

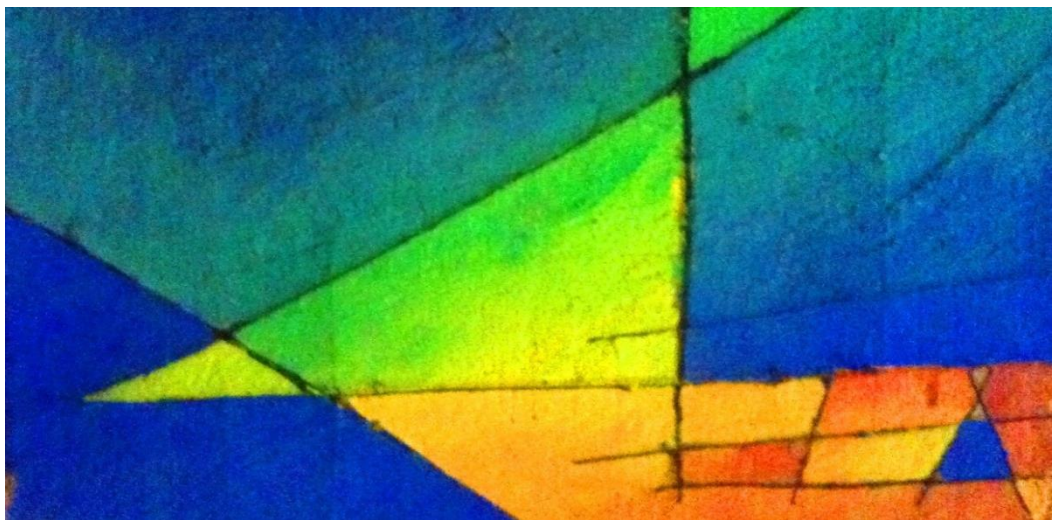
Evaluationsbericht

MehrWERT FÜR ALLE

*Frischer Wind für Gesundheit und Regionalität
in Landwirtschaft, Gastronomie und Gesellschaft
2016 - 2019*

©innfabrik

Mai 2019



MMag. Cornelia Bauer
Mag. Alexandra Wucher MPH
Praxis für Arbeitspsychologie und Gesundheitsmanagement
Scheffelstraße 9 | 6900 Bregenz
info@sinnfabrik.eu – T 0664 39 06 122
T 0664 310 46 92

www.sinnfabrik.eu

Inhaltsverzeichnis

1.	Beschreibung der Ausgangssituation des Projektes	3
1.1	Indikatoren der Zielerreichung:	5
2	Evaluationsdesign (Theoretischer Ansatz und Methodologie)	8
3	Evaluation 2016 - 2019	10
4	Übersicht der durchgeführten Befragungen.....	12
5	Befragung aller TeilnehmerInnen der Kurse 2017	12
6	Online-Befragung alle Kursteilnehmer – Vergleich 2017 und 2018	17
6.1	Ergebnisse im Vergleich.....	18
7	Befragung der Landwirte 2017	23
7.1	Ablauf der Befragung.....	23
7.2	Ergebnisse und Auswertung der Befragung.....	24
8	Zusammenfassung der Ergebnisse aus der Online-Umfrage der Landwirte	28
9	Befragung der Gemeinschaftsverpfleger 2017	29
9.1	Ablauf der Befragung.....	29
9.2	Ergebnisse und Auswertung der Befragung.....	30
10	Zusammenfassung der Ergebnisse aus der Online-Umfrage der Gemeinschaftsverpflegung	33
11	Schlussbefragung Jänner 2019	34
11.1	Ergebnisse aus der Umfrage	35
12	Durchführung und Auswertung von abschließenden Interviews.....	39
13	Ergebnisse Interviews.....	40
14	Bezug zu anderen Initiativen	42
14.1	Tourismusstrategie	42
14.2	Ökoland-Strategie.....	42
14.3	V5-Zertifizierungen	43
15	Resümee.....	44
16	Anhang	51

Gender-Erklärung

Aus Gründen der Lesbarkeit wird in diesem Evaluationsbericht darauf verzichtet, geschlechtsspezifische Formulierungen zu verwenden. Soweit personenbezogene Bezeichnungen nur in männlicher Form angeführt sind, beziehen sie sich auf Männer und Frauen in gleicher Weise.

1. Beschreibung der Ausgangssituation des Projektes

Im Rahmen der Gesundheitsreform 2013 ist es zu einer Neuorientierung der Gesundheitspolitik in Österreich gekommen, mit dem Ziel einer optimalen Wirkungsorientierung durch Abstimmung und Kooperation aller AkteurInnen. Dieser Ansatz ist umfassend und betrifft alle Politikfelder und AkteurInnen, die mit ihrem Handeln die Gesundheit mitbestimmen.

Mit der daraus abgeleiteten Gesundheitsförderungsstrategie Vorarlberg, ausgearbeitet vom Land Vorarlberg gemeinsam mit den Sozialversicherungsträgern, ist ein Grundsatzpapier entstanden, in dem es um die Bündelung von Ressourcen und die Zusammenarbeit aller AkteurInnen zur Förderung der Gesundheit geht.

Das Rahmengesundheitsziel 7, der aktuellen Gesundheitsförderungsstrategie Vorarlberg lautet: „Ernährung mit qualitativ hochwertigen Lebensmitteln für alle zugänglich zu machen.“ Ernährung ist somit ein zentrales Handlungsfeld der Gesundheitsförderung und das Projekt „MehrWERT für Alle“ entspricht in Konzeption und Ausrichtung ganz dem Vorarlberger Ansatz.

Das Projekt „MehrWERT für Alle“ bezieht sich auf das Vorprojekt „MehrWERT für Körper und Geist (2008-2012) hinsichtlich der Vernetzung mit regionalen Anbietern, der gemeinsamen Produkt- und Rezeptentwicklung, dem Einsatz heimischer Lebensmittel und der Vermeidung von Abfällen. Zentrales Ziel des Praxisprojektes MehrWERT FÜR ALLE ist, die wertvollen Erfahrungen landesweit zu multiplizieren und in einer konzertierten Aktion im Rahmen der Tourismus-, Gesundheits- und Ökolandstrategie 2020 weiterzuentwickeln, um ein gesundes, regionales und saisonales Speisenangebot in der Vorarlberger (Gemeinschafts-)Gastronomie zu schaffen.

Zentraler Fokus der Evaluation lag auf der Berücksichtigung der Grundprinzipien der Gesundheitsförderung sowie zur Projektumsetzung und -qualität.

Zusammengefasst wurden die folgenden zentralen Themenbereiche behandelt:

- Gesundheitliche Chancengerechtigkeit
- Aktivitäten und Methoden
- Partizipation
- Ziel- und Zielgruppenerreichung
- Nachhaltigkeit
- Zentrale Lernerfahrungen und Empfehlungen

Zum einen wurden formativ die Ablaufprozesse beobachtet. Dabei ging es um die Identifikation von Problemen bei der Implementation und Durchführung der geplanten Maßnahmen, Beratungen, Schulungen und Workshops wie z.B. ob die geplanten Zeitabläufe eingehalten wurden, ob die geplante Zielgruppe erreicht wurde, ob praktischer Know-How-Transfer stattfand. In diesem Zusammenhang ist u.a. zu eruieren, ob die Maßnahmen bei den verschiedenen Stakeholdern Akzeptanz finden, welche Interessenskonflikte auftreten, ob qualifiziertes Personal für die Durchführung von Maßnahmen in ausreichender Zahl zur Verfügung steht, wie die Kommunikation und Koordination der beteiligten

Stakeholdern untereinander und mit den Zielgruppen des Programms (Partnerbetriebe vor Ort, Essensgäste, Landwirte, ...) funktioniert, ob technische und finanzielle Ausstattung für die Zielerreichung ausreichend ist, ob die mit dem Programm eingeführten Innovationen (Frischer Wind für Gesundheit und Regionalität - MehrWERT für Alle – in Landwirtschaft, Tourismus & Gesellschaft) zielführend sind etc.

Das Evaluationskonzept verfolgte die Überprüfung der Zielerreichung. Dies geschah in der Regel anhand der im Konzept festgelegten Maßnahmen und Sollwerte. Die Evaluatorinnen orientierten sich daher an den angestrebten Zielen (laut Projektbeschreibung). Diese Ziele wurden teilweise durch die Prozessevaluation verändert und adaptiert.

Das Evaluationskonzept erschöpfte sich nicht in einem simplen SOLL-IST-VERGLEICH, sondern erfasste möglichst viele Wirkungen, die durch das Programm bzw. eine Interventionsmaßnahme ausgelöst wurden. Neben den intendierten Wirkungen ging es vor allem darum, auch die nicht-intendierten Effekte zu erfassen, die die Zielerreichung unterstützten oder ihr zuwiderlaufen hätten können. Ziel war es, die positiven oder negativen Effekte eines Programms benennen zu können.

Im Besondern sollten folgende angestrebte Ziele des Projektes evaluiert werden nämlich dahingehend ob:

- ein leistbares, gesundes, regionales und saisonales Speisenangebot in der Gemeinschaftsgastronomie vorhanden ist?
- im Sinne einer Verschränkung der Landwirtschaftsstrategie 2020 "Ökoland Vorarlberg - regional und fair", der Vorarlberger Tourismusstrategie 2020 und der Gesundheitsförderungsstrategie Vorarlberg sollen anstelle von (Halb-) Fertigprodukten mehr regionale Qualitätslebensmittel in Gemeinschaftsverpflegung und Gastronomie zum Einsatz kommen.
- eine vertrauensvolle Beziehung zwischen den Anbietern regionaler landwirtschaftlicher Lebensmittel und den Verantwortungsträgern der Küchen aufgebaut werden konnte.
- zielführenden Schulungsinhalte entwickelt werden konnten und diese zukünftig auch die Basis für die Module des geplanten „Kompetenzzentrums für Gesundheit & Regionalität in Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung“ (Arbeitstitel) an der LBS für das Gastgewerbe bilden.
- es zu einer Etablierung einer Anlaufstelle für Praxis-Beratung für Gemeinschaftsküchen, Gastronomie- und landwirtschaftliche Betriebe (zur gemeinsamen Produktentwicklung) in der LBS kommt.
- eine Entwicklung von gesunden Rezepturen für die rationelle Verwendung heimischer Qualitätsprodukte in der Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung stattgefunden hat.
- die es zu einer Zusammenarbeit mit dem Bäuerlichen Schul- und Bildungszentrum in Hohenems, mit dem Ziel, dass die Praxis im BSBZ den Anforderungen des Projektes Mehrwert für alle entspricht, kommt.
- es zu einer Stärkung der Ernährungskompetenz und des salutogenetischen Ansatzes in Vorarlberg kommt.
- die Vernetzung und Weiterbildung von Verantwortungsträgerinnen und -trägern sowie Multiplikatoren stattgefunden hat.

1.1 Indikatoren der Zielerreichung:

- Aspekte der Ernährungsqualität: Steigerung des Anteils frischer, hochwertiger Lebensmittel aus der Region in der Gemeinschaftsgastronomie. Verbesserung des Speisen- und Getränkeangebotes gemäß den aktuellen ernährungs- und gesundheitswissenschaftlichen Erkenntnissen.
- Psychosoziale Aspekte: Zufriedenheit der Essensgäste mit dem Angebot, Arbeitszufriedenheit des Küchenpersonals und der Anbieter landwirtschaftlicher Lebensmittel, gegenseitige Wertschätzung und Wertschätzung der Lebensmittel (Vermeidung unnötiger Abfälle).
- Multiplikation, gemeinsame Weiterentwicklung und Transfer in die Ausbildung: Beteiligung am Schulungsangebot, Nachfrage des Beratungsangebotes, Austausch und Sammlung bewährter Rezepturen und rationeller Methoden, Konzept für Schulungsmodule zum Transfer in die Ausbildung.

Die abgebildeten Grafiken wurden aus dem Durchführungskonzept „Mehrwert für alle“ entnommen.

	Thema	Beschreibung	Ziel
Beratung	für Gemeinden und Schulen	Bei Um- und Neubauten von Gemeinschaftsverpflegungseinrichtungen, Speiseräumen, Finalküchen und ähnlichem.	Bei der Planung sollen praktische Erfahrungen berücksichtigt werden, um rationelles Arbeiten zu ermöglichen und den Anforderungen durch steigende Zahlen an Essensgästen gewachsen zu sein.
	für Gemeinschaftsverpfleger	Küchenpersonal soll in den Bereichen von rationalen Zubereitungsmethoden, sinnvoller Resteverwertung, Ablaufplanung und Einkauf sowie Kalkulation beraten werden. Beratung in den Partnerbetrieben vor Ort.	Steigerung des Anteils regionaler Qualitätsprodukte in der Gemeinschaftsverpflegung durch praktische Beratung.
	für Landwirte	Beratung und Unterstützung bei der gemeinsamen Entwicklung von Produkten für Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung.	Angebotene Lebensmittel sollen den Ansprüchen der Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung hinsichtlich Qualität, Darbietungsform, Verpackung usw. gerecht werden.

Küchenpraxis, Produkt- und Rezeptentwicklung	Speisepläne und Rezepte	Anpassung an die jeweilige Zielgruppe; beliebte Klassiker gesund und regional gestalten	Zielgruppenorientierte, gesunde und regionale Verpflegung vom Kleinkind- bis zum Seniorenalter
	Praktischer Know-How-Transfer	Einladung zur Mitarbeit in der Internatsküche der Landesberufsschule (tageweise, auch für Lehrlinge)	Partnerschaftliche Weiterentwicklung für mehr Gesundheit und Regionalität.
	Transparenz und Ressourcenoptimierung in der Gemeinschaftsverpflegung	Essensgäste sollen informiert werden, woher die Hauptzutaten stammen. Rationalisierung von Arbeitsprozessen soll Ressourcen frei machen, um frisch aus regionalen Zutaten zu kochen.	Anteil gesundheitlich wertvoller, regionaler Lebensmittel soll sichtbar sein.

	Thema	Beschreibung	Ziel
Küchenpraktische Aus- und Weiterbildung	für Lehrlinge aus dem Tourismus: Quintessenz aus den Weiterbildungen = Vorschlag für die Modulentwicklung	Im Hinblick auf die Entwicklung des Kompetenzzentrums für "Gesundheit und Regionalität in Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung" sollen Pflicht- und freiwillige Module mit Mehrwert-Themen entwickelt werden.	Mehrwert-Thematik soll in die zukünftige, modular aufgebaute Lehrlingsausbildung integriert werden.
	für Gemeinschaftsverpfleger	"Wanderkochkurs": Im Rotationsprinzip gestaltet Gerhard gemeinsam mit Partnern aus anderen Küchen einen gemeinsamen Kochworkshop	Vernetzung und Beziehungen pflegen, Einblick in unterschiedliche Arbeitsbedingungen bekommen, Bewährtes im Dominoeffekt weitertragen und zur Umsetzung eines gesundheitsförderlichen Verpflegungsangebotes motivieren.
	für Gastronomen	Exkursionen mit Kocherlebnissen (z.B. drei Höfe mit Kochkurs) zum Thema "gesunde & regionale Küche" (z.B. vegetarisch, vegan ...) mit zusätzlichen Lehrlingsschulungen und Hospitationen in der Internatsküche der LBS Lochau.	Entwicklung eines bedarfsorientierten, gesunden Angebotes zur Steigerung des Mehrwert-Bewusstseins in der Gastronomie.
	für Landwirte	Koch- und Veredelungskurse, Haltbarmachen, gemeinsame Weiterentwicklung	Brücke zwischen Landwirtschaft und (Gemeinschafts-) Gastronomie schlagen.
	für Kinderbetreuerinnen und Pädagoginnen und Pädagogen und Studierende des Bereiches Ernährung und Haushalt an der PHV	regional, gesund und gut kochen; Lebensmittelabfälle vermeiden, Speisen attraktiv bezeichnen, dekorativ anrichten ...	Kinderbetreuerinnen und Pädagoginnen sollen schnelle, gesunde, regionale Speisen zubereiten und attraktiv präsentieren und anrichten können.
	für Interessierte aus der Landwirtschaft	Konzept für ein bedarfsorientiertes Angebot in Hinblick auf die Entwicklung eines "Lehrgangs für gesunde und regionale Ernährung"	

	Thema	Beschreibung	Ziel
Kommunikation und Bewusstseinsbildung	Kommunikation von MehrWERTen	Volkswirtschaftlicher Stellenwert von <i>MehrWERT für alle</i> als Generationenauftrag im Sinne von gesunder, regionaler Verpflegung von Kindern, Jugendlichen, Berufstätigen und Seniorinnen bzw. Senioren.	Entscheidungsträgerinnen und -träger sind sich der Bedeutung einer gesunden und regionalen Gemeinschaftsverpflegung bewusst und berücksichtigen dies bei ihren Entscheidungen.
	Kommunikation verbessern	Kommunikationsstrukturen von Landwirten über Händler, Küchen- und Ausgabepersonal bis zu Essensgästen und Eltern der Kinder aufbauen und pflegen.	Funktionierende Kommunikation und Wertschätzung der Lebensmittel und der geleisteten Arbeit vom Erzeuger bis zum Gast.
	Gesundheitlicher Wert der Vorarlberger Küche	Regionale Kochrezepte ernährungswissenschaftlich beleuchten und nach gesundheitlichen Kriterien anpassen.	Gesunde, regionale Rezepte für Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung stehen zur Verfügung. Gesundheitlicher Wert der regionalen Küche ist bekannt.
	Bewusster Umgang mit Lebensmitteln	Anregungen und Rezepte für die Haltbarmachung und Weiterverwendung von Lebensmittelresten.	Öffentliche Hand soll im Bereich der Gemeinschaftsverpflegung vorbildlich mit Lebensmitteln umgehen und Abfälle minimieren.
	Präsentation von MehrWERT bei öffentlichen Veranstaltungen von Ökoland, Tourismus, Landesverband der Elternvereine, Schulärztequalitätszirkel, Tag der Gemeinschaftsverpflegung.	Workshops und gesunde Kostproben im Rahmen des jährlichen, landesweiten Austausch- und Weiterbildungstages der Elternvertreter; Mitwirkung bei Veranstaltungen von Ökoland und Tourismus pro Jahr.	Elternvertreterinnen und -vertreter sollen über die Kriterien einer gesunden, regionalen Verpflegung für Kinder und Jugendliche Bescheid wissen und durch ihr Engagement die Umsetzung vorantreiben.
	Auszeichnung und Bekanntmachen von Bewährtem und Neuem	Standards für regionale Gemeinschaftsverpflegung definieren und im Rahmen von bereits etablierten Veranstaltungen Modelle und innovative Projekte wie z.B. Seniorentisch im Gasthaus, Miniköche usw. präsentieren.	Multiplikation von bewährten Maßnahmen in Gemeinschaftsverpflegung und Gastronomie.

	Thema	Beschreibung	Ziel
Verknüpfung von Angebot und Nachfrage	Internetplattform, App, Foodblog	mit Rezepten, rationellen Methoden, Ernährungstipps, Kurs- und Schulungsangeboten, Anbietern regionaler Qualitätsprodukte	Angebot und Nachfrage treffen sich.
	Austausch und Vernetzung	Information, wo hochwertige, regionale Lebensmittel erhältlich sind und Vernetzung mit Köchestammtisch, Heimköchen und Angeboten wie z.B. "ghörig feschtsa"	

2 Evaluationsdesign (Theoretischer Ansatz und Methodologie)

In der prozessbegleitenden Evaluation sollten Strukturen und Prozesse der Umsetzung analysiert werden.

Der Evaluationsauftrag enthielt einmal die Aufgabe zu überprüfen, ob die im Projekt angestrebten Ziele erreicht wurden (summativ). Dabei wurden die Soll-Vorgaben mit dem Evaluationszeitpunkt gemessenen Ist-Zustand verglichen. Der hier verwendete evaluationstheoretische Ansatz ist der zielorientierte Ansatz. Bei dem zielorientierten Ansatz lag der Fokus auf der Identifizierung von Programmzielen und einer Beurteilung der Zielerreichung.

Zusätzlich kam auch der partizipative Ansatz zum Tragen. Dabei war die Schwerpunktsetzung auf die Einbeziehung der verschiedenen an einer Evaluation beteiligten oder betroffenen Interessensgruppen (Stakeholder) bei der Evaluationsplanung und -durchführung gelegt. Der Fokus lag auf der Beschreibung der Bedürfnisse, Werte und Perspektiven der Programmbeteiligten (Stakeholder), die in die Planung und Durchführung der Evaluation einbezogen waren. Stakeholder waren Kursteilnehmer, Landwirte, Gastronomen, Gemeinschaftsverpfleger, Personen aus Politik und Verwaltung.

Vorteile des zielorientierten Ansatzes:

- Einfach und leistungsfähig
- Leicht legitimierbar
- Bringt Programmverantwortliche dazu, Programmziele zu spezifizieren und zu reflektieren.

Schwächen, die die Evaluatoreninnen sahen:

- Programmziele sind oft verschwommen
- Es gibt sehr häufig eine Kluft zwischen offiziellen und tatsächlich verfolgten Zielen
- Linearer, unflexibler Ansatz der Evaluation (in unserem Falle gibt es immer eine Korrektur mit der durchgeführten Prozessevaluation) – damit wird es wieder zu einer Stärke

Stärken des partizipativen Ansatzes:

- Klare Fokussierung auf die Bedürfnisse derjenigen, die von der Evaluation profitieren sollen.
- Die Vielfalt der verschiedenen Interessen und Perspektiven werden bewusst erfasst.

Das Konzept sah auch eine systematische, prozessbegleitende Evaluation vor, die zugleich regelmäßige Rückkoppelungen von Ergebnissen in das Projekt vorsah. Die Rückkoppelung hatte für die nächsten Projektabschnitte Konsequenzen. Sie wirkte sozusagen programmgestaltend oder -formend. In einem solchen Fall wird deshalb von „formativer“ Evaluation gesprochen. Formative Evaluation ist definitionsgemäß besonders „praxisrelevant“. Die Rückmeldungen aus der Evaluation wurden vom Projektteam aufgenommen und wurden in die nächsten Projektschritte eingebaut.

Eine erst gegen Ende oder gar nach Abschluss eines Projekts durchgeführte (oder erst dann zugänglich gemachte) Evaluation verzichtet explizit auf „projektformende“ Effekte. Vielmehr gibt sie im Nachhinein ein zusammenfassendes Urteil, ein „Evaluationsgutachten“ ab. Man spricht deshalb von „summativer“ Evaluation. Bei summativer Evaluation sind Anfang und Ende der Forschung klar definiert. Ein Teil der Evaluationsergebnisse des vorliegenden Projekts wurden summativ durchgeführt.

3 Evaluation 2016 - 2019

Mehrwert für alle ist eine Initiative, die nachhaltige Regionalentwicklung, Landwirtschaft und Küche verbindet, küchentechnisches Know-How vermittelt und das Bewusstsein für den Mehrwert heimischer Lebensmittel stärkt.

Die Evaluation hatte das Ziel, folgende Grobziele zu überprüfen:

- Mehr regionale Lebensmittel in Tourismus, Gastronomie und Gemeinschaftsküchen
- Vernetzung von Landwirtschaft und Küche
- Höhere Wertschätzung regionaler Lebensmittel

Ein Auszug aus dem Evaluationskonzept gibt eine Übersicht über die Bereiche, Produkte und Ziele die das Projekt Mehrwert verfolgte.

Bereich	Produkte	Ziel
Beratungsleistungen	- für Gemeinschaftsverpflegung - für Gemeinden und Schulen - für Landwirtschaft	→ Partnerbetriebe haben das Beratungsangebot genutzt und hinsichtlich der Umsetzung eines gesundheitsförderlichen regionalen Angebotes profitiert. →
Küchenpraxis, Produkt- und Rezeptentwicklung	- Anpassung von Speiseplänen und Rezepten an die spezifischen Zielgruppen - Einladung interessierter Partner aus Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung zur Mitarbeit in der Internatsküche (1 Tag pro Woche) -> praktischer Knowhow-Transfer - Transparenz und Ressourcenoptimierung in der Gemeinschaftsverpflegung (Entwicklung rationaler Zubereitungsmethoden; Information der Essensgäste, woher die Hauptzutaten stammen)	→ Zielgruppengerechte Speisepläne liegen vor, Partner aus der (Gemeinschafts) Gastronomie haben das Angebot der LBS genutzt und kennen rationelle MehrWERT-Zubereitungsmethoden, Gäste erhalten Informationen über Herkunft der Zutaten.
Küchenpraktische Aus- und Weiterbildung	- Wanderkochkurse für Küchenpersonal der Gemeinschaftsverpflegung - für Gastronomie (Exkursionen: 3 Höfe + 1 Kochkurs; Kochkurse für Lehrlinge und Küchenpersonal der Betriebe) - für Landwirtschaft (Koch- und Veredelungskurse) - für Multiplikatoren in Kinderbetreuung, Kindergärten und Schulen	→ Bewährtes der küchenpraktischen Aus- und Weiterbildung wird für das geplante modulare Aus- und Weiterbildungskonzept der Gastronomie vorgeschlagen.
Weiterentwicklung und Verbreitung gesunder regionaler Küche	- Kommunikation von MehrWERTen (des Win-Win-Effektes durch die gesteigerte Verwendung gesunder, regionaler Lebensmittel) - Kommunikationsstrukturen vom Erzeuger bis zum Essensgast verbessern - Regionale Kochrezepte ernährungswissenschaftlich beleuchten und nach gesundheitlichen Kriterien anpassen - Bewusster Umgang mit Lebensmitteln - Entwicklung und Verbreitung von Rezepten zur Weiterverwendung von Lebensmittelresten - Präsentation von MehrWERT bei öffentlichen Veranstaltungen von Ökoland Vorarlberg, Tourismus, Landesverband der Elternvereine, Schulärztequalitätszirkel, Tag der Gemeinschaftsverpflegung - Auszeichnung und Bekanntmachen von Bewährtem und Neuem -> Multiplikation von bewährten Maßnahmen in der (Gemeinschafts-) Gastronomie (2 Veranstaltungen im Projektzeitraum)	→ Sammlung regionaler, gesundheitlich optimierter Rezepte auf der Website. Partner kennen zentrale Themen von MehrWERT für alle.
Verknüpfung von Angebot und Nachfrage	- Internetplattform, App mit Rezepten, rationalen Methoden, Ernährungstipps, Kurs- und Schulungsangeboten, Anbietern regionaler Qualitätsprodukte - Austausch und Vernetzung mit Anbietern regionaler Lebensmittel, Köchestammtisch, ARGE Küchenleiter, Umweltverband ...	→ Rezepte, Methoden, Tipps, Projekterfahrungen, Wirkungsbericht ... stehen online zur Verfügung (Website, App)

Die Mehrwert-Angebote richteten sich an Multiplikatoren aus Tourismus, Küche, Landwirtschaft, Bildung und Politik.

Was hat stattgefunden?

- Kulinarische Vernetzungsveranstaltungen für LandwirtInnen, GastronomInnen und KöchInnen
- Vernetzung, Austausch und gemeinsame Weiterentwicklung mit Partner-Initiativen
- Beratung zur Erweiterung des regionalen Verpflegungsangebotes in Gemeinschaftsküchen und Gastronomie
- Vermittlung von Know-How und küchentechnischen Fertigkeiten zur fachgerechten Verarbeitung und Präsentation heimischer Lebensmittel
- Entwicklung von Rezepten zur rationellen Verarbeitung und Zubereitung heimischer Lebensmittel
- Informationen über Vorarlberger Qualitätslebensmittel

Wie sollten die Zielgruppen erreicht werden?

- Durch Mehrwert-Auftaktveranstaltung und Mehrwert-Abschlussfeier
- Kochveranstaltungen für Fachleute aus Tourismus, Gastronomie, Küchen, Bildung und Landwirtschaft
- Kreativstammtisch
- Beratungsangebote für Gemeinden, Schulen, Gemeinschaftsgastronomie und Landwirtschaft
- Mehrwertpräsentationen und Mitwirkung bei Veranstaltungen von Partnerorganisationen
- Kommunikative Maßnahmen
- Austausch und Vernetzung

Der Evaluationsbericht gliedert sich in 3 Abschnitte:

Der erste Abschnitt behandelt die in der Evaluation eingesetzten Methoden.

In weiteren Abschnitten werden die durchgeführten Evaluationsschritte für die einzelnen Zielgruppen, die Ergebnisse sowie die Maßnahmen und Empfehlungen besprochen.

Im letzten Teil des Evaluationsberichtes werden zielgruppenübergreifende Maßnahmen und Empfehlungen erörtert.

Das Projekt „Mehrwert für alle“ hat sich das Ziel gesetzt, Vernetzung von Landwirtschaft und Küche sowie Gastronomie und Landwirtschaft im Sinne „Angebot trifft Nachfrage – Nachfrage trifft Angebot“ zu verstärken.

Es sollen neue Rezepte und Produkte entwickelt werden. Zudem soll Praxisberatung für Gemeinschaftsgastronomie und Tourismus angeboten werden.

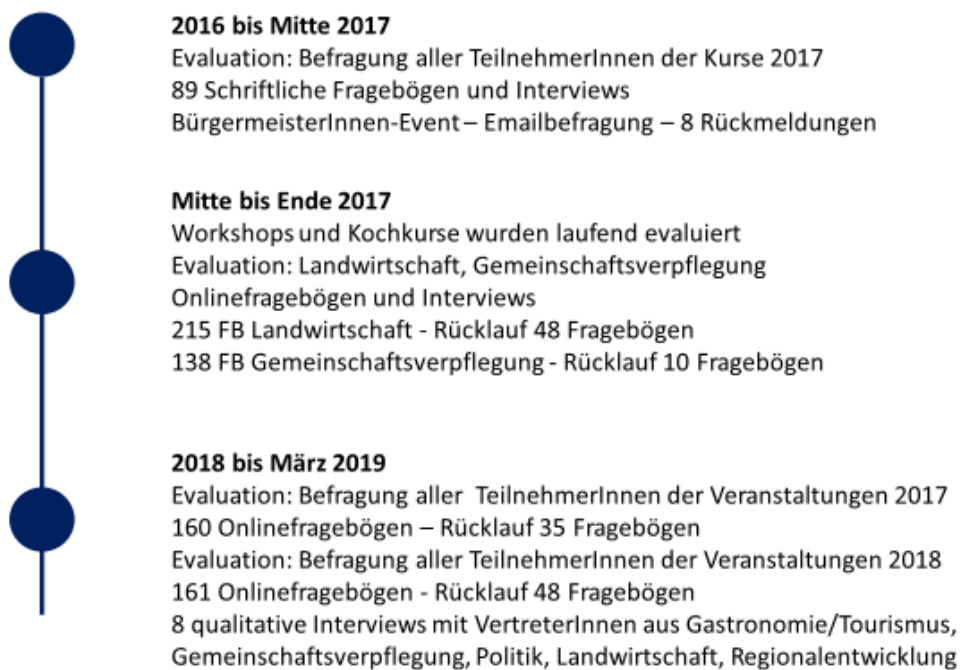
Workshops und Kochkurse unter anderem für pädagogisches Personal in Schul- und Kinderbetreuung, in den Gemeinschaftsküchen als auch in der Gastronomie sollen angeboten werden. Das heißt im Besonderen: Fachleute aus der Landwirtschaft sollen Kurse für die Produktveredelung sowie für die Produktverarbeitung bekommen. Köche und Köchinnen aus Tourismus und Gemeinschaftsgastronomie werden eingeladen, bestehende Rezepte zu regionalen Qualitätsprodukten zu erproben und weiterzuentwickeln. Lehr- und Fachpersonen aus den Bereichen Bildung und Kinderbetreuung sollen

Informationen für eine kindgerechte Küche bekommen. Über allem steht die Wertschätzung heimischer Lebensmittel. Die Vernetzung aller Zielgruppen soll ein weiteres Ziel sein.

Zu den Grobzielen wurden die Zielgruppen gesondert, zu unterschiedlichen Zeitpunkten mit unterschiedlichen Methoden befragt.

Zum Einsatz gekommen sind Fragebogen (digital und analog), TeilnehmerInnen- und ExpertenInneninterviews.

4 Übersicht der durchgeführten Befragungen



Im Projektdurchführungsjahr 2017 wurden alle KursteilnehmerInnen direkt nach den Workshops befragt. Ende 2017 und Ende 2018 wurden die Kursteilnehmer nochmals gebeten einen Fragebogen auszufüllen. In diesem Fragebogen ging es um Veränderung und Nachhaltigkeit. Die Zielgruppe der Landwirte als auch die GemeinschaftsverpflegerInnen wurden ebenso befragt.

5 Befragung aller TeilnehmerInnen der Kurse 2017

Im Arbeitsjahr 2017 wurden die Workshop Teilnehmer eingeladen, an der Evaluation teilzunehmen. Das Evaluationsteam war bei vielen Veranstaltungen selbst vor Ort um einen Einblick zu gewinnen. Parallel dazu wurden mit ausgewählten Teilnehmern auch qualitative Interviews durchgeführt. Bei anderen Workshops wurden die Evaluationsbögen den Teilnehmern ausgeteilt und ausgefüllt wieder eingesammelt. Im Teilnehmerfragebogen wurden folgende Kriterien abgefragt:

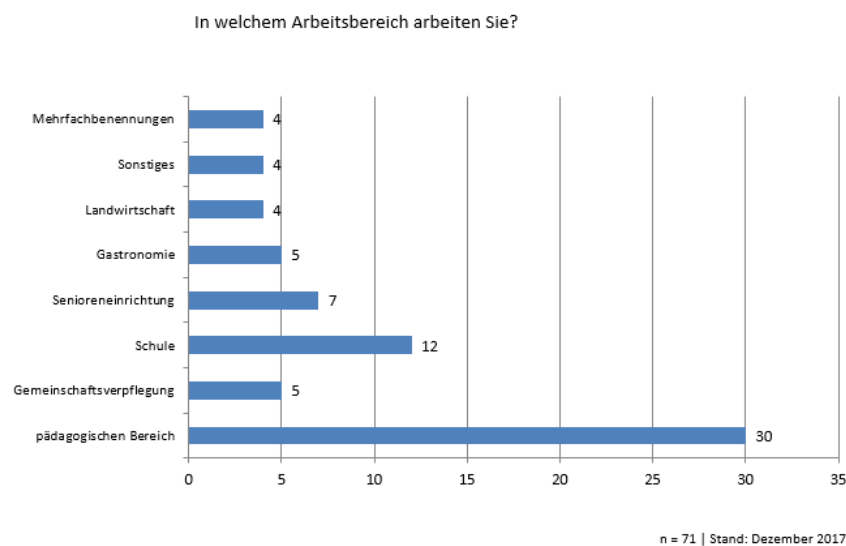
Konnten die Kurse beitragen, dass

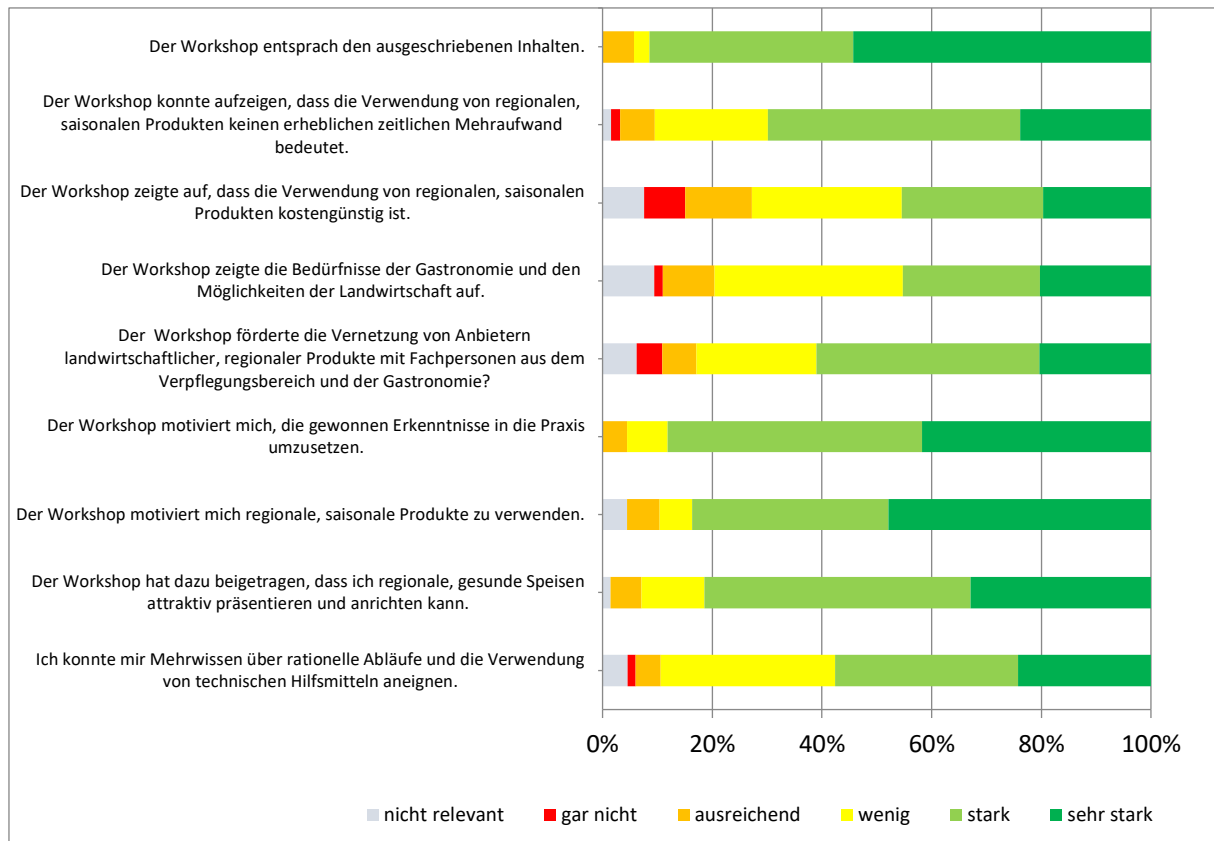
- sich das Bewusstsein für regionale, saisonale Lebensmittel erhöht hat?
- sich Kenntnisse und Fähigkeiten in der Verwendung regionaler, saisonaler Lebensmittel verbessert haben?
- Kursinhalte auch in eine Umsetzung gelangen?
- Vernetzung stattfindet?

Zusammenfassung der Ergebnisse:

Das abgebildete Diagramm zeigt die Ergebnisse der befragten TeilnehmerInnen an den durchgeführten Workshops und Kursen – 2017.

Stand Dezember 2017: 71 Personen aus durchgeführten Kursen gaben Rückmeldungen zu den von ihnen besuchten Kursen. Wie die abgebildete Auswertung zeigt, sind MitarbeiterInnen aus Schule und aus dem pädagogischen Bereich sehr gut erreicht worden. Diese Rückmeldungen wurden dann von der Projektleitung in jedem Falle aufgenommen und es wurden spezielle Angebote für Landwirtschaft und Gastronomie entwickelt.





Die Workshops motivierten die Teilnehmer, die Erkenntnisse in die Praxis umzusetzen. Die Workshops entsprachen den ausgeschriebenen Inhalten. Die Workshops konnten aufzeigen, dass die Verwendung von regionalen und saisonalen Produkten keinen erheblichen zeitlichen Mehraufwand bedeutet.

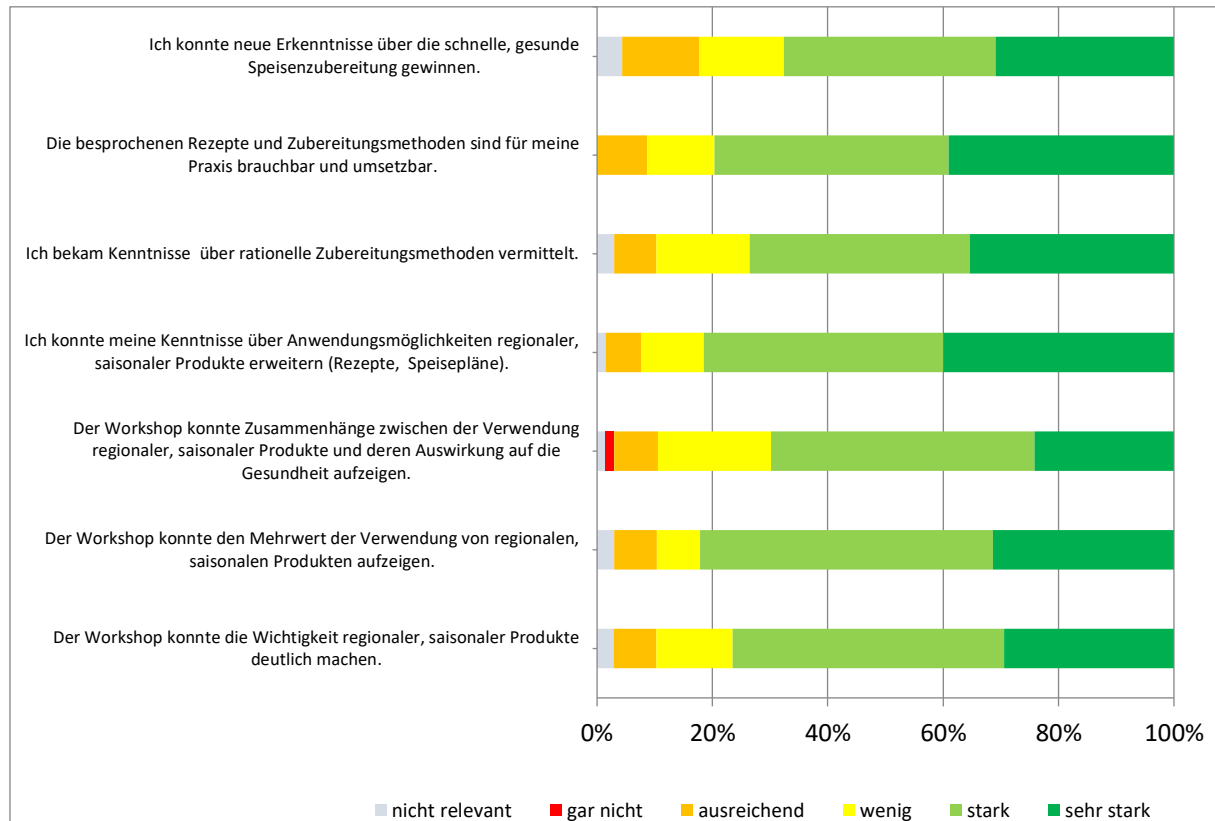
Was zeigt uns die durchgeführte Erhebung noch?

Die Workshops konnten nur bedingt die Bedürfnisse der Gastronomie und die Möglichkeiten der Landwirtschaft aufzeigen.

Fazit: Dieses Thema hat Mehrwert-Projektleitung aufgenommen und im Folgejahr speziell Veranstaltungen zu diesem Thema gemacht.

Die Workshops konnten nur bedingt aufzeigen, dass die Verwendung von regionalen Lebensmitteln auch kostengünstig ist.

Die Workshops konnten nur bedingt Mehrwissen über rationelle Abläufe und die Verwendung von technischen Hilfsmitteln erzeugen.



Die Workshops konnten sehr wohl die Wichtigkeit der Verwendung regionaler, saisonaler Produkte deutlich machen.

Die Workshops konnten den Mehrwert der Verwendung von regionalen Lebensmitteln aufzeigen.

Die Workshops konnten die Zusammenhänge zwischen der Verwendung regionaler, saisonaler Produkte und deren Auswirkung auf die Gesundheit aufzeigen.

Die Teilnehmer an den Workshops konnten ihre Kenntnisse über Anwendungsmöglichkeiten regionaler Lebensmittel erweitern.

Die besprochenen Rezepte sind in der beruflichen Praxis der Teilnehmer sehr brauchbar.

Die Teilnehmer konnten neue Erkenntnisse über gesunde und schnelle Speisenzubereitung gewinnen.

Zusammenfassend zeigt die Auswertung in allen Kriterienbereichen folgendes Bild:

Im Bereich Bewusstsein:

Bis zu 80 % Bejahung (sehr stark bis stark)

Auswirkung auf die Gesundheit – etwas niedriger ca. 70 %

Im Bereich Kenntnisse und Fähigkeiten:

Bis zu 80 % und knapp drüber Bejahung (sehr stark bis stark)

Knapp 45-55 % Bejahung - Kostengünstig und rat. Abläufe, techn. HM

Im Bereich Umsetzung:

Ca. 85 % Bejahung (stark bis sehr stark)

Im Bereich Vernetzung:

Ca. 60 % Bejahung - Anbieter und Nutzer

Ca. 45 % Bejahung – Bedürfnisse der Gastronomie/Möglichkeiten für Landwirtschaft

6 Online-Befragung alle Kursteilnehmer – Vergleich 2017 und 2018

Ende 2017:

Alle Teilnehmer wurden befragt, die an einer Mehrwertveranstaltung im Jahr 2017 teilgenommen haben.

Durchführung Ende 2017:

Aus den Adressen (n=224) wurden die doppelt erfassten auf eine Adresse reduziert. Somit konnten 160 Teilnehmer befragt werden.

35 Personen haben die gestellten Fragen beantwortet. Somit betrug der Rücklauf 22 Prozent.

Ende 2018:

Alle Teilnehmer wurden befragt, die an einer Mehrwertveranstaltung im Jahre 2018 teilgenommen haben.

Durchführung: Dezember 2018:

Nach der Korrektur der Email-Adressen wurde ein Online-Fragebogen an 161 Personen geschickt.

48 Personen haben die gestellten Fragen beantwortet. Somit betrug der Rücklauf 30 Prozent.

Konzeption des Online-Fragebogens:

Folgende Hypothesen sind in die Fragebogenkonstruktion geflossen:

- Geplantes verändertes Konsum- und Kochverhalten nach Besuch einer Mehrwert-Veranstaltung
- Geplante Umsetzung in der Praxis von erworbenem Wissen
- Brauchbarkeit des erworbenen Wissens nach Besuch einer Mehrwert-Veranstaltung
- Motive für Teilnahme an einer Veranstaltung
- Veränderung des Einsatzes von regionalen und saisonalen Lebensmitteln

6.1 Ergebnisse im Vergleich

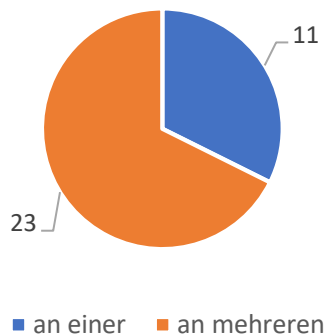
Ergebnisse 2017

Alle TeilnehmerInnen 2017

n = 35

An wie vielen Veranstaltungen haben Sie teilgenommen?

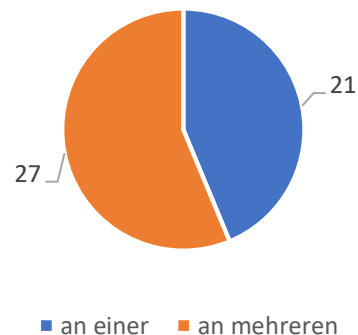
Auffallend ist, dass mehr als die Hälfte der TeilnehmerInnen an Mehrwert-Veranstaltungen an mehreren Veranstaltungen teilgenommen hat.



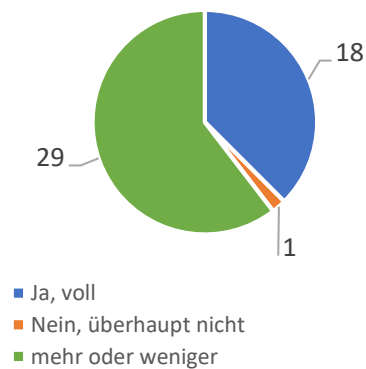
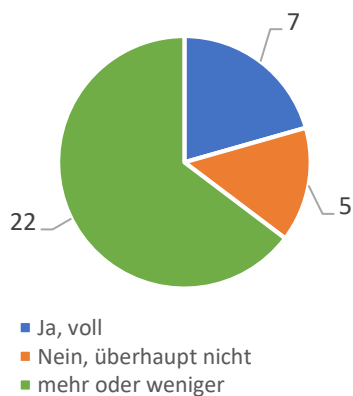
Ergebnisse 2018

Alle TeilnehmerInnen 2018

n = 48



Konnten Sie die in der Veranstaltung besprochenen Rezepte und Themen in der Praxis umsetzen?

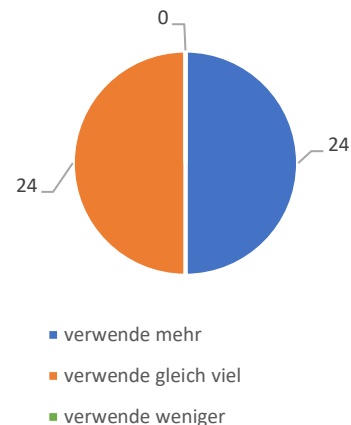
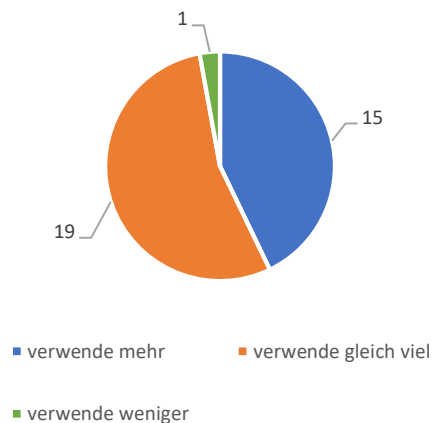


Der Vergleich beider Diagramme lässt die Erklärung zu, dass in der 2. Befragung (2018) doppelt so viele Teilnehmer sagen, dass sie die in der Veranstaltung besprochenen Rezepte und Themen in der Praxis umsetzen konnten..

Alle TeilnehmerInnen 2017
n = 35

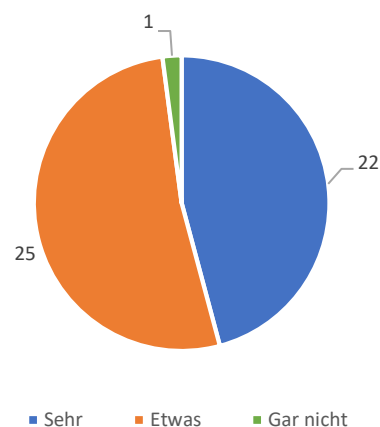
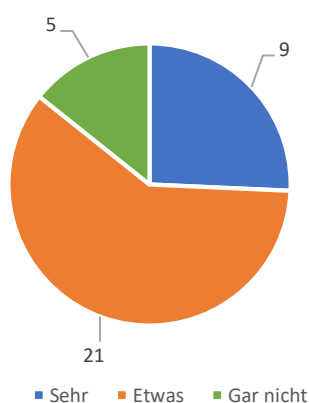
Alle TeilnehmerInnen 2018
n = 48

Wie hat sich seit der besuchten Mehrwert-Veranstaltung die Verwendung von regionalen Produkten bei Ihnen verändert?



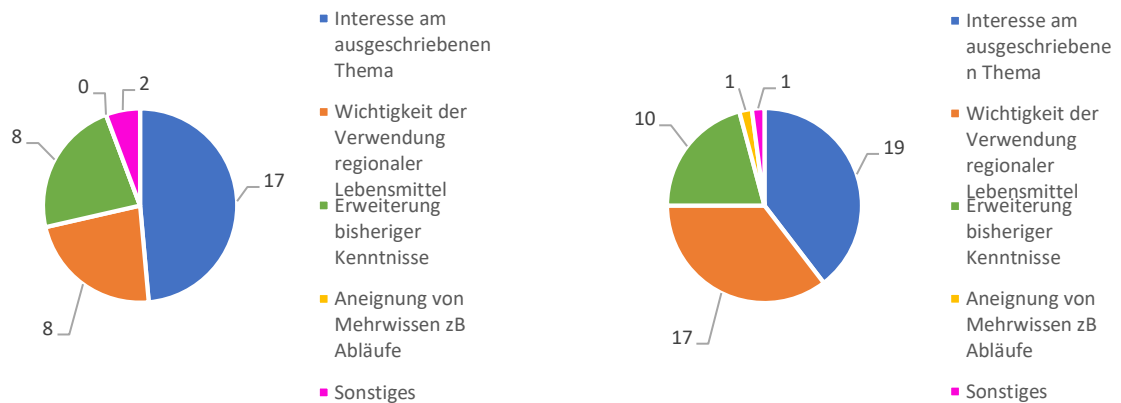
Nach dem Projektjahr 2018 gaben 50 % der Befragten TeilnehmerInnen an mehr regionale Produkte zu verwenden, d.h. dass sich nach der besuchten Mehrwert-Veranstaltung die Verwendung von regionalen und saisonalen Produkten verändert hat.

Wie sehr konnten Sie durch den Besuch der Mehrwert-Veranstaltung Ihre Kenntnisse über verschiedene Anwendungsmöglichkeiten regionaler, saisonaler Produkte erweitern?



Nach dem zweiten Projektjahr gaben fast 50 % der TeilnehmerInnen an, dass sich ihre Kenntnisse über die Anwendungsmöglichkeiten der Produkte durch eine Mehrwert Veranstaltung sehr und weitere 50 % etwas erweitert hat. Der Anteil der TeilnehmerInnen, die kein Mehrwissen erlangt haben, ging stark zurück. Das heißt, dass sich der Besuch einer oder mehrerer Mehrwert-Veranstaltungen auf die Kenntnisse über Anwendungsmöglichkeiten regionaler und saisonaler Produkte nachhaltig auswirkt.

Warum haben Sie an einer Veranstaltung teilgenommen?



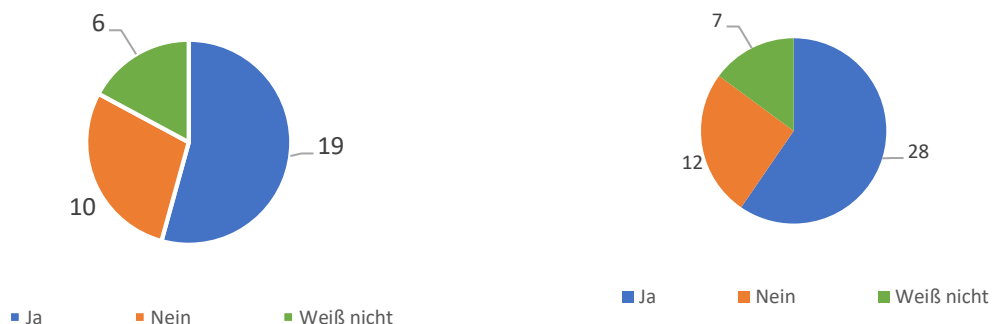
Interesse am ausgeschriebenen Thema war bei der ersten als auch bei der zweiten Befragung die Hauptmotivation an der Teilnahme an einer Mehrwert-Veranstaltung. Ebenso konnte die Wichtigkeit der Verwendung regionaler Lebensmittel eine Steigerung erfahren. Zusammengefasst heißt das: Den TeilnehmerInnen war das ausgeschriebene Thema als auch die Wichtigkeit am Thema ein Hauptgrund, an einer Mehrwert-Veranstaltung teilzunehmen.

Haben Sie Einfluss darauf, ob regionale Lebensmittel an Ihrer Arbeitsstelle verwendet werden?



Der Einfluss ob regionale Lebensmittel an der Arbeitsstelle verwendet werden, wird zu Beginn und nach dem zweiten Projektjahr mit ca. 80 % angegeben. Das heißt, dass TeilnehmerInnen an einer Mehrwert-Veranstaltung einen Einfluss darauf haben, ob regionale Lebensmittel verwendet werden.

Fließen die Schulungsinhalte in Ihre tägliche Küchenpraxis mit ein?

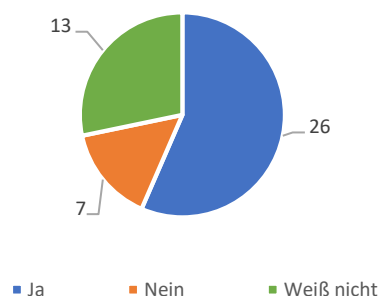
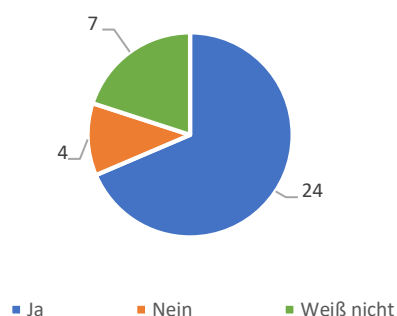


Die Schulungsinhalte fließen laut Antworten der TeilnehmerInnen überwiegend in die Küchenpraxis ein. Ähnlich geblieben ist der Anteil, derer die sagen, dass sie die Schulungsinhalte nicht in die tägliche Küchenpraxis einfließen lassen können.

Alle TeilnehmerInnen 2017 n = 35

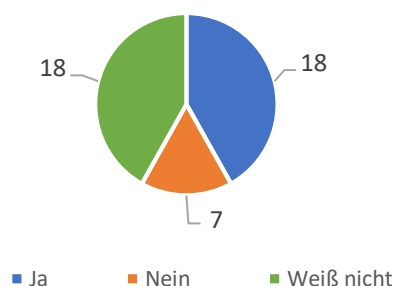
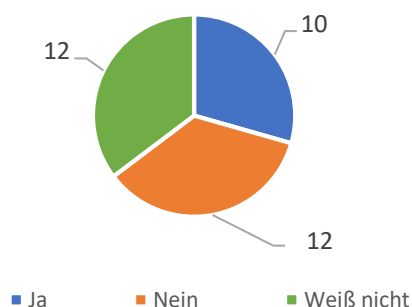
Alle TeilnehmerInnen 2018 n = 48

Aspekte der Ernährungsqualität: Konnten Sie den Anteil an frischen, hochwertigen Lebensmitteln aus der Region steigern? (die letzten 2 Jahre)



Überraschenderweise konnte laut Auswertung der Anteil der frischen, hochwertigen Lebensmittel aus der Region nach dem Projektjahr 2018 nicht gesteigert werden. Ebenso erhöhte sich nach der 2. Befragung der Anteil der TeilnehmerInnen, die sagen sie wissen nicht ob sich der Anteil an frischen, regionalen Lebensmitteln gesteigert hat.

Psychosoziale Aspekte: Konnten Sie eine höhere Zufriedenheit bezogen auf das Lebensmittelangebot bei Ihren Gästen feststellen? (die letzten 2 Jahre)

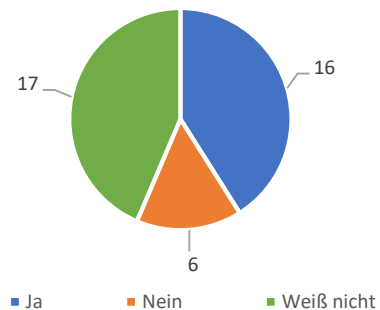
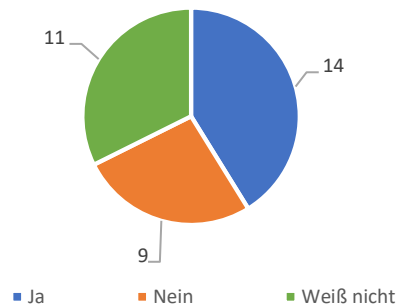


In Bezug auf die Zufriedenheit geben die Teilnehmenden bei der zweiten Befragung eine deutlich höhere Zufriedenheit bei den Gästen an.

Alle TeilnehmerInnen 2017
n = 35

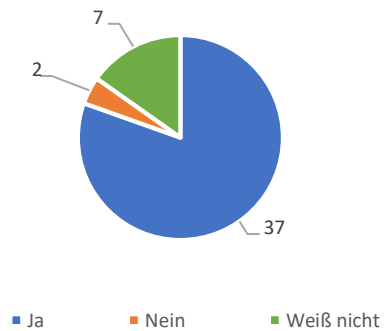
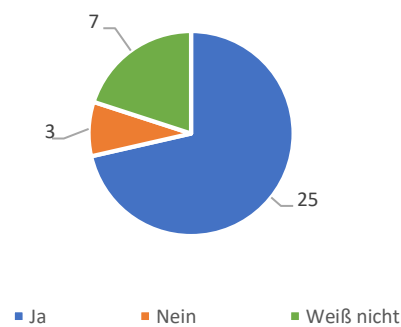
Alle TeilnehmerInnen 2018
n = 48

Hat sich die Wertschätzung Ihres Küchenpersonals gegenüber den Anbietern landwirtschaftlicher Lebensmittel verändert? (die letzten 2 Jahre)



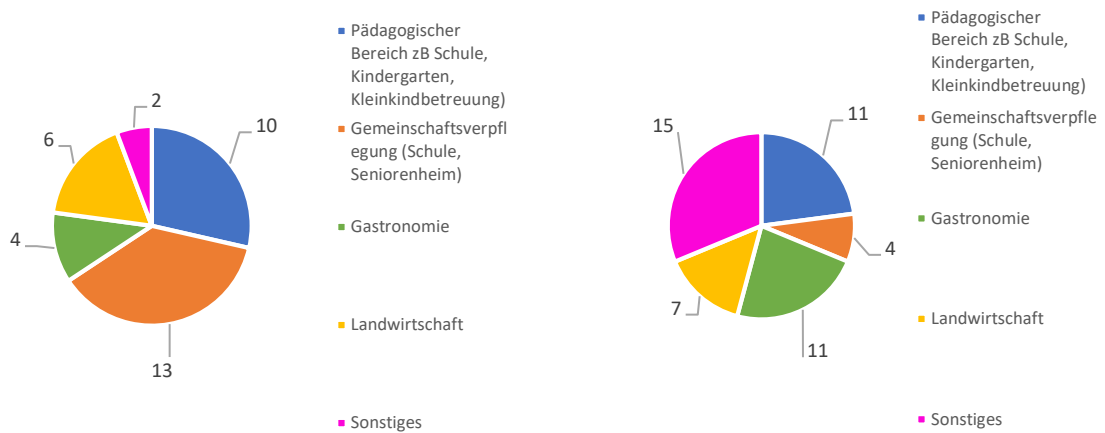
Die Wertschätzung des Küchenpersonals gegenüber den Anbietern landwirtschaftlicher Lebensmittel hat sich im Befragungszeitraum wenig verändert, tendenziell aber eher zurück gegangen.

Haben Sie ein Interesse an Austausch, Schulungen und Know-How-Transfer?



Das Interesse an Schulungen und Austausch wird 2018 noch höher als 2017 von 77 % mit Ja beantwortet d.h. es besteht nach wie vor Interesse an Austausch, Schulungen und Know-How-Transfer.

In welchem Bereich arbeiten Sie?



An der zweiten Befragung haben weniger TeilnehmerInnen aus der Gemeinschaftsverpflegung und Pädagogik, dafür mehr aus der Gastronomie und Sonstigen Bereichen teilgenommen. TeilnehmerInnen aus sonstigen Bereichen könnten aus Politik, Vernetzung, anderen Kooperationspartnern kommen.

7 Befragung der Landwirte 2017

Ziel:

Ein großes Ziel des Projektes soll die Beratung und Unterstützung bei der gemeinsamen Entwicklung von Produkten für Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung sein.

Angebotene Lebensmittel sollen den Ansprüchen der Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung hinsichtlich Qualität, Darbietungsform, Verpackung usw. gerecht werden.

7.1 Ablauf der Befragung

November – Dezember 2017 wurden 215 Landwirte mittels Online-Fragebogen befragt. Die Adressen stammen aus Kontakten des Mehrwert-Projektes. Zusätzlich wurden zu den Verantwortlichen des Ländle-Bur ein Kontakt hergestellt. Die Online-Befragung wurde über das Newsletter des Ländle-Bur verschickt. Durch diese 2 Kanäle konnten 215 Landwirte erreicht werden. Beantwortet wurde der Fragebogen von 48 TeilnehmerInnen, was einem Rücklauf von ca. 22 Prozent entspricht.

Das Projekt „Mehrwert für alle“ hat sich das Ziel gesetzt, die Vernetzung von landwirtschaftlichen Betrieben und Gastronomen zu verstärken. Weitere Ziele des Projektes sind die Sensibilisierung für regionale und saisonale Produkte. Die Befragung der Landwirte sollte zu folgenden Bereichen Ergebnisse bringen:

Themen der Befragung waren folgende:

- Vernetzung mit der regionalen Gastronomie
- Bekanntheitsgrad des Projektes Mehrwert
- Teilnahme an Veranstaltungen
- Verkauf von landwirtschaftlichen Produkten – welche?
- Abnehmer der landwirtschaftlichen Produkte – welche?
- Interesse am Verkauf der landwirtschaftlichen Produkte an die Gastronomie bzw. Gemeinschaftsverpflegung
- Was wird noch benötigt um die landwirtschaftlichen Produkte noch besser verkaufen zu können?

7.2 Ergebnisse und Auswertung der Befragung

41 von 48 Befragten haben von dem Projekt Mehrwert schon einmal gehört. 21 also knapp die Hälfte hat an einer oder mehreren Veranstaltungen von Mehrwert teilgenommen.

Die befragten Landwirte verkaufen recht viele landwirtschaftliche Produkte wie zB Bio Weiderind, Kartoffeln, Karotten, Zwiebel, diverses Gemüse nach Saison (Salat, Tomaten, Gurken, Lauch) Obst wie Äpfel, Birnen, Erdbeeren, Heidelbeeren, Quitten, Zwetschken, Johannisbeeren (rote u. schwarze), Aronia, Zwetschken, Jostabeere, Maroni, Fleisch und Wurstware, Biofleisch, Wurst- und Speckwaren, Eier (Freiland Eier), Kürbisse, Spargel, Most, Saft, Schnaps, O-Fleisch, Schweinefleisch und daraus gemachte Fleisch- und Wurstprodukte, Kräuter und Wildkräuter (frisch und getrocknet), Kräutertees, Würzkräuter, Kräutersalze, Kräuternessig, etwas Gemüse und Beeren nach Saison, Jungrindfleisch (2 x jährlich), Brennholz Teigwaren, Getreideprodukte, Diese Aufstellung soll nur exemplarisch die Vielfalt der in Vorarlberg verkauften landwirtschaftlichen Produkte abbilden.

Vorwiegend verkaufen die Landwirte ihre Produkte an private Haushalte (n=44) gefolgt von der Gastronomie (n=25).

Fazit aus der Evaluation: Ausbaufähig ist der Verkauf von regionalen landwirtschaftlichen Produkten an die Gemeinschaftsverpflegung (Altersheime, Schulküchen, usw.) Zudem geben die Landwirte ein hohes Interesse an, ihre landwirtschaftlichen Produkte an die Gemeinschaftsgastronomie zu verkaufen.

Auf die Frage hin, was benötigen die Landwirte damit sie ihre Produkte noch besser verkaufen, gibt es eine klare Antwort: Eine Plattform – Angebot trifft Nachfrage. Diese Plattform wurde im Rahmen eines Leader-Antrages gegründet. Es gibt bereits erste Erfahrungen damit.

Was würde die Landwirte bei der Vermarktung noch unterstützen? Hier sind exemplarisch Textanmerkungen wiedergegeben:

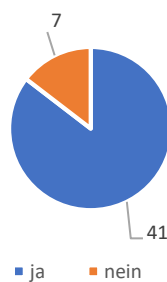
- Gastronomie welche das ganzheitliche Kochen und Verwerten der Tiere beherrscht!
- Bildungsanbieter, als solcher an der Vernetzung der vielen Anbieter sowie Vertreter gemeinsamer Themen interessiert. Regionalität zu fördern geht nur gemeinsam. Wir freuen uns immer wieder über den Austausch
- Logistik ist ein Thema. Beeren sind ein Frische-Produkt das nicht lange gelagert werden kann. Wir sind begeisterte Obstbauern haben jedoch keine Kraftfahrer - vielleicht haben wir mit Trans Gourmet* einen großen Partner gefunden.
- Gutes Netzwerk mit einem konstruktiven Austausch zwischen Anbieter und Abnehmer
- Regionalität

- logistische Struktur (Aufbereitung, Lagerung, Vertrieb)
- Politische Rahmenbedingungen, welche für die Gemeinschaftsverpfleger Anreize schaffen, sich mit dem wichtigen Thema gesunde Ernährung mal ein wenig auseinander zu setzen
- Offene Gespräche zwischen Erzeuger und Abnehmer

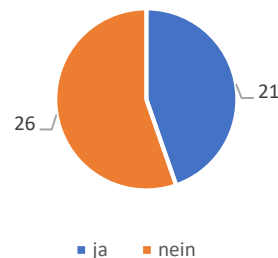
*Auch in diesem Bereich hat sich in Vorarlberg während des Projektes einiges getan. Trans-Gourmet ist ein österreichweit agierendes Unternehmen und hat eine große Auswahl an regionalen und österreichischen Produkten.

Nov./Dez. 2017: 215 Landwirte wurden befragt. 100 Landwirte wurden über den Newsletter von Ländle-Bur erreicht.

Haben Sie vom Projekt „Mehrwert“ schon gehört?

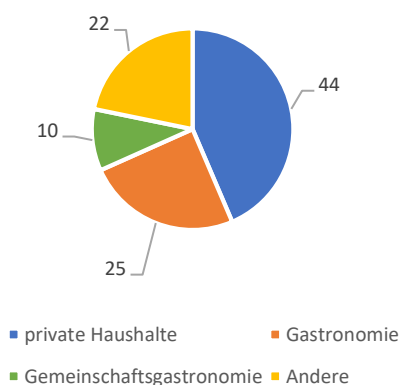


Haben Sie an einer oder mehreren Veranstaltungen von „Mehrwert“ teilgenommen?

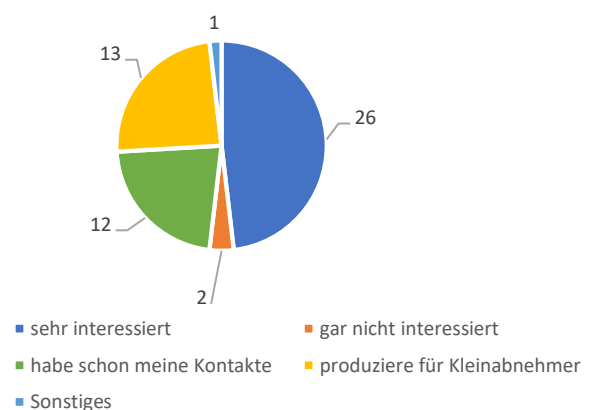


Welche Produkte verkaufen Sie? (Umfangreiche Ergebnisse – siehe Anhang)

Wer sind die Abnehmer Ihrer landwirtschaftlichen Produkte?



Wie interessiert sind Sie, dass z.B. Altersheime, Kindergärten, Gastronomen in der Region Ihre Produkte kaufen und verarbeiten würden?

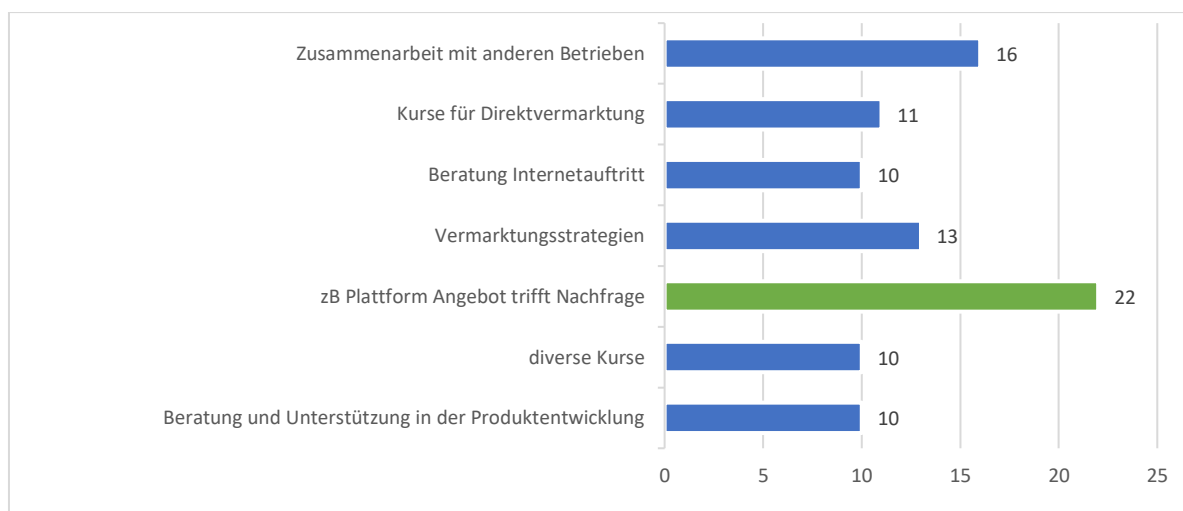


In der Auswertung der Landwirte zeigte sich, dass ein hohes Interesse an einer Zusammenarbeit mit Altersheimen, Kindergärten und Gastronomen durchaus besteht. Rund ein Viertel der Antworten zeigt, dass Landwirte schon Kontakte zur Zielgruppe aufgebaut haben und auch bereits für Kleinabnehmer produzieren.

Dieses Ergebnis wurde zum Teil in der Durchführung der Anbietermesse „Küche trifft Landwirtschaft“ umgesetzt. Auf dieser ersten Regional-Genuss-Messe konnten 500 Interessierte begrüßt werden.

Veranstaltet wurde die Regional-Genuss-Messe von Mehrwert für Alle, dem Verein vom Ländle Bur, dem Regionalmarkt Vorderland-Walgau-Bludenz und Gstach 'sich sau.

Was benötigen Sie, damit Sie ihre Produkte noch besser verkaufen können?



Die Grafik zeigt, dass Landwirte sehr an einer Plattform „Angebot trifft Nachfrage“ interessiert sind. Die durchgeführte Regional-Genuss-Messe konnte hier einen ersten Beitrag liefern.

Ein Beispiel versuchter Umsetzung ist der Regionalmarkt Vorderland.

Der Regionalmarkt Vorderland ist eine Vermarktungsdrehscheibe für hochwertige Lebensmittel aus der Region Vorderland-Feldkirch, die von kleinbäuerlichen Betrieben produziert und von regionalen Nahversorgern vertrieben werden. Das Projekt versteht sich als Bindeglied zwischen Landwirten, Verarbeitern, Nahversorgern und Konsumenten. Es handelt sich dabei um eine Initiative des Vereins „Garten Vorarlbergs“ und der Region Vorderland-Feldkirch.

Ziel ist vor allem die Förderung kleinbäuerlicher Betriebe in der Region Vorderland-Feldkirch. Gefördert werden ausschließlich Produzenten und Verarbeiter, die Rohstoffe aus dem Vorderland beziehen und/oder dort verarbeiten. Die Konsumenten können darauf vertrauen, dass die mit dem Vorderland-Logo gekennzeichneten Produkte ihren Ursprung garantiert in der Region Vorderland-Feldkirch haben.

Mit der Organisation und Durchführung der Auftragsabwicklung und der Warentransporte schafft der Regionalmarkt Vorderland einen Freiraum für seine Partner, der es ihnen erlaubt, sich auf die Weiterentwicklung ihres Betriebes zu konzentrieren. Außerdem leistet das Projekt durch die kurzen Versorgungswege einen aktiven und nachhaltigen Beitrag zum Umweltschutz. (www.vorderland.com)

Ein Auszug aus den Antworten der Landwirte und Landwirtinnen auf die Frage was sie in der Vermarktung ihrer landwirtschaftlichen Erzeugnisse unterstützen würde.

Eine Gastronomie welche das ganzheitliche Kochen und verwerten der Tiere beherrscht!
Wir sind Bildungsanbieter, als solcher an der Vernetzung der vielen Anbieter sowie Vertreter gemeinsamer Themen interessiert. Regionalität zu fördern geht nur gemeinsam. Wir freuen uns immer wieder über den Austausch.
Die Logistik Beeren sind ein Frische Produkt die nicht Lange gelagert werden können Wir sind begeisterte Obstbauern und keine Kraftfahrer vielleicht haben wir mit Trans Gourmet Glück. Herr Gohm kennt uns und unsere Stärken auch Sorgen.
Brauche derzeit keine Unterstützung
Ein gutes Netzwerk mit einem konstruktiven Austausch zwischen Anbieter und Abnehmer.
Marktmacht
Regionalität
logistische Struktur (Aufbereitung, Lagerung, Vertrieb)
Lohnnebenkostensenkung - dann könnten wir eventuell jemand zur Unterstützung in der Produktion einstellen. Ansonsten können wir nicht mehr produzieren, als wir es ohnehin schon tun und die Frage nach mehr/besserer Vermarktung stellt sich uns nicht
Wenn Menschen aus der direkten Umgebung, direkt ab Hof die Produkte beziehen.
Regionalität
Politische Rahmenbedingungen, welche für die Gemeinschaftsverpflegung Anreize schaffen, sich mit dem wichtigen Thema gesunde Ernährung mal ein wenig auseinander zu setzen.
Noch mehr stark machen für die Regionalität
Noch bessere Preise
Offene Gespräche zwischen Erzeuger und Abnehmer
Leistungsfähige regionale Verkaufsstellen.
Wenn die Kunden die handwerklich erzeugten Produkte mehr nachfragen würden. Wenn der Preis keine so große Rolle spielen würde. Wenn die Bequemlichkeit der Kunden nicht so groß wäre.
Vernetzung, gemeinsamer Vertrieb, regelmäßig. Zusammenkünfte Gleichgesinnter und denkende.
Personal für sortieren und ausfahren.

Der Bevölkerung klar machen, dass die Produkte der Bauern im Montafon keine Massenware sind und deshalb der Preis auch höher sein kann, miteingerechnet muss auch noch die Landschaftspflege für uns und unsere Gäste, eine bessere Zusammenarbeit mit der Gastronomie
Lieferservice
Weniger Bürokratie
Koch, der die Produkte weiterverarbeiten kann
Eine ehrliche Zusammenarbeit
Ein Zustelldienst in ganz Vorarlberg würde uns sehr helfen

8 Zusammenfassung der Ergebnisse aus der Online-Umfrage der Landwirte

48 Landwirte haben an der Befragung teilgenommen. **Fazit aus der Evaluation:** Ausbaufähig ist der Verkauf von regionalen landwirtschaftlichen Produkten an die Gemeinschaftsverpfleger (Altersheime, Schulküchen, usw.) Zudem geben die Landwirte ein hohes Interesse an, ihre landwirtschaftlichen Produkte an die Gemeinschaftsgastronomie verkaufen zu wollen.

von den Landwirten gewünscht wird auch eine Plattform – diese Plattform wurde bereits über ein Leader-Projekt realisiert.

Das Projekt Mehrwert konnte die Landwirte auch als Teilnehmer nicht so gut erreichen. Das mag daran liegen, dass die Landwirte über Ländle-Marketing und BIO-AUSTRIA sehr gut organisiert sind. Das waren auch Ergebnisse der Interviews die das Evaluationsteam mit den jeweiligen Geschäftsführern geführt haben. Wenn Landwirte Schulungsbedarf haben, dann sind sie über die Strukturen des Ländle-Marketings und BIO-AUSTRIA sowie über das bäuerliche Fortbildungsinstitut sehr gut bedient. Das mag eine mögliche Erklärung sein, dass die Landwirte eher zurückhaltend in der Teilnahme an Kursen von Mehrwert waren.

Landwirtschaftliche Betriebe sind sehr gut über die Ländle-Marketing vertreten. Die Ländle Qualitätsprodukte Marketing GmbH (LQM) versteht sich als Serviceplattform für Vorarlberger Landwirte in Bezug auf Herkunft, Qualität, Sicherheit und Vermarktung ihrer Produkte. Weiters verbindet sie die Landwirte in Form von Lieferanten mit Vertriebspartnern (z. B. Direktvermarkter, Hofläden, Sennereiläden, Metzgereien und Einzelhandelspartnern). Zudem intensiviert die Ländle Qualitätsprodukte Marketing GmbH die Beziehungen zwischen Konsument und Landwirt und erhöht das Bewusstsein der Konsumenten für die Vorzüge regionaler Lebensmittel. Das Ländle Herkunfts- und Gütesiegel soll das Vertrauen zwischen Landwirtschaft und Konsumenten im Ländle weiter ausbauen. Das Siegel macht kontrollierte Qualität mit definiertem Wertschöpfungsanteil in Vorarlberg sichtbar. Produkte mit dem Ländle Gütesiegel sind sicher, regional, gentechnikfrei, umwelt- und tierfreundlich sowie unabhängig kontrolliert. Das Siegel wird sowohl für konventionelle als auch für biologische Produkte vergeben.

Neben der Sicherheit für Konsumenten unterstützt das Siegel ein faires Preisniveau für die Landwirte und eine Erhöhung der Eigenversorgung im Ländle.

Das mag einer der möglichen Gründe sein, dass das Projekt Mehrwert bei den landwirtschaftlichen Betrieben nicht so stark angenommen wurde.

In Vorarlberg gibt es eine große Anzahl von Initiativen, die sich mit regionalen Lebensmitteln beschäftigen. Auch sehr viele Spitzengastronomen beziehen ihre landwirtschaftlichen Produkte bereits aus der Region.

Zahlreiche Projekte z.B. Slowfood, Genussregionen, ... haben sich ähnliche Ziele wie das Mehrwert Projekt gesetzt. In einem Fachaustausch könnten mögliche Synergien diskutiert und Überschneidungen oder ähnliche Umsetzungsinhalte vermieden werden.

Aufgenommen wurde von der Mehrwert-Projektleitung der Wunsch nach Vernetzung und Austausch. Ein Beispiel dafür ist in der gelungenen Regional-Genuss-Messe zu sehen.

9 Befragung der Gemeinschaftsverpfleger 2017

Küchenpersonal soll hinsichtlich gesunder, rationeller Zubereitungsmethoden, sinnvoller Resteverwertung, Ablaufplanung und Einkauf sowie Kalkulation beraten werden. Beratung in den Partnerbetrieben vor Ort.

Ziel:

Steigerung des Anteils gesunder, regionaler Qualitätsprodukte in der Gemeinschaftsverpflegung durch praktische Beratung.

9.1 Ablauf der Befragung

Im Zeitraum Dezember 2017 wurde eine Online-Umfrage mit der Zielgruppe der Gemeinschaftsverpfleger gestartet. 138 Personen aus dem Bereich der Gemeinschaftsküchen wurden befragt. 48 angeschriebene Personen waren 48 Küchenleiter. Mit nochmaligem Nachfragen konnten 10 Fragebögen in die Auswertung fließen. Der Rücklauf entspricht 13,8 Prozent. Folgende Kategorien wurden im Online-Fragebogen abgefragt:

Kriterien dieser Befragung waren unter anderem:

- Bekanntheitsgrad des Projektes
- Teilnahme der Gemeinschaftsverpfleger an Veranstaltungen
- Bezug von regionalen landwirtschaftlichen Produkten
- Interesse an regionalen landwirtschaftlichen Produkten
- Gründe für NICHT-BEZUG von landwirtschaftlichen Produkten
- Bedingungen für den Kauf von noch mehr regionalen Produkten

9.2 Ergebnisse und Auswertung der Befragung

Zielgruppe: 138 Gemeinschaftsgastronomen wurden befragt (davon waren 48 KüchenleiterInnen)
Rücklauf: n=10

8 von 10 Personen aus der Gemeinschaftsverpflegung, die den Fragebogen beantwortet haben ist das Projekt Mehrwert bekannt. 7 Personen haben an einer oder mehreren Veranstaltungen teilgenommen.

7 von 10 Personen aus der Gemeinschaftsverpflegung beziehen schon landwirtschaftliche Produkte aus der Region, zum Teil schon ab Hof.

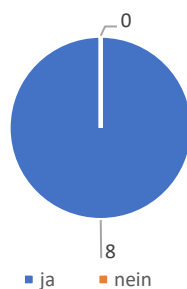
Gründe für NICHT-Bezug liegen zum Teil in einem zu geringen regionalen Angebot und zum Teil in logistischen Problemen. Oft können Landwirte die gewünschte Menge nicht liefern bzw. zum gewünschten Zeitpunkt nicht liefern. 5 der befragten Personen aus dem Bereich der Gemeinschaftsverpflegung verwenden schon regionale Produkte.

Fazit: Hier wäre natürlich noch Spielraum nach oben. Das logistische Thema könnte mit dem Leader-Projekt „Vermarktungsdrehscheibe Vorderland-Walgau-Bludenz“ angegangen werden, zumindest für eine Region.

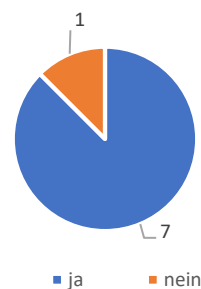
Die Gemeinschaftsverpfleger verwenden zu einem großen Teil schon regionale Produkte sind trotzdem noch interessiert, dass in ihrem Betrieb noch mehr von regionalen, saisonalen Produkten verwendet werden.

Auszug aus den Ergebnissen:

Haben Sie vom Projekt „Mehrwert“ schon gehört?

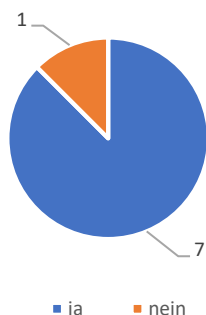


Haben Sie an einer oder mehreren Veranstaltungen von „Mehrwert“ teilgenommen?

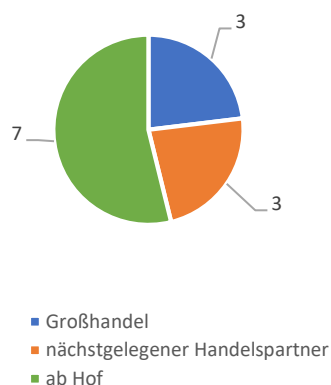


Den Gemeinschaftsverpflegern ist das Projekt bekannt. Auch haben von denen die den Fragebogen beantwortet haben 7 gesagt, dass sie an einer oder mehreren Mehrwert-Veranstaltungen teilgenommen haben.

Beziehen Sie landwirtschaftliche Produkte aus der Region (Vorarlberg)?



Von wo beziehen Sie ihre landwirtschaftlichen Lebensmittel?



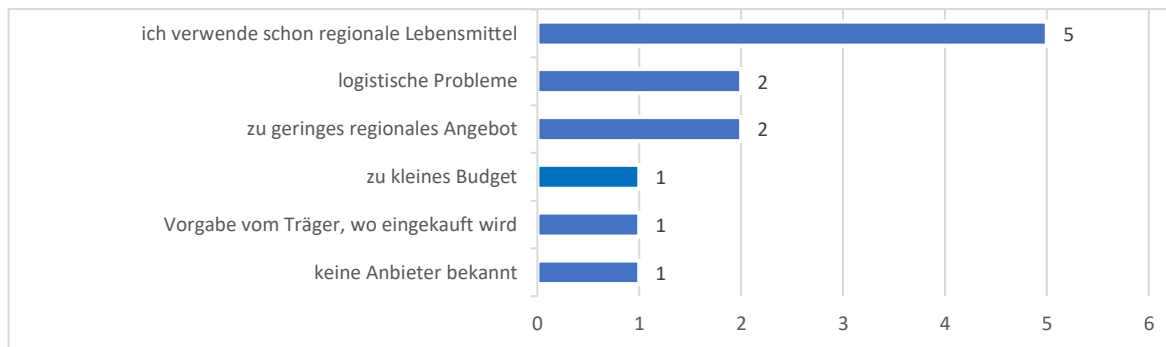
Die Grafiken zeigen, dass die Gemeinschaftsverpfleger, die den Fragebogen ausgefüllt haben schon sehr viele landwirtschaftliche Produkte beziehen bzw. schon ab Hof kaufen.

Welche Produkte kaufen Sie regelmäßig regional ein?

Auszug aus den schriftlichen Rückmeldungen:

Kartoffeln
MILCHPRODUKTE (V.-Milch/Sennerei Schnifis/Martinsruh); GEMÜSE (Landwirt Elmar Ströhle/Gertruds Garten) , SALAT (Elmar Ströhle/Gertruds Garten); OBST (Witzemann Werner), Kartoffeln (Hubert Tschabrun/Rheintaler Feldfrüchte); TEIGWAREN (Sennhof, Rankweil); FRISCHFLEISCH (Landwirtschaft Greußing, Bizau); FRISCHFISCH (Güfel); WURSTWAREN (Metzgerei Walser)
Eier, Gemüse je nach Saison, Hühner, Kartoffeln
Molkerei, Frischeier, Nudeln, Fleisch, Wurst, Brot.
Kartoffeln, Kalbfleisch, Alpsschwein, Bio Rind, Alpkäse, Bräukäse Andelsbuch, Zwiebel, Milch z. Kochen, Eier Hörbranz, Nudeln,
Kartoffeln, Salate, Gemüse, Riebelgrieß,
Milch, Käse,
Rohmilch, Milchprodukte, Kartoffeln, Gemüse,

Was hindert Sie daran regionale landwirtschaftliche Produkte zu verwenden?

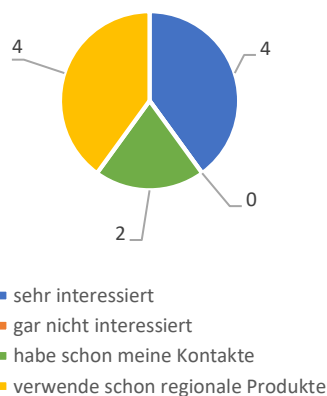


Die Grafik zeigt, dass in der Gemeinschaftsverpflegung schon regionale Produkte verwendet werden. Logistische Probleme und zu geringes Angebot hindern oft die Verwendung von regionalen landwirtschaftlichen Angeboten.

Auch in diesem Bereich muss noch intensiver zusammengearbeitet werden.

Die Gruppe der Gemeinschaftsverpfleger konnte im Projekt Mehrwert für alle nicht ausreichend erreicht werden. Das kann u.a. damit erklärt werden, dass es schon Projekte im Bereich der Gemeinschaftsverpfleger gibt.

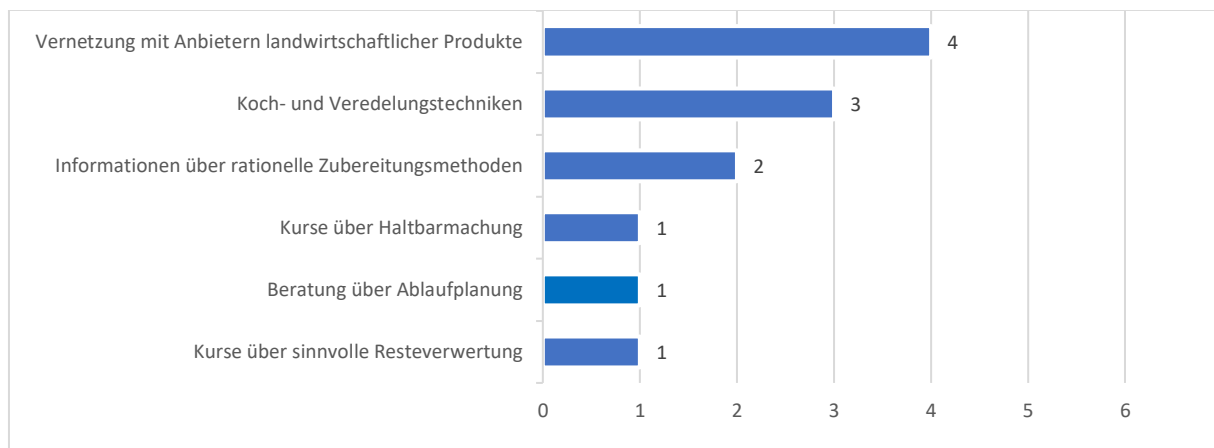
Wie interessiert sind Sie, dass mehr Produkte aus der Region in ihrem Betrieb gekauft und verarbeitet werden?



Das Interesse an Produkten ist vorhanden, es werden aber auch schon regionale Produkte in der Gemeinschaftsgastronomie verwendet.

Fazit: Wie gelangen die Inhalte des Projektes noch mehr in die Gemeinschaftsverpflegung? An diesem Punkt muss noch gearbeitet werden. Auch in diesem Punkt könnte das Projekt des Regionalmarktes Vorderland-Walgau ansetzen.

Geben Sie uns bekannt, was Sie in Ihrem Arbeitsumfeld noch interessiert?



Ergebnisse, die in dieser Grafik dargestellt sind, zeigen, wie schon erwähnt, den Wunsch der Gemeinschaftsverpfleger nach Vernetzung.

Unter welchen Bedingungen würden Gemeinschaftsverpfleger noch mehr regionale Produkte verwenden?

- Erweiterung des Angebotes z.B. Frischfleisch
- Perfekte Logistik, Anlieferung zur gewünschten Zeit
- Wenn über einen Anbieter bestellt und geliefert werden kann
- Wenn das Angebot z.B. durch einen Rüstbetrieb/einen Zusammenschluss mehrerer Landwirte im Land vergrößert werden könnte. Wenn die Preise sinken würden - regional muss nicht gleich teuer sein! (Ist es in anderen Bundesländern auch nicht)
- Wenn die Geschäftsleitung unterstützt und der Kunde die Produkte wertschätzt

Welche Angebote sind für die Gemeinschaftsverpfleger noch interessant?

- Vernetzung mit Anbietern von landwirtschaftlichen Produkten aber auch Koch- und Veredelungstechniken.

10 Zusammenfassung der Ergebnisse aus der Online-Umfrage der Gemeinschaftsverpflegung

Die Gemeinschaftsgastronomen konnten nur in begrenztem Ausmaß erreicht werden. Das mag zum einen daran liegen, dass es eine ARGE-Gemeinschaftsverpfleger gibt, die natürlich auch Fortbildungsveranstaltungen anbietet und Themen aus der Gemeinschaftsverpflegung aufgreift.

Im Laufe der Evaluation konnte natürlich auch der Kontakt mit sehr engagierten Küchenleitern hergestellt werden. Diese beziehen schon regionale, landwirtschaftliche Produkte und sind sehr flexibel auch in der Anwendung d.h. Gemüse wird dann bezogen, wenn es regional vorhanden ist und dementsprechend passen sich auch Speisepläne an. Gemeinschaftsverpfleger arbeiten was die Zubereitungsverfahren angeht sicher schon auf sehr rationellem Niveau. Als Zielgruppe konnte diese Küchenleiter jedoch nicht so gewonnen werden wie ursprünglich im Projekt vorgesehen.

Andere mögliche Gründe in der Nicht-Erreichung liegen evtl. in der budgetären Situation dieser Großküchen – was wiederum oft als Ausrede dienen kann: Sprich: Die Kosten für einen regionalen Lebensmitteleinkauf sind zu hoch.

Zudem gibt es im Land diverse Initiativen, die bereits sich dem Thema Verwendung von Lebensmitteln in den Großküchen angenommen haben. Ein Beispiel ist die V5-Zertifizierung sowie Empfehlungen über das aks an die Bildungseinrichtungen.

In diesem Bereich sind natürlich die Gemeinden und das Land Vorarlberg gefordert auch politisch Druck zu machen. Dieses Bewusstsein hat sich in jedem Falle verändert. Dass hier etwas getan werden muss ist inzwischen klar geworden. Da kann auch die Politik den Hebel ansetzen. Es gibt Gemeinschaftsverpfleger, die wirklich als good-practice genannt werden können. Das Projekt Mehrwert hat hier sicherlich eine Sensibilisierung für das Thema geschaffen.

Die Gemeinschaftsverpfleger betonen die Wichtigkeit eines neutralen Dachverbandes, um alle Interessensgruppen zusammenzuführen, Doppelgleisigkeiten zu vermeiden und Aufgabenstrukturen zu definieren.

Die aks gesundheit GmbH hat eine Leitlinie für die Verpflegung von Kleinkindern, Kindern und Jugendlichen erstellt, die nicht verpflichtend für Gemeinschaftsverpflegungsbetriebe in Vorarlberg gilt. Die Bildungsdirektion Vorarlberg empfiehlt Bildungs- und Kinderbetreuungseinrichtungen, sich auf die Leitlinie zu beziehen. Kurze Transporte, saisonales und bevorzugt frisches Obst und Gemüse und wo möglich Fairtrade-zertifizierte Lebensmittel sind genauso vorgegeben wie Empfehlungen zur bedarfsgerechten Speiseplangestaltung und Speisenzubereitung. Ein Schwerpunkt liegt darauf, dass die Kinder die Speisen akzeptieren. Um die Leitlinie umzusetzen, bietet das Projekt "Gemeinsam essen in Vorarlberger Bildungseinrichtungen" über das aks eine kostenlose Beratung für Bildungseinrichtungen an. Quelle: <https://www.landschafttleben.at/>

Einen weiteren Wegweiser für gemeinsames Essen in Vorarlberger Kinderbetreuungseinrichtungen, Kindergärten und Schulen stellt Angelika Stöckler auf ihrer Website www.stoeckler-consulting.at zur Verfügung.

11 Schlussbefragung Jänner 2019

Die letzte Online-Befragung hatte zum Ziel **alle** Personen, die an einer Mehrwert-Veranstaltung teilgenommen haben, zu nachhaltigen Veränderungen in ihrer beruflichen Praxis zu befragen.

Aus den Jahren 2017 und 2018 wurden an 284 TeilnehmerInnen ein E-Mail mit einem Link zum Online-Fragebogen geschickt. Die Email-Datenbank wurde auf doppelte gleich lautende Email-Adressen geprüft. Doppelte Email-Adressen wurden gelöscht. Ebenso schwierig war es, den Online-Link z.B. an eine bekannt gegebene Office-Adresse an mehrere Personen zu schicken.

In diesem Falle wurden Mehrfachnennungen über die gleiche Adresse bereinigt.

Auswertung

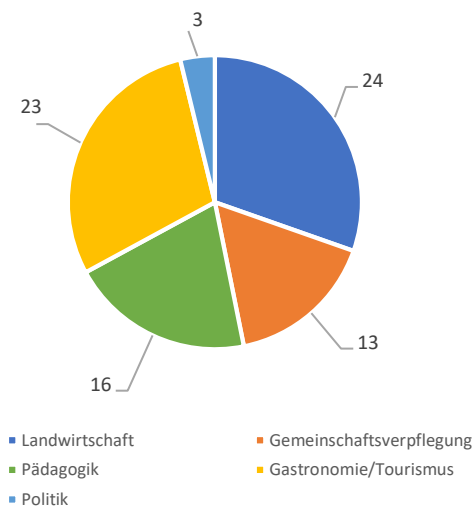
284 Teilnehmerinnen und Teilnehmer, die an Mehrwert Veranstaltungen in den Jahren 2017 und 2018 teilgenommen haben wurden befragt.

Ziel der Umfrage war es, am Ende des Projektes in Erfahrung zu bringen, welche nachhaltigen Wirkungen und Veränderungen durch eine Teilnahme an Projektveranstaltungen sich gezeigt haben. Ziele aus der Befragung wurden aus dem eingereichten Projektantrag übernommen.

Im Besondern sollten mit der Schlussbefragung die angestrebten Ziele des Projektes evaluiert (siehe: Indikatoren der Zielerreichung: Seite 5)

11.1 Ergebnisse aus der Umfrage

Aus welchem Tätigkeitsbereich kommen Sie?



Die Grafik zeigt, dass die letzte Befragung zu ähnlich großen Anteilen die Zielgruppen: Landwirtschaft, Pädagogik, Gastronomie/Tourismus und Gemeinschaftsverpflegung erreicht hat.

In der Stichprobe waren 3 Personen waren aus Politik dabei.

Beurteilen Sie welche nachhaltigen Veränderungen und Wirkungen das Projekt „Mehrwert für alle“ ausgelöst hat?



Die Befragten sagten, dass das Projekt Projekt „Mehrwert für alle“ bewirkte, dass leistbares, gesundes, regionales und saisonales Speisenangebot in Vorarlberg zugenommen hat (stark = 43 % und sehr stark = 7 %).

Das Projekt "Mehrwert für alle" bewirkte nachhaltige Veränderungen von Strukturen oder Prozessen (stark = 38 % und sehr stark = 7 %).

Das Projekt "Mehrwert für alle" erreichte die Zielgruppen aus Landwirtschaft, Gastronomie, Gemeinschaftsverpflegung und Pädagogik (stark = 41 % und sehr stark 27 %).

Das Projekt "Mehrwert für alle" konnte eine Vertrauensbeziehung zwischen Anbietern landwirtschaftlicher Produkte und Verantwortungsträger von Küchen aufbauen (stark = 42 % und sehr stark = 23 %).

Das Projekt "Mehrwert für alle" konnte eine Anlaufstelle für die Praxis-Beratung für Gemeinschaftsküchen, Gastronomie und landwirtschaftliche Betriebe etablieren (stark = 37 % und sehr stark 11 %).

Das Projekt "Mehrwert für alle" konnte gesunde Rezepturen für die rationelle Verwendung heimischer Produkte in der Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung erarbeiten (stark = 38 % und sehr stark 21 %).

Das Projekt „Mehrwert für alle“ konnte die Inhalte des Projektes in die Ausbildungen am bäuerlichen Schul- und Bildungszentrum und in die Landesberufsschule für Gastgewerbe transferieren (stark = 20 % und sehr stark = 7 %).

Das Projekt "Mehrwert für alle" konnte dazu beitragen, dass die Ernährungskompetenz in Vorarlberg stärker wird (stark = 41 % und sehr stark = 13 %).

Das Projekt „Mehrwert für alle“ konnte zur Vernetzung und Weiterbildung von Verantwortungsträgern und Multiplikatoren beitragen (stark = 45 % und sehr stark = 24 %).

Welche Themen sollte ein Nachfolgeprojekt unbedingt aufgreifen?

Ein Auszug aus den Themen die in der Online-Umfrage genannt wurden. Hier gibt es sehr viele Anhaltspunkte für Optimierungen des Projektes und für weitere Schwerpunktsetzungen.

Zu wenig Schlachtbetriebe, zu wenig Nachfolger in den Schlachtbetrieben (kleine Schlachtbetriebe). Mehr Werbung für kleinere landwirtschaftliche Betriebe, die nicht Bio sind, aber auch keine ertragsteigenden Betriebsmittel verwenden.
Wild von Vorarlberg, Rezepte von Wild, Verwertung vom ganzen Lebensmittel - Kochen und dabei wenig Abfall erzeugen
Wie kann das Projekt noch flächiger greifen? Auf Anbieter- wie auf Kundenseite?
Weiterhin Schwerpunkt auf die Vernetzung legen und die super Veranstaltungen (sehr praxisbezogen) weiter anbieten.
Weitere Verknüpfung und Ausbau des Netzwerkes zwischen Produzenten und Verbraucher (Gastro/Hotel/Schulen). Verbindung zwischen verschiedenen Netzwerken. Beispiel App "DirektRegional", "Bio-Austria", Bis dato waren viele Teilnehmer, es sollte aber noch verstärkt der Austausch angeregt werden. Die Messe war ein toller Erfolg und Anfang, darauf sollte man unbedingt weiter aufbauen. Nebenbei sollte auch der Endkunde weiter in den Blickwinkel rücken. In der Öffentlichkeit ist das Projekt und dessen Möglichkeiten für beide Seiten noch nicht angekommen. Wenn wir in privaten Kreisen davon sprechen, erfahren wir immer großes Erstaunen, dass es so was gibt in Vorarlberg. Projekt war toll. Viel Erfolg für die Zukunft.
Verwertung von ganzen Tieren in der Gastronomie: Direktkauf beim Landwirt (über den Metzger oder direkt zwischen Wirt und Landwirt), Lohnschlachtung und Zerlegung nach Wunsch des Gastwirts bei einem Metzger/Schlachter, Verwertung des ganzen Tieres in der Gastroküche.
Vernetzung verstärken
Vermarktung/Vermittlung Landwirte und Abnehmer, Privathaushalte, Aufklärung der rechtlichen und steuerlichen Rahmenbedingungen für Landwirte, Zusammenarbeit mit Politik wo eine Änderung der rechtlichen Rahmenbedingungen notwendig ist.
Vegetarische Küche
Umdenken der Gemeinden in der Verpflegung von Schulkindern; Erkennen von Grenzen in der Menüabfolge zwischen Jung und Alt. Schaffen von Bereichen, die für Schulkinder kochen.
Traditionales Fleisch (Haltung, Fütterung, Rassen, Alpung (Weidegang) Im gesamten wurde beim Projekt zu viel Geld verschwendet, da meiner Meinung nach kaum eine Wirkung erreicht wurde.

Thema als Nachfolgeprojekt; Umsetzung bundesländerübergreifender Initiative, mit dem Resultat, die Sinne für Ursache und Wirkung zu schärfen; macht uns unsere Handlungen bewusst "Selbst denkend = Selbst lenkend". Das Ergebnis ist mittelfristig mit den besten Fragen für spätere Themenpools bestückt. Das Resultat ist langfristig mit den besten Ergebnissen für lebenswerte Erhaltung geschmückt. Absurdes, oberflächliches eliminiert sich selbst. Veränderungen und Ergebnisse entwickeln sich zum Wohle aller Beteiligten mit Mehrwert für alle von Ihnen befragten Tätigkeitsbereiche. Alle Menschen haben dieselben Themen. Betrachtung der Branche von/für Seiten Mitarbeiter Betrachtung der Branche von/für Seiten Unternehmer Betrachtung der Branche von/für Seiten Konsument Betrachtung der Branche von/für Seiten Logistik & Versorger (Energie) Betrachtung der Branche von/für Seiten Hersteller Betrachtung der Branche von/für Seiten Handel Betrachtung der Branche von/für Seiten Abfall Betrachtung der Branche von/für Seiten Pädagoge Betrachtung der Branche von für Seiten Politik Betrachtung der Branche von/für Seiten Presse. Dreht sich doch alles um Vorsorge und Fürsorge aus den verschiedensten Perspektiven.
Sollte ein Generationen Projekt werden.
Sehr geehrte Damen und Herren! Bei mir konnte es nichts verändern - da wir selber schon sehr stark drin sind in der Materie: z.B.: www.schtub.at Was mir aber ein Bedürfnis ist mit zu teilen ist - dass das der Endverbraucher und zwar ein sehr großer Prozentsatz nicht bereit ist auch in der Gastronomie den Mehrwert zu zahlen. Das Projekt schaut auf die Landwirtschaft - was auch gut ist.....dann kommt der Gastronom kauft das Produkt - und der Gastronom kämpft mit seinem Kunden über Preise..... Mit fehlt die Sensibilität vom Großteil der Bevölkerung für Lebensmittel - für Autos sind sie da;-); der Großteil greift immer zum billigeren Produkt. Ich finde, da wäre es wichtig anzusetzen. Die Bevölkerung viel mehr zu sensibilisieren.
Rückmeldung von Beteiligten über Veränderungen im eigenen Bereich oder Umsetzung von Aktivitäten und deren Erfolg
Regionale Lebensmittel im HANDEL
Regionale Lebensmittel greifbarer machen
Offensive Vermarktung durch landwirtschaftliche Erzeuger
Nicht die teilnehmenden Organisationen in den Mittelpunkt stellen, sondern: Konsumenten, Verarbeiter/Anbieter, Produzenten oft herrschte das Gefühl von Selbstdarstellung der Betreiber --> ins TUN und UMSETZEN kommen ist WESENTLICH
Mehr Bewusstseinsbildung in Gastronomie für Verwertung des gesamten Tieres und saisonales Kochen Qualität hat seinen Preis
Lebensmittel sind kostbar
Landwirtschaft - Gastronomie
Konsum regionaler Lebensmittel: Wertschöpfung in der Region, Pflege und Erhalt unserer Kulturlandschaft als wesentlichen Bestandteil unserer Lebensqualität, Bewusstmachung der Wichtigkeit der Lebensmittelerzeugung im eigenen Land
Ich glaube wir sind in Vorarlberg auf einem sehr guten Weg! Wir versuchen in der Schule - im Unterricht die Regionalität schon in der 1. oder 2. Klasse zu vermitteln. Mir wäre ein Folgeprojekt schon wichtig, da auch wir immer wieder Inputs brauchen!
Gut wäre es das Projekt Mehrwert weiter zu führen und fix zu installieren. Wie das Pilotprojekt schon zeigt ist es extrem wichtig, Impulse in dieser Richtung zu senden, anzubieten und auch nachhaltig weiter zu machen bzw. auch Resultate einzufordern. Wenn schon Nachfolgeprojekt: dann weiterhin das Zusammenschweißen von Großbetrieben, Gastronomie, Pflegeeinrichtungen, Schulen, Bauern, Bioerzeuger, Schüler der Tourismus und Berufsschule VlbG.

Gesunde Rezepte, praktische Kurse für Pädagogen und Verantwortliche, saisonale Rezepte
Es wäre ein großer Erfolg, wenn ein Nachfolgeprojekt zumindest die gleichen Bereiche in der gleichen Intensität abdecken würde, welche bisher vom Mehrwert-Team wahrgenommen wurden.
Einbindung der Kommunen
Dranbleiben
Die Zusammenarbeit und Vernetzung von Landwirtschaft und Gastronomie sollte noch verstärkter vernetzt werden! Ich finde, dass dies schon einmal ein richtiger Weg war! Würde es aber super finden hier am Ball zu bleiben!
Die Herausforderung mit dem Vorarlberger Kalbfleisch.
Das ist ein Generationen-Projekt das nicht innerhalb von 2,5 Jahren gemacht werden kann. Mir hat der Austausch aber auch das miteinander Kochen sehr gut gefallen. Wobei man sich kennenlernen konnte und auch die Sympathie herüberkam. Mir ist wichtig, dass ein solches Projekt etabliert wird als Netzwerkkommunikation usw.
Biologische Lebensmittel und bewusstes Einkaufen.
Betriebswirtschaftliche Kalkulationen für Großküchen; Intervention im Bereich Politik - Gesetzliche Vorgaben; Umsetzungshilfe bei V5 Zertifizierung
Bedarfserhebung - welche Produkte sind noch gefragt, wo sind Defizite?

12 Durchführung und Auswertung von abschließenden Interviews

Mit acht VertreterInnen aus Gastronomie und Tourismus, Gemeinschaftsverpflegung, Landwirtschaft, Politik, Regionalentwicklung wurden qualitative Interviews durchgeführt.

Inhalte dieser Interviews waren Fragen zu folgenden Bereichen des Projektes:

- Steigerung der Verwendung regionaler Produkte?
- Was hat „Mehrwert für alle“ bewirkt?
- Möglichkeiten der Zukunft des Projekts?
- Was ist das Besondere an Mehrwert?
- Erwartungen erfüllt?
- Wichtige Themen für die Zukunft?

13 Ergebnisse Interviews

1. Kennen Sie das Projekt Mehrwert für alle?

Ergebnis: Das Projekt Mehrwert für alle ist allen befragten Personen bekannt.

2. An wie vielen (und an welchen) Workshops und Veranstaltungen haben Sie teilgenommen?

Ergebnis: Die befragten Personen haben mind. an einer bis 5 Veranstaltungen teilgenommen.

3. Wie hat sich die Verwendung von regionalen, saisonalen Produkten in Ihrer Küche verändert?

Ergebnis: Zusammenfassung: Die Verwendung regionaler Lebensmittel ist bei der Gastronomie schon länger verankert und für Landwirte selbstverständlich. Dennoch konnten über das Mehrwert Projekt neue Kontakte geknüpft werden – durch großartige Veranstaltungen und gute Ideen. Auch im Bereich Gemeinschaftsverpflegung entstanden neue Kontakte, der Produkteinsatz hat sich über Mehrwert nicht verändert. In der Politik hat sich ein Bewusstseinsprozess entwickelt, der zu Umstellungen in Kindergärten/Schule geführt hat.

4. Sind Ihnen die Ziele des Projektes Mehrwert bekannt? Welche Ziele sind das?

Ergebnis: Als Ziele sind bei allen Interviewten die Bewusstseinsbildung, Ernährung und Umsetzungsmöglichkeiten mit regionalen Produkten und die Vernetzung von Landwirtschaft, Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung genannt worden.

5. Was denken Sie hat das Projekt Mehrwert bis dato bewirkt bzw. aufgezeigt?

Ergebnis: Das Projekt Mehrwert hat aus Sicht der Politik, Landwirtschaft, Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung einen wesentlichen Beitrag zur Bewusstseinsbildung für Regionalität und gesunde Ernährung gebracht. Auch wenn aus Sicht der Gastronomie die direkten Umsatzziele schwierig messbar sind. Aus Sicht der Landwirtschaft wird das Projekt auch als Brückenbau bezeichnet. So wurden ähnlich interessante Initiativen rund um das Thema Ernährung im Projekt vorgestellt, wodurch Verbindungen entstanden und auch zu Neuem angeregt haben.

6. Wo sehen Sie Möglichkeiten für eine weitere Zukunft des Projektes? Wo könnten diese Themen angesiedelt werden?

Ergebnis: Für die Zukunft gibt es aus Sicht der Politik und Gastronomie eine klare Vorstellung mit der Gründung einer Genossenschaft, die am Standort der Landwirtschaftsschule räumlich neu angesiedelt werden soll und verschiedene Ansätze bzw. alle Initiativen umfasst. Die Verbindung Landwirtschaft – Gastronomie soll mit Verträgen qualitätsgesichert vertraglich gefestigt werden. Das könnte eine wesentliche Aufgabe von Mehrwert werden.

7. Es gibt auch andere Projekte im Land, die sich mit Regionalität und Vermarktung von regionalen Produkten auseinandersetzen. Wie grenzt sich hier Mehrwert ab?

Ergebnis: Mit dem Projekt Mehrwert werden interessante Netzwerkveranstaltungen verbunden. Die Gemeinschaftsverpfleger sprechen von einer vorbildhaften Öffentlichkeitsarbeit, die Gastronomie betont die Nähe zu den Köchen und Landwirten und Landwirte heben die Praxisnähe durch die Kochworkshops und Vermittlung neuer Möglichkeiten jeweiliger Produkte hervor.

8. Was ist das Besondere am Projekt Mehrwert?

Ergebnis: Das Besondere an Mehrwert liegt im Aufzeigen eines möglichen Weges und die Gemeinschaftsverpflegung in den regionalen Veranstaltungen und damit – wie die Gastronomie es ausdrückt – in der Nähe der Köche und Landwirte. Aus Sicht der Landwirte hebt sich Mehrwert durch die Bündelung von Fachwissen, Nutzung von Synergien und Vernetzung ab, das schaffe Mut und rege neue Ideen an.

9. Waren Sie Gründungsmitglied im Projekt oder zumindest seit der Entstehungsphase dabei?

Ergebnis: Ein Teil der Befragten sagt, dass sie Gründungsmitglieder sind und schon seit Anfang an dabei sind.

10. Wenn Ja: Was war für Sie die Motivation an der Entwicklung des Projektes als Gründungsmitglied mitzuwirken?

Ergebnis: Aus Sicht einiger Befragter war die Motivation das Interesse am Thema Regionalität und aus Sicht der Landwirte die Chance Synergien zu nutzen, eigene Erfahrungen hinein zu bringen, auf Bestehendem aufzubauen und einzelne Ideen miteinander zu vernetzen.

11. Hat das Projekt deine Erwartungen erfüllt?

Ergebnis: Laut Politik muss das Thema noch mehr in die Öffentlichkeit, v.a. bei denjenigen, die das Thema direkt betrifft. Die Landwirte betonen den Erfolg von Mehrwert mit der Verknüpfung von Landwirten und Gemeinschaftsverpflegern, auch die Gastronomen heben einzelne erfolgreich vernetzende Veranstaltungen hervor, bedauern aber auch, dass oft dieselben interessierten Personen dabei waren und einige unerreichbar scheinen. Gemeinschaftsverpfleger sehen die Integrierung des Projekts im Rahmen der Ökostrategie auch kritisch.

12. Wenn nicht, wo sind Ihrer Meinung nach noch Themen und Ansätze die wichtig wären zu bearbeiten?

Ergebnis: Aus Sicht der Politik und Gastronomie sollte das Thema noch mehr in die Breite gehen, wie zB Umgang mit Energie, Müll, soziale Aspekte umfassen. Die Landwirte sehen die Wichtigkeit darin, dass personelle Ressourcen für die Themenbearbeitung geschaffen werden, evtl. auch Zwischenstrukturen für Landwirte und Gastronomie. Die Gemeinschaftsverpfleger betonen die Wichtigkeit eines neutralen Dachverbandes, um alle Interessensgruppen zusammenzuführen, Doppelgleisigkeiten zu vermeiden und Aufgabenstrukturen zu definieren.

14 Bezug zu anderen Initiativen

In diesem Schlussabschnitt werden Verbindungen vom Pilotprojekt und den Evaluationsergebnissen zu bestehenden Initiativen in Vorarlberg beschrieben.

14.1 Tourismusstrategie

Vorarlberg arbeitet an der Umsetzung der Tourismusstrategie 2020. Seit 2013 findet ein mehrjähriger Strategie- und Umsetzungsprozess mit Partnern und Stakeholdern aus dem Tourismus statt.

Fokus der Tourismusstrategie 2020 ist folgender: „Vorarlberg soll in den nächsten Jahren aufbauend auf Qualität und einer hohen Innovationskultur in den Bereichen Gastfreundschaft, Regionalität und Nachhaltigkeit eine führende Position in Europa einnehmen.“ Im Sinne dieser Vision sollen für die neue Strategiefindung alle Beteiligten aus der Tourismusbranche partnerschaftlich zusammenarbeiten und eng mit Landwirtschaft, Kultur, öffentlichen Einrichtungen, politischen Entscheidungsträgern sowie weiteren Partnern kooperieren.

Als konkretes 3. Ziel wird im Maßnahmenplan angeführt: „Das Ökoland Vorarlberg „regional und fair“ setzt die Messlatte für genussvolle Lebensmittel...“ (Auszug aus der Landwirtschaftsstrategie 2020)

“Die Bestrebungen des Landes sind darauf ausgerichtet, die Zusammenarbeit zwischen Tourismus und Landwirtschaft zu stärken und Synergien zu nutzen. Die Landwirtschaft ist z.B. Produzent hochwertiger Lebensmittel für Hotellerie und Gastronomie. Für landwirtschaftliche Betriebe schafft die Kooperation mit dem Tourismus zusätzliche Einkommensmöglichkeiten.”

Dementsprechend ist Mehrwert für alle als best practice Pilotprojekt im Sinne der Tourismusstrategie 2020 zu sehen.

14.2 Ökoland-Strategie

In der Vorarlberger Ökolandstrategie 2020 wurde in der Zwischenevaluierung im Juli 2018 mit dem Motto Landwirt.schafft.Leben als Schwerpunktthema u.a. die Verstärkung von Partnerschaften und Vertragslandwirtschaft (Gemeinschaftsverpflegung, Gastronomie, Handel) genannt.

Schwerpunktthemen bis 2020 sind unter anderem:

- Der verstärkte Dialog der Landwirtschaft mit der Bevölkerung.
- Dabei geht es um den gesellschaftlichen Anspruch an die Landwirtschaft, die Leistungen der Landwirtschaft für die Allgemeinheit, aber auch um die Verantwortung der Konsumentinnen und Konsumenten.
- Die Wahrnehmung von Chancen durch neue Technologien.
- Die Bodensicherung für die Landwirtschaft und die Lebensmittelproduktion.
- Die Verstärkung von Partnerschaften und Vertragslandwirtschaft (Gemeinschaftsverpflegung, Gastronomie, Handel) sowie von Unternehmertum und Kooperation in den bäuerlichen Betrieben.

Für die Umsetzung wurden vier konkrete Handlungsschwerpunkte für gesetzt. Das Projekt Mehrwert für alle berührt das **Handlungsfeld 1: "Bildung, soziale Verantwortung und Partnerschaft"** mit dem Punkt "Weiterer Ausbau des BSZB Hohenems zu einem Nachhaltigkeits- und Bildungscampus".

Im Weiteren betrifft vor allem das **Handlungsfeld 2: "Wertschöpfung"** das Projekt Mehrwert für alle in den folgenden Punkten:

"Erhöhung des Anteils an regionalen Produkten in der Gemeinschaftsverpflegung und in der Gastronomie unter Einbindung der Systempartner (Projekt MEHRWERT, Ländle Qualitätsprodukte GmbH LQM, ARGE Küchenleitung)" sowie

"Weiterentwicklung der V5-Zertifizierung von Großküchen bzw. Gemeinschaftsverpfleger, intensive Zusammenarbeit mit dem LQM und dem Projekt MEHRWERT".

Rückmeldungen in der Evaluation gab es auch zum **Handlungsfeld 3: der Ökostrategie**. Dieses Handlungsfeld setzt sich mit Umwelt, Naturvielfalt, Tierwohl auseinander.

Rückmeldungen im Rahmen der Mehrwert-Evaluation lauteten dahingehend, dass sich das Land Vorarlberg auch strukturell und gesetzlich mit den Inhalten beschäftigen muss und soll, die das Projekt aufgegriffen hat. „Sonst sei das alles ein Tropfen auf den heißen Stein.“

In diesen Handlungsfelder könnte das Projekt Mehrwert für alle wertvolle Ergänzungsarbeit leisten.

14.3 V5-Zertifizierungen

Das Projekt „Vorarlberg am Teller“ bewertet und zertifiziert Großküchen unter dem Aspekt des regionalen Einkaufs von Lebensmitteln. Ein Beispiel aus dem Vorderlandhaus: „Da unsere Küche über 40 % des Wareneinsatzes bei regionalen Produzenten bezieht (dies sind v. a. Eier, Fleisch, Gemüse und Salat), konnten bei der Zertifizierung auf Anhieb vier von fünf möglichen „Gabeln“ erreicht werden. Dies ist für uns eine Bestätigung der bisherigen Strategie und ein Auftrag, so weiter zu machen bzw. „noch regionaler“ zu werden. Wir freuen uns über diese Auszeichnung und gratulieren dem Küchenteam dazu herzlichst!“ Gerd Nachbaur, Vorderlandhaus

Im Rahmen der V5-Zertifizierungen gab es bereits 2014 – 2016 projektbezogene Zusammenarbeit mit der ARGE Küchenleitung. Gemeinschaftspflegertage wurden organisiert, regionale Absatzpartnerschaften wurden gegründet.

Der Landwirtschaftliche Ausschuss stellte bereits 2017 einen Antrag im Vorarlberger Landtag mit folgendem Inhalt:

„Die Vorarlberger Landesregierung wird im Sinne der Landwirtschaftsstrategie 2020 „Ökoland Vorarlberg – regional und fair“ ersucht,

1. den Anteil regionaler Produkte in der Gemeinschaftsverpflegung unter Einbindung der Systempartner (z.B. Ländle Qualitätsprodukte Marketing GmbH, ARGE Küchenleitung Vorarlberg) zu erheben und weiter auszubauen. Hierbei sollen die Anteile von Produkten mit regionaler Wertschöpfung auf Erzeugungs- bzw. Verarbeitungsebene und von Produkten mit regionaler Herkunft gemäß der 3 G-Strategie sowie von Bio-Produkten jeweils im Verhältnis zum Gesamtwareneinsatz dargelegt werden,
2. die Vermittlung von Anbietern von regionalen Produkten gemäß der 3 G-Strategie sowie von Bio-Produkten für die Gemeinschaftsküchen durch die Systempartner (z.B. Ländle Qualitätsprodukte Marketing GmbH) zu forcieren,
3. die Beratung der Leiterinnen und Leiter von Gemeinschaftsküchen zur verstärkten Verwendung von regionalen Produkten gemäß der 3 G-Strategie sowie von Bio-Produkten durch die Systempartner (z.B. Projekt MehrWERT) weiter auszubauen,
4. ein System zur Zertifizierung von Gemeinschaftsküchen für den vorbildlichen Einsatz von regionalen und biologischen Lebensmitteln einzuführen.“

Quelle: <file:///C:/Users/corne/Downloads/Pr%C3%A4sentation%20V5%20Zertifizierung%20Maria%20Anna%20Schneider-Moosbrugger.pdf>

Diese bereits begonnene Zusammenarbeit muss in der Ökoland-Strategie des Landes weitergeführt werden. Mehrwert könnte hier noch mehr beratende und unterstützende Funktionen übernehmen. Hier decken sich sehr viele Ansätze auch des Mehrwert-Projektes.

Mehrwert für alle entspricht auch den Zielen der Tourismusstrategie 2020, die den Fokus hat:

Vorarlberg soll in den nächsten Jahren aufbauend auf Qualität und einer hohen Innovationskultur in den Bereichen Gastfreundschaft, Regionalität und Nachhaltigkeit eine führende Position in Europa einnehmen. Zur Erreichung dieses Zieles wurden sechs unterschiedliche Maßnahmen definiert.

Ziel Nr. 3: „Das Ökoland Vorarlberg „regional und fair“ setzt die Messlatte für genussvolle Lebensmittel...“ (Auszug aus der Landwirtschaftsstrategie 2020).

Die Bestrebungen des Landes sind darauf ausgerichtet, die Zusammenarbeit zwischen Tourismus und Landwirtschaft zu stärken und Synergien zu nutzen. Die Landwirtschaft ist z.B. Produzent hochwertiger Lebensmittel für Hotellerie und Gastronomie. Für landwirtschaftliche Betriebe schafft die Kooperation mit dem Tourismus zusätzliche Einkommensmöglichkeiten.

15 Resümee

Das Projekt Mehrwert für alle war zielgruppenspezifisch und methodisch breit sowie flächendeckend angesetzt:

Zielgruppen:

Gastronomie, Tourismus, Gemeinschaftsverpflegung, Politik, Landwirtschaft, Gemeinden, Schulen, Kinderbetreuung

Angebote:

Praktische Workshops, Sensibilisierung durch Öffentlichkeitsarbeit, Information durch Präsentationen, Vernetzungsveranstaltungen, Förderung von Kooperation, Beratung, Rezeptentwicklung

Wirkung und Wirksamkeit:

Der empirische Nachweis der Wirkung und Wirksamkeit ist von Gesundheitsinitiativen generell ein schwieriger, zumindest was die messbaren Auswirkungen betrifft. Im Systemumfeld sind viele Faktoren wirksam, weshalb häufig auf subjektive Einschätzungen und externe Beobachtungen zurückgegriffen werden muss.

Im konkreten Projekt Mehrwert für alle ist eine wesentliche Fragestellung wie können die Zielgruppen erreicht und wie und unter welchen Bedingungen die angestrebten Wirkungen bewirkt werden und welche Prozesse sind erfolgsversprechend.

In der Evaluation gibt es verschiedene Modelle die als Grundlage zur Verfügung stehen. Das Evaluationsmodell von Kirkpatrick umfasst 4 Stufen: Er geht dabei von der These aus, dass alle vier Stufen durchlaufen werden sollen. Der Erfolg auf einer Stufe ist dabei die Voraussetzung für den Erfolg auf der nächst höheren Stufe.

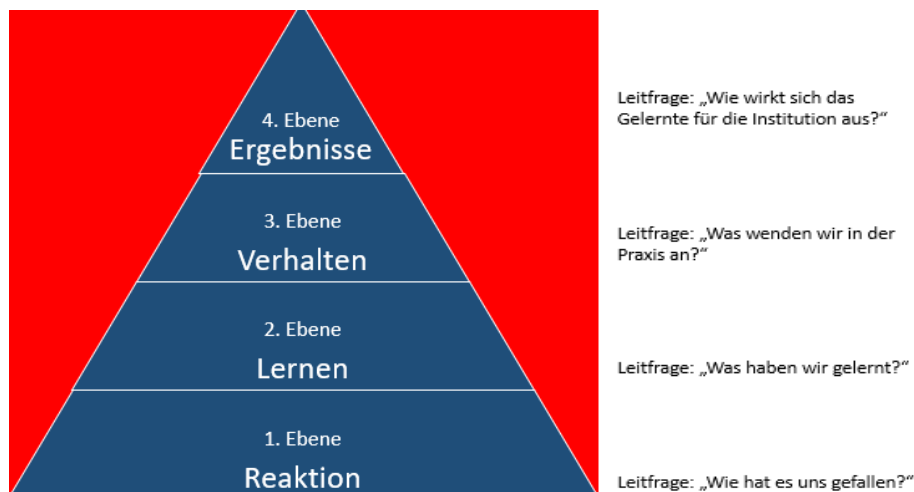


Abbildung: Vier Stufen der Evaluation nach Kirkpatrick & Kirkpatrick (2006)

1. Reaktion

Leitfrage: Wie hat es uns gefallen?

Auf dieser Ebene wurden die Reaktionen der Kursteilnehmer abgefragt. Wie hat ihnen der Workshop, das Training, die Veranstaltung gefallen. Werden Training positiv wahrgenommen, besteht hohe Wahrscheinlichkeit, dass Veränderungen abgeleitet werden.

2. Lernen

Leitfrage: Was haben wir gelernt?

Auf dieser Ebene soll der Lernerfolg der Kursteilnehmer geprüft werden. Welches Wissen wird erlernt, welche Fähigkeiten entwickelt, welche Einstellung wird verändert. Optimalerweise sollten diese Elemente bereits vor einem Workshop abgefragt werden. Das war in unserem Falle nicht möglich.

3. Verhalten

Leitfrage: Was haben wir gelernt?

Auf dieser Ebene soll die tatsächliche Verhaltensveränderung überprüft werden. Die Leitfrage in unseren Befragungen auf dieser Ebene war folgende: Hat sich in der beruflichen Praxis der Teilnehmer die Nutzung regionaler, saisonaler Lebensmittel verändert? Ist der Anteil der regional eingekauften Lebensmittel z.B. in den Gemeinschaftsküchen gestiegen? In unserem Falle konnten wir NUR von einer Einschätzung ausgehen. Es liegen keine regelmäßig erhobenen Daten aus der Gemeinschaftsverpflegung vor. D.h. die Ergebnisse der Gemeinschaftsverpfleger beruhen auf einer subjektiven Einschätzung. Hier könnte eine intensive Fortführung der V5-Zertifizierungen eine gute Ausgangsbasis für eine flächendeckende Evaluation schaffen.

4. Ergebnisse

Leitfrage: Wie wirkt sich das Gelernte aus?

Auf der letzten Stufe werden die finalen Ergebnisse, die z.B. ein Workshop, eine Fortbildung, die Schulung usw. für die Zielgruppe gebracht hat, überprüft. Hier könnte festgestellt werden, ob die Teilnahme an einer Mehrwert Veranstaltung neue Produkte z.B. im Bereich der Landwirtschaft gefördert hat, ob es zu mehr V5-Zertifizierungen gekommen ist, ob sich der Anteil an regional und saisonal eingekauften Lebensmittel in der Gastronomie, in der Gemeinschaftsverpflegung erhöht hat.

- Zusicherung von Seiten des Landes, dass Mehrwert für alle einer von mehreren Bausteinen der Ökoland-Strategie werden soll
- Mehrwert soll zwischen all den anderen bereits vorhandenen Initiativen einen Platz bekommen. In diesem Punkt wurde auch im Rahmen der Evaluation angeregt, dass es eine vollständige Erhebung aller bereits vorhandenen Initiativen im Land geben soll um eventuelle fachliche Überschneidungen zu verhindern.

Erreichung der Zielgruppen:

Die im ersten Projektabschnitt abgehaltenen Kochkurse mit unterschiedlichen Schwerpunkten wurden besonders von Mitarbeitern aus Schule und aus dem pädagogischen Bereich sehr gut angenommen siehe auch unter Punkt 5: Befragung aller TeilnehmerInnen der Kurse 2017.

Ende 2017 wurden 215 Landwirte mittels Online-Fragebogen befragt. Beantwortet wurde der Fragebogen von 48 TeilnehmerInnen, was einem Rücklauf von ca. 22 Prozent entspricht.

Ende 2017 wurden 138 Gemeinschaftsgastronomen befragt (davon waren 48 KüchenleiterInnen). Der Rücklauf betrug 10 Fragebögen.

Die im letzten Projektabschnitt durchgeführte Befragung, in der es um nachhaltige Veränderungen und Wirkungen des Projektes geht zeigt, dass die Zielgruppen Landwirtschaft, Pädagogik, Gastronomie und Landwirtschaft zu ähnlich großen Anteilen erreicht wurden. In dieser letzten Online-Befragung wurden alle Teilnehmer der Mehrwertveranstaltungen befragt.

Siehe auch Punkt 11 Schlussbefragung Jänner 2019.

Ansätze und Methodik erweitern und thematisch ausbauen:

Die Methoden mit denen die Zielsetzungen erreicht werden sollten, lassen sich verschiedenen Ansätzen zuordnen. Zentrale Ansätze waren der Multiplikatoren-, Vernetzungs- und Beratungsansatz, die sich aus der Sicht der Evaluatorinnen bewährt haben. Im Weiteren waren Sensibilisierungs- und auch Öffentlichkeitsarbeit (wenn auch aufgrund beschränkter Mittel) wesentlich.

Die unterschiedlichen Ergebnisse, die mit den Ansätzen gerade zu Beginn des Projekts erzielt wurden, was die Zielgruppenerreichung, die Quantitäten betrifft, lag zum Teil an den Zugängen, dem gekürzten Budget für Öffentlichkeitsarbeit und der veränderten personellen Projektstruktur (Austritt vom Projektmitentwickler und Küchenleiter LBS Gerhard Kerber). Für die Zielgruppe der Gemeinschaftsgastronomen wurde durch ihn wesentlich Vorarbeit, verbunden mit einer gewissen Erwartungshaltung seitens der ARGE-Küchenleiter, geleistet. Durch den Personalwechsel konnten diese Erwartungen nicht ganz erfüllt werden. Ebenso standen die Räumlichkeiten im LBS nicht im geplanten Ausmaß zur Verfügung.

Im Projektverlauf wurden die geplanten Zielgruppengrößen weit übertroffen, was zur Durchführung zusätzlicher Veranstaltungen führte. Letztlich wurden die Ressourcen (zeitlich und personell) für die nachgefragten Aktivitäten knapp. Es erscheint deshalb empfehlenswert, die aufwändig aufgebaute Projektstruktur und -arbeit weiterzuführen.

Großes Potenzial für Nachhaltigkeit

Das Projekt hat ein großes Potenzial für Nachhaltigkeit. Es gelang nach relativ kurzer Projektlaufzeit von zweieinhalb Jahren Vernetzungs- und Kommunikationsstrukturen zwischen Gastronomie und Tourismus, Gemeinschaftsküchen sowie Landwirtschaft aufzubauen und Partner-Initiativen zu fördern. Dies gelang insbesondere nach der Zwischenevaluation, als im zweiten Drittel des Projekts neue Formate mit dem Titel "Küche trifft Landwirtschaft" zur Erreichung der Gastronomie und Tourismus sowie der Landwirtschaft entwickelt wurden. Es gibt ein politisches Bekenntnis, dass das Projekt Mehrwert für alle in die geplante Regionalgenossenschaft eingegliedert werden soll. Die Form der Eingliederung ist noch offen, ebenso der Zeitpunkt.

Folgende Auflistung zeigt auf welchen Ebenen das Projekt Mehrwert für alle nachhaltig wirksam sein kann:

Systemische Wissensverbreitung:

- Erstellung einer Homepage und deren Fortbestand
- Newsletter
- Entwicklung und Weitergabe von Rezepten
- Vernetzungstreffen
- Projektberichte

Empowerment von teilnehmenden Zielgruppenpersonen:

- Vernetzungen und neue Kontakte
- Gesundheitskompetenz/Health Literacy - Ernährung

Fortführung von Projektaktivitäten:

- Im Rahmen des Ausbaus des BSBZ Hohenems zu einem Nachhaltigkeits- und Bildungscampus

In den Zielgruppen:

- Sensibilisierung zu regionaler, saisonaler Ernährung
- Konkrete Angebote, wie Kochkurse, Austauschtreffen
- Anbieterplattform auf Homepage
- Zielgruppen sprechen von vorbildhafter Öffentlichkeitsarbeit
- Gastronomie betont die Nähe zu den Köchen und Landwirten
- Landwirte haben die Praxisnähe durch die Kochworkshops und die Vermittlung neuer Möglichkeiten jeweiliger Produkte hervor

Nutzung der Lernerfahrungen für Weiterführung:

- Zur Erreichung der spezifischen Zielgruppen
- Öffentlichkeitsarbeit
- Wissensvermittlung
- Einsatz von MultiplikatorInnen

Angebote für die Zielgruppen sind Frage des Bedarfs

Der Bedarf an Input wurde mit über 60 Veranstaltungen nach Ressourcenmöglichkeit gedeckt. Im Verlauf haben Veranstaltungen dazu geführt, dass die Zielgruppen mit eigenen Angebotswünschen auf das Mehrwert-Team zugegangen sind. Spezifische Themen wie Fermentieren und Haltbarmachen, Vegetarisch und Vegan für Kinder, Breikost aus regionalen Lebensmitteln u.a. Spezialthemen sowie wechselnde Standorte im ganzen Land stellten an das Mehrwert-Team hohe Herausforderungen, wurden aber von den Teilnehmenden äußerst positiv bewertet und durch die hohen Teilnahmen bestätigt.

In den vergangenen Jahren hat sich das Feld der Gemeinschaftsküche sehr verändert. Es gibt immer mehr Ganztageseinrichtungen für Kinder und Jugendliche. In diesen Einrichtungen ist immer ein Mittagessen bzw. häufig auch eine Jause dabei. Gesundheitsförderung kann genau da beginnen, denn hier werden niederschwellig alle Kinder und Jugendliche erreicht, die in den Genuss eines gesunden Essens kommen. Akteurinnen und Akteure in Politik und Verwaltung, Eltern, Lehrer und Kinder sollten mitentscheiden bzw. einfordern, dass gesunde, regionale und saisonale Lebensmittel auf den Teller kommen, ist dann auch von mehreren Faktoren abhängig.

Wenn die Gemeinschaftsküche sich verändern will, dann gehört das ganze Team aus der Küche, die Beschäftigten in der Einrichtung, Pädagogen und Lehrer, Schlüsselpersonen aus der Politik und Verwaltung eingebunden. Alle Beteiligten sollten am Veränderungsprozess beteiligt sein.

Die Politik ist verantwortlich für die Rahmenbedingungen. Als positives Beispiel sei hier die V5-Zertifizierung genannt. Seit 2013 gibt es die Zielformulierung Ökoland AG Partnerschaft: Landesertifizierung für Gemeinschaftsverpfleger.

Im Bereich der Gemeinschaftsverpflegung müsste systematisch erhoben werden, welche Einrichtungen schon wieviel Prozent ihrer Lebensmittel regional und saisonal kaufen. In diesem Bereich konnte die Evaluation auf wenig bis gar kein Ausgangsmaterial zurückgreifen, da keine systematisch erhobenen Daten vorhanden sind.

Gesundheitskompetenz zu stärken heißt auch, zu wissen, von woher meine Lebensmittel in der Schulkantine oder im Seniorenheim kommen.

Den Bedürfnissen der Gemeinschaftsverpfleger (Seniorenheime) scheint das Projekt nicht in vollem Umfang entsprochen zu haben. Erwartungen nach konkreter Unterstützung, Beratung im Küchenalltag und gemeinsamer Entwicklung von Rezepten mit regionalen Produkten sind als Wünsche bei einer Projektweiterführung deponiert worden.

Zum Thema Vertragslandwirtschaft konnten wichtige und vorbildhafte Impulse gesetzt werden mit 20 t Bio-Fleisch aus Vorarlberg für den Schülermittagstisch, das von den Landgenossen und der Stiftung "üsr Boda" unterstützt wird – lt. Experten angesichts der ca. 12 000 in Vorarlberg geborenen Kälber, also max. 1 % - als hoffnungsvoller Anfang zu werten. Mit einem sehr positiven Ansatz in die richtige Richtung engagiert sich auch der Naturpark Nagelfluhkette punkto Vollmilchkalb mit einem regionalen Kreislauf. In Bezug auf Fleisch wurden verschiedene Themen auch mit Appell an die Landwirtschaftspolitik vermehrt angesprochen, wie Schlachtung, Ganztierverwertung, Sensibilisierung der Konsumenten, Fleisch aus Vorarlberg mit Sicht auf Haltung, Fütterung, Rassen und Alping.

Vernetzungsangebote weiterhin stärken, ausbauen und implementieren

Im gesamten Projektverlauf wurden wesentlich mehr Vernetzungsveranstaltungen durchgeführt als ursprünglich geplant war. Die erfolgreiche Vernetzung zwischen Gastronomie und Landwirtschaft unter dem Titel "Küche trifft Landwirtschaft" gelang ab dem zweiten Drittel der Projektphase mit der praktischen Durchführung bei ausgewählten kooperativen Gastronomie- oder Landwirtschaftsbetrieben. Die Vorortvernetzung gewährte den Gastronomen einen Einblick in die Landwirtschaftsbetriebe und umgekehrt erfuhren die Landwirte welche Produkte in welcher Form in der Gastronomie gebraucht werden.

Mit Vernetzungsaktivitäten mit Partnern, wie der Regio Walgau gelang der Einbezug der Politik als wichtiger Entscheidungsträger für die Gemeinschaftsverpflegung im Bildungsbereich. Eine weitere wichtige Vernetzungsplattform bildete die gut besuchte Regional-Genuss-Messe in Rankweil mit zahlreichen innovativen Markständen.

Ebenso wurden Kreativstammtische mit den Zielgruppen Landwirtschaft, Tourismus, Gemeinschaftsgastronomie und Bildung durchgeführt, um gemeinsame Synergien zu eruieren und Aktivitäten zu planen.

Um Synergien zu nutzen und Ressourcen zu sparen wurden in Kooperationen mit Partnereinrichtungen, wie LBS Lochau, PH Vorarlberg, Verwaltungsakademie Schlosshofen, Naturschutzrat, der Arge Küchenleitung, Regio und anderen Fachgruppierungen gemeinsame Treffs und Veranstaltungen durchgeführt.

Aus Sicht der Evaluatoreninnen ist vor allem die Vernetzungsarbeit ein starkes Bedürfnis aller Zielgruppen und sollte auch eine wesentliche Aufgabe des weiterführenden Projektes sein.

Verwendung regionaler Lebensmittel in Tourismus, Gastronomie und Gemeinschaftsküchen

Leider gab es so gut wie keine zugänglichen Ausgangsdaten, wieviel regionale, saisonale Lebensmittel in Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung über ganz Vorarlberg oder in einzelnen Bereichen Verwendung fanden. Ohne Ausgangsbasis kann auch keine quantitative gesicherte Angabe über die positive Entwicklung der verstärkten Verwendung aufgrund des Projekts gemacht werden. Sehr viele Gemeinschaftsgastronomen in Vorarlberg beziehen bereits in großem Ausmaß, teilweise direkt von landwirtschaftlichen Anbietern ihre Produkte und legen höchsten Wert auf die hohe Qualität, den regionalen Einkauf und kurze Wege ihrer Produkte. Ein großes Thema ist dennoch die Logistik, zeitliche und mengenmäßige Verfügbarkeit und Verpackungsgröße – wie kommen die Produkte zum richtigen Zeitpunkt in ausreichender Menge in der benötigten Form dorthin wo der Bedarf ist. Neben der Bewusstseinsbildung durch sehr viele Aktivitäten und Veranstaltungen findet die eingerichtete Anbieterplattform auf der Webseite von Mehrwert für alle Anklang und ist ein erster kleiner Schritt. Die regionale Vermarktungsplattform (Leader-Projekt) ist ebenso ein erster wichtiger Ansatz in diese Richtung.

In der Gemeinschaftsgastronomie bestimmt stark der Preis den Einkauf mit, aber auch Rahmenbedingungen – ob gesetzlich (z.B. Eier) oder formal (z.B. Einkaufsvorgaben in Betreuungseinrichtungen seitens Gemeinde) können die regionale, saisonale Produktwahl einschränken.

Nach den Evaluationsergebnissen scheint ganz generell für einen Großteil, der am Projekt Mehrwert Teilnehmenden die Verwendung regionaler, saisonaler Lebensmittel bewusst und je nach Möglichkeit selbstverständlich zu sein.

Es ist anzunehmen, dass über das Projekt bei den Zielgruppen Gastronomen und Gemeinschaftsverpflegern vor allem diejenigen sich angesprochen fühlten und beteiligt haben, bei denen schon eine hohe Affinität zu regionalem und saisonalem Kochen bestand.

Wichtige Überlegungen im Sinne der Weiterführung sehen die Evaluаторinnen darin, geeignete Zugänge zu Gastronomiebetrieben und Gemeinschaftsküchenanbietern zu finden, deren Bewusstsein zum Thema noch geschärft werden kann. Dies auch im Sinne der Chancengerechtigkeit für gesunde Ernährung für alle.

Sensibilisierung und Wertschätzung regionaler Lebensmittel

Das Projekt Mehrwert für alle kann nach 2,5 Jahren Projektlaufzeit auf eine sehr hohe Anzahl an Aktivitäten und Veranstaltungen aufweisen. Es ist vieles passiert. Jetzt geht es um strukturelle Verankerung und Eingliederung dieses Projektes in bestehende Strukturen. Wer nicht in der definierten Zielgruppe war, der hat von den Inhalten des Projektes nicht viel mitbekommen. Umso wichtiger ist es, dass jetzt eine breite Öffentlichkeit informiert wird. Bewusstseinsbildung muss gemacht werden, der Konsument bestimmt, was produziert wird. Politik muss dafür auch passende Strukturen schaffen.

16 Anhang

Welche Produkte verkaufen die Landwirte?

Bio Weiderind
keine, bin kein Landwirt
Kartoffeln, Karotten, Zwiebel - diverses Gemüse nach Saison (Salat, Tomaten, Gurken, Lauch, ...) Obst - Äpfel, Birnen, Quitten, Zwetschken, Johannisbeeren (rote u. schwarz), Aronia, Josta-beere, Maroni
Fleisch, Wurstware
Bildung
Biofleisch, Wurst- und Speckwaren, Eier
Beeren Obst Erdbeeren Himbeeren Heidelbeeren Johannisbeeren Auch Spargel Zwetschken Kürbisse
Most, Saft, Schnaps, O-Fleisch, Schweinefleisch und daraus gemachte Fleisch - und Wurst-produkte
Kräuter und Wildkräuter frisch und getrocknet, Kräutertees, Würzkräuter, Kräutersalze, Kräu-teressig, etwas Gemüse und Beeren nach Saison, Jungrindfleisch (2 x jährlich), Brennholz
Ab 2019 Grünspargel
Eier, Kartoffeln
Teigwaren, Getreideprodukte, Freilandeier
Äpfel, Birnen
Milchprodukte von der Alpe
Lebensmittel im Glas
Eier Eierlikör Nudeln Honig, usw.

Most, Saft, Edelbrände, Äpfel, Erdbeeren
Eier, Obstbrand
Produkte rundum Ziege, Schwein, Huhn, Ente, Bienen usw
Milch, Joghurt, Käse, Wurst, Kalb- u. Rindfleisch
Milch
Kartoffeln
Kalbfleisch
Ziegenmilchprodukte, Marmeladen, Pestos, Säfte
Äpfel, Zwetschken, Edelbrände, Süßmost
Eier und Nudeln
Obst, Gemüse, Jungpflanzen und Kräuter
Käse, Butter, Butterschmalz, Ziegenkäse, Tee, Salben, Säfte, Fleisch von Rind und Kalb und Ziege, Marmeladen, Alpzieger
Eier, Alpkäse, Alpbutter, Fleischpakete, Würste, Essig, Sirup, Eierlikör, Schnaps
Most, Saft, Cidre, Essig, Angus Rindfleisch, Edelbrände, Marmelade, Dörrobst, Likör, Glühmost, Kirschen, ...
Edelbrände, Trockenfrüchte, Feinkost
über 100 Gemüsesorten, minimal Obst

Umfrage - Landwirtschaft: Projekt Mehrwert für alle

Das Projekt "Mehrwert für alle" hat sich zum Ziel gesetzt, die Vernetzung ua von landwirtschaftlichen Betrieben und Gastronomen zu verstärken.

1. Haben Sie vom Projekt "Mehrwert" schon gehört?

- ☐ ja
- ☐ nein

2. Haben Sie an einer oder mehreren Veranstaltungen von "Mehrwert" teilgenommen?

- ☐ ja
- ☐ nein

3. Welche Produkte verkaufen Sie?

Ihre Antwort eingeben

4. Wer sind die Abnehmer Ihrer landwirtschaftlichen Produkte?

- ☐ private Haushalte
- ☐ Gastronomie
- ☐ Gemeinschaftsgastronomie (Seniorenheime, Schulen, Kleinkindbetreuung, Kindergärten)
- ☐ Andere

5. Wie interessiert sind Sie, dass zB Altersheime, Kindergärten, Gastronomen in der Region Ihre Produkte kaufen und verarbeiten würden?

- ☐ sehr interessiert
- ☐ gar nicht interessiert
- ☐ habe schon meine Kontakte aufgebaut
- ☐ produziere für Kleinabnehmer

6. Was benötigen Sie, damit Sie ihre Produkte noch besser verkaufen können?

- ☐ Beratung und Unterstützung bei der gemeinsamen Entwicklung von Produkten für Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung
- ☐ Kurse zB über Haltbarmachung, Koch- und Veredelungstechniken
- ☐ Plattform Angebot trifft Nachfrage
- ☐ Vermarktungsstrategien
- ☐ Beratung Internetauftritt
- ☐ Kurse für Direktvermarktung
- ☐ Zusammenarbeit mit anderen Betrieben (zB Metzgerei, Bäckerei)

7. Was würde Sie in der Vermarktung Ihrer landwirtschaftlichen Erzeugnisse unterstützen?

Ihre Antwort eingeben

Umfrage - Gemeinschaftsverpflegung trifft auf Projekt Mehrwert für alle

Das Projekt "Mehrwert für alle" hat sich zum Ziel gesetzt, die Vernetzung ua von Anbietern in der Gemeinschaftsverpflegung und Landwirten zu verstärken.

1. Haben Sie vom Projekt "Mehrwert" schon gehört?

- ☐ ja
- ☐ nein

2. Haben Sie an einer oder mehreren Veranstaltungen von "Mehrwert" teilgenommen?

- ☐ ja
- ☐ nein

3. Beziehen Sie landwirtschaftliche Produkte aus der Region (Vorarlberg)?

- ☐ ja
- ☐ nein

4. Von wo beziehen Sie Ihre landwirtschaftlichen Lebensmittel?

- ☐ Großhandel
- ☐ nächstgelegener Handelspartner (zB Spar, ADEG, Sutterlüty)
- ☐ ab Hof

5. Welche Produkte kaufen Sie regelmäßig regional ein?

Ihre Antwort eingeben

6. Was hindert Sie daran regionale landwirtschaftlichen Produkte zu verwenden?

- ☐ Zu geringes regionales Angebot
- ☐ Keine Anbieter bekannt
- ☐ Zu kleines Budget
- ☐ Vorgabe vom Träger, wo eingekauft werden soll
- ☐ Logistische Probleme
- ☐ Ich verwende schon regionale landwirtschaftliche Produkte

8. Unter welchen Bedingungen würden Sie noch mehr auf regionale Lebensmittel zurückgreifen?

Ihre Antwort eingeben

9. Geben Sie uns bekannt, was Sie in Ihrem Arbeitsumfeld noch interessiert?

- ☐ Information über rationelle Zubereitungsmethoden
- ☐ Kurs über sinnvolle Resteverwertung
- ☐ Beratung über Ablaufplanung und Einkauf
- ☐ Vernetzung mit Anbietern landwirtschaftlicher Produkte
- ☐ Kurse über Haltbarmachung
- ☐ Koch- und Veredelungstechniken

10. Was möchten Sie uns noch mitteilen?

Ihre Antwort eingeben

Umfrage Mehrwert Abschluss

Beantworten Sie die Fragen aus der Sicht in Bezug auf Ihren Tätigkeitsbereich.

1. Aus welchem Tätigkeitsbereich kommen Sie?

- ☐ Landwirtschaft
- ☐ Gemeinschaftsverpflegung
- ☐ Pädagogik
- ☐ Gastronomie/Tourismus
- ☐ Politik

2. Beurteilen Sie welche nachhaltigen Veränderungen und Wirkungen das Projekt "Mehrwert für alle" ausgelöst hat.

	sehr stark	stark	weiß nicht	eher wenig	gar nicht	kann ich nicht beurteilen
Konnte das Projekt "Mehrwert für alle" bewirken, dass leistbares, gesundes, regionales und saisonales Speisenangebot in Vorarlberg zugenommen hat?	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Konnte das Projekt "Mehrwert für alle" nachhaltige Veränderungen von Strukturen oder Prozessen bewirken?	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Konnte das Projekt "Mehrwert für alle" die Zielgruppen aus Landwirtschaft, Gastronomie, Gemeinschaftsverpflegung und Pädagogik erreichen?	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Konnte das Projekt "Mehrwert für alle" eine Vertrauensbeziehung zwischen Anbietern landwirtschaftlicher Produkte und Verantwortungsträger von Küchen aufbauen?	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Konnte das Projekt "Mehrwert für alle" eine Anlaufstelle für die Praxis-Beratung für Gemeinschaftsküchen, Gastronomie und landwirtschaftliche Betriebe etablieren?	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Konnte das Projekt "Mehrwert für alle" gesunde Rezepturen für die rationelle Verwendung heimischer Produkte in der Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung erarbeiten?	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Konnte das Projekt "Mehrwert für alle" die Inhalte des Projektes in die Ausbildungen am bäuerlichen Schul- und Bildungszentrum und in die Landesberufsschule für Gastgewerbe transferieren?	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Konnte das Projekt "Mehrwert für alle" beigetragen, die Ernährungskompetenz in Vorarlberg zu verstärken?	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Konnte das Projekt "Mehrwert für alle" zur Vernetzung und Weiterbildung von Verantwortungsträgern sowie Multiplikatoren beitragen?	☐	☐	☐	☐	☐	☐

3. Welche Themen sollte ein Nachfolgeprojekt unbedingt aufgreifen?

Ihre Antwort eingeben

Anhang: Fragenkatalog: Qualitative Interviews

1. Kennen Sie/DU das Projekt Mehrwert? (wenn ja, weiterfragen – sonst Interview stoppen)
2. An wie vielen (und an welchen) Workshops und Veranstaltungen haben Sie/hast du teilgenommen?
3. Wie hat sich die Verwendung von regionalen, saisonalen Produkten in Ihrer/deiner Küche verändert?
4. Sind Ihnen/dir die Ziele des Projektes Mehrwert bekannt?
5. Was denken Sie/denkst du hat das Projekt Mehrwert bis dato bewirkt bzw. aufgezeigt?
6. Wo sehen Sie/siehst du Möglichkeiten für eine weitere Zukunft des Projektes?
7. Es gibt auch andere Projekte im Land, die sich mit Regionalität und Vermarktung von regionalen Produkten auseinandersetzen. Wie grenzt sich hier Mehrwert ab?
8. Was ist das Besondere am Projekt Mehrwert?
9. Waren Sie/bist du Gründungsmitglied im Projekt gewesen oder zumindest seit der Entstehungsphase dabei?
10. Wenn Ja: Was war für Sie/dich Motivation an der Entwicklung des Projektes als Gründungsmitglied mitzuwirken?
11. Hat das Projekt deine Erwartungen erfüllt?
12. Wenn nicht, wo sind deiner Meinung nach noch Themen/Ansätze die wichtig wären zu bearbeiten?