

Gemüse und Früchtekonsum bei Betriebsanlässen

Claudia Kipfer

Schule für Ernährungsberatung Bern, Kurs 04-05

Gibt es ein Konzept, welches von Catering anbietenden übernommen wird?

Einführung in die Thematik

Eine Umfrage der Autorin zeigt, dass der Gemüse- und Früchtekonsum bei Betriebsanlässen wie z.B. Workshops, Seminaren, etc. oft zu kurz kommt. Üblicherweise werden vor allem fett- und energiereiche sowie nahrungsfaserarme Speisen und Getränke angeboten. Im Sortiment von Cateringunternehmen sind kaum gemüse- und fruchteneiche Speisen zu finden und wenn, handelt es sich um klassische Gerichte wie Gemüsestäbchen mit fettreichen Dippsaucen, Orangensaft, etc.

Die Betriebsverpflegung ist ein Segment der Gemeinschaftsverpflegung, sie hat aus ernährungstherapeutischer Sicht das Ziel, die Gesundheit und Leistungsfähigkeit von Mitarbeitenden durch vollwertige, gesunde sowie geschmackvolle Speisen zu erhalten.

Da die momentane Situation nicht diesem Ziel entspricht, besteht Handlungsbedarf. !

Fragestellung und Zielsetzung

Die Autorin will herausfinden, ob Cateringanbieter bereit sind ihr Angebot mit gemüse- und fruchteneichen sowie fettarmen Speisen und Getränken zu erweitern. Dafür hat sie ein Hilfsmittel (Konzept) für Cateringanbieter zur Überprüfung und Ergänzung des Angebots erstellt. Es basiert auf den Empfehlungen der Schweizerischen Gesellschaft für Ernährung und enthält:

- abwechslungsreiche Gemüse- und Früchterezepte ausgerichtet auf Begrüssungsimbiss sowie Zwischen- und Hauptmahlzeiten
- Informationen und Empfehlungen zu den einzelnen Lebensmittelgruppen

Um der Fragestellung umfassend nachzugehen, setzt sich die Autorin folgende Ziele:

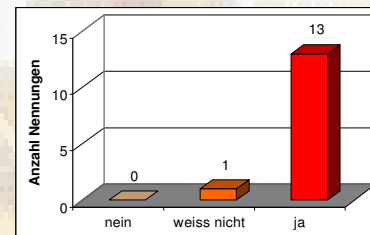
- Durchführung einer Verpflegung bei einem Betriebsanlass mittels erarbeitetem Hilfsmittel in Zusammenarbeit mit einem Cateringanbieter
- Auseinandersetzung mit dem Thema Marketing, um eine optimale Vermarktung eines solchen Produktes aufzuzeigen. Die gelernten Marketingmethoden praktisch anwenden und im Fachteil der Diplomarbeit festhalten / Erstellung einer Werbebroschüre

Vorgehen und Methodik

Beim durchgeführten Verpflegungsanlass nahmen 14 männliche Personen teil. Alle sind zwischen 30- 55 Jahre alt und nehmen in ihrem Betrieb eine Führungsposition ein. Mittels Fragebogen wurden sie zum Erfolg der Verpflegung befragt. Der Cateringanbieter konnte seine Meinung bei einem Interview kundgeben.

Die Autorin hat sich während dem praktischen Vorgehen grundsätzlich an den, im Fachteil behandelten Problemlösungsprozess im Marketing gehalten.

Resultate




Frage an Teilnehmende:

Können sich die Teilnehmenden vorstellen, am nächsten Betriebsanlass eine ähnliche Verpflegung selbst zu bestellen oder sie weiterzupfehlen?

Frage an den Cateringanbieter:

Werden sie das Konzept weiter nutzen und bewerben?

Ja! Das Konzept werde ich bei Kunden, welche nach meiner Meinung ein solches Angebot interessieren könnte, mit der Werbebroschüre bewerben. 

Fazit: ich werde das Konzept weiter nutzen!

Diskussion und Schlussfolgerung

Die Resultate zeigen deutlich, dass bei den Teilnehmenden ein Bedarf für eine fruchte- und gemüsereiche Ernährung besteht. Somit kann Catering anbietenden aufgezeigt werden, dass für ein solches Angebot ein Marktpotenzial vorhanden ist.

Der Cateringanbieter will das Konzept in sein Sortiment aufnehmen. Für eine nachhaltige Verwendung ist eine Überarbeitung sinnvoll. Anbei zwei Beispiele:

- Erweiterung der Palette an Gemüse- und Früchterezepten
- Ganze Menübeispiele mit Rezepten für z.B. Businesslunchs, etc. erstellen

Die Arbeit kann auch von Ernährungsberaterinnen und Ernährungsberatern weiterentwickelt werden. Der Schwerpunkt ist auf Marketing ausgelegt, dies weil Cateringanbieter nur dann vermehrt Früchte- und Gemüsegerichte bei Betriebsanlässen anbieten, wenn sie sich dadurch gegenüber konkurrierenden Unternehmen hervorheben können. Einige Ernährungsaspekte treten dadurch in den Hintergrund und können weiter bearbeitet werden. Beispiele:

- Auseinandersetzung mit den bereits getroffenen Massnahmen zur Erhöhung des Gemüse- und Früchtekonsum (z.B. Kampagne "5 am Tag")
- Den Fokus vermehrt auf den Fettgehalt und die Fettqualität der Speisen legen