NOVANIMAL

Innovations for a future-oriented consumption and animal production

Wie wir freiwillig weniger Fleisch essen: Ergebnisse aus einem Forschungsprojekt mit der Gastronomie

Gian-Andrea Egeler & Priska Baur

FNSNF
Swiss National Science Foundation

3. September 2019

Healthy Nutrition and Sustainable Food Production
National Research Programme NRP 69

Inhalt

1. Heutiger Fleischkonsum Schweizer Bevölkerung?
2. Wieso in Gastronomie ansetzen?
3. Ausgewählte Ergebnisse Forschungsprojekt
4. Vorschläge für Innovationen in der Gastronomie
5. Hindernisse für Umsetzung Innovationen

NOVANIMAL
Innovations for a future-oriented consumption and animal production

Heutiger Fleischkonsum Schweizer Bevölkerung?
(pro Kopf und Jahr)

A. ☐ 40,5 kg

B. ☐ 51,4 kg

C. ☐ 57,1 kg

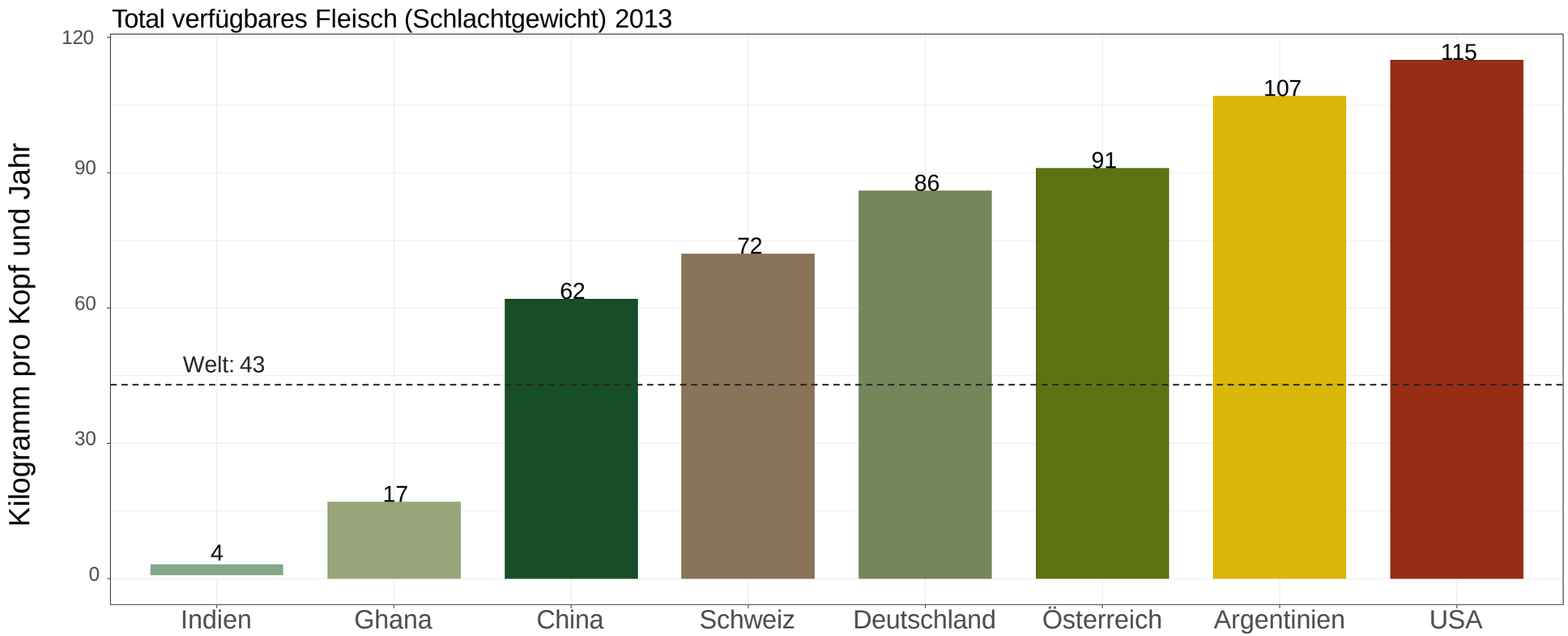
D. ☐ 72,3 kg

E. ☐ 80,3 kg

NOVANIMAL
Innovations for a future-oriented consumption and animal production

Pro Kopf Verbrauch Schweiz rund doppelt so hoch wie globaler Durchschnitt

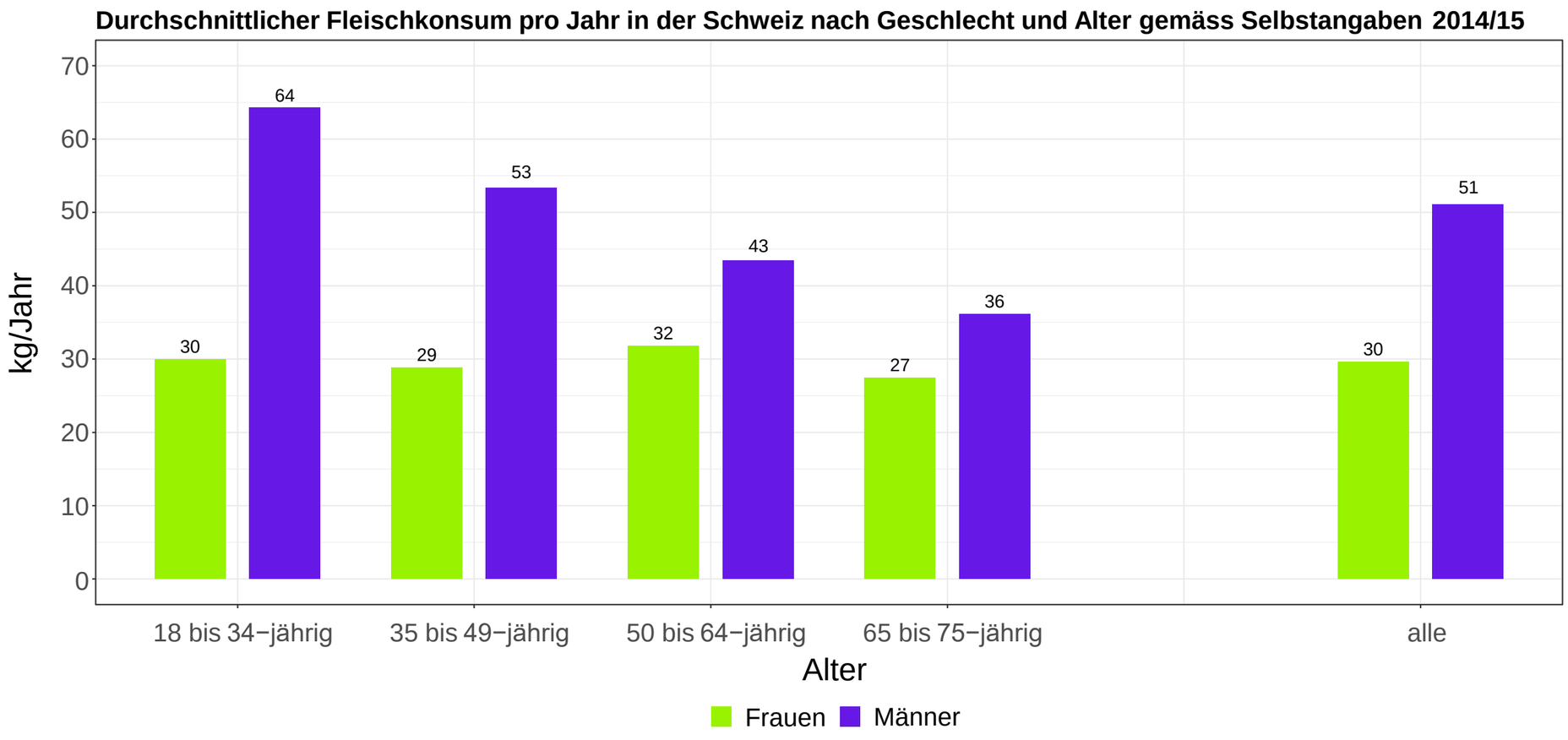
Verfügbares Fleisch pro Kopf und Jahr (Schlachtgewicht, 2013; ohne Auslandeinkäufe)



Daten: Nahrungsmittelbilanz FAO (2017)
Quelle: Baur, Egeler, & von Rickenbach (2018)

NOVANIMAL
Innovations for a future-oriented consumption and animal production

Aber: Grosse Unterschiede zwischen Frauen und Männern



Daten: menuCH (2014/15)
Quelle: Baur, Egeler, & von Rickenbach (2018)

Konsum Schweizer Bevölkerung im Vergleich zu Empfehlungen

Durchschnittlicher selbstdeklarierter Fleischkonsum CH pro Woche (2014/15): **780g**

Empfehlungen:

- Schweizerische Gesellschaft für Ernährung (SGE): 200-360g (inkl. Geflügel); verarbeitetes Fleisch maximal 1x pro Woche
- World Cancer Research Fund (WCRF): 350-500g rotes Fleisch; verarbeitetes Fleisch so wenig wie möglich
- Projekt Global Burden of Disease (GBD): 100g

Wieso in Gastronomie ansetzen?

- Ausgaben für Ernährung: 40% auswärts (BFS, 2018)
- Fleischkonsum: rund 50% auswärts (Proviande, 2014)
- Anteil Mittagsverpflegung knapp 50% (BLV, 2019)
- Verpflegung in Mensa/Kantine: 1’000’000 Menschen täglich (Good Practice, 2015)

NOVANIMAL
Innovations for a future-oriented consumption and animal production

Forschungsprojekt NOVANIMAL mit Gastronomie* (2016-2019)

- Feldexperiment in zwei Hochschulmensen
- Befragung von KöchInnen und Gastonomieverantwortlichen
- Analyse Lehrmittel Koch- und Servicelehre
- Befragung von BerufsschullehrerInnen und Lernenden

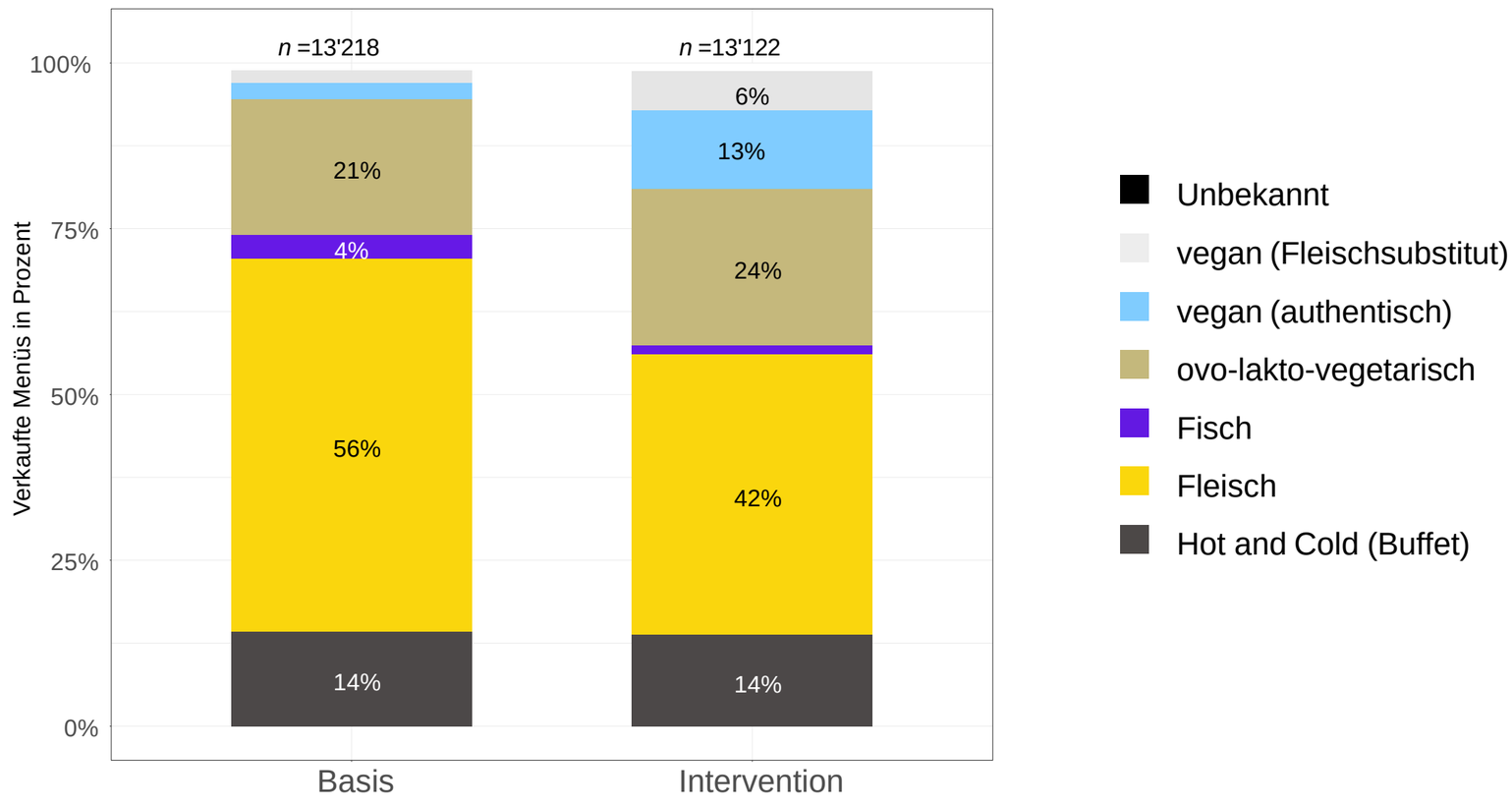
*Praxispartner: SV Schweiz, Berufsschule Baden, Hotelfachschule Belvoirpark

NOVANIMAL

Innovations for a future-oriented consumption and animal production

Anteil Fleisch-/Fischmenüs: in «normalen» Wochen 60%, in Interventionswochen 43%

26‘340 Menü-Verkäufe



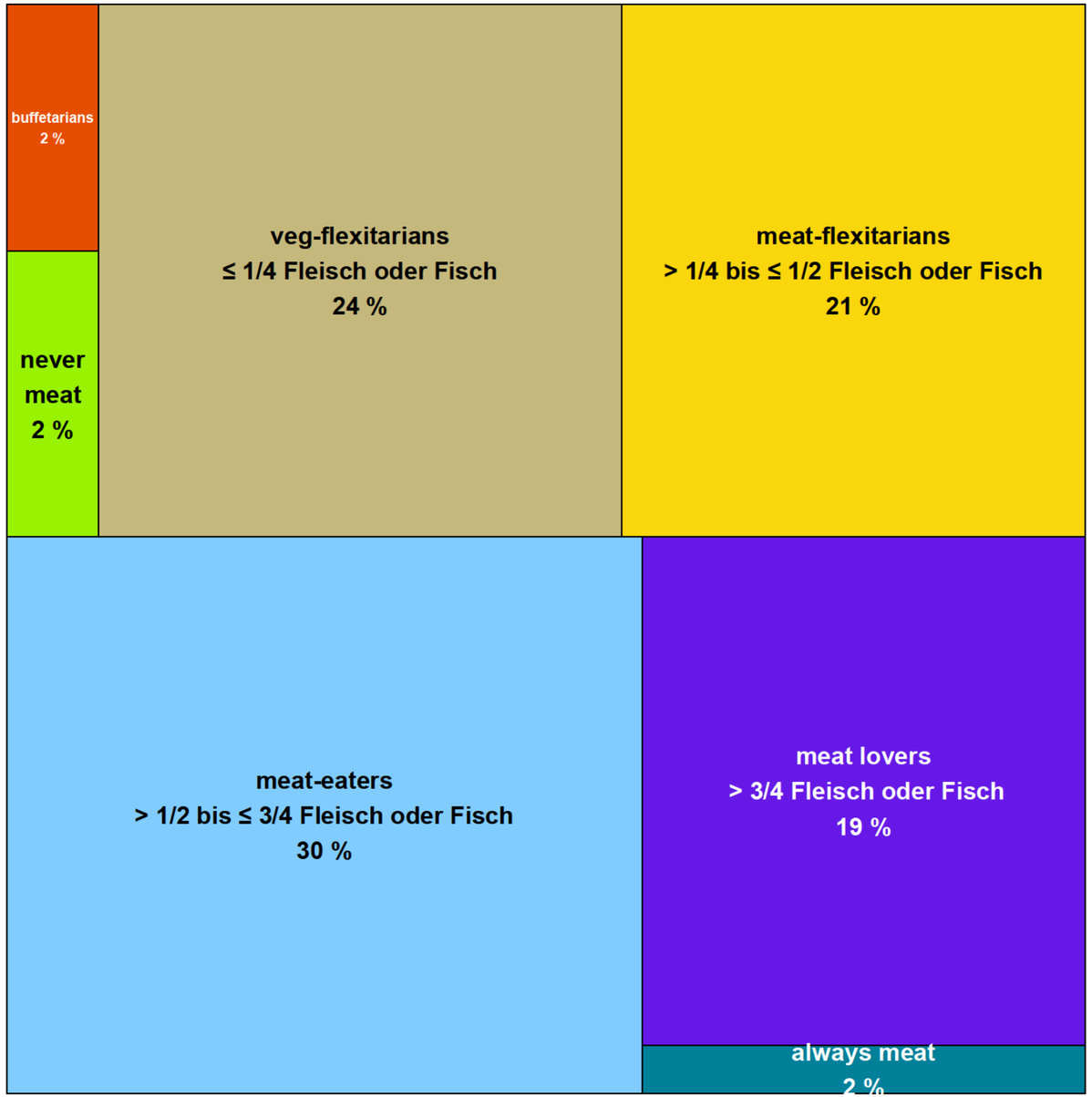
Herbstsemester HS17 (Basis: 'fleischlastige' Wochen, Intervention: 'pflanzenlastige' Wochen

Daten: Kassendaten SV Schweiz und ZHAW (2017)

NOVANIMAL
Innovations for a future-oriented consumption and animal production

Verpflegungsmuster: flexitarische Ernährung dominiert

990 Mensa-Gäste



Daten: Kassendaten SV Schweiz und ZHAW (2017)

Ziele Innovationen

1. Gäste essen auswärts freiwillig mehr pflanzliche und weniger tierische Nahrungsmittel als heute

Dazu braucht es:

2. Ein besseres Angebot an attraktiven vegetarischen / veganen Gerichten

Dazu braucht es:

3. Personal, das motiviert und kompetent ist, attraktive vegetarische / vegane Gerichte zu kochen und zu empfehlen.

NOVANIMAL

Innovations for a future-oriented consumption and animal production

54 Innovationsideen (www.novanimal.ch)

Priska Baur, Gian-Andrea Egeler — ZHAW Wädenswil

Anbieten
Innovationen Gastronomie

NOVANIMAL

Ziel Innovationen

Gäste essen auswärts mehr pflanzliche und weniger tierische Nahrungsmittel als heute.

Qualität

- Genussvolle, vielfältige und kreative Menüs
- Nicht nur Fleischsubstitute
- «Authentische» vegetarische/ vegane Menüs

Quantitatives Angebot

Erhöhung:

- Anzahl und Anteil vegetarische Menüs
- Anzahl und Anteil vegane Menüs

Menü-Beschriftung

- Nicht als vegetarisch/vegan anpreisen
- Vegetarische/vegane Menüs diskret und sachlich deklarieren, zusammen mit anderen Inhaltstoffen

Weniger ist mehr

Wenn Fleisch dann:

- «From nose to tail»
- Fleisch nicht im Zentrum, sondern als «Gewürz»
- Milch/Fleisch von langlebigen mit Gras gefütterten Kühen
- kein Fleisch aus Massentierhaltung

Positionierung an Menü-Ausgabe
(Gemeinschaftsgastronomie)

- Keine vegetarische/vegane Menü-Linien
- Vegetarische/vegane Menüs über alle Menü-Linien anbieten

Positionierung auf Menü-Karte
(Restaurants)

- Keine separaten «Abteilungen» für Fleisch, Fisch und vegetarische/vegane Menüs
- Verteilung vegetarisches/veganes Angebot über gesamte Menü-Karte

Vegetarisch = ovo-lakto-vegetarisch (inkl. Eier, Milch)
Vegan = ausschliesslich pflanzliche Zutaten

September 2018

Jacqueline Frick, Mara Figini, Priska Baur — ZHAW Wädenswil

Entscheiden
Innovationen Gastronomie

NOVANIMAL

Ziel Innovationen

Die Gastronomie verbessert ihr Angebot an attraktiven vegetarischen und pflanzlichen Gerichten.

Neue Spezialisierungen in der Küche

- separate «Abteilungen» für Fleisch- und Vegi-Küche einrichten
- SpezialistInnen für vegetarische/ vegane Küche fördern und neu anstellen
- SpezialistInnen für «neue» Fleischküche fördern

Technische Voraussetzungen

In Infrastruktur/Geräte für vegetarische/vegane Küche investieren:

- Zubereiten
- (Zwischen)Lagern
- Anrichten/Präsentieren

Lieferbeziehungen

Für Rohstoffe und Vorprodukte für vegetarische/vegane Küche:

- Gezielt bestehende Lieferketten nutzen
- Neue Liefernetze aufbauen

Neue Bedürfnisse und neues Publikum

- Kundenverständnis den Trends anpassen: Vegetarische und vegane Küche nicht nur für VegetarierInnen und VeganerInnen; attraktive vegetarische/vegane Küche für FlexitarierInnen
- Neue Zielgruppen ansprechen: Kinder und Jugendliche, weibliche Gäste, internationale Tourismus- und Business-Kundschaft

Vielfalt und Kreativität

- Know-How der MitarbeiterInnen abholen: «Herkunftsküchen» der MitarbeiterInnen als Inspirationsquelle, «Cook in Residence»
- Ermutigen, Neues auszuprobieren: Wettbewerbe, Experimentalküchen
- In Weiterbildung investieren: Austauschmodelle

Vegetarisch = ovo-lakto-vegetarisch (inkl. Eier, Milch)
Vegan = ausschliesslich pflanzliche Zutaten

September 2018

Sonja Trachsel, Flavio von Rickenbach — ZHAW Wädenswil

Lernen
Innovationen Gastronomie

NOVANIMAL

Ziel Innovationen

Köche, Köchinnen und Restaurationsfachleute sind motiviert und kompetent, attraktive vegetarische und vegane Gerichte zu kochen und zu empfehlen.

Fertigkeiten in Grundbildung

- Platz in Theorie und Praxis für vegetarische Küche
- Platz in Theorie und Praxis für vegane Küche
- Mindestanforderungen für Lehrbetriebe bzgl. vegetarischem & veganem Angebot
- Sensibilisierung AusbildnerInnen in Lehrbetrieben

Aufwertung Lehre

- Von 3- zu 4-jähriger Lehre Köchin/Koch EFZ
- Von 3- zu 4-jähriger Lehre Restaurationsfachmann/-frau EFZ
- Gemeinsame überbetriebliche Kurse für Köche/Köchinnen und Restaurationsfachleute
- Mehr Austauschprogramme für Lernende im In- und Ausland

Hintergrundwissen in Grundbildung

Vertiefte Kenntnisse:

- Zusammenhänge zwischen Nahrungsmittelproduktion und Umwelt
- Tierhaltung, Tierschutz und Tierwohl
- Vielfalt Esskulturen und internationale Ernährungstrends

Spezialisierung Berufsbildung

- Auf vegetarische & vegane Küche spezialisierte LehrerInnen
- Neue Lehre: vegetarische & vegane Köchin/Koch EFZ
- Höhere Berufsprüfung: Chefkoch/-köchin vegetarische und vegane Küche

Bildungspläne & Lehrmittel

- Mehr vegetarische & vegane Rezepte

Mehr Wissen:

- Nahrungsmittelproduktion und Umwelt
- Nahrungsmittelproduktion und Tierhaltung, Tierschutz und Tierwohl
- Esskulturen und internationale Ernährungstrends

Vegetarisch = ovo-lakto-vegetarisch (inkl. Eier, Milch)
Vegan = ausschliesslich pflanzliche Zutaten

September 2018

Beispiele für Innovationen

- «Authentische» vegetarische/vegane Gerichte
- Substanzielle Erhöhung Anzahl und Anteil vegetarische/vegane Gerichte
- Keine vegetarische/vegane Menü-Linien einrichten
- Verteilung über Karte
- Nicht als «vegetarisch/vegan» anpreisen
- Qualität (!) vegetarische/vegane Gerichte
- Mehr Spezialisierung in der Küche
- SpezialistInnen für vegetarische/vegane Küche fördern/anstellen

Beispiele für Innovationen

- Neue Liefernetze aufbauen (z. B. Fleischsubstitute aus einheimischen Ausgangsprodukten)
- Neue Zielgruppen ansprechen: Kinder und Jugendliche, weibliche Gäste, internationale Tourismus- und Business-Kundschaft
- Mindestanforderungen für Lehrbetriebe bzgl. vegetarischem & veganem Angebot
- Bildungspläne & Lehrmittel: Mehr Wissen zu Nahrungsmittelproduktion und Umwelt
- Neue spezialisierte Lehre vegetarische & vegane Köchin/Koch EFZ

Hindernisse für Umsetzung Innovationen

Soziokulturelle und psychologische Hindernisse

- Die 4 N's: Fleisch ist «natural», «normal», «necessary» und «nice»
- Fleisch wird als das wertvollste Produkt auf dem Teller wahrgenommen
- Bevorzugt werden «regionale» Produkte, was in der Schweiz Fleisch und Milch bedeutet
- Positives Bild von Tierschutz und Tierhaltung in der Schweiz
- Fleisch ist die Regel, Vegetarisch die Ausnahme und Vegan störend
- Veg^2* wird für eine Minderheit von Gästen mit Veg^2-Lebensstil gekocht und vermarktet
- Küchenhierarchie: Fleischkoch ist am höchsten
- «Männliche Köche kochen für männliche Gäste»
- Überzeugung: jeden Tag und jede Mahlzeit muss ausgewogen sein

***Veg^2 =** Vegetarisch und vegan

Hindernisse für Umsetzung Innovationen

Wirtschaftliche Hindernisse

- Mensa-Gäste erwarten dass Veg^2*-Gerichte weniger kosten
- Die Veg^2-Küche ist anspruchsvoller und zeitaufwendiger
- Fehlende Fähigkeiten und Kenntnisse zur Zubereitung attraktiver Veg^2-Gerichte
- Etablierte Lieferketten für Fleisch und Milchprodukte (Lock-in-Effekt)
- In Gastronomie «Aktionsfleisch» wichtig

***Veg^2 =** Vegetarisch und vegan

WWW.NOVANIMAL.CH

Ein Forschungsprojekt des Schweizerischen Nationalfonds im NFP 69 «Gesunde Ernährung und nachhaltige Lebensmittelproduktion»

Literatur

Baur, P., Egeler, GA., & von Rickenbach, F. (2018). Produktion und Konsum von Fleisch in der Schweiz. Statistische Daten, Schätzungen und Fragen (NOVANIMAL Faktenblatt No. 1). Wädenswil: ZHAW. Abgerufen von https://novanimal.ch/wp-content/uploads/2018/10/Faktenblatt_Fleisch-1.pdf

Bundesamt für Statistik (BFS). (2018). Detaillierte Haushaltsausgaben sämtlicher Haushalte nach Jahr (Haushaltsbudgeterhebungen No. 2016). Bern: Bundesamt für Statistik. Abgerufen von https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/kataloge-datenbanken/tabellen.gnpdetail.2018-0386.html

Bundesamt für Lebensmittelsicherheit und Veterinärwesen (BLV). (2019). Persönliche Kommunikation.

Krieger, J.-P., Fäh, D., Egeler, GA., & Baur, P. (2018). Gesundheit und Ernährung. Gesundheitsrisiken im Zusammenhang mit dem Konsum von Milch/-produkten und Fleisch (NOVANIMAL Faktenblatt No. 4). Wädenswil: ZHAW. Abgerufen von https://novanimal.ch/wp-content/uploads/2018/12/2018_krieger_novanimal_faktenblatt. pdf

Proviande. (2014). Der Fleischmarkt im Überblick 2013. Bern.

Forschungsgruppe „Good Pracitice – Gemeinschaftsgastronomie“. (2015). Schweizer Qualitätsstandards für eine gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie. Bern: Berner Fachhochschule. Abgerufen von https://www.bundespublikationen.admin.ch/cshop_mimes_bbl/8C/8CDCD4590EE41ED7B2A44328BC6CE640.pdf