

NRW KANN



NRW KANTinen Nachhaltig gestalten

Qualifizierungs- und Schulungsangebot für Kantinen der Landeseinrichtungen
zur Unterstützung einer nachhaltigen und gesunden Ernährung

Kommunikation und Online-Zufriedenheitsbefragung der Gäste

24.08.2021

LANUV: Katrin Emde & Nora Börnert

TU Berlin: Nora Delvendahl



Landesamt für Natur,
Umwelt und Verbraucherschutz
Nordrhein-Westfalen

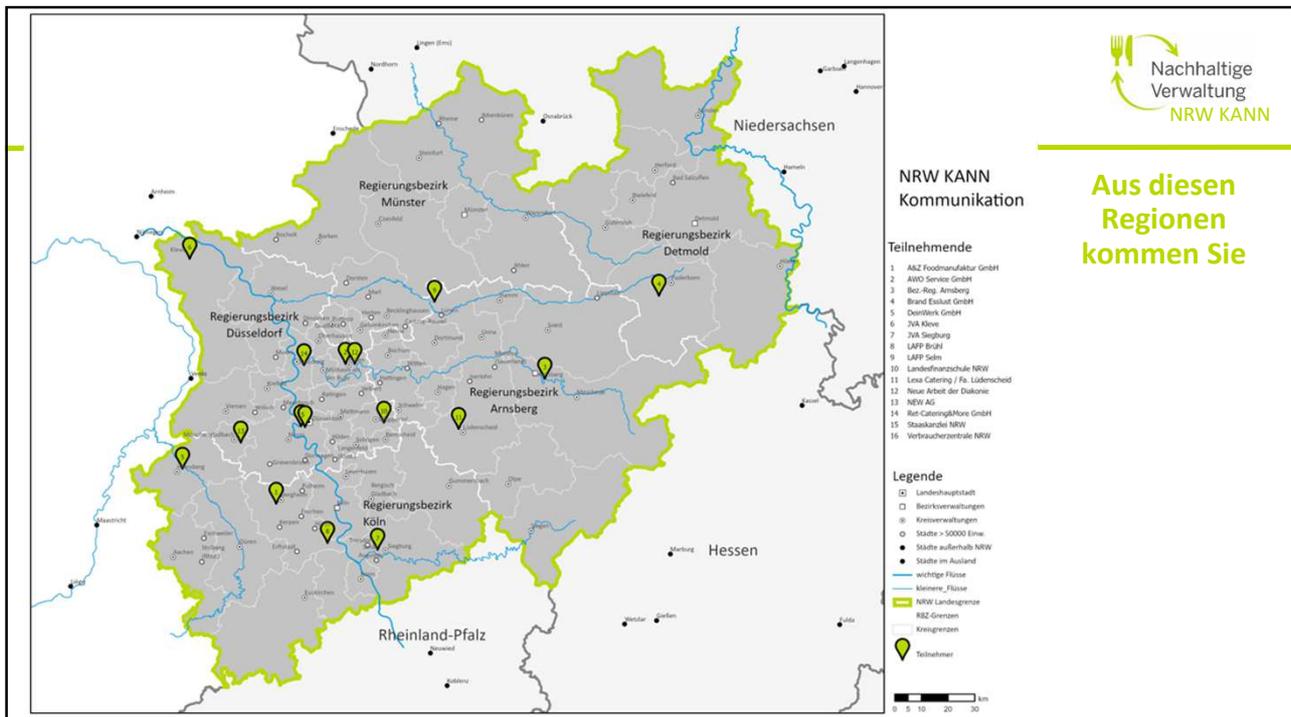


TECHNISCHE
UNIVERSITÄT
BERLIN

Agenda



13:00 - 13:45	Organisatorisches und Vorstellungsrunde
13:45 - 15:00	Kommunikation in der Kantine <i>Kohl und Partner, Herr Mayerhofer</i>
15:00 - 15:15	Kaffeepause
15:15 - 16:15	Reise des Gastes <i>TU Berlin, Nora Delvendahl & LANUV, Katrin Emde und Nora Börnert</i>
16:15 - 16:45	Zufriedenheitsbefragung der Gäste: Tool TU Berlin <i>TU Berlin, Nora Delvendahl & LANUV, Katrin Emde und Nora Börnert</i>
16:45 - 17:00	Abschluss



Vorstellungsrunde



- Vor- und Nachname
- Behörde/Unternehmer/Caterer/etc.
- Zuständigkeit / Position
- Wie viele Essen verkaufen Sie täglich?
- Welchen Stellenwert hat das Thema „Kommunikation und Zufriedenheit“ in Ihrem Betriebsrestaurant?
- Warum haben Sie sich angemeldet und was sind Ihre Erwartungen?

NRW KANN – Über das Projekt

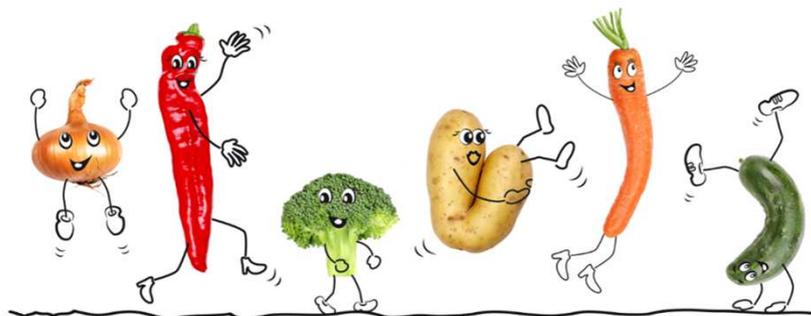


- **Laufzeit:** 01.12.2019 – 31.10.2022
- **Förderung** durch MULNV
- **Ziele:** Sensibilisierung und Motivation von relevanten Akteuren, Themen zukunftsfähig gestalten, Nachhaltigkeitsaspekte aufzeigen, Netzwerkaufbau, Vorschlag zur Neugestaltung der Kantinenrichtlinie NRW
- **Expertenteam:** MULNV, LANUV, Green Guides, a´verdis, TU Berlin



Homepage NRW KANN: <https://www.lanuv.nrw.de/umwelt/landwirtschaft-und-ernaehrung/nrw-kann>

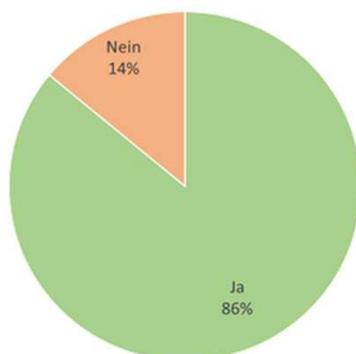
Kommunikation in der Kantine



Ergebnisse Online Umfrage in Landeskantinen



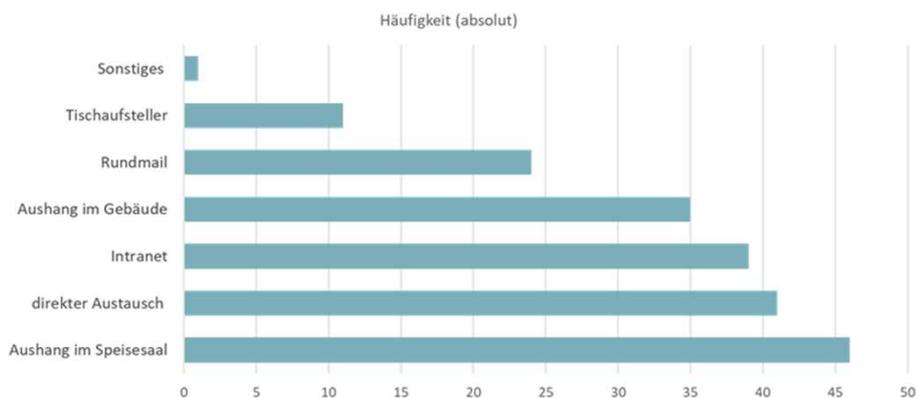
Haben Gäste die Möglichkeit, Ihnen ein Feedback (neben der direkten Ansprache) zum Speiseangebot zu geben? (n=56)



Ergebnisse Online Umfrage in Landeskantinen



Wie erfolgt die Kommunikation mit Ihren Gästen? (n=56)



Kantinen als Hebel für die Ernährungswende



- Außer-Haus-Verpflegung produziert über 12,4 Milliarden Menüs jährlich (BVE, 2020)
 - Direkte Verbindung mit Menschen
 - Durch positive Geschmackserlebnisse mit nachhaltigen Gerichten können Impulse für die eigene Speiseplanung zu Hause gesetzt werden
- Die Kantine ist ein Treffpunkt der Vernetzung und Kommunikation ermöglicht
- Veränderungen in der Kantine müssen gut kommuniziert werden

Speck et al. (2021)

Die neue Kantinenkultur



- Angebote von Betriebskantinen werden vielfältiger
- Kantinen werden als Orte von Genuss, Entspannung und Miteinander wahrgenommen
- Mitarbeitende stellen erhöhte Anforderungen an die Essensqualität und Atmosphäre in der Kantine
- Gästekommunikation während Pandemie besonders relevant



Quelle: <https://kantine-zukunft.de/>

Warum Kommunikation wichtig ist

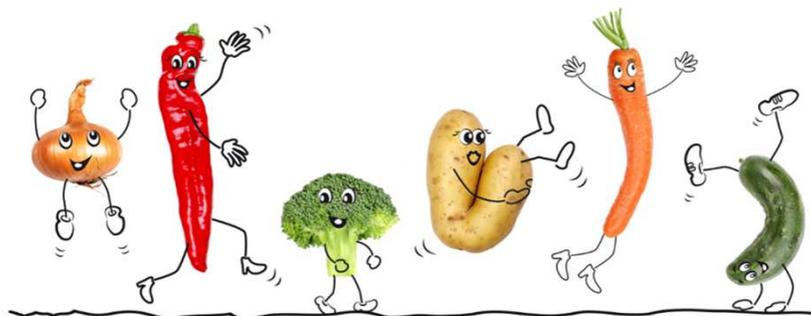


- Wissen heißt (noch) nicht Handeln - viele Faktoren spielen bei der Umsetzung eine Rolle
 - Gelegenheit
 - Preis
 - soziale Akzeptanz
 - Zeitstrukturen
 - Infrastrukturen

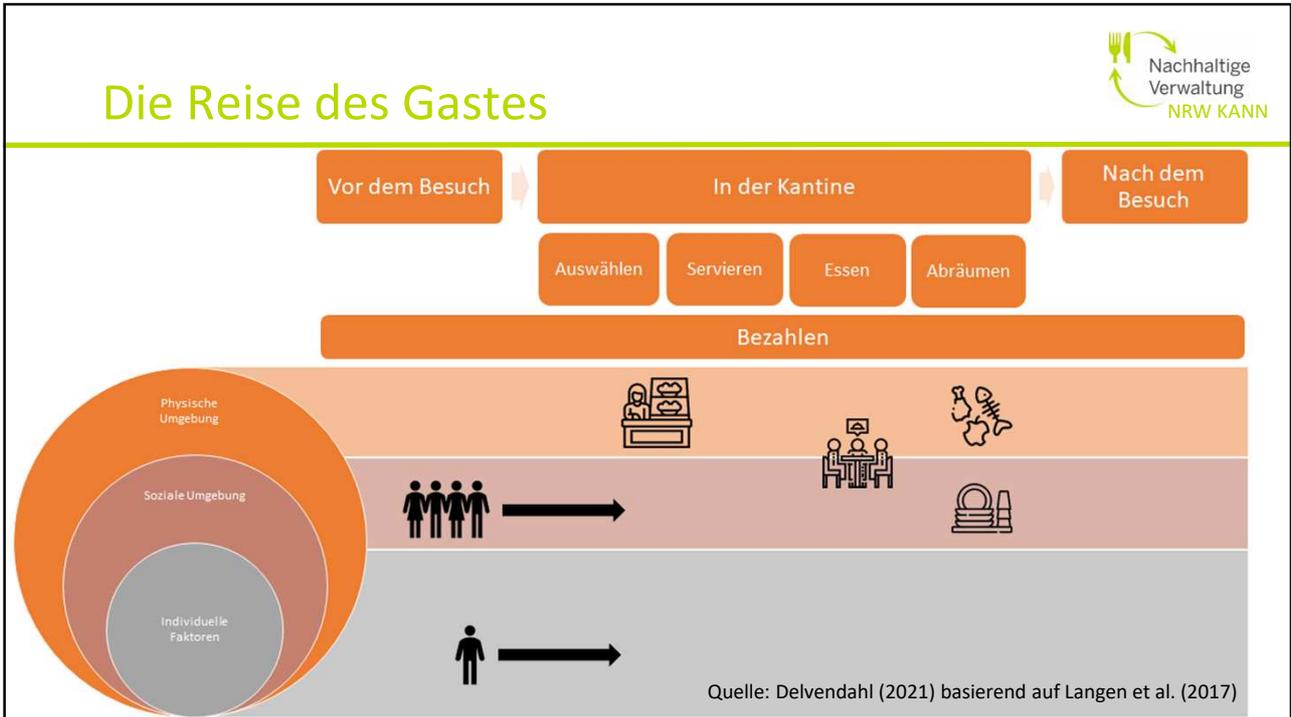


Speck et al. (2021)

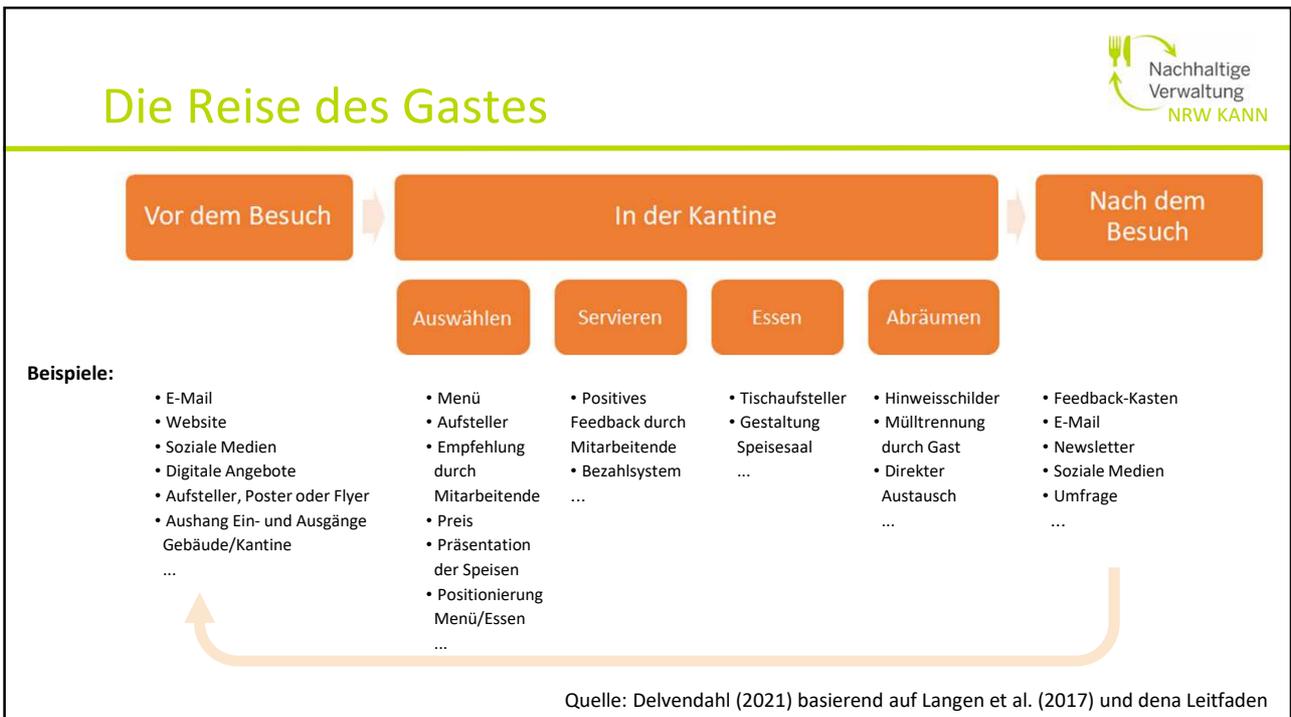
Die Reise des Gastes



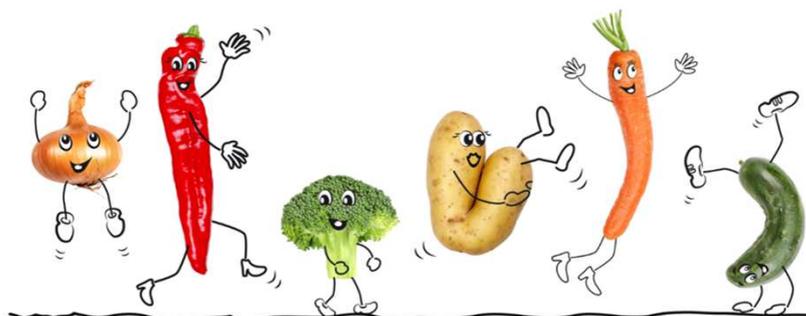
Die Reise des Gastes



Die Reise des Gastes



5 Themen der Nachhaltigkeitskommunikation



Biologisch erzeugte und saisonale Produkte aus der Region



Zentrale Botschaften

- Bio-Lebensmittel erhalten Bodengesundheit und sorgen für Artenvielfalt
- Regionale und saisonale Lebensmittel stärken die Wirtschaft und erhalten landwirtschaftliche Strukturen
- Saisonale Lebensmittel sind nährstoffreicher und qualitativ hochwertiger

nua natur- und umweltschutzakademie e.v.

Nachhaltige Verpflegung in der NUA

2 Spisens
Die UN hat 2016 die globalen Nachhaltigen Entwicklungsziele, die „Sustainable Development Goals“ (SDGs) verabschiedet. Insgesamt sind dies 17 Ziele. SDG 2: „Den Hunger beenden, Ernährungssicherheit und eine bessere Ernährung erreichen und eine nachhaltige Landwirtschaft fördern.“

Vegetarisch & Vegan

- Die NUA bietet ausschließlich vegetarische und vegane Speisen an.
- Überwiegend pflanzliche Ernährung schützt das Klima.

Regional & Saisonal**

- Stärkt die Wirtschaft vor Ort und trägt zum Erhalt der landschaftstypischen Strukturen bei.
- Vermeidung langer Transportwege.

Biologisch***

- Biologisch erzeugte Produkte erhalten die Bodenfruchtbarkeit.
- Biologischer Anbau fördert die Artenvielfalt.
- Biologische Tierhaltung achtet auf das Tierwohl.

Vermeidung von Abfall

- Porzellanteller und Besteck statt Einweggeschirr
- Großgebäude statt Einwegverpackung
- Recycle Servietten

© 2017 NUA Natur- und Umweltschutzakademie e.V. Alle Rechte vorbehalten. Foto: www.foto.com
* Von Montag bis Freitag (Eröffnung im Rahmen einer Buchvorlesung mit der NUA)
** Regionale Produkte
*** Biologisch erzeugte Produkte

Kooperationsprojekt LANUV und FH Münster (2017)

Quelle: LANUV

Biologisch erzeugte und saisonale Produkte aus der Region



- Informationen zu Bio- oder regionalen Produkten mit Speisenangebot kombinieren
 - Hülsenfrüchte z.B. Linsen
 - Vergessene Gemüsesorten
 - Insekten und Bedeutung von Bienen im Gemüsebau
- Regionale Lebensmittel im Speiseplan kennzeichnen „Kartoffeln vom Hof XY“
- Kochkurse zu verschiedenen Obst- und Gemüsesorten aus der Region
- Regionale Woche „Kochen wie bei Oma“ z.B. Stielmus, Steckrüben
- Tag der Regionalität: Produzenten aus der Region stellen Produkte vor



Rezeptbuch SlowFood:
https://www.slowfood.de/publikationen/broschueren/sif_kochbuch_true_dina5_210118_de_final.pdf



Quelle:
https://www.goldhahundsampson.de/shop/Kochkurse/Online-Kurse:::50_442.html

Kooperationsprojekt LANUV und FH Münster (2017)

Lebensmittelabfall



Zentrale Botschaften

- Lebensmittelabfälle in DE werden auf mindestens 11,9 Mio. Tonnen geschätzt, wovon etwa 14 % (1,69Mio. Tonnen) der Außer-Haus-Gastronomie zuzurechnen sind (Schmidt et al. 2019)
- Vermeidung von Lebensmittelabfällen schont Ressourcen und das Klima
- Lebensmittelabfälle sind hinsichtlich hungernden Menschen weltweit ein ethisch-moralisches Problem
- Die Vermeidung von Lebensmittelabfällen spart Kosten ein

Kooperationsprojekt LANUV und FH Münster (2017)

Lebensmittelabfall



- Angebot von zwei Portionsgrößen
- Informationsblatt zum Ressourcen- oder Klimaschutz anbieten
 - Z.B. Kostenloses Infomaterial von Zu Gut Für Die Tonne
- Lebensmittelabfallmessung durchführen – Kantinegäste einbeziehen
- Feedback der Kantinegäste einholen z.B. durch Gästebuch, Feedbackkasten
- Kostproben bei neuen Gerichten anbieten

IST MEINE ZEIT
MIT DIR SCHON
ABGELAUFEN?



Quelle: LANUV

Kooperationsprojekt LANUV und FH Münster (2017)

Vegetarisches Angebot



Zentrale Botschaften

- Weideland und für den Futtermittelanbau genutztes Ackerland machen fast 80 % der landwirtschaftlichen Nutzfläche aus (FAO)
- Pflanzliche Ernährung leistet einen großen Beitrag zu einer gerechten Nahrungsverteilung
- Pflanzliche Ernährung schützt das Klima
- Hochwertiges pflanzliches Protein erhöht die Leistungsfähigkeit

Kooperationsprojekt LANUV und FH Münster (2017)

Bedeutung vegetarisch/veganer Ernährung



Handlungsoptionen

Mögliche Einsparungen pro Jahr

Vegane Ernährung	Circa 1,5 Tonnen CO ₂ Äq
Vegetarische Ernährung	Circa 850 kg CO ₂ Äq
Regionales Obst und Gemüse in der Saison kaufen	Circa 260 kg CO ₂ Äq
Pflanzliche Milchalternativen	Circa 70 kg CO ₂ Äq
Eigene Einkaufsstüte nutzen	Circa 11 kg CO ₂ Äq
Weniger fliegen	5 Stunden weniger fliegen spart circa 1,5 Tonnen CO ₂ Äq
Home Office machen	Circa 1,5 Tonnen CO ₂ Äq
Carsharing nutzen, statt ein eigenes Auto zu besitzen	Circa 700 kg CO ₂ Äq
Auf Ökostrom umstellen	Circa 1,5 Tonnen CO ₂ Äq
Die eigene Wohnfläche prüfen ¹	Wer auf 20 Quadratmeter weniger Fläche wohnt spart circa 700 kg CO ₂ Äq

¹ Nachhaltig wäre 20-25 Quadratmeter pro Person (Lettenmeier et al., 2014).

Quelle: Speck et al. (2021)

Vegetarisches Angebot



- Nachhaltigkeitsbewertung von Rezepturen berechnen und ausweisen z.B. [NAHGAST-Rechner](#)
- Kräuter- und Gemüsebeete, die gemeinschaftlich gepflegt werden
- Soziale Normen ansprechen: „60 % der Besucher haben in der letzten Woche ein vegetarisches Gericht gewählt!“
- Vegetarischer Tag oder aktionsweise 1-2 Mal im Monat

Konzepte zur Bewertung von Speisenangeboten

Beispielbewertung Rindergulasch - Label



Quelle: NAHGAST-Rechner



Quelle: LANUV

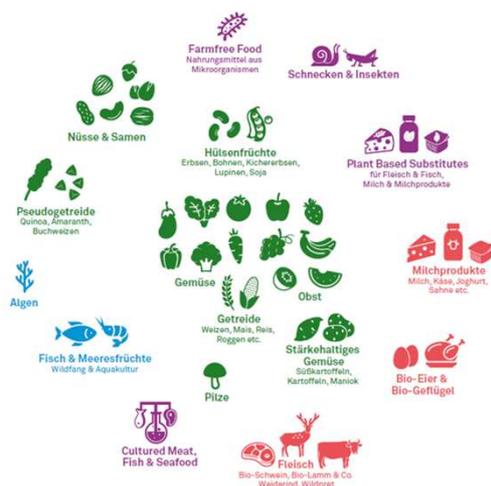
Kooperationsprojekt LANUV und FH Münster (2017)

Gesundheitsförderliche Ernährung



Zentrale Botschaften

- Unverträglichkeiten und Allergien nehmen zu – Kennzeichnungen werden wichtiger
- Zusatzstoffe werden durch frische Zubereitung vermieden
- Convenience Produkte erhalten einer hohen Anteil an Zucker und Salz
- Frische vitaminreiche Lebensmittel machen fit



Kooperationsprojekt LANUV und FH Münster (2017)

Quelle: Food Report (2020)

Gesundheitsförderliche Ernährung



- Zusammenarbeit von der Kantine mit dem betrieblichen Gesundheitsschutz
- Aktionswoche gesundheitsförderliche Ernährung
- Positive Namensgebungen nutzen
- Ausgewählte und nicht alltägliche Lebensmittel beschaffen
- Gesundheitsförderliches Gericht als erstes auf dem Speiseplan ausloben oder durch Farben hervorheben



JOB&FIT - Aktionswochen

Aktionswochen wecken die Neugier, lenken die Aufmerksamkeit auf die Verpflegung und sind eine gute Möglichkeit „Neues“ auszuprobieren und sogleich die Akzeptanz der Tischgäste zu testen.

Mit Hilfe unserer nährstoffoptimierten Aktionen können Sie sich ebenfalls schnell davon überzeugen, wie leicht sich eine vollwertige Betriebsverpflegung umsetzen lässt. Verwöhnen Sie ihre Tischgäste mit unseren leckeren Aktionsgerichten und erleben Sie, wie gut eine ausgewogene Ernährung schmeckt.

+ Kulinarisch durch Deutschland
+ Fast Food à la DGE
+ Herbstaktion
+ Frühlingsaktion

Kooperationsprojekt LANUV und FH Münster (2017)

Soziales/ Kultur



Zentrale Botschaften

- Die Kantine ist unser Raum für Austausch, Dialog und Kreativität
- Fairtrade Produkte sind fair für den Menschen
- Mehrwegbehälter sind fair für die Natur



Quelle: Esprit

Kooperationsprojekt LANUV und FH Münster (2017)

Soziales/ Kultur



- Plakatausstellung im Speisesaal
 - z.B. zu den Themen Kaffeekonsum, Faire Produkte
- Storytelling zu bestimmten fairen Produkten oder Menüs
- Anbieten einer Kaffeeverkostung
- Faire Woche: Verkauf von fairen Produkten für einen guten Zweck
- Langfristige Kommunikation sichern z.B. durch Kantinenausschuss
- Wissen des gesamten Küchenteams bei der Entwicklung neuer Kommunikationsideen einbeziehen



Quelle: LANUV



Kooperationsprojekt LANUV und FH Münster (2017)

Intranet und Website



Unsere Lieferanten

Das Studierendenwerk Oldenburg arbeitet seit vielen Jahren bewusst mit Erzeugern aus der Region zusammen. Dazu gehören bäuerliche Betriebe, die Bio Gemüse oder Bio Milchprodukte liefern, sowie ein Naturkostgroßhandel, der vor den Toren Oldenburgs in Kantinen angesiedelt ist. Hierzu kommt ein Verarbeiter für Fleisch aus artgerechter Tierhaltung und Bio-Fleisch. Der Faktor Regionalität gewährleistet nicht nur Arbeitsplätze in der Region, sondern auch frische (und saisonale) Produkte und trägt durch kurze Transportwege zum Klimaschutz bei. Wichtig ist uns außerdem der Bezug von Waren aus fairem Handel.

Der Lieferant für Milchprodukte aus ökologischer Erzeugung

Name	Hofmolkerei Dehliwes
Kontakt	Truppe 17 26585 Länthof Tel. 04295/699270 Fax 04295/6334 info@hofmolkerei-dehliwes.de
Ansprechpartner	Heri Dehliwes
Lieferantiment	Milch, Joghurt, Sahne, Saure Sahne, Quark
Größe des Betriebes	270 ha, 51 Mitarbeiter*innen
Tätig seit	1998
Weitere Aktivitäten	Hofladen, Hühnermobile

Lieferant für Gemüse und Obst

Name	Kornkraft Naturkost und Naturwaren (Großhandel)
Kontakt	Am Forst 36 26197 Hantfossen Tel. 04437/921-0 Fax 04437/921-200 E-Mail: Kornkraft@i-online.de Internet: www.kornkraft.com
Ansprechpartner	Peter Schäfer (Neukunden, Außendienst)
Lieferantiment	Gemüse, Nudeln, Bohnen, Linsen u.a. Trockenwaren, Käse, Getränke, vegane Produkte
Größe des Betriebes	120 Mitarbeiter*innen
Tätig seit	1981
Weitere Aktivitäten	Einzelhandel vor Ort

Quelle: Studierendenwerk Oldenburg



Startseite > Essen > Infos zu unserem Essen

Infos zu unserem Essen

Wir, die Teams in den Mensen und Cafeterien des Studierendenwerks Osnabrück, haben hohe Ansprüche. Wir möchten, dass es unseren Gästen schmeckt und wir wollen, dass sie sich gesund ernähren. Was wir dafür tun? Lesen Sie selbst.



KlimaTeller

In Zeiten des Klimawandels ist umweltbewusstes Handeln wichtig. Die Kuchentiers der Hochschulgastonomie können durch die Auswahl der Zutaten die Produktion von Emissionen maßgeblich reduzieren. So lässt sich durch den Einsatz pflanzenbasierter, frischer, saisonaler und regionaler Zutaten die Klimabilanz der Gerichte optimieren.

KlimaTeller sind klimafreundlich produzierte Gerichte innerhalb der Menülinie MENSA GLOBAL. Auf unseren Speiseplänen werden die entsprechenden Gerichte mit dem KlimaTeller-Symbol versehen, wenn sie mindestens 50 Prozent weniger CO₂-Emissionen als ein durchschnittliches Gericht verursachen.

[Mehr zum KlimaTeller](#)

Quelle: Studierendenwerk Osnabrück

Gründung Kantinenausschuss Frühjahr 2018

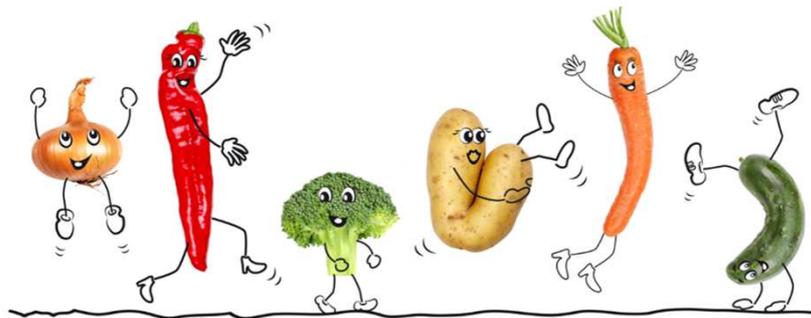


- **Mittagsverpflegung** der Mitarbeitenden
- **Akzeptanz** des Verpflegungsangebots
- Erhöhung der Anzahl der Kantinenbesucher und damit einhergehend eine höhere **Rentabilität** für den Pächter
- Schaffung von **Transparenz** durch einen Kommunikationsaustausch
- **Feste Ansprechpersonen** für Kantinen-Angelegenheiten im Haus



Quelle: LANUV

Erfahrungsaustausch



Erfahrungsaustausch



- Welche/s der vorgestellten **Kommunikationstools- und Maßnahmen** wollen Sie in Ihrer Einrichtung **implementieren** bzw. aus welchen Gründen **nicht**?
- Welche/s **Tool/Maßnahme funktioniert** aus Ihren Erfahrungen **besonders gut**?
- Wie hat sich die **Art der Kommunikation** durch Corona **verändert** (z. B. Food@Home Angebote) und was wird in Zukunft **wichtiger**?
- Was sind **typische Fragen** an Ihr Ausgabepersonal?
- Wo liegen ggf. **Defizite**? Werden „**Nachhaltigkeitsaspekte**“ gefragt?
- Wording „Kantine“ vs. „Betriebsrestaurant“
- Wie wichtig ist die **Bezeichnung**?
- Welche **Aktionen** locken Gäste besonders in die Kantine?
- Wie kommunizieren Sie diese im Haus?
- Welchen Stellenwert hat der **Speiseplan** in Ihrer Kantine?
- Was ist Ihnen auf den **ersten Blick** besonders wichtig?

Ideen für die kreative Umsetzung

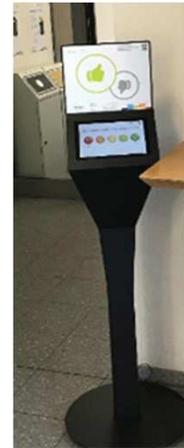


Quelle: LANUV

Feedbackzettel und Feedbackkasten



Feedbackterminal

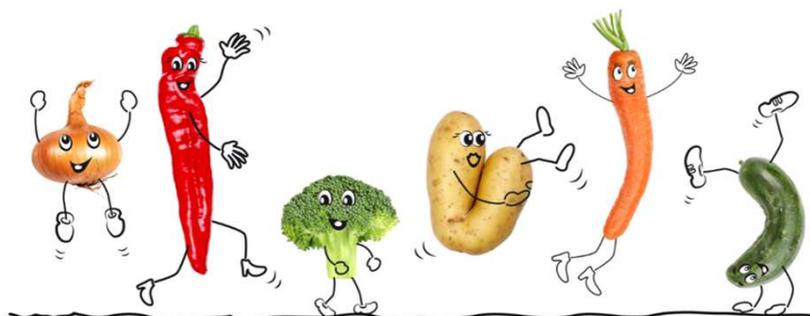


Quelle: LANUV

Bevor es losgeht...Checkliste

- Welche Vorteile bietet mir Kommunikation im Betrieb?
- Was möchte ich kommunizieren? z.B. Gesundheit, Bio
- Welche Strategie passt? z.B. befristete Aktionen, wiederkehrendes Feedback, Kombinationen?
- Welche Kommunikationsmaßnahme wähle ich?

Zufriedenheitsbefragung - Tool TU Berlin



Vertiefende Beratung – Teilnahme



Vorteile einer Teilnahme

- Kantine zukunftsfähig gestalten
- Gäste verstehen – Wertschätzung aufzeigen
- Netzwerkaufbau

kostenfreie
Umfrage

Zufriedenheits-
befragung



Wie können Sie teilnehmen?

- Teilnahmevoraussetzung → Anmeldebogen, Motivation und Eigeninteresse!
- Auswahlverfahren durch LANUV und TU Berlin
- Anmeldebogen: <https://www.lanuv.nrw.de/umwelt/landwirtschaft-und-ernaehrung/nrw-kann>
- E-Mail mit Anmeldebogen an kantine@lanuv.nrw.de

Kontakt für Rückfragen

Katrin Emde (LANUV)

Nora Delvendahl (TU Berlin)

Tel.Nr.: +49 (0) 2361 305 1598

E-Mail: Katrin.emde@lanuv.nrw.de

Nora Börnert (LANUV)

Tel.Nr.: +49 (0)201 7995 2081

E-Mail: Nora.Boernert@lanuv.nrw.de

Tel.: 0157 588 259 30

E-Mail: n.delvendahl@tu-berlin.de

Zufriedenheitsbefragung - Tool TU Berlin



Rahmen

- Teilnahme für 5 Kantinen
- Absprachen vorab und währenddessen via Telefon oder Zoom
- Beratung umfasst die komplette Gestaltung, Programmierung und Auswertung der Gästebefragung
- Ergebnisse werden in einfacher Form bereitgestellt
- In einem gemeinsamen Abschlussworkshop können die 5 Kantinen die Ergebnisse besprechen und Maßnahmen entwickeln

Schwerpunkte im Fragebogen



- **Allgemeines** (z. B. Alter, Ernährungsweise, Kantinenbesuch)
- Akzeptanz des **Speisenangebotes** (z. B. Geschmack, Einsatz von Produkten, Preistoleranz)
- Akzeptanz von **Speisenauswahl und –verfügbarkeit** (z. B. Akzeptanz Portionsgrößen oder Vorbestellungssystem)
- **Transparenz und Zufriedenheit** (z. B. Kommunikation, Servicequalität, Atmosphäre in der Kantine)
- **Erwartungen und Wünschen** an die Kantine (offene Frage)



LANUV Online-Umfrage 2017



- Onlinebefragungen und Auswertung des Essverhaltens der Gäste
- Teilnehmer/innen an der Befragung, N=480
- Datenbasis für LANUV Kantinen und MULNV-Kantine

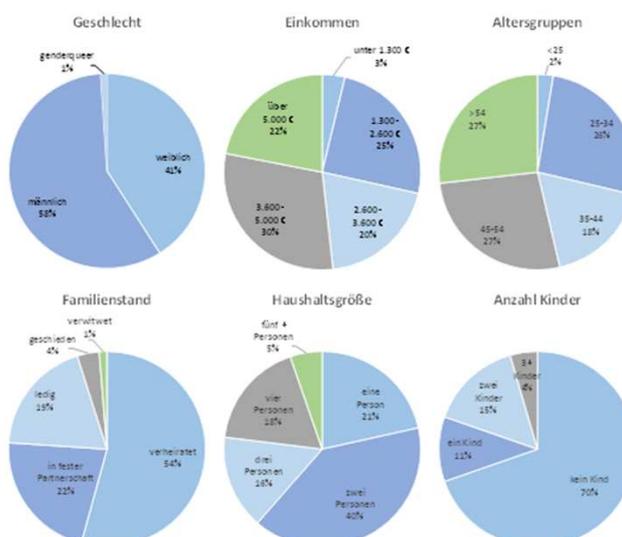


LANUV Online-Umfrage 2017



Soziodemografische Eigenschaften

Für alle Teilnehmer/innen an der Befragung, N=480

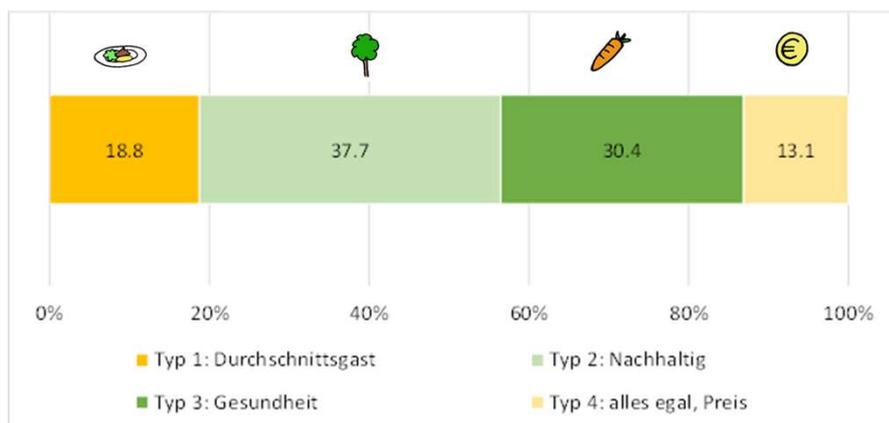


Quelle: Prof. Dr. Nina Langen, Bettina Lorenz & Pascal Ohlhausen, 2017

LANUV Online-Umfrage 2017



4 Entscheidungstypen

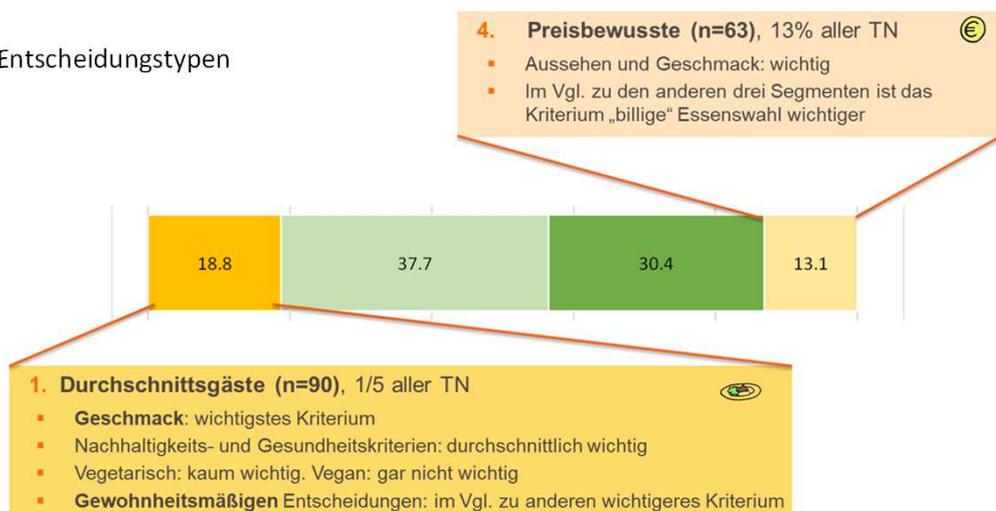


Quelle: Prof. Dr. Nina Langen, Bettina Lorenz & Pascal Ohlhausen, 2017

LANUV Online-Umfrage 2017



4 Entscheidungstypen



Quelle: Prof. Dr. Nina Langen, Bettina Lorenz & Pascal Ohlhausen, 2017

LANUV Online-Umfrage 2017



2. Nachhaltigkeitsbewusste (n=181), 40% aller TN

- Nachhaltigkeitskriterien (Bio-, regionale und saisonale Zutaten) besonders wichtig
- Gesundheitsaspekte: durchschnittlich wichtig
- Vegetarisch: wichtig, Vegan: wichtig
- Im Vergleich zu Personen vom Entscheidungstyp 1 und 3 legt Segment 2 eher wenig Wert darauf, dass ein bestimmtes Essen sie aufheitert oder hilft Stress zu bewältigen



3. Nachhaltigkeits- und Gesundheitsbewusste (n=146), 1/3 aller TN

- Ähnlich zu Segment 2
- Zusätzlich: Gesundheitsaspekte: wichtig
- Segment, das im Vgl. zu den anderen wichtiger findet: Preis-Leistungs-Verhältnis von Angeboten, Wartezeit an Ausgabe



Quelle: Prof. Dr. Nina Langen, Bettina Lorenz & Pascal Ohlhausen, 2017

LANUV Online-Umfrage 2017



Aufteilung der Teilnehmer/innen mit einer Kantine vor Ort



Quelle: Prof. Dr. Nina Langen, Bettina Lorenz & Pascal Ohlhausen, 2017



Aufbau Fragebogen

Allgemeines

- Geschlecht, Alter
- Vegetarier / Veganer
- Einschränkungen aufgrund von Unverträglichkeiten oder Allergien
- Regelmäßiger Besuch der Kantine
- Einfluss anderweitiger Verpflegungsmöglichkeiten in der Umgebung der Kantinen

Akzeptanz des Speisenangebotes

- Geschmack und Qualität der Speisen
- Einsatz von regionalen, saisonalen und Bio-Produkten
- Einsatz und Portionsgrößen von Fleisch
- Einsatz fair gehandelter Produkte
- Preistoleranzen
- Zufriedenheit mit der Kennzeichnung der Speisen

Akzeptanz von Speisenauswahl und –verfügbarkeit

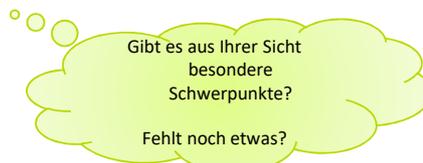
- Erwartung an Speisenauswahl und -verfügbarkeit
- Akzeptanz von „Restegerichten“
- Variabilität von Teller- und Portionsgrößen
- Akzeptanz Vorbestellungssystem
- Akzeptanz Food@Home Angebote und welche Form/Art

Transparenz und Zufriedenheit

- Zufriedenheit Kommunikation (Angebot, Neuheiten, etc.)
- Zufriedenheit Servicequalität
- Atmosphäre in der Kantine

Erwartungen und Wünschen an die Kantine

- Abschließende offene Frage



Zeitplan



Abstimmung in Ihren Häusern / parallel Abstimmung TU Berlin

Auswertung durch die TU Berlin

gemeinsamer Online Abschlussworkshop



Live-Schaltung der Umfrage für 3-4 Wochen

Sie erhalten die Ergebnisse

Herbstferien 11.10.2021 - 23.10.2021

Checkliste für die Teilnahme



- Zeitplanung beachten: Abstimmungszeit im Haus einplanen
- Hausspitze und PR einbinden
- Datenschutz im Haus?
- Textvorlagen erstellen (Einleitung Umfrage, E-Mail zur Erinnerung ggf. Vorlage LANUV)
- Aktionen zur Ankündigung der Umfrage im Haus/der Kantine
- Aufbereitung der Ergebnisse für die Belegschaft, Hausspitze und Kantine (Handout/Präsentation durch TU Berlin)
- Ergebnisse können über welche Kanäle kommuniziert werden?
- Wer sind Ansprechpersonen im Haus für die Kantinen und für uns (TU Berlin und LANUV)?



Vertiefende Beratung – Teilnahme



Wie können Sie teilnehmen?

- Teilnahmevoraussetzung → Anmeldebogen, Motivation und Eigeninteresse!
- Auswahlverfahren durch LANUV und TU Berlin
- Anmeldebogen: <https://www.lanuv.nrw.de/umwelt/landwirtschaft-und-ernaehrung/nrw-kann>
- E-Mail mit Anmeldebogen an kantine@lanuv.nrw.de



Kontakt für Rückfragen

Katrin Emde (LANUV)

Tel.Nr.: +49 (0) 2361 305 1598

E-Mail: Katrin.emde@lanuv.nrw.de

Nora Börnert (LANUV)

Tel.Nr.: +49 (0)201 7995 2081

E-Mail: Nora.Boernert@lanuv.nrw.de

Nora Delvendahl (TU Berlin)

E-Mail: n.delvendahl@tu-berlin.de

Die Workshops und das Beratungsangebot werden im Rahmen des Projektes NRW KANN angeboten durchgeführt von

Landesamt für Natur,
Umwelt und Verbraucherschutz
Nordrhein-Westfalen



im Auftrag des

Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft,
Natur- und Verbraucherschutz
des Landes Nordrhein-Westfalen



Kontakt: kantine@lanuv.nrw.de



Quellen



- Deutsche Energie-Agentur GmbH (Hrsg.) (2018). dena-Leitfaden Gästekommunikation im nachhaltigen Hotel. Berlin. [online] URL: https://www.dena.de/fileadmin/dena/Dokumente/Pdf/9241_denaLeitfaden_Gaestekommunikation_im_nachhaltigen_Hotel.pdf [Stand: 24.08.2021]
- Langen, N.; Dubral, R.; Ohlhausen, P.; Bauske, E.; Speck, M.; Rohn, H.; Teitscheid, P. (2017): Review von Interventionsstudien aus den Bereichen Nudging, Information und Partizipation und deren methodischer Fundierung sowie Ableitung von Stellschrauben zur Steigerung nachhaltigen Essverhaltens. NAHGAST Arbeitspapier 4. Berlin.
- Schmidt T, Schneider F, Leverenz D, Hafner G (2019) Lebensmittelabfälle in Deutschland - Baseline 2015. Braunschweig: Johann Heinrich von Thünen-Institut, 103 p, Thünen Rep 71
- Speck, M., Liedtke, C., Hennes, L., El Mourabit, X. & Wagner, L. (2021). Zukunftsfähige Ernährungssysteme und Konsummuster gestalten. Aktuelle Erkenntnisse aus der Forschung zu nachhaltiger Ernährung am Wuppertal Institut (Zukunftsimpuls Nr. 19). Wuppertal Institut.
- Silke Friedrich, Vanessa Wies, Janina Hielscher, Katrin Emde, Nicola Deipenbrock (2017) Kooperationsprojekt LANUV und FH Münster „Nachhaltige Ernährung und Vermeidung von Lebensmittelverlusten in Kantinen“
- Studentenwerk Oldenburg: <https://www.studentenwerk-oldenburg.de/de/gastronomie/394-oekologische-grundsaeetze/402-unsere-lieferanten.html?path=>
- Studentenwerk Osnabrück: <https://www.studentenwerk-osnabrueck.de/de/essen/infos-zu-unserem-essen/nachhaltigkeit.html>
- Kantine Zukunft: <https://kantine-zukunft.de/>
- NAHGAST-Rechner: <https://www.nahgast.de/rechner/>
- Hanni Rützler, Wolfgang Reiter (2020): Food Report 2020
- Job und Fit Aktionswochen: <https://www.jobundfit.de/rezepte/aktionswochen/>
- Esprit Nachhaltigkeit: <https://www.esprit.com/de/company/sustainability/smartes-design/nachhaltigere-materialien>
- FAO (2016) Food Outlook. Biannual Report on global Food Markets. Oktober 2016

Quellen



- Beretta, C., Stoessela, F., Baier, U., Hellweg, S. (2013): Quantifying food losses and the potential for reduction in Switzerland. In Waste Management 33 (2013) 764– 773 <https://doi.org/10.1016/j.wasman.2012.11.007>
- Bryngelsson, D., Wirsenius, S., Hedenus, F., & Sonesson, U. (2016): How can the EU climate targets be met? A combined analysis of technological and demand-side changes in food and agriculture. Food Policy, 59, S. 152-164.
- DGE – Deutsche Gesellschaft für Ernährung (Hrsg.) (2015): D-A-CH Referenzwerte für die Nährstoffzufuhr. 2. Auflage Bonn: Neuer Umschau Buchverlag.
- Elmadafa, I.; Leitzmann, C. (2015): Ernährung des Menschen. 300 Tabellen. 5. Auflage Stuttgart: Ulmer.
- Engström, R., Carlsson-Kanyama, A. (2004): Food losses in food service institutions. Examples from Sweden. Food Policy 29, 203–213. <http://dx.doi.org/10.1016/j.foodpol.2004.03.004>.
- Europäische Kommission (2011): Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament, den Rat, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen. Fahrplan für ein ressourcenschonendes Europa. KOM (2011) endgültig. Brüssel, 2011.
- European Commission, 2017, EU Climate Action; https://ec.europa.eu/clima/citizens/eu_en (19.03.2017)
- FAO (2016) Food Outlook. Biannual Report on global Food Markets. Oktober 2016
- Forschungsinstitut für biologischen Landbau (2015): 100 Argumente für den Biolandbau, 2.Auflage, Ausgabe Schweiz.
- Friedrich, S., Teitscheid, P. (2012): Facetten regionaler Vermarktung im Münsterland. Vortrag: LEADER Forum Netzwerk der Regionen. https://www.fhmuenster.de/isun/downloads/121122_Facetten_regionaler_Vermarktung_im_Muensterland.pdf (28.11.2017)
- Gerber, P. J. et al. (2013). Tackling climate change through livestock. – A global assessment of emissions and mitigation opportunities. Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO), Rome
- Göbel, Ch. et al. (2014): Reduktion von Warenverlusten und Warenvernichtung in der AHV - ein Beitrag zur Steigerung der Ressourceneffizienz. <http://www.hb.fhmuenster.de/opus/fhms/volltexte/2014/1057/> (28.11.2017)

Quellen



- Hahn, A.; Ströhle, A.; Wolters, M. (2016): Ernährung. Physiologische Grundlagen, Prävention, Therapie. 3. Auflage Stuttgart: Wissenschaftliche Verlagsgesellschaft mbH.
- Hirschfeld, J. Weiß, J., Preidl, M., Korbun, T. (2009). Klimawirkungen der Landwirtschaft in Deutschland. Schriftenreihe IÖW 186/09. Institut für ökologische Wirtschaftsforschung; https://www.ioew.de/uploads/tx_ukioewdb/IOEWSR_186_Klimawirkungen_Landwirtschaft_02.pdf (19.03.2017)
- Idel, A. (2015): Wie ökologisch ist vegan? – Vegan gegen Massentierhaltung. In: umweltzeitung, 4, S. 4-6.
- Jepsen, D.; Eberle, U.; Fels, J.; Schlomer, T. (2016): Entwicklung von Instrumenten zur Vermeidung von Lebensmittelabfällen. Umweltbundesamt. Dessau-Roßlau.
- Koerber, K., Männle, T., Leitzmann, C. (2004): Vollwert-Ernährung. Konzeption einer zeitmäßigen und nachhaltigen Ernährung. 10. Auflage Stuttgart.
- Kranert, M. et al. (2012): Ermittlung der weggeworfenen Lebensmittelmengen und Vorschläge zur Verminderung der Wegwerfrate bei Lebensmitteln in Deutschland.
- MKULNV (o. J.): 100 Kantinen-Programm. Leitfaden für den Einsatz regionaler Lebensmittel in Gemeinschaftsverpflegungen.
- Noleppa, S., von Witzke, H. (2012). Klimawandel auf dem Teller. WWF Deutschland.
- Salzer, I., Fehlinger, J. (2016): Ernährungssouveränität. Weder Wachsen noch Weichen, sondern gutes Essen für alle!
- Speck, M. et al. (2017): Entwicklung von integrierten Methoden zur Messung und Bewertung von Speisenangeboten in den Dimensionen Ökologie, Soziales, Ökonomie und Gesundheit.
- NAHGAST Arbeitspapier 2. Wuppertal, Friedberg. UK Committee on Climate Change (2017).
- Setting a Target for Emission Reduction. Online: <https://www.theccc.org.uk/tackling-climatechange/the-science-of-climate-change/setting-a-target-for-emission-reduction/> (19.03.2017)
- UNCCD (2011): Land and soil in the context of a green economy for sustainable development, food security and poverty eradication.
- Wirz, A. (2012): Entwicklung von Kriterien für ein bundesweites Regionalsiegel. Gutachten im Auftrag des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz.
- FiBL Deutschland/MGH GUTES AUS HESSEN (Hrsg.). Frankfurt am Main.
- Zühlsdorf, A., Spiller, A. (2012): Trends in der Lebensmittelvermarktung. Begleitforschung zum Internetportal lebensmittelklarheit.de: Marketingtheoretische Einordnung praktischer Erscheinungsformen und verbraucherpolitische Bewertung.