

UMBESA

Nachhaltiger Speiseplan *Sustainable Menu*

2014

Umsetzung der Nachhaltigkeit in Großküchen unter besonderer Berücksichtigung von biologischen, regionalen, saisonalen Lebensmitteln, frisch zubereiteten Speisen und optimierten Fleischportionen (Projekt UMBESA)

Implementation of sustainability in commercial kitchens with a special emphasis on biological, regional, seasonal food, freshly prepared meals and optimised meat portions (project UMBESA)

LAYMAN'S REPORT



Projektteam/*project team:*



Ko-Finanzierung/*co-financing*



umbesa.rma.at

Impressum

Medieninhaber und Herausgeber:
Ressourcen Management Agentur (RMA), Argentinierstraße 48/2 Stock, 1040 Vienna, Tel: 01 913 22.52.0, E-Mail: office@rma.at
Web: www.rma.at
Informieren Sie sich auch unter: umbesa.rma.at

In Zusammenarbeit mit
Fachhochschule Wien der WKW, Währinger Gürtel 97, 1180 Wien.
Südböhmische Universität Budweis, Branišovská 31, 370 05 České Budějovice
Fachschule Jihlava, Karoliny Světlé 2, 586 01 Jihlava

Masterhead

Media proprietor and editor:
Resource Management Agency (RMA), Argentinierstraße 48/2 Stock, 1040 Vienna,
Tel: 01 913 22.52.0, E-Mail: office@rma.at
Web: www.rma.at
Inform yourself as well on umbesa.rma.at

In Cooperation with
FHWien University of Applied Sciences d. WKW, Währinger Gürtel 97, 1180 Vienna.
University of South Bohemia, Branišovská 31a, 370 05 České Budějovice
Professional School Jihlava, Karoliny Světlé 2, 586 01 Jihlava

Inhaltsverzeichnis

Table of Content



Motivation.....	4
Nachhaltige Ernährung.....	5
Methodik	6
Arbeitspakete	7
Teilnehmende Küchen	8
Analyse der Rohstoffverbräuche und der Speisepläne	10
Analyse von Leuchtturmprojekten.....	12
Aufbau von Netzwerken.....	14
Befragung der KonsumentInnen.....	16
Probekochen von ausgewählten Speisen	18
Informations- und Sensibilisierungskampagne	20
Optimierung von Speiseplänen	22
Öffentlichkeitsarbeit	24
Sitzungen, Veranstaltungen, Workshops	25
Zusammenfassung.....	26
Projektpartner und Projektleitung	30



<i>Motivation.....</i>	<i>4</i>
<i>Sustainable food</i>	<i>5</i>
<i>Methodology</i>	<i>6</i>
<i>Work packages</i>	<i>7</i>
<i>Participating kitchens</i>	<i>8</i>
<i>Analysis of food consumption and menus</i>	<i>10</i>
<i>Analysis of key projects</i>	<i>12</i>
<i>Building networks</i>	<i>14</i>
<i>Consumer survey.....</i>	<i>16</i>
<i>Test-cooking selected meals.....</i>	<i>18</i>
<i>Informational and awareness campaign</i>	<i>20</i>
<i>Menu optimisation</i>	<i>22</i>
<i>Public relations</i>	<i>24</i>
<i>Meetings, Events, Workshops</i>	<i>25</i>
<i>Conclusions.....</i>	<i>26</i>
<i>Project partners and lead partner</i>	<i>30</i>





Motivation

Motivation

TRENDS IN GROßKÜCHEN

Einsatz von
Convenience-
Produkten

Verwendung von
importierten
Lebensmitteln

Einsatz von
konventionellen
Lebensmitteln

Die Außer-Haus-Verpflegung nimmt einen immer größeren Stellenwert ein, unser Ernährungsverhalten wird somit besonders von der Gemeinschaftsverpflegung geprägt.

Neben dem steigenden Gesundheitsbewusstsein der Bevölkerung spielt der Umweltaspekt eine große Rolle. Großküchen setzen meist aus ökonomischen Gründen vermehrt auf konventionelle und importierte Lebensmittel. Untersuchungen zeigen, dass durch den Einsatz von regionalen, saisonalen, biologischen Lebensmitteln und frisch zubereiteten Speisen die CO₂-Emissionen von Großküchen spürbar verringert werden können.

Ein weiterer Trend in Großküchen ist - ebenfalls aus ökonomischen Gründen - ein erhöhter Einsatz von Convenienceprodukten (bspw. weniger Personaleinsatz, Platzeinsparung in der Küche). Der geringere Personaleinsatz wird jedoch durch einen oftmals höheren Wareneinsatz kompensiert. Vorherige Projekte (z.B. BIOFAIR) zeigen, dass durch einen verstärkten Einsatz von frischen Lebensmitteln bei einer gleichzeitigen Reduktion von Convenienceprodukten, Kosten eingespart werden können, obwohl die frischen Rohstoffe in Bio-Qualität eingekauft werden. Nicht nur die Qualität der Speise steigt durch den Einsatz von frischen Rohstoffen, auch die Energieeffizienz der Küche wird dadurch optimiert.

TRENDS IN COMMERCIAL KITCHENS

Using of
convenient products

Using of
imported food

Using of
conventional food

Eating out of home is becoming more and more important, our eating habits are therefore particularly influenced by the communal feeding.

In addition to the increasing awareness of health in the general public, the environmental aspect plays a major role. Because of economic reasons, commercial kitchens mostly use conventional and imported food. Studies show that the CO₂ emissions of commercial kitchens can be reduced measurably by using local, seasonal, biological food and freshly prepared meals.

Another trend in commercial kitchens is - because of economic reasons too - an increased use of convenience products (e.g. less manpower, space-saving in the kitchen). Though the lower deployment is compensated by a higher cost of sales. Previous projects (e.g. BIOFAIR) show, that costs can be reduced through an increased use of fresh food and a simultaneous reduction of convenience products, although the fresh raw materials are purchased in biological quality. Therefore, not only the quality of the meals rises through the use of fresh raw materials, but the energy efficiency of the kitchen will be optimised.

Nachhaltige Ernährung

Sustainable Food



Unsere Ernährungsweise beeinflusst nicht nur unsere Gesundheit ...

Ökologische, ökonomische und soziale Auswirkungen folgen jeder unserer Essensentscheidungen. Diese vier Dimensionen sind eng miteinander verknüpft und müssen gemeinsam betrachtet werden, wenn von einer „Nachhaltigen Ernährung“ gesprochen wird:

Ernährung, die dem Nachhaltigkeits-Leitgedanken folgt, hilft nicht nur unserer Gesundheit und unterstützt die regionale Wirtschaft, sondern hilft auch bei einer ganzheitlichen Erfassung der Auswirkungen. So sind neben den Einkaufskosten für das Nahrungsmittel auch die Kosten für Umwelt und Gesellschaft zu berücksichtigen, welche häufig indirekt bezahlt werden müssen.



Abbildung 1: Die 4 Dimensionen gesunder Ernährung

NACHHALTIGE ERNÄHRUNG

zeichnet sich durch die Berücksichtigung dieser 4 Dimensionen aus:

1. Umwelt
2. Gesundheit
3. Wirtschaft
4. Gesellschaft

Our nutrition not only affects our health ...

Environmental, economic and social impacts follow each of our food choices. If we speak of „sustainable nutrition“, these four dimensions must be regarded together:

Nutrition that follows the guiding principles of sustainability not only supports our health and the local economy, it also helps with a complete consideration of the impacts.

Beside the costs for purchasing food, the costs for environment and society must be considered, which must be paid mostly indirectly.

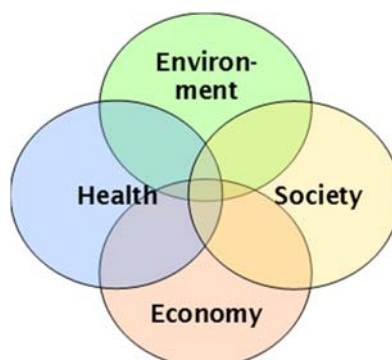


Figure 1: The 4 dimensions of healthy food

SUSTAINABLE NUTRITION

is characterised by the consideration of these 4 dimensions:

1. Environment
2. Health
3. Economy
4. Society



Methodik

Methodology

SPEISEN- OPTIMIERUNG

**Konkrete Speisen
oder Lebensmittel
werden optimiert.**

**Basis dafür ist eine
umfangreiche
Analyse der
eingesetzten
Lebensmittel und
Speisepläne eines
Jahres.**

Konkrete Speisen und Lebensmittel werden ausgewählt und nach den Kriterien biologisch, regional, saisonal, frisch und weniger Fleisch, sowie nach ernährungsphysiologischen Kriterien, optimiert.

Sowohl für die ‚ursprüngliche‘ als auch für die neue, optimierte Speise werden in den Großküchen Probekochen durchgeführt. Ziel der Probekochen ist die Prüfung der Umsetzbarkeit von nachhaltiger Speisen in Großküchen. Zudem werden Daten für die Bewertung beider Speisen erfasst. Nach folgenden Kriterien werden diese bewertet und gegenübergestellt:

- Ökologie (Erfassung der CO₂-Emissionen)
- Ökonomie (Kostenanalyse)
- Ernährungsphysiologie (Berechnung der Nährwerte)
- Anteil an biologischen, regionalen und saisonalen Zutaten.

Basis für die Auswahl der Speisen, die optimiert werden, ist eine umfangreiche Analyse des Lebensmitteleinsatzes und der Speisepläne eines Jahres nach den 5 Projektkriterien. In Zusammenarbeit mit der Küchenleitung werden Optimierungspotenziale erarbeitet, die Speisen werden von der Küchenleitung ausgewählt.

OPTIMISING MEALS

**Particular meals and
foods will be
optimized.**

**This is based on an
extensive analysis of
consumed food and
menus of one year.**

Particular meals and foods are selected and optimised regarding the criteria organic, regional, seasonal, fresh ingredients, less meat, as well as nutritional physiology.

For both, the original as well as the new, optimised meal, test-cookings are realised in the commercial kitchens. The aim of the test-cookings is to check the feasibility of sustainable meals in commercial kitchens. Moreover, data for the evaluation of both types of meals are recorded. The following criteria will be evaluated and compared:

- *Ecology (CO₂-emissions)*
- *Economy (cost analysis)*
- *Nutrition physiology (calculation of the nutrient content)*
- *Share of biological, regional and seasonal ingredients.*

The basis for the selection of meals which are optimised, is an extensive analysis of used food and menus of one year concerning the 5 project criteria. In cooperation with the kitchen management, potentials for optimisation are developed. The meals are selected by the kitchen manager.

Arbeitspakete

Work Packages



- Arbeitspaket 1:** Erfassung und Analyse des gesamten Lebensmitteleinsatzes und der Speisepläne eines Jahres nach den 5 Projektkriterien.
- Arbeitspaket 2:** Recherche und Analyse von jeweils 2 Leuchtturmprojekten aus Österreich, Tschechische Republik und aus dem Ausland, die bereits einen nachhaltigen Speiseplan umgesetzt haben.
- Arbeitspaket 3:** Aufbau und Erweiterung eines Netzwerkes von Großküchen, Lieferanten bzw. Produzenten, Stakeholdern und Organisationen.
- Arbeitspaket 4:** Befragung der KonsumentInnen hinsichtlich ihrer Zufriedenheit mit dem gegenwärtigen Speiseplan, ihrer Einstellung zu einem nachhaltigen Speiseplan sowie ihres Ernährungsverhaltens.
- Arbeitspaket 5:** Durchführung von Probekochen von ausgewählten, optimierten Speisen. Bewertung der Ausgangs- als auch der optimierten Speise hinsichtlich Ökonomie, Ökologie, Ernährungsphysiologie, Anteil an biologischen, regionalen, saisonalen und frischen Lebensmitteln.
- Arbeitspaket 6:** Durchführung einer umfangreichen Informations- und Sensibilisierungskampagne; Tischkarten, Informationsblätter und Poster;
- Arbeitspaket 7:** Zusammenfassung und Diskussion der Ergebnisse.
- Arbeitspaket 8:** Öffentlichkeitsarbeit und Schulungstool
- Arbeitspaket 9:** Projektmanagement

- Workpackage 1:** *Collection and analysis of the whole food consumed and the menus of one year concerning the 5 project criteria.*
- Workpackage 2:** *Research and analysis of two key projects in Austria, the Czech Republic and abroad, which already have implemented a sustainable menu.*
- Workpackage 3:** *Building and extension of networks of commercial kitchens, distributors respectively producers, stakeholders and organisations.*
- Workpackage 4:** *Consumer survey with regard to their satisfaction with the current menu, their attitude according to a sustainable menu as well as their eating behaviour.*
- Workpackage 5:** *Realisation of test-cookings of selected, optimised meals. Evaluation of the original meal as well as the optimised meal with regard to the criteria economy, ecology, nutrition physiology, share of biological, regional, seasonal and fresh food.*
- Workpackage 6:** *Realizing an extensive informational and awareness campaign; place cards, fact sheets and posters;*
- Workpackage 7:** *Summary and discussion of the results.*
- Workpackage 8:** *Public relations and teaching tool.*
- Workpackage 9:** *Project management*

PROJEKT - INHALT

Analyse von Leuchtturmprojekten

Datenerfassung und -analyse

Speiseplan-optimierung

Öffentlichkeitsarbeit

Schulungstool

CONTENT OF THE PROJECT

Analysis of key projects

Data collection and -analysis

Menu optimisation

Public relations

Teaching tool



Teilnehmende Großküchen

Participating Commercial Kitchens

PARTICIPATING KITCHENS

In Austria:

Office kitchens
Hospital kitchens
School kitchens
Central kitchens

In Austria following kitchens are participating:

- **Office of the Oö. province government, Linz:** office kitchen, fresh food, kitchen manager: Christian Hügelsberger
- **HBLW Landwiedstraße, Linz:** school kitchen, fresh food, kitchen management: Eduard Becker
- **EB-restaurants, Vienna:** office kitchen, fresh food, purchasing manager: Claudia Helmreich
- **Hospital Hietzing with neurologic centre Rosenhügel, Vienna:** hospital kitchen, fresh food, kitchen manager: Christina Schmidt
- **Federal Ministry of Defence and Sports, Vienna:** central kitchen, cook & chill - system
- **Federal Ministry of Defence and Sports, Wr. Neustadt:** central kitchen, cook & chill - system

In the Czech Republic following kitchens are participating:

- **Professional school for trade and services, Jihlava:** school kitchen, fresh food, kitchen manager: Marie Musilová
- **Primary school, Jihlava:** school kitchen, fresh food, kitchen manager: Zdena Pospíchalová
- **Kindergarten Viden, Velke Mezirici:** kindergarten kitchen, fresh food, kitchen manager: Marie Prudková
- **Retirement home Jihlava-Lesnov, Jihlava:** fresh food, kitchen manager: Nad'a Špejtková
- **Prison of Czech Republic, Svetla nad Sazavou:** fresh food, kitchen manager: Renata Sochorová
- **Secondary school, Strakonice:** school kitchen, fresh food, kitchen manager: Dagmar Matějková
- **High school, Veselí n.L.:** school kitchen, fresh food, kitchen manager: Renata Strejčková
- **School České Budějovice, South Bohemia:** school kitchen, fresh food, kitchen manager: Miroslava Horáková
- **Primary School, South Moravia:** school kitchen, fresh food, kitchen manager: Libuše Pechartová
- **Professional school Cvrckovice, South Moravia:** school kitchen, fresh food, kitchen manager: Olga Jatelová

PARTICIPATING KITCHENS

In Czech Republic:

School kitchens
Kindergarten kitchens
Retirement home kitchens
Prison kitchen

Teilnehmende Großküchen

Participating Commercial Kitchens



In Österreich sind folgende Küchen beteiligt:

- **Amt der Oberösterreichischen Landesregierung**, Linz: Betriebsküche, Frischkost, Küchenleitung: Christian Hügelsberger
- **HBLW Landwiedstraße**, Linz: Schulküche, Frischkost, Wirtschaftsleitung: Eduard Becker
- **EB-Restaurantsbetriebe**, Wien: Betriebsküche, Frischkost, Einkaufsleitung: Claudia Helmreich
- **Krankenhaus Hietzing mit neurologischem Zentrum Rosenhügel**, Wien: Krankenhausküche, Frischkost, Küchenregieleiterin: Christina Schmidt
- **Bundesministerium für Landesverteidigung und Sport**, Wien: Zentralküche, Cook & Chill-System
- **Bundesministerium für Landesverteidigung und Sport**, Wr. Neustadt: Zentralküche, Cook & Chill-System

In Tschechien sind folgende Küchen beteiligt:

- **Fachschule für Handel und Dienstleistungen Jihlava**, Jihlava: Schulküche, Frischkost, Küchenleitung: Marie Musilová
- **Grundschule Jihlava**, Jihlava: Schulküche, Frischkost, Küchenleitung: Zdena Pospíchalová
- **Kindergarten Viden**, Velke Mezirici: Kindergartenküche, Frischkost, Küchenleitung: Marie Prudková
- **Seniorenwohnheim Jihlava-Lesnov**, Jihlava: Frischkost, Küchenleitung: Naďa Špejtková
- **Gefängnisdienst der Tschechischen Republik**, Svetla nad Sazavou: Frischkost, Küchenleitung: Renata Sochorová
- **Gymnasium Strakonice**, Strakonice: Schulküche, Frischkost, Küchenleitung: Dagmar Matějková
- **Mittelschule Veselí n.L.**, Veselí nad Lužnicí: Schulküche, Frischkost, Küchenleitung: Renata Strejčková
- **Schule České Budějovice**, Südböhmen: Schulküche, Frischkost, Küchenleitung: Miroslava Horáková
- **Grundschule Brno**, Südmähren: Schulküche, Frischkost, Küchenleitung: Libuše Pechartová
- **Berufsschule Cvrckovice**, Südmähren: Schulküche, Frischkost, Küchenleitung: Olga Jatelová

GROßKÜCHEN IN ÖSTERREICH

Betriebsküchen
Krankenhausküchen
Schulküchen
Zentralküchen

GROßKÜCHEN IN TSCHECHIEN

Schulküchen
Kindergartenküche
Seniorenwohnheim
Gefängnisküche



Analyse der Rohstoffverbräuche und Speisepläne

Analysis of Food Consumption and Menus

PROJECT CRITERIA

biological
regional
seasonal
freshly cooked
less meat

The whole food consumption of the participating kitchens is collected and analysed regarding the criteria regionality, seasonality, biological quality, processing step (fresh, frozen, convenient) as well as share of meat. The offered meals are analysed concerning the criteria seasonality, biological quality as well as the share of meat and meatless meals. These analysis are the basis for the identification of optimisation potentials.

Analysis of the food consumption: While there is no biological food used in kitchens in the Czech Republic, in Austria the BIO-quota is between 0 % and 50 % of the total food consumption (in terms of quantity, not monetarily). Meat and meat products are used between 7 % and 16 %, and in the Czech Republic meat is used from 12 % to 17 % of the total food consumption. 65 % of the food consumed in Austrian kitchens belongs to the category fresh, in the Czech Republic it's about 78 %. Almost half of the analysed food (especially dairy and meat products) were produced in the region. The average share of seasonal fruits and vegetables is between 33 % and 37 %.

Analysis of menus: The analysis of the menus shows, that in Austria, on average, 53 % of the main dishes are meals with meat, and 26 % are meatless meals. The share of meals with fish is very low (8 % of total). 11 % of the offered food are classified as biological meals, 18 % of the offered meals with fruits and vegetables are seasonal. In the Czech kitchens, the share of meals with meat is with 62 % higher compared to Austria, 21 % of the offered meals are meatless meals. Pork is the most often offered meat in both countries.

THE GREATEST DIFFERENCES ...

... between the two project countries Austria and the Czech Republic are found in the consumption of biological food and in the consumption of fresh, non-processed food.

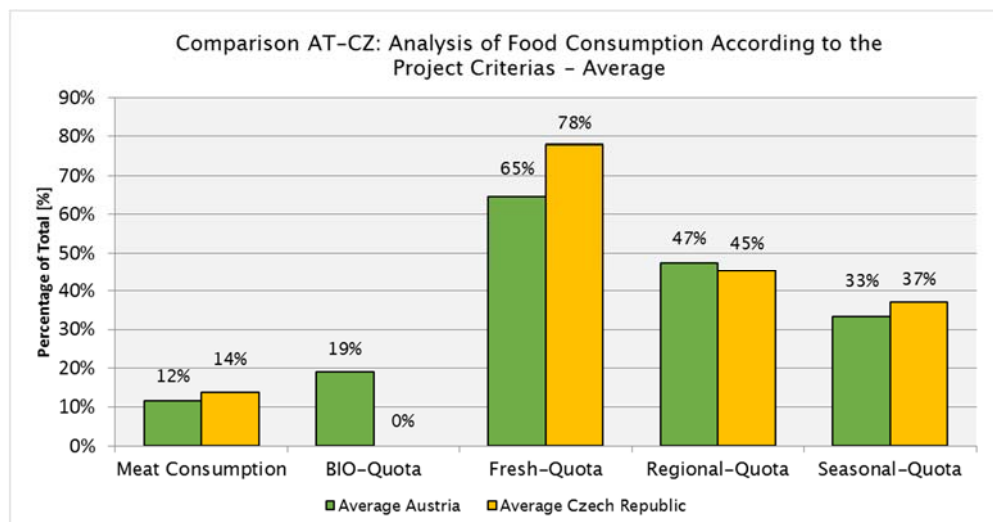


Figure 2: Comparison of the analysis of food consumption in Austria and the Czech Republic concerning the project criteria - Average (Evaluation according to quantity)

Analyse der Rohstoffverbräuche und Speisepläne



Analysis of Food Consumption and Menus

Der gesamte Lebensmitteleinsatz wird von den teilnehmenden Küchen erfasst und hinsichtlich der Kriterien Regionalität, Saisonalität, BIO-Qualität, Verarbeitungsstufe (frisch, tiefkühl, convenient) sowie Fleisch-Anteil analysiert. Die angebotenen Speisen werden bezüglich der Kriterien Saisonalität, BIO-Qualität sowie Anteil an Fleisch- und fleischlosen Speisen untersucht. Diese Analysen sind Grundlage für die Identifizierung von Optimierungspotenzialen.

Analyse der Rohstoffverbräuche: Während in tschechischen Großküchen keine Lebensmittel in BIO-Qualität verwendet werden, liegt der BIO-Anteil in Österreich zwischen 0 % und 50 % des gesamten Lebensmitteleinsatzes (mengenmäßig, nicht monetär). Fleisch- und Wurstwaren werden zwischen 7 % bis 16 % verwendet, in Tschechien sind es 12 % bis 17 % am Lebensmitteleinsatz. 65 % der eingesetzten Lebensmittel in Österreich entsprechen der Frische-Kategorie, in Tschechien sind es 78 %. Fast die Hälfte der analysierten Lebensmittel (allen voran Milch- und Fleischwaren) stammen aus der Region. Der Anteil an saisonalem Obst und Gemüse liegt bei 33 % bzw. 37 %.

Analyse der Speisepläne: Aus der Analyse der Speisepläne lässt sich festhalten, dass in Österreich im Durchschnitt 53 % der angebotenen Hauptspeisen auf Fleischspeisen und 26 % auf fleischlose Speisen entfallen. Der Anteil an Fischspeisen ist mit 8 % sehr gering. 11 % der Speisen werden als BIO-Speisen ausgewiesen, 18 % der Obst- und Gemüsespeisen entsprechen der Saison. In den tschechischen Großküchen ist der Anteil an Fleischspeisen mit 62 % höher im Vergleich zu Österreich, 21 % entfallen auf fleischlose Gerichte. Schweinefleisch wird in beiden Ländern am häufigsten angeboten.

PROJEKTKRITERIEN

biologisch
regional
saisonal
frisch gekocht
weniger Fleisch

DIE GRÖßTEN UNTERSCHIEDE ...

... zwischen den beiden Projektländern Österreich und Tschechien finden sich im Einsatz von BIO-Lebensmitteln und im Einsatz von frischen, unverarbeiteten Lebensmitteln.

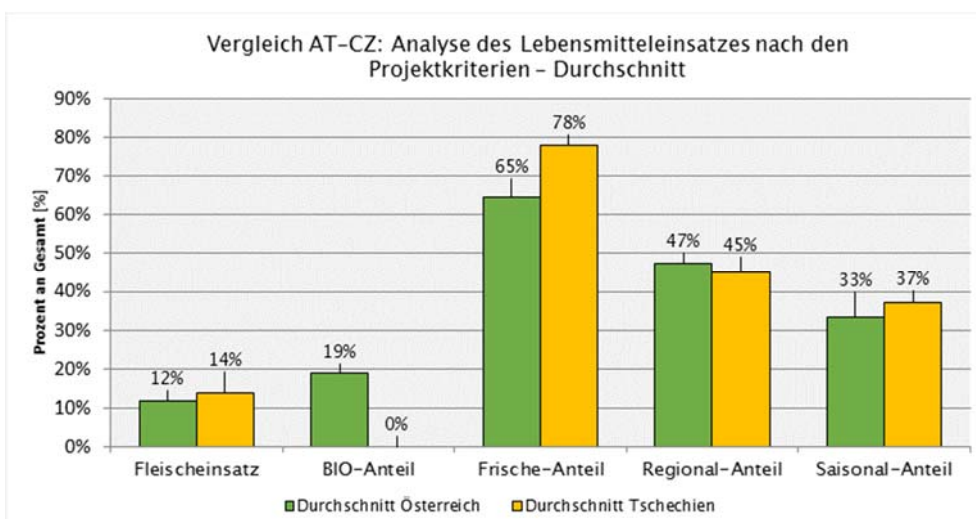


Abbildung 2: Lebensmittelanalyse in Österreich und Tschechien nach den Projektkriterien im Vergleich - Durchschnitt (Bewertung nach Menge)



Analyse von Leuchtturmprojekten

Analysis of Key Projects

SELECTED KEY PROJECTS

Analysis of projects in Austria, the Czech Republic and abroad, which already implement a sustainable menu.

Why are some commercial kitchens so successful in optimising their menus according to the criteria of regional, seasonal and biological food? With this question, the UMBESA team occupies itself with the analysis of prominent projects in commercial kitchens. The aim is to identify success factors.

Chart 1: Scheme of the analysed key projects

Key project	Success
Curatorship of the retirement homes Vienna, Austria	30 fresh kitchens, reducing the cost of sale and convenient meals, increasing the bio-quota
Kitchen of the Nö. province government, Austria	bio-quota of 67 %, bio-quota of 100 % on beef, calf, cured meat and meat products
Esprit restaurant, Germany	bio-quota of 60 %, fresh-quota of more than 80 %, regional and seasonal-quota of 70 %
Biological food for the school, Czech Republic	First project on the subject of biological food in schools in Czech Republic
Project iPOPY and association Pro.b.e.r., Italy	Example Copenhagen: Increase of the bio-quota from 30 % to 50 %

FIELDS OF ACTION

Impulse from the outside and the willingness to change are precondition.

Basic requirement for a successful change are the personal values and the willingness to change. Then the fields of action apply to:

- **Communication and information:** communicate the vision of change
- **Persuading:** winning friends on the way
- **Long-term relationships:** Building long-term relationships with important distributors and other stakeholders
- **Process of change:** to gear a continuous process of change
- **Further education:** minimising the resistance through further education as well as extensive information activities



Analyse von Leuchtturmprojekten

Analysis of Key Projects



Warum sind manche Großküchen bei der Umstellung ihrer Speisepläne auf regionale, saisonale und biologische Lebensmittel so erfolgreich? Mit dieser Frage beschäftigte sich das UMBESA-Team im Zuge der Analyse von herausragenden Projekten in Großküchen. Ziel ist die Erfassung von Erfolgsfaktoren.

Tabelle 1: Übersicht der analysierten Leuchtturmprojekte

Leuchtturmprojekt	Erfolg
Kuratorium Wiener Pensionistenwohnhäuser, Österreich	30 Frischkostküchen, Reduktion des Wareneinsatzes und Fertiggerichte, Erhöhung der BIO-Quote
Landhausküche Niederösterreich, Österreich	BIO-Quote von 67 %, 100 % BIO bei Rind-, Schwein-, Kalb-, Selchfleisch und Wurstwaren
Esprit Betriebsrestaurant, Deutschland	BIO-Quote von 60 %, Frische-Anteil über 80 %, Anteil regionaler und saisonaler Produkte 70 %
Bio-Lebensmittel für die Schule, Tschechien	Erstes Projekt zum Thema BIO-Lebensmittel in tschechischen Schulen
Projekt iPOPY und Verein Pro.b.e.r., Italien	Beispiel Kopenhagen: Erhöhung der BIO-Quote von 30 % auf 50 %.

Grundvoraussetzung für einen erfolgreichen Wandel sind die persönliche Werterhaltung sowie der Wille zur Veränderung. Erst dann kommen die Handlungsfelder zum Tragen:

- **Kommunikation und Information:** Vision des Wandels kommunizieren
- **Überzeugungsarbeit:** Freunde für den Weg gewinnen
- **Langfristige Beziehungen:** Langfristige Beziehungen zu wichtigen Lieferanten und sonstigen Stakeholdern aufbauen
- **Wandlungsprozess:** einen kontinuierlichen Wandlungsprozess in Gang setzen
- **Aus- und Weiterbildung:** Widerstand durch Aus- und Weiterbildung sowie umfangreiche Informationsarbeit minimieren



© ec.europa.eu

AUSGEWÄHLTE LEUCHTTURM-PROJEKTE

Analyse von Projekten in Österreich, Tschechien und dem Ausland, die bereits einen nachhaltigen Speiseplan umsetzen.

HANDLUNGSFELDER

Anstoß von außen und der Wille zur Veränderung als Voraussetzung.



Aufbau von Akteursnetzwerken

Building Networks

BUILDING NETWORKS

There are 4 networks built:

1. commercial kitchens
2. distributors
3. stakeholders
4. organisations

In order to support a long-term sustainable menu in practice, the following networks are built and expanded:

- **Commercial kitchen-network:** An exchange of information and experiences among commercial kitchens is aspired in this network. Those kitchens, which are participating in the project UMBESA in Austria and the Czech Republic, are drawn in the focus.
- **Distributor-network:** A register of potential regional distributors and producers including their range of products, is given to each participating commercial kitchen.
- **Stakeholder-network:** An initiated steering committee attends the project progress during the whole project period and includes those institutions, which are the owners of the kitchens.
- **Organisations-network:** The expert conference in the Czech Republic 'regional food and school catering' as well as the final event in Austria link different organisations, which act in the surroundings of commercial kitchens.

Chart 2: Factbox of building networks in Austria

Network	Facts
Commercial kitchens	3 meetings with kitchen managers, 6 commercial kitchens linked, 1 excursion to an Austrian and th Czech commercial kit-
Distributors	33 researched potential regional distributors, 4 distributors interviewed, 1 workshop with distributors
Stakeholder	5 Steering Committee meetings, 10 members of a total of 8 different organisations linked
Organisations	6 informational meetings, 1 expert conference in the Czech Republic, 1 final event in Austria

EVENTS

- Meetings with kitchen manager
- Steering Committee
- Informational meetings
- expert conference
- final event



Aufbau von Akteursnetzwerken

Building Networks



Um einen nachhaltigen Speiseplan in der Praxis langfristig zu unterstützen, werden folgende Netzwerke aufgebaut und erweitert:

- **Großküchennetzwerk:** Ein Informations- und Erfahrungsaustausch zwischen Großküchen wird in diesem Netzwerk angestrebt. Im Vordergrund stehen dabei jene Küchen, die am Projekt UMBESA in Österreich und Tschechien teilnehmen.
- **Lieferantennetzwerk:** Eine Aufstellung an potenziellen, regionalen Lieferanten und Produzenten inklusive deren Sortiment wird jeder beteiligten Großküche zur Verfügung gestellt.
- **Stakeholdernetzwerk:** Ein initiiertes Steering Committee begleitet den Projektfortschritt während der gesamten Projektdauer und umfasst jene Institutionen, die hinter den Großküchen stehen.
- **Organisationennetzwerk:** Die Fachtagung in Tschechien zum Thema 'Regionale Lebensmittel und Schulverpflegung' sowie die Abschlussveranstaltung in Österreich vernetzt unterschiedlichste Organisationen, die im Umfeld von Großküchen tätig sind.

Tabelle 2: Factbox zum Netzwerkaufbau in Österreich

Netzwerk	Facts
Großküchen	3 Küchenmeetings, 6 Großküchen vernetzt, je 1 Exkursion in eine österreichische und tschechische Großküche, 4 Workshops
Lieferanten	33 potenzielle regionale Lieferanten recherchiert, 4 Lieferanten befragt, 1 Workshop mit Lieferanten
Stakeholder	5 Steering Committee Sitzungen, 10 Mitglieder von insgesamt 8 verschiedenen Institutionen vernetzt
Organisationen	6 Informationsveranstaltungen, 1 Fachtagung in Tschechien, 1 Abschlussveranstaltung in Österreich



NETZWERK- AUFBAU

Es werden
4 Netzwerke
aufgebaut:

1. Großküchen
2. Lieferanten
3. Stakeholder
4. Organisationen

VER- ANSTALTUNGEN

Küchenmeetings
Steering Committee
Infoveranstaltungen
Workshops
Fachtagung
Abschluss-
veranstaltung



Befragung der KonsumentInnen

Consumer Survey

CONSUMER SURVEY

Basically, there is a high level of satisfaction with the participating commercial kitchens.

Very well evaluated is the friendliness of the kitchen staff.

How satisfied are the consumers with the menu of the kitchens? What do they think of changing the menu towards a more sustainable one? Which reasons are responsible that non-consumers don't accept the offer of commercial kitchens? These questions are answered in a total of 2 surveys!

In the survey 2013, a high level of satisfaction with the commercial kitchens is already reached :

- *The friendliness of the kitchen staff is evaluated very well in both countries.*
- *In the Czech Republic, dining is an important part of the lifestyle, meals with meat are preferred for lunch, but the consumption of meals easy to digest continuously increases.*
- *In Austria, the quality of the meals, the taste and the healthiness is important. Need for action exists rather in the quality of the meal as well as of the atmosphere in the dining room.*

In the survey 2014, the question will be pursued, whether and which changes the consumers determine the menu. The results show: 58 % of the respondents in Austria and 42 % of the respondents in the Czech Republic have determined changes in the kitchen, like the increasing offer of biological, seasonal and regional meals as well as better information on the food.

NON-CONSUMER SURVEY

The non-consumers wish a high-quality and healthy offer.



For the written survey, a standardised questionnaire, that is designed as a self-administered one, is designed.

Non-consumer survey

Beside the consumers, also those people are interviewed by an online-questionnaire, which do not utilise the offer of commercial kitchens. The respondents would accept the offer, if

- *the share of biological, regional and seasonal meals will increase,*
- *healthier meals will be offered, and*
- *the taste of the meals will be improved.*

Befragung der KonsumentInnen

Consumer Survey



© FHWien der WKW

Wie zufrieden sind die KonsumentInnen mit dem Speiseplan der Küche? Was denken sie über die Umstellung in Richtung mehr Nachhaltigkeit? Welche Gründe sind dafür verantwortlich, dass Personen das Verpflegungsangebot in Großküchen nicht wahrnehmen? Diese Fragen werden in insgesamt 2 Befragungen beantwortet!

Bereits bei der **Befragung im Jahr 2013** zeichnet sich eine hohe Zufriedenheit mit der Großküche ab:

- Die Freundlichkeit des Küchenpersonals wird in beiden Ländern sehr gut bewertet.
- In Tschechien ist das Essen ein wichtiger Teil des Lebensstils, Speisen mit Fleisch werden vor allem beim Mittagessen bevorzugt, der Konsum von leicht verdaulichen Speisen erhöht sich jedoch stetig.
- In Österreich ist die Qualität des Essens, der Geschmack und die Gesundheit wichtig. Handlungsbedarf besteht am ehesten bei der Qualität des Essens sowie der Atmosphäre im Speisesaal.

In der **Befragung 2014** wird der Frage nachgegangen, ob und welche Veränderungen die KonsumentInnen am Speiseplan feststellen. Die Ergebnisse zeigen: 58 % der Befragten in Österreich und 42 % der Befragten in Tschechien haben in den letzten 12 Monaten Veränderungen in der Küche festgestellt, wie etwa die Erhöhung des Angebots an biologischen, saisonalen und regionalen Speisen sowie bessere Informationen rund um das Essen.



Für die schriftliche Befragung wird ein standardisierter Fragebogen, der als Selbstausfüller konzipiert ist, entworfen.

Befragung der Nicht-KonsumentInnen

Neben den KonsumentInnen werden auch jene Personen mittels Online-Fragebogen befragt, die das Verpflegungsangebot nicht in Anspruch nehmen. Die Auskunftspersonen würden die Verpflegung annehmen, wenn

- der Anteil an biologischen, regionalen und saisonalen Speisen erhöht wird,
- gesündere Speisen angeboten werden, und
- der Geschmack der Speisen verbessert wird.

KONSUMENTEN-BEFragung

Grundsätzlich herrscht eine hohe Zufriedenheit mit den teilnehmenden Großküchen.

Die Freundlichkeit des Küchenpersonals wird besonders gut bewertet.

NICHT-KONSUMENTEN-BEFragung

Die Nicht-KonsumentInnen wünschen sich ein hochwertiges und gesundes Speisenangebot.



Probekochen von ausgewählten Speisen

Test-Cooking Selected Meals

EVALUATION PARAMETER

Economy

Ecology

nutrition physiology

biological/regional/
seasonal

In the project UMBESA, 40 meals are optimised in total. On the basis of the food consumption- and menu-analysis, the selection and optimisation of concrete meals and/or foods concerning the 5 project criteria occurs. For testing the feasibility of the optimised meals in practice, test-cookings are performed. For both, the original and the optimised meal, the test-cookings are realised. Beside the evaluation of the feasibility, the meals are evaluated and compared according to these criteria:

- **Cost savings** from up to 78 % compared to the original meal is possible. Essential activities are cooking with fresh ingredients, and the reduction of meat portions.
- **Reduction of CO₂-emissions** are possible from up to 88 %. Mainly the relinquishing of meat products leads to an appreciable reduction of CO₂-emissions.
- **Freshness:** An increasing of the fresh-quota of a meal from up to 98 % is possible without additional costs.
- **BIO - regional - seasonal:** A bio-quota of 98 % and a regional-quota of 100 %, with a simultaneous cost saving of 38 % is possible (e.g. freshly cooked napkin dumplings instead of convenient product).

EXAMPLE - MEAL

Freshly cooked
does pay:

- 51 % less costs
compared to the
convenient product!

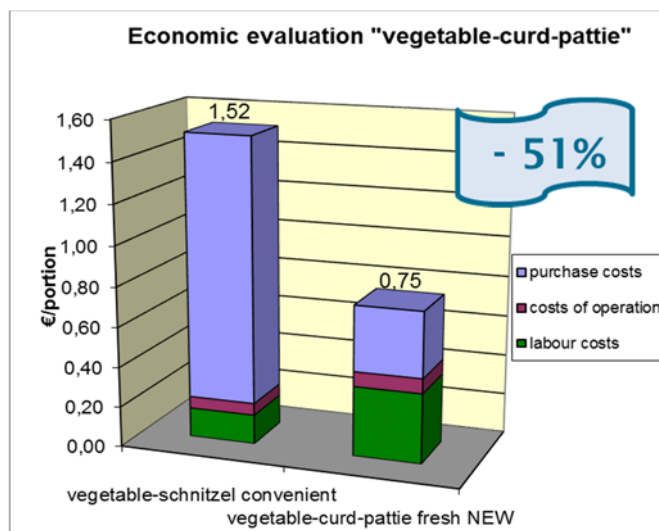


Figure 4: Economic evaluation of vegetable-curd-pattie, freshly cooked vs. convenient product

The convenient product vegetable schnitzel is replaced by the freshly cooked meal vegetable-curd-pattie.

The benefits:

- **Costs:** -51 %
- **Bio-quota:** + 87 %
- **Fresh-quota:** + 94 %
- **Origin:** 85 % of the ingredients are produced in Austria. The origin of the convenient product is not known!

Probekochen von ausgewählten Speisen

Test-Cooking Selected Meals



© FH Wien der WKW

Im Projekt UMBESA werden insgesamt 40 Speisen optimiert. Auf Basis der Lebensmittel- und Speiseplananalyse erfolgt die Auswahl und die Optimierung konkreter Speisen und/oder Lebensmittel hinsichtlich der 5 Projektkriterien. Um die Umsetzbarkeit der optimierten Speisen in der Praxis zu prüfen, werden Probekochen durchgeführt. Sowohl die ursprünglichen als auch die optimierten Speisen werden gekocht. Neben der Evaluierung der Umsetzbarkeit werden die Speisen hinsichtlich folgender Kriterien bewertet und gegenübergestellt:

- **Kosteneinsparungen** von bis zu 78 % gegenüber der Ausgangsspeise sind möglich. Eine frische Zubereitung sowie die Reduktion von Fleischportionen sind wesentliche Maßnahmen dafür.
- **CO₂-Emissionsreduktion** von bis zu 88 % ist möglich. Vor allem der Verzicht auf Fleischwaren führt zu einer spürbaren Reduktion an CO₂-Emissionen.
- **Frische:** Eine Erhöhung des Frische-Anteils einer Speise um bis zu 98 % ohne Mehrkosten ist möglich (Beispiel: frisch gekochte Serviettenknödel statt Fertigprodukt).
- **BIO - REGIONAL - SAISONAL:** Ein BIO-Anteil von 98 % und ein Regional-Anteil von 100 % ist bei einer gleichzeitigen Kosteneinsparung von 38 % möglich (Beispiel: frisch gekochte Serviettenknödel statt Fertigprodukt).

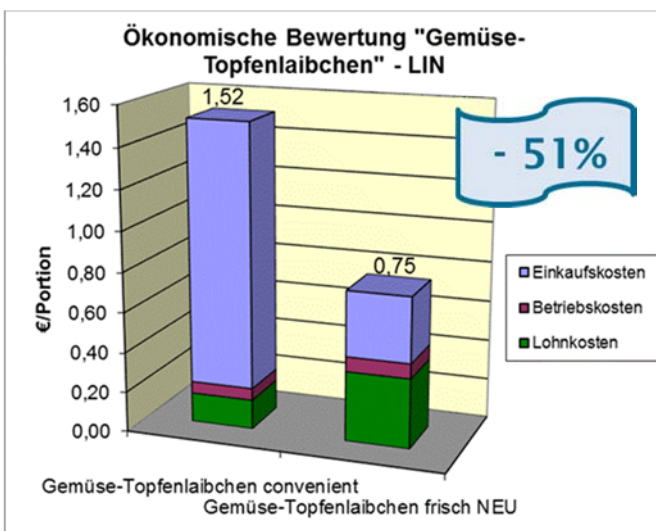


Abbildung 4: Ökonomische Bewertung von Gemüse-Topfenlaibchen, frisch gekocht vs. Fertigprodukt

Das Fertigprodukt Gemüseschnitzel wird durch die frisch gekochte Speise Gemüse-Topfenlaibchen ersetzt. Die Vorteile:

- **Kosten:** - 51 %
- **BIO-Anteil:** + 87 %
- **Frische-Anteil:** + 94 %
- **Herkunft:** 85 % der Zutaten stammen aus Österreich. Die Herkunft der Zutaten des Fertigprodukts ist nicht bekannt!

BEWERTUNGS-PARAMETER

Ökonomie

Ökologie

Ernährungs-physiologie

Biologisch/regional /saisonal

BEISPIEL SPEISE

Frisch gekocht zahlt sich aus:

- 51 % weniger Kosten im Vergleich zum Fertigprodukt!



Informations- und Sensibilisierungskampagne

Informational and Awareness Campaign

INFORMATION

brochures
 info-folder
 recipe books
 place cards
 workshops
 newsletter

The information and awareness of consumers, kitchen staff and managers of commercial kitchens is essential for a successful implementation of the activities. Therefore, as a part of the project, an extensive information campaign on the subject healthy and sustainable food, is done.

Information desk: Different topics are prepared for the consumers. The materials published in the dining room for the consumer includes brochures, handouts, place cards and recipe books.

Workshops: The aim is to inform and sensitise the kitchen managers and other stakeholders in the surroundings of the commercial kitchens, like nutritionists and managers, regarding the content and goal of the project. For this purpose, in each kitchen up to 3 workshops are realised.

Newsletter: During the project period, 5 newsletters are produced in German and Czech language. They are distributed in each partner's internal network. At the project website (umbesa.rma.at), the newsletters are available. The topics of the newsletters are based on the current progress of the project and the current project results.

MAIN TOPICS

freshly cooking
 sustainable nutrition
 meat consumption
 regional, biological and seasonal food

Recipe book especially for commercial kitchens: To support the kitchen with selecting sustainable meals, the project team collected predominantly meatless meals, and categorised them into the 4 seasons. The recipe book is also available at the project homepage.



Informations- und Sensibilisierungskampagne

Informational and Awareness Campaign



Die Information und Sensibilisierung von KonsumentInnen, Küchenpersonal und Führungskräften von Großküchen ist für eine erfolgreiche Umsetzung von Maßnahmen essentiell. Daher erfolgt im Rahmen des Projekts eine umfangreiche Informationskampagne rund um das Thema gesunde und nachhaltige Ernährung.

Informationsstand: Unterschiedliche Themenschwerpunkte werden für die KonsumentInnen aufbereitet. Die Materialien, welche im Speisesaal zur freien Entnahme aufliegen, umfassen dabei Broschüren, Informationsblätter, Tischkarten sowie Rezepthefte.

Workshops: Das Ziel ist es, die Küchenleiter, das Küchenpersonal sowie weitere Akteure im Umfeld der Großküche wie DiätologInnen und Führungskräfte über Inhalt und Ziel des Projektes zu informieren und sensibilisieren. Zu diesem Zweck werden in jeder Großküche bis zu 3 Workshops abgehalten.

Newsletter: Im Laufe des Projekts werden insgesamt 5 Newsletter in deutscher und tschechischer Sprache herausgegeben. Diese werden im jeweiligen partnerinternen Netzwerk verteilt. Auf der Projekthomepage (umbesa.rma.at) ist der Newsletter als Download verfügbar. Die Themen der Newsletter richten sich nach dem aktuellen Projektfortschritt sowie den aktuellen Projektergebnissen.

Rezeptsammlung speziell für Großküchen: Zur Unterstützung bei der Auswahl von nachhaltigen Speisen sammelte das Projektteam überwiegend fleischlose Speisen und kategorisiert nach den vier Jahreszeiten. Die Rezeptsammlung ist ebenfalls auf der Projekthomepage als Download verfügbar.



INFORMATION

Broschüren
Informationsblätter
Rezepthefte
Tischkarten
Workshops
Newsletter

THEMEN- SCHWERPUNKTE

Frisch kochen
Nachhaltige Ernährung
Fleischkonsum
regionale, biologische und saisonale Lebensmittel



Optimierung von Speiseplänen

Menu Optimisation

FOCUS OF OPTIMISATION

Austria:
freshly cooked and less meat

Czech Republic:
less meat and more biological food

The main focus of the menu optimisation in the participating commercial kitchens in Austria is the reduction of meals with meat, as well as the promotion of freshly cooked meals instead of convenient products. The participating kitchens in the Czech Republic create their menu into a more sustainable one by using pork or turkey instead of beef. Also individual food is optimised. 40 meals are optimised in Austria and the Czech Republic.



Chart 3: Optimised meals in project UMBESA (selection)

Kitchen	Optimised meal	Original meal	Results
Hospital Hietzing	Potato - cured meat Casserole	Vegetarian moussaka	43 % less CO ₂ , meatless meal
EB - restaurants	Pork strips, Zürcher type	Soy strips	64 % less CO ₂ , 10 % more costs, meatless
Oö. Province government	Vegetable schnitzel (convenient)	vegetable-curd-pattie, freshly cooked	51 % less costs, fresh-quota: 94 %
HBLW Landwiedstraße	Pasta with zucchini sauce	BIO-Pasta with BIO-zucchini sauce	BIO-quota: 77 %, 13 % more costs
Secondary school Strakonice	Beef with tomato sauce and pasta	Turkey with tomato sauce and BIO-couscous	69 % less CO ₂ , BIO-quota is 23 % higher
Kindergarten Viden	Risotto with pork and vegetables	Risotto with buckwheat	59 % less CO ₂ , 1 % less costs
Professional school Jihlava	Fried rissole with potatoe salad	Buckwheat-Burger with potatoe salad	65 % less CO ₂ , 16 % more costs, meatless
Prison kitchen	porksteak with potatoes au gratin	Potatoes au gratin with broccoli and cheese	Reduction of meat, 37 % less CO ₂

Optimierung von Speiseplänen

Menu Optimisation



Das Hauptaugenmerk der Speiseplanoptimierung in den teilnehmenden österreichischen Großküchen liegt in der Reduktion von Fleischspeisen sowie der Forcierung von frisch gekochten Speisen statt Fertigprodukte. Die teilnehmenden Küchen in Tschechien gestalten ihren Speiseplan nachhaltiger, indem etwa statt Rind- oder Schweinfleisch, Putenfleisch eingesetzt wird. Auch einzelne Lebensmittel werden optimiert. In Österreich und Tschechien werden 40 Speisen optimiert.

OPTIMIERUNGS-SCHWERPUNKTE

Österreich:
frisch gekocht und weniger Fleisch

Tschechien:
weniger Fleisch und mehr BIO



Tabelle 3: Im Projekt UMBESA optimierte Speisen (Auswahl)

Küche	Ausgangsspeise	Optimierte Speise	Ergebnisse
Krankenhaus Hietzing	Kartoffel-Selchfleischauflauf	Vegetarisches Moussaka	43 % weniger CO ₂ , fleischlose Speise
EB - Restaurantsbetriebe	Zürcher Schweinsgeschnetzeltes	Sojageschnetzeltes	64 % weniger CO ₂ , 10 % mehr Kosten, fleischlos
Betriebsküche Land OÖ	Gemüseschnitzel (Fertigprodukt)	Gemüse-Topfenlaibchen, frisch gekocht	51 % weniger Kosten, Frische-Anteil liegt bei 94 %
HBLW Landwiedstraße	Penne mit Zucchinisauce	BIO-Penne mit BIO-Zucchinisauce	BIO-Anteil von 77 %, 13 % mehr Kosten
Schulküche des Gymnasiums Strakonice	Rindfleisch mit Tomatensauce und Nudeln	Putenfleisch mit Tomatensauce und BIO-Couscous	69 % weniger CO ₂ , BIO-Anteil 23 % höher
Küche des Kindergartens Viden	Risotto mit Schweinefleisch und Gemüse	Buchweizen-Risotto	59 % weniger CO ₂ , 1 % weniger Kosten
Fachschule Jihlava	Gebratene Frikadellen mit Kartoffelsalat	Buchweizen-Burger mit Kartoffelsalat	65 % weniger CO ₂ , 16 % mehr Kosten, fleischlos
Gefängnisküche Svetla nad Sazavou	Schweinesteak mit Kartoffelgratin	Kartoffelgratin mit Brokkoli, Schinken und Käse	Fleischreduktion, 37 % weniger CO ₂



Öffentlichkeitsarbeit

Public Relations

PROJEKT-
HOMEPAGE

umbesa.rma.at

Schulungstool: Um die Inhalte von UMBESA auch über das Projekt hinaus zu verbreiten wird ein Methodenkoffer entwickelt. Darin finden sich leicht verständlich aufbereitet, Themen rund um Nachhaltigkeit in der Gemeinschaftsverpflegung. Ziel ist es, den Methodenkoffer als Grundlage für Vorträge, Unterrichtseinheiten an Schulen, etc. heranzuziehen. Er kommt einerseits für interessierte Lehrkräfte, andererseits für Workshops in Betrieben der Gemeinschaftsverpflegung zur Verwendung.



Handbuch für Großküchen: Ein Handbuch unterstützt interessierte Großküchen, einen nachhaltigen Speiseplan über das Projekt UMBESA hinaus praktisch zu implementieren. Die darin enthaltenen Checklisten sind gegliedert nach den Projektkriterien biologisch, regional, saisonal, frisch gekocht und weniger Fleisch - sowie nach dem aktuellen Umsetzungsstand ‚Anfänger‘, ‚Durchstarter‘ und ‚Profis‘. Zudem beinhaltet dieser Leitfaden Projektergebnisse sowie zahlreiche Tipps und Tricks für Großküchen.

PROJECT
HOMEPAGE

teaching tool

handbook

informational
material

project results



Teaching tool: To disseminate the subject of UMBESA, methodology papers are created. This includes subjects on sustainability in the communal feeding. The aim is to use the methodology papers as a basis of lectures and education on schools etc. On the one hand the teaching tool will be used for interested teachers, on the other, for workshops in firms for communal feeding.

Handbook for commercial kitchens: A handbook supports interested commercial kitchens to implement a sustainable menu in practice beside the project UMBESA. The handbook contains checklists structured by the 5 project criteria biological, regional, seasonal, freshly cooked and less meat - as well as by the current implementation status ‚beginners‘, ‚advanced‘ and ‚professional‘. Moreover, the handbook includes project results and numerous tips and tricks for commercial kitchens.

Sitzungen, Veranstaltungen, Workshops

Meetings, Events, Workshops



© BMLFUW/Rita Newman

Während der gesamten Projektlaufzeit werden regelmäßig mit allen Projektpartnern **Projektfortschrittssitzungen** durchgeführt. In diesen Sitzungen werden der aktuelle Projektfortschritt diskutiert sowie die nächsten Arbeitsschritte festgelegt.

Neben den Projektsitzungen finden auch **Sitzungen mit den KüchenleiterInnen** statt. Hier werden Neuigkeiten ausgetauscht, Wünsche und Anregungen seitens der Küchen angenommen und die Ergebnisse gemeinsam diskutiert.

In Tschechien findet eine **Fachtagung** mit dem Thema 'Regionale Lebensmittel und Schulverpflegung' statt. Die **Projekt-Abschlussveranstaltung** in Österreich verbindet ebenso wie die Fachtagung in Tschechien Akteure und Stakeholder, die im Umfeld von Großküchen tätig sind.

Auf Einladung von Büro Landesrat Anschöber präsentierte das Projektteam im Rahmen einer **Pressekonferenz** aktuelle Projektergebnisse der Betriebsküche des Amtes der Oö. Landesregierung!

*During the whole project period, **project meetings** are realised with all project partners. In these meetings, the current progress of the project is discussed, and next steps are defined.*

*In addition to project meetings, also **meetings with the kitchen managers** are realized. In these meetings, news, wishes, notations are exchanged. Project results are discussed together.*

*In the Czech Republic, an **expert conference** on the subject 'regional food and school catering' is taking place. The final event of the project in Austria links stakeholders acting in the surroundings of the kitchens.*

*The member of the provincial government of Upper Austria, Mr. Anschöber, invited the project team to present the current project results of the office kitchen of the Oö. Province government by performing a **press conference**!*



Projektfortschrittssitzung in Tschechien/
project meeting in the Czech Republic



Informationsaustausch/
exchange of information



Pressekonferenz mit Landesrat Anschöber/
press conference with the provincial government



Treffen der teilnehmenden KüchenleiterInnen/
meeting of the kitchen managers

© RMA, FH Wien der WKW



Zusammenfassung

Conclusions

PROJECT UMBESA

supports the commercial kitchens on their way to more sustainability.

Because of the increasing tendency of eating out of home, commercial kitchens take more and more a major role concerning to the daily catering. The supply of consumers with high quality and healthy food demonstrates the responsibility of the commercial kitchen according to the environment. The project UMBESA supports the kitchens to implement a sustainable menu practically.

Success factors for a successful menu optimisation

Basic requirements are the personal values and the willingness to change. Communication, persuasion, building of long-term relationships as well as education and training are promising factors.

Building networks

The networking of commercial kitchens, suppliers, stakeholders and organisations through workshops, meetings, information meetings and excursions guarantees a long-term implementation of a sustainable menu.

(Non-)Consumer survey

The Austrian consumers are very well satisfied with the kitchen staff, need for action is the quality of food and the atmosphere in the dining room. In the Czech Republic, meals with meat are preferred, but meals easy to digest are consumed more and more. The non-consumers demand a promotion of sustainable food.

Test-cooking optimised meals

The analysis of 40 optimised meals shows: cost savings from up to 78 % compared to the original meal are possible. The requirements are less meat and cooking with fresh and seasonal ingredients.

THE CONSUMERS ...

... wish more high-quality meals on the menu.



Zusammenfassung

Conclusions



Großküchen nehmen im Verpflegungsalltag der Bevölkerung aufgrund der steigenden Tendenz sich außer Haus zu verpflegen, eine immer bedeutendere Rolle ein. Die Versorgung der KonsumentInnen mit qualitativ hochwertigen und gesunden Lebensmitteln zeigt die Verantwortung der Großküche der Umwelt gegenüber. Das Projekt UMBESA unterstützt die Großküchen dabei, praktisch einen nachhaltigen Speiseplan umzusetzen.

Erfolgsfaktoren für eine erfolgreiche Speiseplanoptimierung

Grundvoraussetzung sind die persönliche Werterhaltung sowie der Wille zur Veränderung. Kommunikation, Überzeugungsarbeit, Aufbau von langfristigen Beziehungen sowie Aus- und Weiterbildung sind erfolgversprechende Faktoren.

Netzwerkaufbau

Die Vernetzung von Großküchen, Lieferanten, Stakeholdern und Organisationen über Workshops, Meetings, Informationsveranstaltungen und Exkursionen garantiert eine langfristige Implementierung eines nachhaltigen Speiseplans.

(Nicht-)KonsumentInnenbefragung

Die österreichischen KonsumentInnen sind sehr zufrieden mit dem Küchenpersonal, Handlungsbedarf sehen sie bei der Qualität des Essens sowie der Atmosphäre im Speisesaal. In Tschechien werden Speisen mit Fleisch bevorzugt, leicht verdauliche Speisen werden jedoch immer mehr genommen. Die Nicht-KonsumentInnen fordern eine Forcierung von nachhaltigen Speisen.

Probekochen optimierter Speisen

Die Untersuchung von 40 optimierten Speisen zeigt: Kosteneinsparungen von bis zu 78 % im Vergleich zur Ausgangsspeise sind möglich. Die Voraussetzungen dafür sind weniger Fleisch, mit frischen Zutaten und saisonal kochen.



PROJEKT UMBESA

unterstützt
Großküchen auf
ihrem Weg in
Richtung mehr
Nachhaltigkeit.

DIE KONSUMENTINNEN

...

... wünschen sich
verstärkt hoch-
qualitative Speisen
am Speiseplan.



© RMA

Zusammenfassung

Conclusion

INFORMATION & AWARENESS RISING

information desk

place cards

poster

recipe brochures

info-folders

Information and awareness rising

Through an information desk in the dining room, which dedicates quarterly another main topic, the consumers are informed. Especially the place cards, which are placed on the tables, are gladly accepted.

Handbook with checklists

The handbook acts as a support for other commercial kitchens, who like to create their menu towards a more sustainable one. In the form of checklists for each project criteria, activities, which are characterised by a sustainable menu, are visualised step by step.

Recipe collection, particular for commercial kitchens

Also a recipe collection with meatless meals, which are categorised into the 4 seasons, acts as support for commercial kitchens to create their menu with meatless and seasonal meals.

HANDBOOK

Support of interested kitchens by the implementation of activities, which lead to a sustainable menu.

CONCLUSION: The UMBESA kitchens ...

- ... continuously improve the quality of the meals!*
- ... are supporting regional suppliers!*
- ... act as a role model for private households!*
- ... actively involved with climate and environment!*
- ... offer healthy meals to the consumers!*



© ec.europa.eu

Zusammenfassung

Conclusion



Information und Sensibilisierung

Durch einen Informationsstand im Speisesaal, der sich in einem vierteljährlichen Rhythmus einem anderen Themenschwerpunkt widmet, werden die KonsumentInnen informiert. Besonders gerne angenommen werden Tischkarten, die auf den Tischen positioniert werden.

Handbuch mit Checklisten

Das Handbuch dient als Unterstützung für weitere Großküchen, die ihren Speiseplan nachhaltig gestalten möchten. In Form von Checklisten für jedes Projektkriterium werden Schritt für Schritt Maßnahmen vorgestellt, die auf einen nachhaltigen Speiseplan und Lebensmitteleinsatz abzielen.

Rezeptsammlung speziell für Großküchen

Auch eine Rezeptsammlung mit fleischlosen Rezepten, die nach den vier Jahreszeiten kategorisiert sind, dient zur Unterstützung von Großküchen, ihren Speiseplan mit fleischlosen und saisonalen Gerichten zu gestalten.

FAZIT: Die UMBESA-Küchen ...

- ... erhöhen kontinuierlich die Qualität der Speisen!
- ... unterstützen Lieferanten aus der Region!
- ... üben eine Vorbildfunktion für private Haushalte aus!
- ... engagieren sich aktiv für Klima und Umwelt!
- ... bieten den KonsumentInnen eine gesunde Verpflegung!



INFORMATION & SENSIBILISIERUNG

Informationsstand

Tischkarten

Poster

Rezeptbroschüren

Info-Folder

HANDBUCH

Unterstützung interessierter Großküchen bei der Umsetzung von Maßnahmen, die auf einen nachhaltigen Speiseplan abzielen.



Projektpartner Project Partner

Projektpartner/Project Partners

FH Wien der WKW, Währinger Gürtel 97, 1180 Wien
FH Wien University of Applied Sciences, Währinger Gürtel 97, 1180 Vienna

Michael Mair
 Klaus-Peter Fritz
 Christoph Pachucki
 Georg Pejrimovsky
 Petra Binder
 Katharina Pollaschek
 Katrin Rattner
 Claudia Szivatz
 Marlene Maierhofer
 Christina Liebhart

Südböhmische Universität Budweis, Branišovská 31a, 370 05 České Budějovice
University of South Bohemia, Branišovská 31a, 370 05 České Budějovice

Jan Moudrý
 Zuzana Jirouskova
 Jan Moudrý jr.
 Petra Kolářová
 Gabriela Pilařová
 Pavla Předotová

Fachschule Jihlava, Karoliny Světlé 2, 586 01 Jihlava
 Professional School Jihlava, Karoliny Světlé 2, 586 01 Jihlava
 František Čihal
 Libor Kopecky
 Dagmar Kotlíková



Projektleitung

Lead Partner



Projektleitung/Lead Partner

Ressourcen Management Agentur (RMA), Argentinierstraße 48/2. Stock,
1040 Wien

*Resource Management Agency (RMA), Argentinierstraße 48/2nd floor, 1040
Vienna*

Hans Daxbeck

Lisa Brauneis

Doris Ehrlinger

Bianca Köck

Roberta Lixia



Projektdauer/project duration: 19.04.2012 - 31.12.2014

Projektbudget/project budget: € 691.523

Mehr Informationen über das Projekt unter: *Further information about the project at:*

umbesa.rma.at



Projekt UMBESA

Nachhaltiger Speiseplan in Großküchen

Umsetzung der Nachhaltigkeit in Großküchen unter besonderer Berücksichtigung von regionalen, saisonalen, biologischen Lebensmitteln und frisch zubereiteten Speisen

Über das Projekt Über uns Ergebnisse Veranstaltungen Wissenswertes DE CZ

Benutzeranmeldung

Benutzername: *

Passwort: *

Anmelden

Neues Passwort anfordern

Mit dem Projekt UMBESA werden Großküchen aktiv unterstützt, nachhaltige Speisepläne in die Praxis umzusetzen. Eine nachhaltige Speise zeichnet sich dabei aus durch die Komponenten biologisch, regional, saisonal, Frischkost sowie optimale Fleischportionen. Ausgewählte Rezepte werden optimiert und auf die Bedürfnisse einer Großküche angepasst.

Der Aufbau von Netzwerken, insbesondere jenes zwischen Großküchen und Lieferanten, sowie eine umfassende Informations- und Sensibilisierungskampagne sind weitere Projektziele. Die Entwicklung und Umsetzung eines Schulungstools verankert das Projektthema in die Aus- und Weiterbildung.

UMBESA-Workshop im Krankenhaus Hietzing

in Workshop

Am Freitag, den 28.11.2014 fand der UMBESA-Workshop im Krankenhaus Hietzing statt. TeilnehmerInnen waren die KöchInnen des KHR (Krankenhaus Hietzing mit Neurologischem Zentrum Rosenhügel) sowie die Küchenleiterin Christina Schmidt. Themen des Workshops waren die Ergebnisse des Probekochens sowie der KonsumentInnenbefragungen (Präsentation durch FH Wien der WKW).



UMBESA-Workshops für Praktiker

in Veranstaltungen

Im Rahmen des Arbeitspaketes 8 - Schulungstool fanden am 13.11.2014 sowie am 19.11.2014 vierstündige UMBESA-Workshops mit Praktikern statt. Die Workshops wurden in Zusammenarbeit mit dem Abteilungsleiter der Beschaffung Gerhard Schöberl im Kuratorium Wiener Pensionisten-Wohnhäuser (Haus Döbling, Grinzing-Allée 26, 1190 Wien).



Lebensmittel der Saison

Vogerisalat



Weiterlesen [more](#)

Saison-Kochtopf

Steirischer Salat mit Käferbohnen



[more](#)

Downloads

5. Newsletter

