür verantwortlich, dass man sich gesünder ernährt (jede/r selber, Lehrer/Eltern, SchülerInnen, GG-Anbieter, Lieferanten, Kontrollstellen usw.)?
- Was erwartet man diesbezüglich von den Anbietern von GG?

2.2 Gemäss der Schweizerischen Gesellschaft für Ernährung (SGE) wird unter gesunder bzw. gesundheitsfördernder Ernährung eine ausgewogene, bedarfsgerechte Ernährung auf Basis der SGE-Lebensmittelpyramide verstanden (*Interviewerin: Erläuterung der Empfehlungen zum gesunden und genussvollen Essen/Trinken der SGE auf Basis der Lebensmittelpyramide: Ausgewogene Mischkost, ausreichende Zufuhr von Energie etc.*).

- Wer würde von sich selber sagen, dass sie/er sich in der GG schon gesund bzw. ausgewogen gemäss den Empfehlungen der SGE ernährt?
(ModeratorIn zählt die aufgestreckten Hände für „gesunde Ernährung“.)
- Und wer möchte sich in der GG eigentlich gesünder bzw. ausgewogener ernähren als bisher, ist also bereit, etwas am eigenen Verhalten zu ändern?
(ModeratorIn zählt die aufgestreckten Hände für „Bereit zur Veränderung“)

- Und wer möchte an seiner Ernährung in der GG nichts ändern, auch wenn man vielleicht nicht unbedingt gesund bzw. ausgewogen isst, d.h. wer möchte nicht unbedingt auf Gesundheit achten und möchte das auch so belassen?

(ModeratorIn zählt die aufgestreckten Hände für „so belassen“)

Jetzt interessiert es mich von denjenigen, die sich eigentlich gerne gesünder bzw. ausgewogener ernähren würden, zu erfahren, was Sie denn motivieren könnte, sich gesünder bzw. ausgewogener zu ernähren?

- Spontanreaktionen *(Was ist mit denjenigen, die nichts ändern wollen? Gründe?)*
- Mögliche **Motivatoren**: Preisreduktion für „Gesundes“, separate Theke für Gesundes, Punkte sammeln und gewinnen usw.
- Mögliche **Demotivatoren**: Gemüse schmeckt nicht, von Gesundem wird man nicht satt, einfallslose Gerichte, zu teuer usw.
(ModeratorIn notiert Inputs der Zielpersonen auf Flipchart.)

2.3 Hat sich Ihre Sichtweise bezüglich gesunder Ernährung in der Vergangenheit verändert, d.h. wie hat man früher gedacht im Gegensatz zu heute (z.B. haben jüngere SchülerInnen andere Bedürfnisse als ältere)?

- Spontanreaktionen

2.4 Informationsverhalten: Wie und wo informiert man sich über gesunde Ernährung? Wünscht man Standards, Richtlinien, Logos, Gütesiegel bei der GG?

- Spontanreaktionen
- Wer soll über gesunde Ernährung informieren (z.B. GG-Betriebe selber, BAG)? In welcher Form (z.B. Broschüren, Internet)?
- Wäre man bereit, für zertifizierte GG-Angebote mit Logo mehr zu bezahlen?
- *Nur F-CH: Kenntnis und Bedeutung des Fourchette Verte-Logos in der Zielgruppe? (Moderatorin zeigt Logo, das auf der Website in deutscher und französischer Sprache zu finden ist, und gibt kurze Erklärung. Achtung: Fourchette Verte ist KEINE Konkurrenz!)*
- *Nur F-CH: Gibt es konkrete Erfahrungen mit Fourchette Verte-zertifizierten GG-Betrieben? Positives/Negatives?*

PAUSE (Dauer: ca. 10 Min.)

Teil 3: Diskussion Qualitätsstandards und Workshop (Dauer: ca. 40 Min.)

3.1 Im letzten Teil unserer Diskussion möchte ich Ihnen nun Ideen und Vorschläge vorstellen, wie gesundheitsfördernde GG konkret aussehen könnte.

ModeratorIn stellt relevante Faktoren gesundheitsfördernder GG aus Sicht von „Good practice-Gemeinschaftsgastronomie“ und der Forschungsgruppe vor und lässt diese von der Gruppe kommentieren/diskutieren.

- Spontanreaktionen
- Interesse/Motivation zur Umsetzung im persönlichen Verpflegungs-Alltag?
- Braucht es diese Qualitätsstandards in der GG?
- Gründe, welche für die Umsetzung gesundheitsfördernder Ernährung in der GG sprechen? (*Moderatorin: Zuerst Spontanreaktionen abwarten, dann mit Beispielen nachstützen, z.B. bessere Arbeits-/Lernleistung durch gesunde Ernährung*)
- Gründe, welche gegen eine Umsetzung in der GG sprechen? (*Moderatorin: Zuerst Spontanreaktionen abwarten, dann mit Beispielen nachstützen, z.B. finanzielle, strukturelle Barrieren*)
- Was wird im eigenen Betrieb/der eigenen Schule/Ausbildungsstätte konkret bereits mit Hinblick auf gesundheitsfördernde Ernährung umgesetzt, angeboten?
- Erfahrungen: Positives/Negatives?
- *Nur F-CH:* Braucht es zusätzlich zu Fourchette Verte ein neues Logo für die Qualitätsstandards oder wäre das zu viel?

3.2 **Workshop:** Versuchen wir nun, das alles, worüber wir bis jetzt gesprochen haben, zusammenzufügen. Dafür können Sie sich in zwei Gruppen zusammensetzen und gemeinsam eine „ideale“ Verpflegungssituation (bezüglich Preis/Leistung, Qualität, Abwechslung, Spass, Gesundheit bzw. Ausgewogenheit, Ambiente, Art des Schöpfens usw.) erarbeiten.

Gruppenzusammensetzung: Zielpersonen werden von Moderatorin in die Gruppen „gesund ernähren“ bzw. „so belassen“ und „bereit zur Veränderung“ eingeteilt.

Bitte notieren Sie auf Karten alles, was Sie zu einer gesünderen bzw. ausgewogeneren Ernährung gemäss den Empfehlungen der SGA (auf Basis der Ernährungspyramide) in der Mensa/dem Restaurant **motivieren** könnte in grün und was Sie als **demotivierend** empfinden in rot. (Anschliessend diskutieren wir Ihre Ideen gemeinsam und versuchen, daraus so konkrete Vorschläge wie möglich abzuleiten.)

ModeratorIn händigt beiden Gruppen Karten und Schreibzeug aus und steht den Gruppen für Fragen bzw. zur Unterstützung zur Seite.

- 3.3 **Schlussrunde:** Tragen wir jetzt zusammen, was Sie erarbeitet haben (*ModeratorIn gruppiert erläuternd Themen, notiert konkrete Ideen für Motivatoren und Demotivatoren auf Flipchart; Hinweis für Moderatorin: Bitte Foto von Flipchart machen!*).

Nun möchte ich die gesammelten roten und grünen Stichworte nochmals gewichten:

Sie haben alle 5 grüne und 5 rote Punkte vor sich auf dem Tisch liegen. Bitte verteilen Sie diese nun auf dem Flipchart und geben Sie jenen Ideen für Motivatoren, die Sie persönlich als besonders motivierend für gesündere Ernährung in der Mensa/dem Restaurant erleben, besonders viele grüne Punkte. Mit den roten Punkten kennzeichnen Sie nach dem gleichen System jene Ideen für Demotivatoren, die Sie persönlich als besonders demotivierend empfinden. Sie können die genannten Ideen also durch die Anzahl Punkte gewichten.

Gemeinsame Betrachtung des Ergebnisses, Kommentar der Gruppe?

Zum Schluss würde ich gerne von Ihnen erfahren, ob Sie nun zukünftig bereit wären, Ihr Verhalten in Richtung einer gesünderen Ernährung in der GG zu ändern? Bitte fühlen Sie sich ganz frei, mir ehrlich zu antworten! Wie sieht es jetzt mit der Bereitschaft aus, etwas am eigenen Verhalten zu ändern? Wer wäre bereit, zukünftig etwas im eigenen Ernährungsverhalten in der GG zu verändern? (*ModeratorIn zählt die aufgestreckten Hände für „bereit zur Veränderung“ und vergleicht das Resultat mit demjenigen vor dem Workshop.*)

Begründung von jeder einzelnen Person in der Gruppe:

- Warum würden Sie zukünftig etwas verändern?
- Warum würden Sie zukünftig nichts verändern?

Möchte jemand dem Gespräch noch etwas anfügen? Dann vielen Dank fürs Mitmachen!

Verteilen der Incentives und Verabschiedung.

Gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie

Gesprächsleitfaden für Einzelexplorationen
Zielsegment d2: Gemeinschaftsgastronomie-
Teilnehmende und/oder Bezugs-personen im Be-
reich „Care“

Zürich, Dezember 2009

publitest – mafo concept GmbH
Telefon +41 43 268 09 53 – Fax +41 43 268 09 55
www.publitest.ch – request@publitest.ch



Qualitätsgarantie

Garantie de qualité

Garanzia di qualità

InterviewerIn: Begrüßung, Dank für Teilnahme am Projekt, Vertraulichkeit zusichern.

Wichtige Anmerkungen vor dem Interview für die interviewte Person:

Publitest interviewt verschiedene Personen in verschiedenen Spitälern/Heimen/Seniorenresidenzen. Es geht also nicht darum, eine einzelne Institution zu „kontrollieren“, sondern einfach darum, Erfahrungen und Bedürfnisse von BewohnerInnen/PatientInnen/BetreuerInnen usw. zu sammeln.

Wird das Interview mit Betreuungspersonen/Angehörigen geführt, werden diese gebeten, primär die Meinungen der BewohnerInnen/PatientInnen zu vertreten. Eigene Meinungen von Betreuungspersonen/Angehörigen werden von InterviewerIn speziell gekennzeichnet.

Teil 1: Bedeutung der Gemeinschaftsgastronomie (=GG) im persönlichen Alltag im Heim/in der Seniorenresidenz/im Spital

1.1 Ich möchte mich mit Ihnen über Ihren Alltag hier im Heim/in der Seniorenresidenz/im Spital unterhalten und zwar interessiert es mich, wie das hier so ist mit der Verpflegung, den Mahlzeiten, dem Essen?

- Spontanreaktionen
- Was gibt es sonst noch alles zu erzählen zum Thema der Verpflegung hier?
- Wo nehmen Sie in der Regel die Mahlzeiten ein?

Begriffserklärung durch InterviewerIn: Das, wovon wir jetzt gesprochen haben – also die Verpflegung, das Essen, die Mahlzeiten im Heim/der Seniorenresidenz/im Spital und das ganze Drumherum – nennt man auch Gemeinschaftsgastronomie.

1.2 Welche Bedeutung hat die GG für Sie persönlich hier im Spital, im Heim, in der Seniorenresidenz? (*InterviewerIn: Hat man das Gefühl, dass die GG etwas zur „Gesundwerdung“ oder „Aufrechterhaltung der Gesundheit“ beiträgt?*)

- Spontanreaktionen

- 1.3 Was ist Ihnen dabei besonders wichtig? Was weniger (z.B. Preis/Leistung, Abwechslung, etwas Feines essen, Ort der Begegnung, Kommunikation)?
- Spontanreaktionen
- 1.4 Was alles ist positiv, entspricht den Erwartungen und was ist negativ, unbefriedigend? (*Beschreibung der IST-Situation*)
- Spontanreaktionen
- 1.5 Wie ist das hier: Können Sie auswählen, was Sie essen und trinken möchten?
Wenn ja: Schildern Sie doch bitte, wie bei Ihnen persönlich der Entscheidungsprozess bei der Verpflegung im Heim/in der Seniorenresidenz/im Spital abläuft.
- Spontanreaktionen
 - Gibt es Auswahlmöglichkeiten beim Menu? Sind Sie damit zufrieden?
 - Worauf achten Sie, wenn Sie Ihr Essen auswählen (Gluscht, Hunger, körperliche Verfassung, Kalorien usw.)?
 - Was essen Sie normalerweise?
 - Wie ist das bei anderen BewohnerInnen/PatientInnen/BetreuerInnen?
- 1.6 Wie ist eigentlich Ihrer Meinung nach das Image der Verpflegung im Spital, im Heim, in der Seniorenresidenz?
- Spontanreaktionen
 - Wie kann man dieses Image beschreiben) (Adjektive (z.B. modern, steril, gemütlich, einfach), Bilder, Gefühle usw.)
 - Denken Sie, dass es Unterschiede zwischen verschiedenen Spitälern/Heimen/Seniorenresidenzen gibt?
 - Was wirkt sich alles positiv auf das Image aus (z.B. gesundes Essen, viel Abwechslung)?
 - Und was wirkt sich alles negativ auf das Image aus (z.B. „Einheitsbrei“)?
 - Was hören Sie diesbezüglich von anderen BewohnerInnen/PatientInnen/ BetreuerInnen?
- 1.7 Wie könnte die Verpflegungssituation im Heim/in der Seniorenresidenz/im Spital Ihrer Meinung nach verbessert werden? Gibt es konkrete Optimierungsmöglichkeiten (z.B.

mehr Auswahl, frischere/gesündere Produkte)? Fehlt etwas?
(Beschreibung der SOLL-Situation)

- Spontanreaktionen
- Gibt es weitere persönliche Wünsche und Bedürfnisse im Zusammenhang mit der GG (z.B. Abwechslung, Ort der Begegnung, Ambiente, Kommunikation)?

Teil 2: Bedeutung Thema Ernährung/Gesundheit

2.1 *Falls noch nicht spontan thematisiert:* Kommen wir nun zum Thema Ernährung: Können Sie mir sagen, was Sie persönlich unter „gesunder Ernährung“ verstehen?

- Spontanreaktionen
- Was bedeutet für Sie denn genau „gesund“ und „ungesund“?

2.2 Wie wichtig ist Ihnen persönlich gesunde Ernährung?

- Spontanreaktionen

2.3 Gemäss der Schweizerischen Gesellschaft für Ernährung (SGE) wird unter gesunder bzw. gesundheitsfördernder Ernährung eine ausgewogene, bedarfsgerechte Ernährung auf Basis der SGE-Lebensmittelpyramide verstanden (*Interviewerin: Erläuterung der Empfehlungen zum gesunden und genussvollen Essen/Trinken der SGE auf Basis der Lebensmittelpyramide: Ausgewogene Mischkost, ausreichende Zufuhr von Energie etc.*). Würden Sie von sich sagen, dass Sie sich hier gesund bzw. ausgewogen gemäss den Empfehlungen der SGE ernähren?

- Spontanreaktionen
- Wären Sie bereit, Ihr Verhalten zu ändern und sich hier (noch) gesünder bzw. ausgewogener zu ernähren?

2.4 Wie wichtig ist die Ernährung Ihrer Meinung nach in Bezug auf Ihr „Gesund-Bleiben“/ „Gesund-Werden“ hier im Heim/Spital/der Seniorenresidenz usw.?

- Spontanreaktionen
- Und welche Bedeutung hat Ihrer Meinung nach die Ernährung für die Gesundheit der Bevölkerung im Allgemeinen? (Bezug zu ernährungsbedingten Krankheiten, Übergewicht etc.)?

- 2.5 Was könnte Sie denn **motivieren**, sich hier gesünder zu ernähren (z.B. Preisreduktion für „Gesundes“, mehr Auswahl, Punkte sammeln und gewinnen)?
- Spontanreaktionen
- 2.6 Was wirkt eher **demotivierend** (z.B. Gemüse schmeckt nicht, einfallslose Gerichte, zu teuer)?
- Spontanreaktionen
- 2.7 Hat sich Ihre Sichtweise bezüglich gesunder Ernährung in der Vergangenheit verändert, d.h. wie haben Sie früher gedacht im Gegensatz zu heute?
- Spontanreaktionen
- 2.8 Wer ist denn Ihrer Meinung nach alles verantwortlich dafür, damit man sich gesünder ernährt (Jede/r selber, Heim-/Spitalleitung, Betriebsleiter/in der GG, Küchenchef/in, Produktionsleiter/in, Lieferanten, Kontrollstellen, Gesetzgeber usw.)?
- Spontanreaktionen
 - Ev. Gegenüberstellung der Sichtweisen von BewohnerIn/Bezugsperson
- 2.9 Was erwarten Sie bezüglich dieser Verantwortung von den Anbietern von GG hier im Heim/Spital/der Seniorenresidenz usw.?
- Spontanreaktionen
 - Können Sie sich hier so gesund ernähren, wie Sie es möchten?
 - Fehlt etwas, könnte man etwas besser machen?
 - Wie ist das bei den anderen hier im Heim/Spital/der Seniorenresidenz, was essen die und warum?
- 2.10 Informationsverhalten: Wie und wo informieren Sie sich über gesunde Ernährung?
- Spontanreaktionen
 - Wer soll über gesunde Ernährung informieren (z.B. Spital/Heim/Residenz selber, BAG)? In welcher Form (z.B. Broschüren, Internet)?
- 2.11 Wünschen Sie sich Standards, Richtlinien, Logos, Gütesiegel bei der GG?

- Spontanreaktionen
- Wäre man bereit, für zertifizierte GG-Angebote (mit Logo) in einem Heim/Spital/einer Seniorenresidenz mehr zu bezahlen?
- *Nur F-CH: Ist Fourchette Verte ein Begriff? (InterviewerIn ev. Logo zeigen, das auf der Website in deutscher und französischer Sprache zu finden ist) Bekanntheit? Bedeutung des Logos? Konkrete Erfahrungen mit Logo? (Achtung: Fourchette Verte ist keine Konkurrenz!)*

Teil 3: Diskussion Qualitätsstandards und „ideale“ Verpflegungssituation

3.1 Im letzten Teil möchte ich Ihnen nun Ideen und Vorschläge vorstellen, wie gesundheitsfördernde GG konkret aussehen könnte.

InterviewerIn stellt relevante Faktoren gesundheitsfördernder GG aus Sicht von „Good practice-Gemeinschaftsgastronomie“ und der Forschungsgruppe vor und lässt diese von der Zielperson kommentieren.

- Spontanreaktionen
- Interesse/Motivation zur Umsetzung im persönlichen Ernährungs-Alltag im Heim/Spital/der Seniorenresidenz?

3.2 Braucht es Ihrer Meinung nach solche Qualitätsstandards in der GG im Heim/Spital/der Seniorenresidenz?

- Spontanreaktionen
- Gründe, welche für die Umsetzung gesundheitsfördernder Ernährung in der GG sprechen?
- Gründe, welche gegen eine Umsetzung sprechen?

3.3 Was wird hier im Heim/Spital/der Seniorenresidenz bereits im Hinblick auf gesundheitsfördernde Ernährung umgesetzt, angeboten?

- Spontanreaktionen
- Erfahrungen: Gibt es Positives/Negatives zu berichten?
- *Nur falls Fourchette Verte bekannt: Braucht es zusätzlich zu Fourchette Verte ein neues Logo für die Qualitäts-Standards oder wäre das zu viel?*

3.4 Zum Abschluss möchte ich gerne, dass Sie versuchen, aus dem Besprochen eine für Sie persönlich „ideale“ Verpflegungssituation hier im Heim/Spital/der Seniorenresidenz zu beschreiben (Preis/Leistung, Qualität, Abwechslung, Spass, Gesundheit usw.)!

- Spontanreaktionen
- Was alles **motiviert**, sich gesünder zu ernähren (z.B. besseres Körpergefühl)?
- Was wirkt eher **demotivierend** (z.B. Gluscht auf Ungesundes)?

3.5 Welche konkreten Vorschläge für eine gesundheitsfördernde GG im Heim/Spital/der Seniorenresidenz können wir nun daraus ableiten?

- Spontanreaktionen

3.6 Zum Schluss unseres Gesprächs würde ich nun gerne von Ihnen erfahren, ob Sie nun zukünftig bereit wären, Ihr Verhalten in Richtung einer gesünderen Ernährung hier im Heim/Spital/der Seniorenresidenz zu ändern? Bitte fühlen Sie sich ganz frei, mir ehrlich zu antworten!

- Warum würden Sie zukünftig etwas verändern?
- Warum würden Sie zukünftig nichts verändern?

Möchten Sie dem Gesagten noch etwas anfügen? Dann vielen Dank fürs Mitmachen!

Ausgabe Incentive und Verabschiedung.

Restauration collective promouvant la santé

**Guide pour les entretiens avec les experts du
segment cible a: direction/management
d'entreprise/ institutions avec offres de RC
dans les domaines «Business», «Education» et
«Care»**

Zurich, décembre 2009

publitest – mafo concept GmbH
Sonneggstrasse 88 – Postfach – 8042 Zürich
Téléphone +41 43 268 09 53 – Fax +41 43 268 09 55
www.publitest.ch – request@publitest.ch



Qualitätsgarantie

Garantie de qualité

Garanzia di qualità

Enquêteur/euse: salutations, remerciement pour la participation au projet, assurer la confidentialité des données.

Remarques importantes avant l'entretien pour la personne interrogée:

Publitest mène des enquêtes auprès de différentes personnes de différentes entreprises/institutions avec des offres de restauration collective. Il ne s'agit donc pas de «contrôler» certaines personnes ou institutions, mais d'entendre les avis des décideurs dans ces entreprises/institutions sur le thème de la restauration collective promouvant la santé. (*Enquêteur: La RC promouvant la santé/les standards de qualité pour le domaine de la RC seront concrètement mentionnés pendant l'entretien, pas avant.*)

1ère partie: Informations sur l'entreprise/l'institution qui offre de la restauration collective /philosophie / stratégie d'entreprise

1.1 Pour commencer cet entretien à propos des RC, je désirerais recueillir quelques informations à propos de votre entreprise/institution:

- Nombre de collaborateurs/d'écopliers/de résidents etc. dans votre entreprise/institution?
- Nombre de participants aux repas de RC dans l'entreprise - donc restaurant du personnel ou restaurant d'entreprise, restaurant universitaire, cuisine d'hôpital ou de foyer, menus de midi etc. - en moyenne par jour?
- Offre de RC dans l'ensemble de l'entreprise/l'institution: Combien de cuisines/restaurants universitaires/restaurants/caféterias/automates à nourriture etc. ? Y a-t-il de la restauration partielle/totale etc. ?

1.2 Pouvez-vous me décrire brièvement les participants aux repas concernant leur âge, leur sexe, leurs besoins, leurs habitudes etc. ? (*Enquêteur: Y a-t-il p.ex. plus d'hommes, de femmes, un travail éprouvant physiquement ou le contraire; de quoi ont besoin les enfants, les jeunes etc.*)

- Laisser décrire succinctement

- Y a-t-il quelque chose de particulier dans ce contexte qu'il est intéressant de mentionner?
- 1.3 Selon vous, quels sont les besoins des clients finaux de la RC dans votre entreprise/ votre institution?
- Réactions spontanées
 - Est-ce que ces souhaits et besoins sont sondés?
 - *Si oui*: Comment exactement?
 - *Si non*: Pourquoi pas?
- 1.4 Selon vous, est-ce que la RC/nourriture est un élément important pour la satisfaction et la santé (*dans le domaine Care en plus*: « pour le rétablissement ») des participants aux repas dans votre entreprise/ votre institution?
- Réactions spontanées
- 1.5 Iriez-vous même jusqu'à dire que votre offre de RC est un critère de décision en faveur de votre entreprise/institution lorsque quelqu'un choisit son employeur (*Business*) / son centre de formation (*Education*) / son hôpital (*Care*)?
- Réactions spontanées
 - *Si oui*: Explications et détails pourquoi
 - *Si non*: Explications et détails pourquoi
- 1.6 Venons-en maintenant à la philosophie de votre entreprise spécialement concernant le thème de la nourriture/cuisines collectives: qu'est-ce que vous pouvez dire là-dessus?
- Réactions spontanées (*pour les points qui ont déjà été mentionnés plus haut, éventuellement les rediscuter si cela est pertinent*)

Est-ce que le thème de la santé et de la promotion de la santé est un élément de votre philosophie d'entreprise? (*Reprendre ici les éléments déjà mentionnés à ce sujet, les discuter à fond*)

- *Si oui*: Quelles mesures sont envisagées pour la promotion de la santé dans votre philosophie d'entreprise?
Est-ce que des ressources (par exemple du personnel, des connaissances/capacités, des moyens financiers)

sont mises à disposition pour l'application de mesures appropriées à la promotion de la santé?

Par qui?

Avez-vous des quelconques prescriptions et/ou des buts concernant la promotion de la santé dans votre entreprise/institution ?

- *Si non*: Pourquoi pas?

1.7 Qui décide de la mise en œuvre de mesures visant à promouvoir la santé dans votre entreprise/institution?

- Réactions spontanées
- D'après quels critères seront prises vos décisions dans le domaine de la RC dans votre entreprise/votre institution (coût/utilité, qualité, croissance, etc.) ? Quels critères sont essentiels selon vous? Pourquoi?

1.8 Qui décide de la mise en œuvre de mesures visant à promouvoir la santé aux interfaces de votre entreprise/institution?

- Réactions spontanées

Interface Business: management de l'entreprise/restauration du personnel vs. Consommateur/personnel/collaborateur/employés de l'entreprise.

Interface Education: autorité/restauration de l'école vs. Direction de l'école/parents d'élèves/élèves/fournisseurs.

Interface Care: Traitement (médecins, soignants, conseillers en nutrition) vs. Consommateur/patient/proches/cuisine (diététique).

1.9 OÙ y a-t-il éventuellement des problèmes? Pourquoi?
Seulement dans le domaine Care: le forfait par cas pourrait-il nuire à la mise en oeuvre d'une alimentation promouvant la santé?

- Réactions spontanées
- Quelle influence sur l'alimentation ainsi que sur les finances est attendue?

1.10 Selon vous, ya-t-il des règles qui rendent obligatoires la mise en oeuvre de mesures de promotion de la santé? (*par exemple dans le domaine Education: Le droit à des places d'accueil parascolaires et à une alimentation adéquate*) ?

- *Si oui*: Quelles mesures y a-t-il, à quoi ressemblent ces mesures? Pourront-elles être appliquées en principe? Y a-t-il des incitations structurelles/financières?
- *Si non*: Pourquoi pas? Y a-t-il certains obstacles structurels ou financiers?

1.11 Comment évaluez-vous personnellement la réputation de la RC auprès des clients finaux? (*Encore une fois pour résumer au sujet de la RC de l'entreprise/institution concernée...*)

- Réactions spontanées
- Quels sont les facteurs positifs pour la réputation?
- Quels sont les facteurs négatifs pour la réputation?
- Selon, comment la réputation de la RC pourrait-elle être (encore) améliorée dans votre entreprise/institution? (Avec une cuisine plus saine? Ou d'autres facteurs sont-ils plus importants, p.ex. l'ambiance etc.)
- *Si amélioration possible*: Propositions d'optimisation
- *Si amélioration problématique*: Explications pourquoi

2e partie: Importance du thème de la nutrition/de la santé

2.1 J'aimerais maintenant aborder plus précisément le thème de l'alimentation: Qu'entendez-vous personnellement par «alimentation saine»?

- Réactions spontanées
- Quelle importance une alimentation saine a-t-elle pour vous-même?

Ajouter: Est-ce que des mots-clés comme : pyramide de l'alimentation, teneur en graisse, teneur en sel, proportion protéines/hydrates de carbone/graisse/fibres alimentaires etc., dosage, produits frais, produits régénérés, cuisine de saison, durée de stockage, durée jusqu'à la distribution etc. sont clairs pour vous?

2.2 Maintenant, j'aimerais vous demander de manière plus générale, sans tenir compte de votre entreprise/institution: Selon vous, quelle est l'importance de l'alimentation pour la santé dans la population en général (rapport à des maladies liées à l'alimentation, problématique du surpoids)?

- Réactions spontanées

2.3 Selon vous, qui est responsable pour une RC promouvant la santé?

(Réponses possibles de toute la gamme: Fournisseurs, distributeurs, collaborateurs de la préparation et de la distribution des repas, clients finaux, Confédération, législateur, professionnels de la nutrition, assurances maladie etc.) ?)

- Réactions spontanées
- Selon vous, qui est conscient de ses responsabilités et où se trouvent les difficultés? Pourquoi?
- Voyez-vous des solutions possibles?
- Qui décide de l'offre de restauration, qui devrait prendre cette décision? *(en général, dans toute la Suisse)*
- *Si pas encore répondu:* Trouvez-vous que votre entreprise/institution contribue un peu/beaucoup à cela? Et vous personnellement, quelle est votre position?

2.4 Que signifie pour votre entreprise/institution le fait de ne pas avoir de standards de qualité valables dans toute la Suisse pour la RC?

- Réactions spontanées

3e partie: Idées/opinions à propos des standards de qualité et mise en oeuvre pratique

3.1 *L'enquêteur récapitule brièvement les facteurs pertinents des standards de qualité (le récapitulatif des standards de qualité a été envoyé aux experts avant l'entretien). Vous avez reçu de notre part un document avec un résumé des standards de qualité - qu'en pensez-vous, qu'avez-vous pensé lorsque vous les avez regardés?*

- Réactions spontanées
- Quelle réaction ces standards provoquent-ils chez vous?

Poser toutes les questions suivantes en tenant compte de ce qui a déjà été discuté! Pour les points qui se répètent, répondre brièvement en résumant!

- Intérêts/motivation à la mise en oeuvre?

- Ces standards de qualité sont-ils véritablement nécessaires/importants pour la RC? Pourquoi?
- Qui est responsable pour la mise en oeuvre de standards de qualité dans la RC?
Une mise en oeuvre serait-elle souhaitable dans le cadre d'une responsabilité collective/d'une obligation de la branche ou est-ce la responsabilité propre/le devoir individuel du fournisseur, des seuls services de RC ou même des consommateurs? Pourquoi?
- Est-ce que des prescriptions légales/une réglementation étatique sont nécessaires?
Si oui: Pourquoi?
- Si non: Pourquoi pas? Est-ce que des prescriptions légales partielles auraient du sens (par exemple l'établissement de critères-clés, mais lesquels)? Ou pourrait-on plutôt se baser sur une mise en oeuvre totalement volontaire?
- Qu'attendez-vous d'une application de ces standards de qualité dans votre entreprise/institution?
- Avez-vous déjà appliqué de tels standards?
Si oui: Pourquoi? Quelles étaient les raisons principales pour l'application de ces mesures dans votre entreprise/institution (par exemple avantages par rapport à la concurrence, participants à la RC satisfaits et en bonne santé)?

3.2 Quels sont ou étaient pour vous les facteurs de motivation les plus importants pour l'application de standards de qualité dans votre entreprise/institution ?

- Réactions spontanées
- Quelles seraient les propositions de solution idéales ? Comment pourraient-elles être réalisées au mieux?

3.3 Qu'est-ce qui n'est plutôt pas applicable?

- Réactions spontanées
- Quels sont les obstacles possibles ou les gênes possibles à la mise en oeuvre (p.ex. financiers, structurels, manque de savoir-faire/d'intérêt de la part de l'entreprise/de l'institution) et quelle est leur importance?

3.4 Selon vous, qui pourrait contrôler la mise en oeuvre de tels standards de qualité?

- Réactions spontanées
- Qui serait le plus adapté comme instance de contrôle (contrôle de l'application)? Qui serait accepté?

3.5 Auparavant, nous avons discuté la question si votre entreprise/institution utilisait des ressources pour mettre en oeuvre votre philosophie d'entreprise en matière de RC promouvant la santé et quelles ressources elle utilisait. Faudrait-il des professionnels supplémentaires pour pouvoir mettre en pratique/accompagner l'application les standards de qualité mentionnés?

- Réactions spontanées
- *Si oui*: Qui devrait-ce être, quelles compétences devrait-il avoir?
- *Si non*: Justification?
- Qu'en est-il dans ce contexte du besoin en formation continue? S'il existe un besoin, où se situe-t-il? Si pas de besoin, justification.

3.6 Quelles seraient vos attentes en matière de communication autour des standards de qualité?

- Réactions spontanées
- Qui devrait recevoir quelles informations de qui (contenus en rapport avec l'organisation, les connaissances en matière de nutrition, les mesures, les offres, etc.)?
- Sous quelle forme préféreriez-vous ces informations (brochures, Internet, conseils personnels etc.)?

3.7 Comment jugez-vous la forme et le contenu du présent document en tant qu'instrument de communication?

- Réactions spontanées

3.8 Nous avons maintenant beaucoup parlé des standards possibles dans la RC et je voudrais maintenant encore rapidement vous montrer quelque chose là-dessus: *L'enquêteur montre le logo de la Fourchette Verte qui se trouve sur le site web en langues allemande et française. (Attention: Fourchette Verte n'est pas un concurrent!)* Pouvez-vous me dire quelque chose à ce sujet?

- Réactions spontanées
- Que signifie le logo? Connaissez-vous le logo? Avez-vous vécu des expériences concrètes avec celui-ci?

- *Si la Fourchette Verte n'est pas connue: expliquer qu'il existe le logo de la Fourchette Verte en Suisse romande pour une alimentation saine et équilibrée dans les restaurants. Qu'en pensez-vous? (Attention: la personne interrogée ne doit pas voir cela comme une critique/de la concurrence!)*

3.9 Selon vous, l'octroi d'un label/logo de qualité (comme Fourchette Verte) ou d'un certificat est-il une garantie pour une alimentation plus saine?

- Réactions spontanées
- Les aliments certifiés - spécialement s'ils sont garants d'une meilleure santé - doivent-ils ou peuvent-ils être plus chers afin d'augmenter leur valorisation par le client final (p.ex. comme une marque de première qualité)? Deviennent-ils plus crédibles? (*si déjà mentionné, revenir brièvement sur le sujet.*)
- *Seulement en Suisse romande:* En plus de Fourchette Verte, faudrait-il un nouveau logo pour les standards de qualité ou serait-ce trop?

3.10 Avant d'en venir à la dernière question de notre entretien, qui fera office de résumé, je voudrais encore vous montrer quelque chose. En préparation de cet entretien, nous avons parlé avec des participants aux repas de leurs souhaits et leurs besoins concernant la RC promouvant la santé et nous avons recueilli quelques propositions concrètes.

Enquêteur: Présentation des propositions des différents domaines (Business, Education, Care).

- Réactions spontanées
- Que pensez-vous de ces propositions?
- Lesquelles seraient applicables dans votre entreprise/votre institution? Solutions possibles?
- Et qu'est-ce serait plutôt difficile à mettre en oeuvre? Pourquoi?

3.11 Venons-en au terme de notre entretien, je voudrais que vous me disiez encore brièvement:

- **Mot-clé RC:** Quels sont pour vous dans ce contexte les points/les possibilités d'optimisation/les problèmes

les plus importants ? - Veuillez penser à tous les facteurs qui concernent la RC.

- **Mot-clé RC promouvant la santé:** responsabilité/moyens et voies pour une RC améliorée et plus saine ?

-> Standards de qualité? Dans toute la Suisse? Lois?

->Pronostic: A quoi ressemble l'avenir de la RC promouvant la santé en Suisse? Quelque chose va-t-il/doit-il/peut-il changer?

-> Quel conseil aimeriez-vous donner aux responsables du projet pour les standards de qualité?

-> Avez-vous encore quelque chose à ajouter au thème de la RC promouvant la santé que vous n'avez pas encore mentionné et qui semble particulièrement important?

Remerciements pour l'entretien et adieux.

Restauration collective promouvant la santé

Guide d'entretien pour les entretiens avec les experts du segment cible b: distributeurs/fournisseurs finaux de RC dans les domaines «Business», «Education» et «Care»

Zurich, décembre 2009

publitest – mafo concept GmbH
Sonneggstrasse 88 – Postfach – 8042 Zürich
Téléphone +41 43 268 09 53 – Fax +41 43 268 09 55
www.publitest.ch – request@publitest.ch



Qualitätsgarantie Garantie de qualité Garanzia di qualità

Enquêteur/euse: salutations, remerciement pour la participation au projet, assurer la confidentialité des données.

Remarques importantes avant l'entretien pour la personne interrogée:

Publitest mène des enquêtes auprès de différentes personnes de différentes entreprises ou institutions avec des

- 1) **offres de restauration collective (RC)** - un service de RC (p.ex. un restaurant du personnel) étant un prestataire de services dans une entreprise ou une institution, géré à l'interne (unité d'entreprise interne) ou depuis l'extérieur) et qui fait donc partie de l'entreprise «au sens large»

- 2), ou **des distributeurs pour la RC.**

Il ne s'agit donc pas de «contrôler» une seule entreprise, mais d'entendre les avis des décideurs dans ces entreprises sur le thème de la restauration collective promouvant la santé. (*Enquêteur: La RC promouvant la santé/les standards de qualité pour le domaine de la RC seront concrètement mentionnés pendant l'entretien, pas avant.*)

1ère partie 1: Informations sur l'entreprise qui offre de la RC ou le distributeur de RC concernant la RC/ la philosophie / stratégie d'entreprise

- 1.1 Pour commencer cet entretien sur la RC je voudrais recueillir quelques informations sur votre entreprise (*seulement fournisseurs finaux de restauration: l'entreprise dirigeant le service de RC*):

Pour les fournisseurs finaux de restauration (chef de service, chef de cuisine, chef de production) dans la RC:

- Nombre de collaborateurs dans votre service de RC?
- Nombre moyen de participants aux repas par jour?
- Offre de RC sous votre responsabilité: Combien de cuisines/cantines/restaurants/caféterias etc.? ? Y a-t-il de la restauration partielle/totale etc. ?

Pour les distributeurs (chef de service/chef de production) de la RC:

- Nombre de collaborateurs?
- Portefeuille de clients (branches/domaines de la RC, taille, besoins)?
- Nombre total de participants au repas par jour chez les clients de RC fournis?

- 1.2 *Seulement pour les fournisseurs de restauration:* Pouvez-vous me décrire brièvement les participants aux repas concernant leur âge, leur sexe, leurs besoins, leurs habitudes etc. ? (*Enquêteur: Y a-t-il p.ex. plus d'hommes, de femmes, un travail éprouvant physiquement ou le contraire; de quoi ont besoin les enfants, les jeunes etc.*)
- Laisser décrire succinctement
 - Y a-t-il quelque chose de particulier dans ce contexte qu'il est intéressant de mentionner?
- 1.3 Selon vous, quelle importance ont les souhaits et les besoins de vos clients finaux de RC?
- Réactions spontanées
 - *Seulement fournisseurs finaux de restauration:* Ces besoins et ces exigences sont-ils sondés dans votre service de RC? (*Remarque pour l'investigateur: ceci est exigé dans les standards de qualité.*)
 - *Si oui:* Comment exactement?
 - *Si non:* Pourquoi pas?
- 1.4 *Pour les fournisseurs finaux de restauration:* Selon vous, est-ce que la RC/nourriture est un élément important pour la satisfaction et la santé (*dans le domaine Care en plus: « pour le rétablissement »*) des participants aux repas?
Pour les distributeurs: Selon vous, est-ce que la RC/alimentation est un élément important pour la satisfaction et la santé des clients finaux à la restauration, donc les consommateurs?
- Réactions spontanées
- 1.5 *Pour les fournisseurs finaux de restauration:* Iriez-vous même jusqu'à dire que votre offre de RC est un critère de décision en faveur de votre entreprise/institution lorsque quelqu'un choisit son employeur(*Business*) / son centre de formation (*Education*) / son hôpital (*Care*)•?
- Réactions spontanées
 - *Si oui:* Explications et détails pourquoi
 - *Si non:* Explications et détails pourquoi
- Pour les distributeurs:* Comment vous positionnez-vous sur le marché (le marché hors du domicile, l'hôtellerie)? Où se situent vos forces et où pourriez-vous vous améliorer?

- Réactions spontanées

1.6 Venons-en maintenant à la philosophie de votre entreprise spécialement concernant le thème de la nourriture/cuisines collectives: qu'est-ce que vous pouvez dire là-dessus?

- Réactions spontanées (*pour les points qui ont déjà été mentionnés plus haut, éventuellement les rediscuter si cela est pertinent*)

Est-ce que le thème de la santé et de la promotion de la santé est un élément de la philosophie de votre entreprise supérieure et/ou de votre service de RC (*Fournisseurs finaux de restauration*) / votre entreprise (*distributeurs*)?(*Reprendre ici les éléments mentionnés plus haut à ce sujet, discuter plus en profondeur.*)

- *Si oui*: Quelles mesures sont envisagées pour la promotion de la santé dans votre philosophie d'entreprise?
Est-ce que des ressources (par exemple du personnel, des connaissances/capacités, des moyens financiers) sont mises à disposition pour l'application de mesures appropriées à la promotion de la santé?
Par qui?
Avez-vous des prescriptions ou des buts à atteindre en matière de promotion de la santé dans votre entreprise au sens large et/ou votre service de RC (*fournisseurs finaux de restauration*) /dans votre entreprise (*distributeurs*)
- *Si non*: Pourquoi pas?

1.7 Qui décide de la mise en œuvre de mesures visant à promouvoir la santé dans ...

a) *Pour les fournisseurs finaux de restauration*: ... Votre entreprise au sens large/votre service de RC? (*Remarque pour l'enquêteur: Théoriquement, les décisions peuvent être prises à deux niveaux.*)

b) *Pour les distributeurs*: ... Votre entreprise de distribution?

- Réactions spontanées
- Quel rôle jouent à ce propos les collaborateurs de la RC/préparation des repas? (Comment veut-on, peut-on ou doit-on s'engager? Action proactive vs. désir de pouvoir participer à la discussion?)

1.8 Qui décide aux interfaces de la mise en œuvre de mesures visant à promouvoir la santé?

- Réactions spontanées

Interface Business: management de l'entreprise/restauration du personnel vs. Consommateur/personnel/collaborateur/employés de l'entreprise.
Interface Education: autorité/restauration de l'école vs. Direction de l'école/parents d'élèves/élèves/fournisseurs.
Interface Care: Traitement (médecins, soignants, conseillers en nutrition) vs. Consommateur/patient/proches/cuisine (diététique).

- Où y a-t-il éventuellement des problèmes? Pourquoi?

1.9 *Seulement dans le domaine Care: le forfait par cas pourrait-il nuire à la mise en oeuvre d'une alimentation promouvant la santé?*

- Réactions spontanées
- Quelle influence sur l'alimentation ainsi que sur les finances est attendue?

1.10 *Selon vous, ya-t-il des règles qui rendent obligatoires la mise en oeuvre de mesures de promotion de la santé? (par exemple dans le domaine Education: Le droit à des places d'accueil parascolaires et à une alimentation adéquate) ?*

- *Si oui:* Quelles mesures y a-t-il, à quoi ressemblent ces mesures? Pourront-elle être appliquées en principe? Y a-t-il des incitations structurelles/financières?
- *Si non:* Pourquoi pas? Y a-t-il certains obstacles structurels ou financiers?

1.11 *Comment évaluez-vous personnellement la réputation de la RC auprès des clients finaux? (Encore une fois pour récapituler le thème de la RC dans l'entreprise au sens large et/ou le service de RC (fournisseurs finaux de restauration) / l'entreprise (distributeurs)...))*

- Réactions spontanées
- Quels sont les facteurs positifs pour la réputation?
- Quels sont les facteurs négatifs pour la réputation?
- Selon vous, comment la réputation de la RC pourrait-elle encore être améliorée dans votre entreprise au sens large et/ou le service de RC (fournisseurs finaux de restauration) / dans votre entreprise (distributeurs)? (Avec une cuisine plus saine? Ou d'au-

tres facteurs sont-ils plus importants, p.ex. l'ambiance etc. ?)

- *Si amélioration possible*: Propositions d'optimisation
- *Si amélioration problématique*: Explications pourquoi

2e partie: Importance du thème de la nutrition/de la santé

2.1 J'aimerais maintenant aborder plus précisément le thème de l'alimentation: Qu'entendez-vous personnellement par «alimentation saine»?

- Réactions spontanées
- Quelle importance une alimentation saine a-t-elle pour vous-même?
- *Seulement fournisseurs finaux de restauration*: Selon vous, qu'est-ce qui fait partie de la RC (par exemple aménagement de l'espace, aspects sociaux)?

Ajouter: Est-ce que des mots-clés comme : pyramide de l'alimentation, teneur en graisse, teneur en sel, proportion protéines/hydrates de carbone/graisse/fibres alimentaires etc., dosage, produits frais, produits régénérés, cuisine de saison, durée de stockage, durée jusqu'à la distribution etc. sont clairs pour vous?

2.2 Maintenant, j'aimerais vous demander de manière plus générale, sans tenir compte de votre entreprise (au sens large)/ service de RC: Selon vous, quelle est l'importance de l'alimentation pour la santé dans la population en général (rapport à des maladies liées à l'alimentation, problématique du surpoids)?

- Réactions spontanées

2.3 Selon vous, qui est responsable pour une RC promouvant la santé?

(Réponses possibles de toute la gamme: Fournisseurs, distributeurs, collaborateurs de la préparation et de la distribution des repas, clients finaux, Confédération, législateur, professionnels de la nutrition, assurances maladie etc.)?)

- Réactions spontanées
- Selon vous, qui est conscient de ses responsabilités et où se trouvent les difficultés? Pourquoi?
- Voyez-vous des solutions possibles?

- Qui décide de l'offre de restauration, qui devrait prendre cette décision? (*en général, dans toute la Suisse*)
- *Si pas encore répondu*: Trouvez-vous que votre entreprise (au sens large) mais aussi le service de RC contribuent un peu/beaucoup à cela? Et vous personnellement, quelle est votre position?

2.4 *Seulement pour les fournisseurs finaux de restauration*: Que signifie pour votre entreprise/institution le fait de ne pas avoir de standards qualité valables dans toute la Suisse pour la RC?

- Réactions spontanées

3e partie: Idées/opinions à propos des standards de qualité et mise en oeuvre pratique

3.1 *L'enquêteur récapitule brièvement les facteurs pertinents des standards de qualité (le récapitulatif des standards de qualité a été envoyé aux experts avant l'entretien). Vous avez reçu de notre part un document avec un résumé des standards de qualité - qu'en pensez-vous, qu'avez-vous pensé lorsque vous les avez regardés?*

- Réactions spontanées
- Quelle réaction ces standards provoquent-ils chez vous?

Poser toutes les questions suivantes en tenant compte de ce qui a déjà été discuté! Pour les points qui se répètent, répondre brièvement en résumant!

- Intérêts/motivation à la mise en oeuvre?
- Ces standards de qualité sont-ils véritablement nécessaires/importants pour la RC? Pourquoi?
- Qui est responsable pour la mise en oeuvre de standards de qualité dans la RC?
Une mise en oeuvre serait-elle souhaitable dans le cadre d'une responsabilité collective/d'une obligation de la branche ou est-ce la responsabilité propre/le devoir individuel des seuls services de RC, de leurs entreprises au sens large et de leurs distributeurs ou même des consommateurs? Pourquoi?
- Est-ce que des prescriptions légales/une réglementation étatique sont nécessaires ?

Si oui: Pourquoi?

- Si non: Pourquoi pas? Est-ce que des prescriptions légales partielles auraient du sens (par exemple l'établissement de critères-clés, mais lesquels)? Ou pourrait-on plutôt se baser sur une mise en œuvre totalement volontaire?
- Qu'attendez-vous de l'application de ces standards de qualité dans votre service de RC mais aussi dans votre entreprise au sens large (*fournisseurs finaux de restauration*) / dans votre entreprise (*distributeur*)?
- Avez-vous déjà appliqué de tels standards?
Si oui: Pourquoi? Quelles étaient les raisons principales pour l'application de ces mesures dans votre entreprise (au sens large), respectivement dans votre service de RC (p.ex. avantages par rapport à la concurrence, participants à la RC satisfaits et en bonne santé)?

3.2 Quels sont ou étaient pour vous les facteurs de motivation les plus importants pour l'application de standards de qualité dans votre entreprise (au sens large), respectivement dans votre service de RC?

- Réactions spontanées
- Quelles seraient les propositions de solution idéales? Comment pourraient-elles être réalisées au mieux?

3.3 Qu'est-ce qui n'est plutôt pas applicable?

- Réactions spontanées
- Quels sont les obstacles possibles ou les gênes possibles à la mise en œuvre (p.ex. financiers, structurels, manque de savoir-faire/d'intérêt) de la part de votre entreprise au sens large ou de votre service de RC (*fournisseurs finaux de restauration*) / de votre entreprise (*fournisseurs*) et quelle est leur importance?

3.4 Selon vous, qui pourrait contrôler la mise en œuvre de tels standards de qualité?

- Réactions spontanées
- Qui serait le plus adapté comme instance de contrôle (contrôle de l'application)? Qui serait accepté?

3.5 Auparavant, nous avons discuté la question si votre entreprise au sens large et/ou votre service de RC (*fournisseurs finaux de restauration*) / votre entreprise (*distributeurs*) utilisait des ressources pour mettre en œuvre votre philosophie d'entreprise en matière de RC pro-

mouvant la santé et quelles ressources elle utilisait. Faudrait-il des professionnels supplémentaires pour pouvoir mettre en pratique/accompagner l'application les standards de qualité mentionnés?

- Réactions spontanées
- *Si oui*: Qui devrait-ce être, quelles compétences devrait-il avoir?
- *Si non*: Justification?
- Qu'en est-il dans ce contexte du besoin en formation continue? S'il existe un besoin, où se situe-t-il? Si pas de besoin, justification.

3.6 Quelles seraient vos attentes en matière de communication autour des standards de qualité?

- Réactions spontanées
- Qui devrait recevoir quelles informations de qui (contenus en rapport avec l'organisation, les connaissances en matière de nutrition, les mesures, les offres, etc.)?
- Sous quelle forme préféreriez-vous ces informations (brochures, Internet, conseils personnels etc.)?

3.7 Comment jugez-vous la forme et le contenu du présent document en tant qu'instrument de communication?

- Réactions spontanées

3.8 Nous avons maintenant beaucoup parlé des standards possibles dans la RC et je voudrais maintenant encore rapidement vous montrer quelque chose là-dessus: *L'enquêteur montre le logo de la Fourchette Verte qui se trouve sur le site web en langues allemande et française. (Attention: Fourchette Verte n'est pas un concurrent!) Pouvez-vous me dire quelque chose à ce sujet?*

- Réactions spontanées
- Que signifie le logo? Connaissez-vous le logo? Avez-vous vécu des expériences concrètes avec celui-ci?
- *Si la Fourchette Verte n'est pas connue: expliquer qu'il existe le logo de la Fourchette Verte en Suisse romande pour une alimentation saine et équilibrée dans les restaurants. Qu'en pensez-vous? (Attention: la personne interrogée ne doit pas voir cela comme une critique/de la concurrence!*

3.9 Selon vous, l'octroi d'un label/logo de qualité (comme Fourchette Verte) ou d'un certificat est-il une garantie pour une alimentation plus saine?

- Réactions spontanées
- Les aliments certifiés - spécialement s'ils sont garants d'une meilleure santé - doivent-ils ou peuvent-ils être plus chers afin d'augmenter leur valorisation par le client final (p.ex. comme une marque de première qualité)? Deviennent-ils plus crédibles? (*si déjà mentionné, revenir brièvement sur le sujet.*)
- *Seulement en Suisse romande:* En plus de Fourchette Verte, faudrait-il un nouveau logo pour les standards de qualité ou serait-ce trop?

3.10 *Si Fourchette Verte connue ou si service FV (Suisse romande):* Que peut-on apprendre de l'expérience avec Fourchette Verte pour les standards de qualité? (*Remarque pour l'enquêteur: Fourchette Verte n'est pas un concurrent!*)

- Réactions spontanées
- *Seulement en Suisse romande:* En plus de Fourchette Verte, faudrait-il un nouveau logo pour les standards de qualité ou serait-ce trop?

3.11 *Seulement en Suisse romande:* vous sentez-vous isolé de l'Association suisse de restauration collective dans les hôpitaux et les foyers (SVG) qui communique uniquement en allemand et représente ainsi surtout la branche en Suisse allemande? Faudrait-il une association propre pour la Suisse romande (besoin d'une association) ou améliorer les rapports avec la SVG?

- Réactions spontanées

3.12 Avant d'en venir à la dernière question de notre entretien, qui fera office de résumé, je voudrais encore vous montrer quelque chose. En préparation de cet entretien, nous avons parlé avec des participants aux repas de leurs souhaits et leurs besoins concernant la RC promouvant la santé et nous avons recueilli quelques propositions concrètes.

Enquêteur: Présentation des propositions des différents domaines (Business, Education, Care).

- Réactions spontanées
- Que pensez-vous de ces propositions?

- Laquelle serait applicable dans votre service de RC (*fournisseurs finaux de restauration*)/ dans votre entreprise (*fournisseurs*)? Solutions possibles?
- Et qu'est-ce serait plutôt difficile à mettre en oeuvre? Pourquoi?

3.13 Venons-en au terme de notre entretien, je voudrais que vous me disiez encore brièvement:

- **Mot-clé RC:** Quels sont pour vous dans ce contexte les points/les possibilités d'optimisation/les problèmes les plus importants ? - Veuillez penser à tous les facteurs qui concernent la RC.
- **Mot-clé RC promouvant la santé:** responsabilité/moyens et voies pour une RC améliorée et plus saine ?
 - > Standards de qualité? Dans toute la Suisse? Lois?
 - >Pronostic: A quoi ressemble l'avenir de la RC promouvant la santé en Suisse? Quelque chose va-t-il/doit-il/peut-il changer?
 - > Quel conseil aimeriez-vous donner aux responsables du projet pour les standards de qualité?
 - > Avez-vous encore quelque chose à ajouter au thème de la RC promouvant la santé que vous n'avez pas encore mentionné et qui semble particulièrement important?

Remerciements pour l'entretien et adieux.

Restauration collective promouvant la santé

Guide d'entretien pour les entretiens avec les experts du segment cible c: autorités de surveillance, professionnels de la nutrition, formateurs

Zurich, décembre 2009

publitest – mafo concept GmbH
Sonneggstrasse 88 – Postfach – 8042 Zürich
Téléphone +41 43 268 09 53 – Fax +41 43 268 09 55
www.publitest.ch – request@publitest.ch



Qualitätsgarantie

Garantie de qualité

Garanzia di qualità

Enquêteur/euse: salutations, remerciement pour la participation au projet, assurer la confidentialité des données.

Publitest interroge différents spécialistes et institutions qui sont confrontés à la question de la nutrition dans leur profession. Il ne s'agit donc pas de «contrôler» certaines personnes ou institutions, mais d'entendre les avis des experts sur le thème de la restauration collective promouvant la santé. (*Enquêteur: Les standards de qualité pour le domaine de la RC seront concrètement mentionnés pendant l'entretien, pas avant.*)

1ère partie: situation réelle/idéale de la restauration collective promouvant la santé

1.1 J'aimerais m'entretenir avec vous à propos de la restauration collective promouvant la santé en Suisse. Selon vous, quelle est l'importance de l'alimentation pour la santé dans la population en général (rapport à des maladies liées à l'alimentation, problématique du surpoids)?

- Réactions spontanées

Enquêteur: veuillez distinguer l'expert/l'experte selon les trois domaines Business, Education et Care et marquer les réponses de manière correspondante!

1.2 Comment décririez-vous selon votre opinion personnelle la **situation réelle** actuelle en matière de RC promouvant la santé en Suisse?

- Réactions spontanées
- Y a-t-il des différences entre les domaines Business, Care et Education? Lesquelles et pourquoi?

1.3 Et comment se présenterait pour vous la **situation idéale** de la RC promouvant la santé en Suisse?

- Réactions spontanées
- Qu'est-ce qui est nécessaire? Qu'est-ce qui est urgent?
- Comment peut-on parvenir à cela?
- Y a-t-il des différences entre les domaines Business, Care et Education? Lesquelles et pourquoi?

- 1.4 Selon vous, qui est responsable pour une RC promouvant la santé? (*Réponses possibles de toute la gamme: Fournisseurs, distributeurs, collaborateurs de la préparation et de la distribution des repas, clients finaux, Confédération, législateur, professionnels de la nutrition, assurances maladie etc.*)
- Réactions spontanées
 - Selon vous, qui est conscient de ses responsabilités et où se trouvent les difficultés? Pourquoi?
 - Voyez-vous des solutions possibles?
- 1.5 Dans votre position, quelle contribution pouvez-vous apporter?
- Réactions spontanées
- 1.6 Comment évaluez-vous personnellement la réputation de la RC auprès des clients finaux?
- Réactions spontanées
 - Quels sont les facteurs positifs pour la réputation?
 - Quels sont les facteurs négatifs pour la réputation?
 - Selon, comment la réputation de la RC pourrait-elle être (encore) améliorée? (Avec une cuisine plus saine? Ou d'autres facteurs sont-ils plus importants, p.ex. l'ambiance etc. ?)
 - *Si amélioration possible*: Propositions d'optimisation
 - *Si amélioration problématique*: Explications pourquoi
- 1.7 Diriez-vous que l'offre de RC ou sa réputation pourrait même être un critère décisif pour/contre un employeur/un centre de formation/un hôpital/un foyer etc.?
- Réactions spontanées
 - *Si oui*: Explications et détails pourquoi
 - *Si non*: Explications et détails pourquoi
 - Quelle pourrait être la situation à l'avenir?

2e partie: Idées/opinions à propos des standards de qualité

- 2.1 Vous avez reçu nos documents concernant les standards de qualité. (*Enquêteur: év. récapituler rapidement les facteurs pertinents des standards de qualité et présenter le document récapitulatif.*)

Qu'en pensez-vous, qu'avez-vous pensé lorsque vous les avez lus?

- Réactions spontanées
- Quelle réaction ces standards provoquent-ils chez vous?
- Êtes-vous personnellement intéressé à la mise en oeuvre de ces standards? Avez-vous une motivation personnelle à la mise en oeuvre?
- Selon vous, y a-t-il un intérêt dans la branche pour une mise en oeuvre des standards de qualité?
- Ces standards de qualité sont-ils véritablement nécessaires pour la RC? Pourquoi?
- Qu'est-ce qui est important dans ces standards de qualité?

2.2 Selon vous, quels sont les arguments en faveur de la mise en oeuvre de mesures appropriées?

- Réactions spontanées
- À quelles mesures concrètes pensez-vous?
- Quels sont les facteurs qui facilitent la mise en oeuvre?

2.3 Et quelles raisons seraient en défaveur de la la mise en oeuvre de mesures appropriées?

- Réactions spontanées
- À quelles mesures concrètes pensez-vous?
- Quels sont les facteurs qui gênent la mise en oeuvre?

2.4 En Suisse romande, il y a le logo Fourchette Verte pour une alimentation saine, équilibrée: *L'enquêteur montre le logo Fourchette Verte qui est disponible sur le site Internet en langue française et allemande. (Attention: Fourchette Verte n'est pas un concurrent!)* Pouvez-vous me dire quelque chose à ce sujet?

- Réactions spontanées
- Que signifie le logo? Connaissez-vous le logo? Avez-vous vécu des expériences concrètes avec celui-ci?
- *Si expérience avec Fourchette Verte:*
Quelle est l'importance de Fourchette Verte en Suisse romande?
Selon vous, y a-t-il des différences de qualité sensibles entre ces restaurants et les autres?
Quelles sont les réactions des clients finaux (les clients des restaurants)?

Les offres Fourchette Verte sont-elles plus chères en comparaison avec les autres? Raison?

Avez-vous vécu d'autres expériences concrètes? Positives/négatives?

Que peut-on apprendre de l'expérience de Fourchette Verte pour les standards de qualité?

Quelles seraient les possibilités d'amélioration?

2.5 Selon vous, l'octroi d'un label/logo de qualité (comme Fourchette Verte) ou d'un certificat est-il une garantie pour une alimentation plus saine?

- Réactions spontanées
- Les aliments certifiés - spécialement s'ils sont garants d'une meilleure santé - doivent-ils ou peuvent-ils être plus chers afin d'augmenter leur valorisation par le client final (p.ex. comme une marque de première qualité)? Deviennent-ils plus crédibles? (*si déjà mentionné, revenir brièvement sur le sujet.*)
- *Seulement en Suisse romande:* Selon vous, faudrait-il un logo distinct pour les standards de qualité en plus de Fourchette Verte ou serait-il préférable de collaborer - c'-à-d. avec un logo commun? Pourquoi?

3e partie: avis sur l'intégration des standards de qualité dans le cadre du «Programme national alimentation et activité physique 2008-2012» (PNAAP)

En Suisse, il existe déjà le «Programme national alimentation et activité physique 2008-2012»: *L'enquêteur montre la brochure du PNAAP et laisse l'expert le feuilleter.*

3.1 Pouvez-vous me dire quelque chose à ce sujet?

- Réactions spontanées
- Connaissez-vous bien le «Programme national alimentation et activité physique 2008-2012»?
- *Si les contenus sont relativement bien connus:* Pouvez-vous vous imaginer une intégration des standards de qualité dans ce programme?
Si oui: À quoi pourrait ressembler une telle intégration selon vous? Avez-vous des attentes concrètes à ce sujet? Si oui: de la part de qui? Et quels avantages attendez-vous pour quelle partie?

3.2 Selon vous, Comment pourrait-on motiver les groupes cibles impliqués (clients finaux, fournisseurs de RC, dis-

tributeurs etc.) à mettre en oeuvre une RC plus saine (**motivations**)?

- Réactions spontanées
- Avez-vous des propositions de solutions?

3.3 Et où se trouvent les obstacles/les barrières/les facteurs décourageants, pour quels groupes cibles et pourquoi (**obstacles**)?

- Réactions spontanées
- Propositions de solutions possibles?

3.4 Selon vous, qui est responsable pour la mise en oeuvre de standards de qualité dans la RC?

- Réactions spontanées
- Une mise en oeuvre serait-elle souhaitable dans le cadre d'une responsabilité collective/d'une obligation de la branche ou est-ce la responsabilité propre/le devoir individuel du fournisseur, des seuls services de RC ou même des consommateurs? Pourquoi?

3.5 Comment voyez-vous votre propre rôle dans la mise en oeuvre des standards?

- Réactions spontanées
- *Seulement pour les formateurs*: Comment voyez-vous votre rôle? En collaboration avec des partenaires ou en tant que seuls responsables? Pourquoi?

3.6 Selon vous, qui devrait vérifier si la mise en oeuvre est une réussite et si les lignes directrices sont respectées?

- Réactions spontanées
- Comment cela devrait-il se passer concrètement?
- Quelles dispositions légales devraient être respectées?

3.7 Selon vous, comment faudrait-il communiquer avec les groupes cibles impliqués (de manière formelle, par le contenu)

- Réactions spontanées
- Les groupes cibles ont-ils des besoins différents? Si oui, en quoi?

- Comment jugez-vous la forme et le contenu du présent document sur les standards de qualité s'il devait servir d'instrument de communication?
Qu'est-ce qui est positif? Où y a-t-il encore des points à améliorer? Lesquels?
- 3.8 Avant de passer à la dernière question de notre entretien, qui fera office de résumé, j'aimerais encore vous poser une question à propos des standards de qualité: Selon vous, manque-t-il encore quelque chose pour réussir la mise en oeuvre de ces standards de qualité, que vous n'avez pas encore mentionné?
- Réactions spontanées
 - Faut-il des offres de formation supplémentaires? Si oui, lesquelles?
- 3.9 Venons-en à la conclusion de notre entretien, je vais vous demander un pronostic: selon vous, à quoi ressemble l'avenir de la RC promouvant la santé en Suisse?
- Réactions spontanées
 - Quelque chose va-t-il/doit-il/peut-il changer?
 - *Seulement représentant OFSP*: Quel est l'impact attendu de l'introduction des forfaits par cas dans le domaine Care sur le financement de la restauration? Cette introduction peut-elle empêcher la mise en oeuvre d'une alimentation promouvant la santé?
 - Quel conseil aimeriez-vous donner aux responsables du projet pour les standards de qualité?
 - Avez-vous encore quelque chose à ajouter au thème de la RC promouvant la santé que vous n'avez pas encore mentionné et qui semble particulièrement important?

Remerciements pour l'entretien et adieux.

Restauration collective promouvant la santé

**Guide d'entretien pour groupes de discussion du
segment-cible d1: participants à la restaura-
tion collective dans les domaines «Business» et
«Education»**

Zurich, décembre 2009

publitest – mafo concept GmbH
Sonneggstrasse 88 – Postfach – 8042 Zürich
Téléphone +41 43 268 09 53 – Fax +41 43 268 09 55
www.publitest.ch – request@publitest.ch



Qualitätsgarantie

Garantie de qualité

Garanzia di qualità

Animateur: bienvenue aux participants, merci pour la participation au projet, introduction au thème de la discussion de groupe, explication des règles du jeu (p.ex. autoriser les avis différents!), garantie de l'anonymité, explications sur la caméra et la retransmission dans la pièce voisine.

Uniquement pour le groupe Education en milieu scolaire: Les parents et les enseignants sont priés par l'animateur de représenter leurs propres intérêts aussi bien que ceux de leurs enfants/élèves (sur la base d'expériences concrètes et/ou de manière projective).

1ère partie: Importance de la Restauration collective (=RC) au quotidien (durée: env. 40 min.)

1.1 Comme vous l'avez appris lors de l'entretien de recrutement, le thème de notre discussion sera «l'alimentation dans la restauration collective», c'-à-d. dans la cantine ou le restaurant d'entreprise ou du personnel. Mais tout d'abord, j'aimerais en apprendre un peu sur vous, veuillez me dire: votre profession/école/centre de formation, la branche/l'entreprise dans laquelle vous êtes actif et vous vous restaurez (*pour les parents/enseignants du groupe Education: l'âge de vos enfants/élèves*).

- Tous les participants répondent.

1.2 J'aimerais maintenant savoir à quoi ressemble votre quotidien au niveau de la restauration, c'-à-d. où vous nourrissez-vous normalement (à la maison, en route, sur le lieu de travail/à l'école/au centre de formation etc.) et comment votre alimentation dans la RC se distingue-t-elle de celle chez vous?

- Tous les participants répondent.

1.3 Venons-en maintenant au thème de l'alimentation dans la restauration collective: pensez à votre quotidien et à la nourriture dans la cantine, le restaurant d'entreprise/du personnel. Qu'est-ce qui vous vient spontanément à l'esprit?

- Réactions spontanées (*l'animateur rassemble autant de pensées et de motifs spontanés que possible.*)
- Comment se présente concrètement la restauration externe dans l'entreprise/le centre de formation?

- Quelle est l'importance de la restauration hors du domicile dans l'entreprise/le centre de formation?
- Qu'est-ce qui est particulièrement important dans la restauration hors du domicile? Qu'est-ce qui est moins important? (*Animateur: Qui a déjà réfléchi à une alimentation plus saine dans la RC?*)
- Qu'est-ce qui est positif, correspond aux attentes et qu'est-ce qui est négatif, peu satisfaisant? (*Description de la situation réelle; l'animateur note les commentaires des personnes cibles au tableau.*)

1.4 Veuillez me décrire comment se déroule le processus de décision au moment de la distribution de nourriture (au comptoir, au buffet etc. ; *animateur: voir annexe standards de qualité: systèmes de distribution*).

- Réactions spontanées
- Quels sont les différents critères de décision (l'envie, la faim, le prix, les calories, etc.)?
- Quel critère est décisif?
- Qu'en est-il de vos collègues, que mangent-ils et pourquoi?

1.5 Quelle est selon vous la réputation de la nourriture à la cantine, au restaurant d'entreprise/du personnel?

- Réactions spontanées
- Comment peut-on décrire cette réputation? (Adjectifs (p.ex. moderne, démodée, agréable, facile), des images, des humeurs etc.)
- Tous les restaurants/cantines sont-ils les mêmes ou y a-t-il des différences?
- Quels sont les effets positifs pour la réputation (p.ex. prix bas, beaucoup de variété)?
- Et qu'est-ce qui a un impact négatif sur la réputation (p.ex. masse, «purée indistincte»)?
- Que disent les collègues à propos de ça?
- L'offre de RC était-elle un critère pour le choix de cet employeur/centre de formation?

1.6 Selon vous, comment la restauration hors du domicile pourrait-elle être améliorée? Y a-t-il des possibilités concrètes d'amélioration (p.ex. plus de choix, des produits plus frais/plus sains)? Manque-t-il quelque chose? (*Description de la situation idéale; L'animateur note les inputs des personnes cibles au tableau*)?

- Réactions spontanées

- Y a-t-il d'autres souhaits, besoins, idées à propos du quotidien de la restauration dans l'entreprise/le centre de formation (rapide, bon marché, variété, lieu de rencontre, communication, ambiance etc.)?

2e partie: Importance du thème de l'alimentation/de la santé (durée: env. 30 min.)

2.1 *Si pas encore spontanément abordé:* Venons-en maintenant au thème de la nutrition: pouvez-vous me dire ce que vous entendez personnellement sous les termes «d'alimentation saine», que signifient les adjectifs «sain» et «malsain» pour vous?

- Réactions spontanées
- Quelle est l'importance de l'alimentation saine pour vous (à domicile, en route, sur le lieu de travail/à l'école, au centre de formation etc.)?
- Selon vous, quelle est l'importance de l'alimentation pour la santé dans la population en général (rapport à des maladies liées à l'alimentation, problématique du surpoids)?
- Selon vous, qui est responsable pour une alimentation saine (chacun pour lui-même, les enseignants/parents, les élèves, les fournisseurs de RC, les distributeurs, les organes de contrôle etc.)?
- Qu'attend-on dans ce contexte de la part des fournisseurs de RC?

2.2 Selon la Société suisse de nutrition (SSN), une alimentation saine ou promouvant la santé est une alimentation équilibrée, répondant aux besoins et basée sur la pyramide alimentaire de la SSN (*enquêteur: expliquer les recommandations de la SSN pour une alimentation saine et plaisante sur la base de la pyramide alimentaire: un régime varié et équilibré, un apport suffisant en énergie, etc.*).

- Qui dirait de lui-même qu'il se nourrit déjà sainement ou de manière équilibrée selon les recommandations de la SSN dans la RC?
(*L'animateur compte les mains levées pour une «alimentation saine».*)
- Et qui aimerait se nourrir de manière plus saine, plus équilibrée dans la RC, qui est donc prêt à changer son propre comportement?

(L'animateur compte les mains levées pour les personnes «prêtes à changer».)

- Et qui n'aimerait rien changer à son alimentation dans la RC, même si l'on ne mange pas forcément sainement et de manière équilibrée, c'-à-d. qui n'aimerait pas forcément faire attention à sa santé et laisser les choses telles qu'elles sont?

(L'animateur compte les mains levées pour «ne pas changer»)

Maintenant, j'aimerais savoir de la part des personnes qui aimeraient se nourrir de manière plus saine et plus équilibrée ce qui pourrait les motiver à se nourrir de manière plus saine et plus équilibrée?

- Réactions spontanées (*Qu'en est-il des personnes qui ne veulent rien changer? Raisons?*)
- Motivations **possibles**: réduction du prix pour les repas «sains», comptoir séparé pour les repas sains, collecter et gagner des points, etc.
- Obstacles **possibles**: les légumes ne sont pas bons, la nourriture saine ne rassasie pas, les mets sont peu créatifs, c'est trop cher etc.

(L'animateur note les inputs des personnes cibles au tableau.)

2.3 Votre avis sur l'alimentation saine a-t-il changé par le passé, c'est-à-dire quelle était l'opinion d'autrefois par rapport à aujourd'hui (p.ex. les jeunes élèves ont-ils d'autres besoins que les élèves plus âgés)?

- Réactions spontanées

2.4 Comportement en matière d'information: Où et comment s'informe-t-on sur l'alimentation saine? Souhaite-t-on des standards, des lignes directrices, des logos, des labels de qualité dans la RC?

- Réactions spontanées
- Qui devrait vous renseigner sur une alimentation saine (p.ex. les fournisseurs de RC eux-mêmes, l'OFSP)? Sous quelle forme (p.ex. brochures, Internet)?
- Serait-on prêt à payer plus pour des offres RC certifiées avec un logo?
- *Seulement en Suisse romande*: Connaissance et signification du logo Fourchette Verte dans le groupe cible? *(L'animateur montre le logo qui se trouve sur le site Internet en langue française et allemande et donne*

une brève explication. Attention: Fourchette Verte n'est pas un concurrent!)

- *Seulement en Suisse romande: Quelqu'un a-t-il eu des expériences concrètes avec des fournisseurs RC certifiés Fourchette Verte? Positives/négatives?*

PAUSE (durée: env. 10 min)

3e partie: Discussion des standards de qualité et atelier (durée: env. 40 min.)

- 3.1 Dans la dernière partie de notre discussion, j'aimerais vous présenter des idées et propositions sur ce à quoi pourrait ressembler une RC promouvant la santé.

L'enquêteur présente les facteurs pertinents pour une RC promouvant la santé du point de vue de «Good Practice - restauration collective promouvant la santé» et du groupe de recherche et laisse le groupe les commenter/les discuter.

- Réactions spontanées
- Intérêts/motivation à la mise en oeuvre dans la restauration au quotidien?
- Ces standards de qualité sont-ils nécessaires dans la RC?
- Raisons en faveur d'une mise oeuvre d'une alimentation promouvant la santé dans la RC? (*Animateur: D'abord attendre les réactions spontanées, puis proposer des exemples, p.ex. meilleure capacité de travail/d'apprentissage grâce à une alimentation saine*)
- Raisons contre une mise en oeuvre dans la RC? (*Animateur: Attendre d'abord les réactions spontanées, puis proposer des exemples, p.ex. obstacles financiers, structurels*)
- Qu'est-ce qui est déjà concrètement mis en oeuvre, offert dans l'école/le centre de formation en matière d'alimentation promouvant la santé?
- Expériences: positives/négatives?
- *Seulement en F-CH: En plus de Fourchette Verte, faudrait-il un nouveau logo pour les standards de qualité ou serait-ce trop?*

- 3.2 **Atelier:** Essayons maintenant de rassembler tout ce dont nous avons discuté jusqu'à présent. Pour cela, vous pouvez vous rassembler en deux groupes et élaborer une situation «idéale» en matière de restauration (par rapport au prix/prestation, qualité, variété, plaisir, santé et équilibre, ambiance, manière de servir etc.).

Composition des groupes: les personnes cibles sont réparties par l'animateur dans les groupes «alimentation saine» ainsi que «ne rien changer» d'une part et «prêt à changer» d'autre part.

Veillez noter sur des cartes tout ce qui pourrait vous **motiver** à vous nourrir plus sainement et de manière plus équilibrée conformément aux recommandations de la SSN en vert et tout ce qui a un effet **démotivant** en rouge. (Ensuite, nous discuterons vos idées tous ensemble et nous essaierons d'en tirer des propositions aussi concrètes que possible.)

L'animateur remet des cartes et du matériel d'écriture aux deux groupes et reste à disposition des groupes en cas de question ou pour les soutenir.

- 3.3 **Tour final:** Rassemblons ce que vous avez trouvé (*L'animateur regroupe les thèmes en les expliquant, note les idées concrètes pour la motivation et la démotivation au tableau; prière de prendre une photo du tableau!*).

Maintenant, j'aimerais évaluer encore une fois les mots-clés rouges et verts que nous avons rassemblés. Vous avez tous 5 points rouges et 5 points verts sur la table devant vous. Veuillez maintenant les répartir sur le tableau et donner beaucoup de points verts aux motivations qui vous semblent particulièrement efficaces pour une alimentation plus saine à la cantine/au restaurant. De la même manière, vous pouvez donner des points rouges aux facteurs démotivants que vous ressentez comme particulièrement négatifs. Vous pouvez donc donner plus de poids aux idées citées en leur donnant plus de points.

Analyse commune du résultat, commentaire du groupe?

Pour conclure, j'aimerais que vous me disiez si vous seriez prêts à modifier votre comportement à l'avenir pour une alimentation plus saine dans la RC? Soyez libre de me répondre franchement! Qu'en est-il de la volonté de modifier son propre comportement? Qui serait prêt à changer quelque chose dans son comportement en matière d'alimentation dans la RC? (*L'animateur compte les mains levées pour «prêt à changer» et compare le résultat avec celui d'avant l'atelier.*)

Justification de chaque personne dans le groupe:

- Pourquoi changeriez-vous quelque chose à l'avenir?
- Pourquoi ne changeriez-vous rien à l'avenir?

Est-ce que quelqu'un aimerait encore ajouter quelque chose à l'entretien? Alors, Merci beaucoup pour votre participation!

Distribution des Incentives et adieux.

Restauration collective promouvant la santé

**Guide pour l'entretien exploratoire individuel
dans le segment cible d2: participants du do-
maine de la restauration collective et/ou per-
sonnes de référence du domaine «care»**

Zurich, décembre 2009

publitest – mafo concept GmbH
Sonneggstrasse 88 – Postfach – 8042 Zürich
Téléphone +41 43 268 09 53 – Fax +41 43 268 09 55
www.publitest.ch – request@publitest.ch



Qualitätsgarantie

Garantie de qualité

Garanzia di qualità

Enquêteur/euse: salutations, remerciement pour la participation au projet, assurer la confidentialité des données.

Remarques importantes avant l'entretien pour la personne interrogée:

Publitest interroge différentes personnes dans différents hôpitaux/foyers/homes. Il ne s'agit donc pas de «contrôler» une institution, mais simplement de rassembler les expériences et les besoins des résidents/patients/soignants etc.

Si l'entretien est réalisé avec des soignants/des proches, ils sont priés de représenter en premier lieu les avis des résidents/patients. Les avis propres des soignants/proches sont spécifiquement marqués par l'enquêteur.

1ère partie: Importance de la restauration collective (=RC) au quotidien dans le foyer/le home/l'hôpital pour la personne

1.1 J'aimerais m'entretenir avec vous sur votre quotidien ici dans le foyer/le home/l'hôpital et serais intéressé de savoir comment cela se passe ici avec la restauration, les repas, la nourriture?

- Réactions spontanées
- Qu'avez-vous encore à dire sur le thème de la restauration ici?
- Où prenez-vous habituellement vos repas?

Explication du terme par l'enquêteur: ce dont nous avons parlé - à savoir la restauration, la nourriture, les repas au foyer/home/à l'hôpital et tout ce qui tourne autour de ça - est également appelé restauration collective.

1.2 Quelle signification la RC a-t-elle pour vous-même ici à l'hôpital/au foyer/au home (*Enquêteur: a-t-on le sentiment que la RC contribue au «rétablissement» ou au «maintien de la santé»?*)

- Réactions spontanées

1.3 En ce qui concerne la RC, qu'est-ce qui est particulièrement important pour vous? Qu'est-ce qui est moins important (p.ex. rapport prix/prestation, variété, manger de bonnes choses, lieu de rencontre, communication)?

- Réactions spontanées

1.4 Qu'est-ce qui est positif, correspond aux attentes et qu'est-ce qui est négatif, peu satisfaisant? (*Description de la situation réelle*)

- Réactions spontanées

1.5 Qu'en est-il: pouvez-vous choisir ce que vous voulez manger et boire?

Si oui: Veuillez décrire comment se déroule pour vous le processus de décision en ce qui concerne la restauration au foyer/au home/à l'hôpital.

- Réactions spontanées
- Y a-t-il des choix dans le menu? En êtes-vous satisfait?
- À quoi faites-vous attention lorsque vous choisissez votre repas (envie, faim, condition physique, calories, etc.)?
- Que mangez-vous habituellement?
- Qu'en est-il des autres rési-

dents/patients/soignants?

1.6 Selon, vous quelle est la réputation de la restauration dans l'hôpital, le foyer, le home?

- Réactions spontanées
- Comment peut-on décrire cette réputation) (Adjectifs (p.ex. moderne, stérile, agréable, simple), images, impressions, etc.)
- Pensez-vous qu'il y ait des différences entre les hôpitaux/foyers/homes?
- Quels sont les effets positifs pour la réputation (p.ex. nourriture saine, beaucoup de variété)?
- Et qu'est-ce qui a un impact négatif sur la réputation (p.ex. une «purée indistincte»)?
- Qu'entendez-vous à ce sujet de la part des autres résidents/patients/soignants?

1.7 Selon vous, comment la situation de la restauration dans votre foyer/home/hôpital pourrait-elle être améliorée? Y a-t-il des possibilités concrètes d'amélioration (p.ex. plus de choix, des produits plus frais/plus sains)? Man-

que-t-il quelque chose? (*Description de la situation idéale*)

- Réactions spontanées
- Avez-vous d'autres souhaits et besoins personnels en ce qui concerne la RC (p.ex. variété, lieu de rencontres, ambiance, communication)?

2e partie: Importance du thème de la nutrition/de la santé

2.1 *Si pas encore spontanément abordé:* Venons-en maintenant au thème de la nutrition: pouvez-vous me dire ce que vous entendez personnellement sous les termes «d'alimentation saine»?

- Réactions spontanées
- Que signifie exactement «sain» et «malsain» pour vous?

2.2 Quelle importance une alimentation saine a-t-elle pour vous-même?

- Réactions spontanées

2.3 Selon la Société suisse de nutrition (SSN), une alimentation saine ou promouvant la santé est une alimentation équilibrée, répondant aux besoins et basée sur la pyramide alimentaire de la SSN (*enquêteur: expliquer les recommandations de la SSN pour une alimentation saine et plaisante sur la base de la pyramide alimentaire: un régime varié et équilibré, un apport suffisant en énergie, etc.*). Diriez-vous de vous-même que vous vous nourrissez sainement et de manière équilibrée conformément aux recommandations de la SSN?

- Réactions spontanées
- Seriez-vous prêt à modifier votre comportement et à vous nourrir (encore) plus sainement et de manière (encore) plus équilibrée?

2.4 Selon vous, à quel point l'alimentation est-elle importante pour le «maintien de votre santé»/votre «rétablissement» ici dans le foyer/hôpital/le home etc. ?

- Réactions spontanées
- Et selon vous, quelle est l'importance de l'alimentation pour la santé dans la population en

général? (Rapport aux maladies liées au régime alimentaire, à l'obésité etc.)?

2.5 Qu'est-ce qui pourrait vous **motiver** à vous nourrir plus sainement ici (p.ex. réduction des prix pour les aliments «sains», plus de choix, collecter et gagner des points)?

- Réactions spontanées

2.6 Qu'est-ce qui est plutôt **décourageant** (p.ex. les légumes ne sont pas bons, les plats manquent d'imagination, c'est trop cher)?

- Réactions spontanées

2.7 Votre avis sur l'alimentation saine a-t-il changé par le passé, c'est-à-dire quelle était votre opinion par le passé par rapport à aujourd'hui?

- Réactions spontanées

2.8 Selon vous, quelles sont toutes les personnes responsables pour une alimentation plus saine (chacun pour lui-même, la direction du foyer/de l'hôpital, le chef de service de la RC, le chef de cuisine, le chef de production, le fournisseur, les organes de contrôle, le législateur etc.)?

- Réactions spontanées
- Év. Comparaison des avis du résident/du soignant

2.9 Au vu de cette responsabilité, qu'attendez-vous des fournisseurs de RC ici au foyer/à l'hôpital/au home etc. ?

- Réactions spontanées
- Pouvez-vous manger aussi sainement que vous le souhaitez ici?
- Manque-t-il quelque chose, y a-t-il quelque chose à améliorer?
- Qu'en est-il des autres personnes ici au foyer/à l'hôpital/au home, que mangent-ils et pourquoi?

2.10 Comportement en matière d'information: Où et comment vous informez-vous sur l'alimentation saine?

- Réactions spontanées

- Qui devrait vous renseigner sur une alimentation saine (p.ex. l'hôpital/le foyer/la résidence eux-mêmes, l'OFSP)? Sous quelle forme (p.ex. brochures, Internet)?

2.11 Souhaiteriez-vous des standards, des lignes directrices, des logos, des labels de qualité dans la RC?

- Réactions spontanées
- Serait-on prêt à payer plus pour des offres RC certifiées (avec logo) dans un foyer/hôpital/home?
- *Seulement en F-CH: Le terme de Fourchette Verte vous est-il connu? Enquêteur: év. montrer le logo qui se trouve sur le site Internet en langue allemande et française) Reconnu? Signification du logo? Expériences concrètes avec le logo? Attention: Fourchette Verte n'est pas un concurrent!)*

3e partie: Discussion des standards de qualité et situation d'alimentation «idéale»

3.1 Dans cette dernière partie, j'aimerais vous présenter des idées et des propositions sur ce à quoi pourrait ressembler une RC promouvant la santé.

L'enquêteur présente les facteurs pertinents pour une RC promouvant la santé du point de vue de «Good Practice - restauration collective promouvant la santé» et du groupe de recherche et laisse la personne interrogée commenter ces facteurs.

- Réactions spontanées
- Intérêt/motivation à la mise en oeuvre au quotidien personnel en matière d'alimentation dans le foyer/l'hôpital/le home?

3.2 selon vous, est-il nécessaire d'avoir de tels standards de qualité dans la RC du foyer/de l'hôpital/du home?

- Réactions spontanées
- Raisons en faveur d'une mise oeuvre d'une alimentation promouvant la santé dans la RC?
- Raisons contre une mise en oeuvre?

3.3 Qu'est-ce qui est déjà offert, proposé ici dans le foyer/hôpital/home en matière d'alimentation promouvant la santé?

- Réactions spontanées
- Expériences: avez-vous eu des expériences positives/négatives?
- *Seulement si Fourchette Verte est connu*: En plus de Fourchette Verte, faudrait-il un nouveau logo pour les standards de qualité ou serait-ce trop?

3.4 Pour finir, j'aimerais que vous vous basiez sur ce que nous avons discuté pour essayer de décrire une situation d'alimentation «idéale» pour vous ici au foyer/à l'hôpital/au home (prix/prestation, qualité, variété, plaisir, santé, etc.)!

- Réactions spontanées
- Qu'est-ce qui **motive** à se nourrir plus sainement (p.ex. se sentir mieux dans son corps)?
- Qu'est-ce qui est plutôt **démotivant** (p.ex. envie de nourriture malsaine)?

3.5 Quelles propositions concrètes pouvons-nous maintenant retenir de tout ça pour une RC promouvant la santé dans le foyer/hôpital/home?

- Réactions spontanées

3.6 Pour conclure notre entretien, j'aimerais que vous me disiez si vous seriez prêt à modifier votre comportement à l'avenir pour une alimentation plus saine ici au foyer/à l'hôpital/au home? Soyez libre de me répondre franchement!

- Pourquoi changeriez-vous quelque chose à l'avenir?
- Pourquoi ne changeriez-vous rien à l'avenir?

Aimeriez-vous encore ajouter quelque chose? Alors, Merci beaucoup pour votre participation!

Remise de l'Incentive et adieux.