

## 2. Controllingbericht zur Reflexion des Projektfortschritts

*Controllingberichte dienen einerseits dem Projektteam als Grundlage zur laufenden Reflexion und Optimierung des Projektes. Andererseits werden diese FGÖ-intern zur Bewertung des Projektfortschritts sowie für den Soll-Ist-Vergleich des im Projektantrag beschriebenen Konzepts gegenüber der tatsächlichen Projektumsetzung genutzt. Controlling- bzw. Reflexionsberichte sind nicht zur Veröffentlichung bestimmt.*

*Nach einem Soll-Ist-Vergleich (Teil 1) befasst sich ein weiterer Abschnitt (Teil 2) mit den Qualitätskriterien/Grundprinzipien der Gesundheitsförderung sowie der Ziel- und Zielgruppenerreichung.*

<b>Projektnummer</b>	<b>2724</b>
<b>Projekttitel</b>	<b>MEHRWERT FÜR ALLE</b>
<b>Projektträger</b>	Gemeinnütziger Verein zur Förderung von Regionalität und Gesundheit in Gastronomie, Tourismus- und Gemeinschaftsverpflegungsbetrieben (VRG)
<b>Projektlaufzeit, Projektdauer in Monaten</b>	<b>30</b>
<b>Berichtszeitraum</b>	<b>1.9.2017 – 30.6.2018</b>
<b>Autoren/Autorinnen</b>	<b>Mag. Angelika Stöckler MPH</b>
<b>Emailadresse/n Ansprechpartner/innen</b>	<b>projektleitung@mehrwert-fuer-alle.at</b>
<b>Weblink/Homepage</b>	<b><u><a href="http://www.mehrwert-fuer-alle.at">www.mehrwert-fuer-alle.at</a></u></b>
<b>Datum</b>	<b>6.7.2018</b>

## Teil 1 – Soll-Ist-Vergleich

Querverweise auf Anhänge ersetzen nicht die Angaben im Bericht!

### 1. Zeitplan/Meilensteine

Beschreiben Sie zusammenfassend den geplanten vs. den tatsächlichen Projektablauf im Berichtszeitraum und begründen Sie gegebenenfalls zeitliche sowie auch inhaltliche Änderungen und Verschiebungen. Im Falle von Änderungen laden Sie bitte einen aktuellen Projektablaufplan im Projektguide hoch und stellen die Änderungen nachvollziehbar dar (z.B. unterschiedliche farbliche Kennzeichnung).

Im Berichtszeitraum der letzten 10 Monate konnte das Projekt MEHRWERT FÜR ALLE plangemäß und sehr erfolgreich fortgeführt werden. Die Vernetzung mit Gastronomie, Gemeinschaftsküchen, Landwirtschaft und diversen Partnerorganisationen wurde intensiviert. Die im Projektablaufplan beschriebenen Maßnahmen – ausgenommen die „Einladung interessierter PartnerInnen aus Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung zur Mitarbeit in der Internatsküche zum praktischen Knowhow-Transfer“ (Begründung siehe 1. Controllingbericht) – wurden planmäßig verwirklicht.

Zusätzliche Impulse für das Projekt haben der Beschluss des Vorarlberger Landtags vom 4.5.2017<sup>1</sup> und die V5-Zertifizierung<sup>2</sup> gegeben. Gemäß Landtagsbeschluss soll der Anteil an heimischen Lebensmitteln in der Gemeinschaftsgastronomie maßgeblich gesteigert werden. Mit V5-Zertifizierung (Entwickelt unter Mitwirkung der MEHRWERT-Projektleiterin) zeichnet das Land Gemeinschaftsverpflegungsbetriebe für die Verwendung regionaler und biologischer Lebensmittel aus Vorarlberg aus.

- Gemäß V5 Kriterien ist bis zur 5. Auszeichnungsstufe anzustreben, dass der geldwertige Anteil von mind. 60 % des Gesamtwareneinsatzes auf heimische Lebensmittel (Herkunft oder 1. Verarbeitungsschritt in Vorarlberg) und von mindestens 10 % auf biologische Lebensmittel aus der Region entfällt.

Sehr gut haben sich im Projekt MEHRWERT die Vernetzungsveranstaltungen „Küche trifft Landwirtschaft“ entwickelt. Mit diesem Angebot haben wir auf Ergebnisse der Zwischenevaluation der Sinnfabrik reagiert, wonach es uns im ersten Projektdrittel noch zu wenig gelungen ist, mit den angebotenen Weiterbildungsformaten die Fachleute aus Gastronomie und Tourismus sowie zum Teil auch aus der Landwirtschaft zu erreichen. Dieses Konzept ist voll aufgegangen. Unsere PartnerInnen aus den Bereichen Landwirtschaft und Gastronomie kommen laufend mit weiteren Kooperations- und Veranstaltungswünschen/-ideen auf uns zu. Die Veranstaltungspläne stehen bereits bis Projektende und die Nachfrage ist ungebrochen hoch und alle Veranstaltungen sind ausgebucht.

Durch die zahlreichen MEHRWERT-Veranstaltungen und die Präsentationen im Rahmen von „Landwirtschaft verstehen“ beim ORF, beim Gemeinschaftsverpflegungstag, der Jahreshauptversammlung des Vereins vom Ländle-Bur, der Initiativen „Gastgeben auf Vorarlberger Art“ und „Bodensee Vorarlberg Tourismus“ sowie durch die rege Öffentlichkeitsarbeit hat MEHRWERT einen hohen Bekanntheitsgrad erlangt.

Der aktuelle Projektablaufplan liegt bei. Es gab keine nennenswerten Änderungen.

<sup>1</sup> Landtagsbeschluss (4.5.2017) zur Steigerung des Anteils regionaler Lebensmittel in Vorarlbergs Küchen: [https://www.vorarlberg.at/vorarlberg/landwirtschaft\\_forst/landwirtschaft/landwirtschaft/weitereinformationen/oeko-landvorarlberg/mehrregionalelebensmittel.htm](https://www.vorarlberg.at/vorarlberg/landwirtschaft_forst/landwirtschaft/landwirtschaft/weitereinformationen/oeko-landvorarlberg/mehrregionalelebensmittel.htm)

<sup>2</sup> [https://www.vorarlberg.at/vorarlberg/landwirtschaft\\_forst/landwirtschaft/landwirtschaft/weitereinformationen/oekolandvorarlberg/mehrregionalelebensmittel.htm](https://www.vorarlberg.at/vorarlberg/landwirtschaft_forst/landwirtschaft/landwirtschaft/weitereinformationen/oekolandvorarlberg/mehrregionalelebensmittel.htm)

## 2. Projektstruktur/-rollen

Stellen Sie die Entwicklungen und gegebenenfalls Veränderungen im Projektaufbau und bei den Projektrollen (handelnde Personen, Gruppen, etc.) dar. Im Falle von Änderungen laden Sie bitte einen aktualisierten Projektrollenplan hoch und stellen die Änderungen nachvollziehbar dar (z.B. unterschiedliche farbliche Kennzeichnung).

Die Projektstruktur ist planmäßig. Die Projektrollen sind unverändert, lediglich im Vorstand des MEHREWRT-Trägervereins VRG gab es eine Veränderung. Bürgermeister Walter Rauch hat die Obmannschaft übernommen (er war bereit die Haftung für den Kreditrahmen zu übernehmen, der zur Zwischenfinanzierung bis zum Einlangen der Fördermittel erforderlich ist) und Andrea Mc Gowan ist in die Funktion der Schriftführerin gewechselt.

Änderungen sind im Projektrollenplan markiert.

## TEIL 2 – Qualitätskriterien/Grundprinzipien der Gesundheitsförderung sowie Ziel- und Zielgruppenerreichung

Querverweise auf Anhänge ersetzen nicht die Angaben im Bericht!

### 3. Gesundheitliche Chancengerechtigkeit

Ein fairer Zugang zu den Ressourcen für Gesundheit, also z.B. zu gesundheitsfördernden Angeboten, bedeutet, dass grundsätzlich alle Menschen die gleichen Möglichkeiten zur Förderung, Erhaltung und Wiederherstellung ihrer Gesundheit geboten bekommen.

Bitte geben Sie an, ob ein oder mehrere Ziele Ihres Projektes explizit der Förderung von gesundheitlicher Chancengerechtigkeit gewidmet ist/sind?

Wenn ja, bitte beschreiben Sie, mit welcher Strategie das Projekt zu gesundheitlicher Chancengerechtigkeit beitragen will (z.B. Schule in einem benachteiligten Wohngebiet auswählen, Aktivitäten und Methoden niederschwellig gestalten bzw. an Bedarfe einzelner Personengruppen anpassen, Menschen mit z.B. niedriger Bildung oder Einkommen gezielt als Zielgruppe ansprechen) und wie Sie dabei genau vorgehen.

Die Schulungsangebote und Workshops für MultiplikatorInnen, die in Bildungseinrichtungen und Küchen tätig sind, tragen maßgeblich zur Bewusstseinsbildung, der Auswahl wertvoller Lebensmittel, gesunder Zubereitungstechniken und einer ansprechenden Präsentation bei. Zudem leisten sie einen Beitrag zu einer nachhaltigen Regionalentwicklung, von der speziell bäuerliche Familien profitieren, indem sie Wertschätzung erfahren und ihre Lebensmittel zu einem angemessenen Preis verkaufen können. Ein gesundheitsförderliches gastronomisches Angebot kommt allen zugute. Insbesondere das Angebot in der Gemeinschaftsgastronomie in Kinderbetreuungseinrichtungen, Schule, Betrieben, Senioreneinrichtungen und beim Bundesheer ist niederschwellig und ermöglicht allen Teilen der Bevölkerung eine gute Ernährungspraxis.

#### 4. Aktivitäten und Methoden

Beschreiben Sie kurz und zusammenfassend die im Berichtszeitraum eingesetzten Aktivitäten und Methoden. Orientieren Sie sich dabei an den angegebenen Methoden im Projektantrag. Stellen Sie bitte dar, welche Methoden sich aus jetziger Sicht für die Erreichung der Projektziele gut oder weniger gut eignen.

In der folgenden Übersicht sind die Methoden mit den geplanten Zielen (wie im Projektantrag dargestellt) aufgliedert und die Eignung zur Zielerreichung ist beschrieben.

Maßnahmen/Zielgruppen		Methoden	Ziel	Eignung zur Zielerreichung
Beratung	für Gemeinschafts- verpflegerInnen	Küchenpersonal soll hinsichtlich gesunder, rationeller Zubereitungsmethoden, sinnvoller Resteverwertung, Ablaufplanung und Einkauf sowie Kalkulation beraten werden. Beratung in den Partnerbetrieben vor Ort.	Steigerung des Anteils gesunder, regionaler Qualitätsprodukte in der Gemeinschaftsverpflegung durch praktische Beratung.	Gut geeignet. V5-Zertifizierung gab neuen Impuls. Bundesheer + div. Verpflegungsanbieter schätzen das Angebot zur Weiterentwicklung. Wird von Schulküchen intensiver nachgefragt und besser angenommen als von Küchen der Seniorenheime und Sozialzentren (hängt eventuell damit zusammen, dass wir in Schulküchen mehr QuereinsteigerInnen haben, deren Interesse und Bedarf an gemeinsamer Weiterbildung und Weiterentwicklung höher ist).
	für LandwirtInnen	Beratung und Unterstützung bei der gemeinsamen Entwicklung von Produkten für Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung.	Angebotene Lebensmittel sollen den Ansprüchen der Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung hinsichtlich Qualität, Darbietungsform, Verpackung usw. gerecht werden.	Bedarf und Angebot wurden in Form von Vernetzungstreffen „Küche trifft Landwirtschaft“ sehr erfolgreich ausgelotet. Sieben Vernetzungstreffen wurden bisher durchgeführt und von PartnerInnen mit Begeisterung angenommen. Zahlreiche BäuerInnen beteiligen sich auch regelmäßig an den angebotenen Koch-Workshops. MEHRWERT-Beauftragter wird in landwirtschaftliche Betriebe eingeladen und unterstützt vor Ort beratend.
	für Gemeinden und Schulen	Bei Um- und Neubauten von Gemeinschaftsverpflegungseinrichtungen, Speisräumen, Finalküchen und ähnlichem.	Bei der Planung sollen praktische Erfahrungen berücksichtigt werden, um rationelles Arbeiten zu ermöglichen und den Anforderungen durch steigende Zahlen an Essensgästen gewachsen zu sein.	Gemeinden sind daran interessiert, die Qualität ihres Verpflegungsangebotes zu verbessern. Beispielsweise Vandans plant nach Beratung Küche und Speisebereich um, da die bisher geplante „Kiosklösung“ für die Zielgruppe der 3-14jährigen nicht geeignet ist.

## 2. Controllingbericht Projekt Nr. 2724

Maßnahmen/Zielgruppen		Methoden	Ziel	Eignung zur Zielerreichung
Küchenpraxis, Produkt- und Rezeptentwicklung	Speisepläne und Rezepte	Anpassung an die jeweilige Zielgruppe; beliebte Klassiker gesund und regional gestalten	Zielgruppenorientierte, gesunde und regionale Verpflegung vom Kleinkind- bis zum Seniorenalter	Bewährt sich im Zusammenhang mit den Kochworkshops sehr gut. Rezepte und Tipps aus dem Projekt MEHRWERT sind sehr gefragt und werden auch in der Praxis umgesetzt. MEHRWERT-Beauftragter unterstützt SchulverpflegerInnen bei der Speiseplanung.
	Praktischer Knowhow-Transfer	Einladung zur Mitarbeit in der Internatsküche der Landesberufsschule (tageweise, auch für Lehrlinge)	Partnerschaftliche Weiterentwicklung für mehr Gesundheit und Regionalität.	Konnte leider nicht umgesetzt werden, da Alex Kowarc die Internatsküche der LBS nicht zur Verfügung steht.
	Transparenz und Ressourcenoptimierung in der Gemeinschaftsverpflegung	Essensgäste sollen informiert werden, woher die Hauptzutaten stammen. Rationalisierung von Arbeitsprozessen soll Ressourcen freimachen, um frisch aus regionalen Zutaten zu kochen.	Anteil gesundheitlich wertvoller, regionaler Lebensmittel soll sichtbar sein.	Bewährt sich sehr! MEHRWERT leistet sowohl in der Gastronomie als auch in der Gemeinschaftsverpflegung einen wesentlichen Beitrag zur Bewusstseinsbildung. Good Practice Beispiele werden in „Kochworkshops“ und bei „Küche trifft Landwirtschaft“ präsentiert und finden immer mehr Nachahmung.

2. Controllingbericht Projekt Nr. 2724

Maßnahmen/Zielgruppen		Methoden	Ziel	Eignung zur Zielerreichung
Küchenpraktische Aus- und Weiterbildung	für Gemeinschaftsverpflegung	"Wanderkochkurs": Im Rotationsprinzip gestaltet der MEHRWERT-Beauftragte gemeinsam mit Partnern aus anderen Küchen einen Kochworkshop	Vernetzung und Beziehungen pflegen, Einblick in Arbeitsbedingungen bekommen, Bewährtes im Dominoeffekt weitertragen, zur Umsetzung einer gesundheitsförderlichen Verpflegung motivieren.	Bewährt sich gut. Partner stellen ihre Küchen gerne zur Verfügung und geben Einblick. Die effektive gemeinsame Durchführung/Präsentation von Techniken funktioniert nur ansatzweise. GemeinschaftsköchInnen sind sehr interessiert an Fachinput zu aktuellen Ernährungsthemen (Fakten, wissenschaftlich begründet, Bedeutung für die Praxis, Eignung für welche Zielgruppen usw.)
	für Gastronomie	Exkursionen mit Kocherlebnissen (z.B. drei Höfe mit Kochkurs) zum Thema "gesunde & regionale Küche" (z.B. vegetarisch, vegan ...) mit zusätzlichen Lehrlings-schulungen und Hospitationen in der Küche der LBS Lochau.	Entwicklung eines bedarfsorientierten, gesunden Angebotes zur Steigerung des MehrWERT-Bewusstseins in der Gastronomie.	„Zwei Höfe und Kochdemonstrationen“ haben sich im Rahmen von „Küche trifft Landwirtschaft“ sehr gut bewährt. Zu lange dürfen die Veranstaltungen zeittechnisch für KöchInnen und GastronomInnen nicht sein. Die Fachleute aus Gastronomie und Tourismus schätzen es sehr, wenn sich LandwirtInnen mit ihren besonderen und emotional ansprechenden Angeboten präsentierten und sie die Atmosphäre der Betriebe erleben können. Direkte Vernetzung und Geschäftsanbahnung finden statt. Perfekt kommen auch Veranstaltungen wie „Nose to Tail“ bei den Fachleuten an.

## 2. Controllingbericht Projekt Nr. 2724

Maßnahmen/Zielgruppen		Methoden	Ziel	Eignung zur Zielerreichung
<b>Küchenpraktische Aus- und Weiterbildung</b>	für Landwirtschaft	Koch- und Veredlungskurse, Haltbarmachen, gemeinsame Weiterentwicklung	Brücke zwischen Landwirtschaft und (Gemeinschafts-) Gastronomie schlagen.	Bewährt sich sehr gut zur Zielerreichung.
	für Multiplikatoren in Kinderbetreuung, Kindergärten und Schulen	regional, gesund und gut kochen, Jause zubereiten, Lebensmittelabfälle vermeiden, Speisen attraktiv bezeichnen, dekorativ anrichten ...	Kinderbetreuer/innen, Pädagoginnen bzw. Pädagogen und Studierende des Bereiches Ernährung und Haushalt an der PHV sollen schnelle, gesunde, regionale Speisen zubereiten, attraktiv anrichten und präsentieren können.	Bewährt sich ausgezeichnet zur Zielerreichung. PädagogInnen sind äußerst interessiert und berichten auch in Folgeveranstaltungen regelmäßig, was sie bereits in ihren Alltag mit Kindern und Jugendlichen integriert und ausprobiert haben. Ungebrochen hohe Nachfrage speziell an Kursen zu vegetarischen Gerichten.
	Gesundheitsaspekte und Bewährtes aus dem Projekt sollen in die geplante touristische Aus- und Weiterbildung einfließen.	Im Hinblick auf die Entwicklung des Kompetenzzentrums für "Gesundheit und Regionalität in Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung" sollen Pflicht- und freiwillige Module mit MehrWERT-Themen entwickelt werden.	Gesundheit und die MehrWERT-Thematik sollen in der zukünftigen, modular aufgebauten touristischen Aus- und Weiterbildung einen fixen Stellenwert haben.	Erste Planungsgespräche haben stattgefunden. Wirtschaftskammer ist daran interessiert, die MEHRWERT-Inhalte in die neue Ausbildung GASCHT zu integrieren und MEHRWERT nach der Projektphase weiterzuführen.
	für Interessierte aus der Landwirtschaft	Vorschläge für ein bedarfsorientiertes Angebot in Hinblick auf die Entwicklung eines "Lehrgangs für gesunde und regionale Ernährung"		Noch offen, scheint derzeit nicht von Interesse zu sein.



## 2. Controllingbericht Projekt Nr. 2724

Maßnahmen/Zielgruppen		Methoden	Ziel	Eignung zur Zielerreichung
<b>Kommunikation und Bewusstseinsbildung</b>	Kommunikation des MEHRWERTS	Volkswirtschaftlicher Stellenwert von MEHRWERT FÜR ALLE als Generationen-auftrag im Sinne von gesunder, regionaler Verpflegung von Kindern, Jugendlichen, Berufstätigen und älteren Menschen.	EntscheidungsträgerInnen sind sich der Bedeutung einer gesunden und regionalen Gemeinschaftsverpflegung bewusst und berücksichtigen dies bei ihren Entscheidungen.	Ist nach dem Bürgermeisterkochen durch die Mitwirkung von MEHRWERT bei diversen Veranstaltungen mit Partnerorganisationen und dem ORF gut geglückt. Bewusstsein wird durch Präsenz, Diskussionen und Zusammenarbeit mit Naturschutzrat, Vorarlberg Tourismus und vielen anderen kontinuierlich gefördert.
	Kommunikation verbessern	Kommunikationsstrukturen vom Erzeuger bis zum Essensgast aufbauen und pflegen.	Funktionierende Kommunikation und Wertschätzung der Lebensmittel und der geleisteten Arbeit vom Erzeuger bis zum Gast.	Gut geeignet zur Zielerreichung. Workshops, Vernetzungstreffen, persönliche Beratungsgespräche tragen dazu bei. GastronomInnen und GemeinschaftsverpflegerInnen erkennen zusehends die Vorteile, die aus einer guten und fairen Zusammenarbeit mit LandwirtInnen erwachsen.
	Gesundheitlicher Wert der Vorarlberger Küche	Regionale Kochrezepte ernährungswissenschaftlich beleuchten und nach gesundheitlichen Kriterien anpassen.	Gesunde, regionale Rezepte für (Gemeinschafts-)Gastronomie stehen zur Verfügung. Gesundheitlicher Wert der regionalen Küche ist bekannt.	Dafür fehlt leider aufgrund der intensiven Nachfrage und der erforderlichen Kompensation der gestrichenen Mittel für die Öffentlichkeitsarbeit die Zeit. Kann daher nicht umgesetzt werden.
	Bewusster Umgang mit Lebensmitteln	Anregungen und Rezepte für die Haltbarmachung und Weiterverwendung von Lebensmittelresten.	Öffentliche Hand soll im Bereich der Gemeinschaftsküchen vorbildlich mit Lebensmitteln umgehen und Abfälle minimieren.	Workshops, Zusammenarbeit mit dem Umweltverband und Präsentationen tragen schrittweise zur Zielerreichung bei. Modellprojekte, wie beispielsweise im Schulcampus Schendlingen, wo Abfälle gewogen und gezielt reduziert werden, unterstützen die Entwicklung.

## 2. Controllingbericht Projekt Nr. 2724

Maßnahmen/Zielgruppen	Methoden	Ziel	Eignung zur Zielerreichung	
<b>Kommunikation und Bewusstseinsbildung</b>	Präsentation von MEHRWERT bei Veranstaltungen von Ökoland Vorarlberg, Tourismus, Landesverband der Elternvereine, Schulärztequalitätszirkel, Tag der Gemeinschaftsverpflegung.	Workshops und gesunde Kostproben im Rahmen des jährlichen, landesweiten Austausch- und Weiterbildungstages der Elternvertreter; Mitwirkung bei Veranstaltungen von Ökoland und Tourismus pro Jahr.	Elternvertreterinnen und -vertreter sollen über die Kriterien einer gesunden, regionalen Verpflegung für Kinder und Jugendliche Bescheid wissen und durch ihr Engagement die Umsetzung vorantreiben.	Das MEHRWERT-Team wird als Partner geschätzt und laufend zur Zusammenarbeit, zur Gestaltung eines regionalen kulinarischen Angebotes und zu Präsentation eingeladen. Beispiele: Impulsstammtisch Tiroler Tourismustag, Planungstreffen der Sozialzentren der Regio im Walgau, Workshop „Vertragslandwirtschaft“ des Naturschutzrates, Tag der Gemeinschaftsverpflegung, „Kost.Bar“, Gastgeben auf Vorarlberger Art, Delegiertenversammlung Regio im Walgau ...
	Auszeichnung und Bekanntmachen von Bewährtem und Neuem	Standards für regionale Gemeinschaftsverpflegung definieren und im Rahmen von bereits etablierten Veranstaltungen Modelle und innovative Projekte wie z.B. Seniorentisch im Gasthaus, Miniköche usw. präsentieren.	Multiplikation von bewährten Maßnahmen in Gemeinschaftsküchen und Gastronomie.	V5-Zertifizierung wurde im Berichtszeitraum erstmals durchgeführt. Es gilt den Prozess noch zu optimieren, um den Anteil gesunder, heimischer Lebensmittel sukzessive zu heben. Gastronomie ist an einer MEHRWERT-Auszeichnung für Betriebe interessiert. Realisierung ist nach der Projektphase geplant.

## 2. Controllingbericht Projekt Nr. 2724

Maßnahmen/Zielgruppen		Methoden	Ziel	Eignung zur Zielerreichung
Verknüpfung von Angebot und Nachfrage	Internetplattform, App	mit Rezepten, rationalen Methoden, Ernährungstipps, Kurs- und Schulungsangeboten, Anbietern regionaler Qualitätsprodukte	Angebot und Nachfrage treffen sich.	<a href="http://www.mehrwert-fuer-alle.at">www.mehrwert-fuer-alle.at</a> ist aktiv und wird von Partnern regelmäßig genutzt. Anmeldungen zu Veranstaltungen funktionieren bestens. Rezepte und Testimonials sind online. Veranstaltungs- und Projektberichte werden gesehen. Mehrere Anfragen, die Website auch als Vermarktungsplattform zu nutzen.
	Austausch und Vernetzung	Information, wo hochwertige, regionale Lebensmittel erhältlich sind und Vernetzung mit Köche-Stammtisch, ARGE Küchenleiter und Angeboten wie z.B. "ghörig feschta"		Vernetzung „Küche trifft Landwirtschaft“ ist hervorragend zur Zielerreichung geeignet. Wir haben gemeinsam mit der ARGE Küchenleitung den Tag der Gemeinschaftsverpflegung ausgerichtet und setzen unsere Veranstaltungen regelmäßig gemeinsam mit unterschiedlichsten Partnern um.
Prozessoptimierung Weiterentwicklung	Kreativ-Stammtisch	"Spinnen" zur Weiterentwicklung, Vernetzung und zum Einbezug sozialer Aspekte – zweimal jährlich z.B. in Sennerlei Schnifis	Weiterentwicklung, Vernetzung und zum Einbezug sozialer Aspekte	Zwischenzeitlich haben wir uns mit unterschiedlichsten PartnerInnen zu fünf Kreativstammtischen getroffen. Die Ergebnisse waren für die Projektweiterführung und -lenkung wesentlich.
Projektbetreuung	Anfragen		Erfolgreiche Projektumsetzung	Werden laufend beantwortet. Wir freuen uns, dass PartnerInnen aktiv auf uns zukommen und mit uns zusammenarbeiten wollen.
	Dokumentation / Berichte			Werden den PartnerInnen und FördergeberInnen regelmäßig übermittelt, teilweise persönlich präsentiert und auf der Website Interessierten zur Verfügung gestellt: <a href="http://www.mehrwert-fuer-alle.at">www.mehrwert-fuer-alle.at</a>
	Evaluation			Ist wertvoll für die Projektausrichtung, laufende Anpassungen und zur Schwerpunktsetzung.
	Abrechnung			Rahmenbedingungen für erforderliche Zwischenfinanzierung bis zur Auszahlung der Förderungen sind gegeben.

## 2. Controllingbericht Projekt Nr. 2724

Maßnahmen/Zielgruppen		Methoden	Ziel	Eignung zur Zielerreichung
	Weiterbildung MEHRWERT-Beauftragter	Mitarbeit in Vorzeigebetrieben wie z.B. Kantine von Johann Lafer oder Dietmar Hagen (Fa. Essenszeit in Hannover)	Kapacity-Building, Erfahrungsaustausch	Zeit für umfassendere Weiterbildung fehlt. Kooperationen mit ExpertInnen und Mitarbeit in Küchen in Vorarlberg bewähren sich gut.
	Weiterbildung Projektassistentenz	Bedarfsorientierte Weiterbildung	Kapacity-Building	Wir freuen uns, mit Juliane Feurstein eine sehr versierte Projektassistentin zu haben, die in ihren ersten 10 Monaten zur perfekten Erfüllung ihrer Aufgaben lediglich Einschulungen, doch keine umfassende Weiterbildung benötigte.

Welche Folgerungen ziehen Sie daraus für die (weitere) Projektumsetzung?

In den kommenden und abschließenden 10 Projektmonaten haben wir 4 weitere Veranstaltungen „Küche trifft Landwirtschaft“ geplant. Ergänzt werden diese durch Kochworkshops mit Schwerpunkt im vegetarischen Bereich, weitere Vernetzung und das bewährte Beratungsangebot. So können wir all unsere Zielgruppen in einem ausgewogenen Verhältnis bedienen. Vermehrtes Augenmerk schenken wir der Rezeptentwicklung, die bisher noch etwas kurz gekommen ist.

Organisatorisch konzentrieren wir uns auf die Weiterführung nach der Projektphase und werden uns mit den Vorstandsmitgliedern des Trägervereins und PartnerInnen aus den Bereichen Tourismus, Landwirtschaft und Politik zu einem „Kreativstammtisch“ zusammensetzen.

## 5. Partizipation

Partizipation/Beteiligung hat viele Gesichter und meint Unterschiedliches. Es können drei Formen der Partizipation unterschieden werden:

- Themen, Meinungen, Wissen und Erfahrungen **einbringen** (z.B. in Diskussionsgruppen)
- wesentliche Projektschritte **mitentscheiden** (z.B. in Form einer Abstimmung, Wahl zwischen Alternativen)
- aktiv an der Projektplanung und -durchführung **mitarbeiten** (z.B. bei der Umsetzung von konkreten Aktivitäten)

- a. In welchem Ausmaß hatte/n die **Schwerpunktzielgruppe/n** im aktuellen Berichtszeitraum die Möglichkeit, sich zu beteiligen? Bewerten Sie bitte das Ausmaß der Beteiligung auf einer Skala von „1=sehr stark bis 6=gar nicht“ bzw. 0=Beteiligung war nicht vorgesehen.

sehr stark

1	2	3	4	5	6
1					

gar nicht

0
---

nicht vorgesehen

Bitte hier Ihre Einschätzung angeben.

Bitte reflektieren Sie WIE und WANN sich die **Schwerpunktzielgruppe/n** beteiligen konnten. Geben Sie also an, inwiefern die Schwerpunktzielgruppen bisher die Möglichkeit hatten, Themen, Meinungen, Wissen und Erfahrungen **einzubringen**, wesentliche Projektschritte **mitzuentcheiden** und/oder aktiv **mitzuarbeiten**. Bitte nehmen Sie dabei auch auf die jeweilige Projektphase (Analyse des Ausgangszustandes/Problemanalyse, Entwicklung und Planung der Strategie/n, Umsetzung von Aktivitäten, Evaluation, Verbreitung der Ergebnisse des Projekts) Bezug!

Die Schwerpunktzielgruppen waren schon bei der Projektentwicklung beteiligt und wir tauschen uns laufend in diversen Besprechungen und bei den Veranstaltungen aus.

- Die Zielgruppen werden immer wieder aufgefordert, sich mit ihren Wünschen, Ideen und Bedürfnissen an uns zu wenden und wir suchen gemeinsam Lösungen oder organisieren auf die jeweiligen Themen abgestimmte Veranstaltungen, in die sich die Ideengeber dann auch einbringen können.
- Wir stimmen uns in der Projektumsetzung laufend mit PartnerInnen zur Ausrichtung ab.
- VertreterInnen der Zielgruppen bringen sich an den Kreativstammtischen aktiv ein und geben wertvolle Impulse für die laufende Projektumsetzung.
- Unser Evaluationsteam der Sinnfabrik gibt uns Rückmeldungen, die auf Interviews und Befragungen der TeilnehmerInnen basieren.

- b. In welchem Ausmaß hatte/n **Entscheidungsträger/innen** (z.B. Mitglieder einer Steuerungsgruppe, Führungskräfte, Geldgeber, Bürgermeister/innen, politische Entscheidungsträger/innen) im aktuellen Berichtszeitraum die Möglichkeit, sich zu beteiligen? Bewerten Sie bitte das Ausmaß der Beteiligung auf einer Skala von „1=sehr stark bis 6=gar nicht“ bzw. 0=Beteiligung war nicht vorgesehen.

sehr stark

1	2	3	4	5	6
1					

gar nicht

0
---

nicht vorgesehen

Bitte hier Ihre Einschätzung angeben.

Bitte reflektieren Sie WIE und WANN sich **Entscheidungsträger/innen** beteiligen konnten. Geben Sie also an, inwiefern Entscheidungsträger/innen bisher die Möglichkeit hatten, Themen, Meinungen, Wissen und Erfahrungen **einzubringen**, wesentliche Projektschritte **mitzuentcheiden** und/oder aktiv **mitzuarbeiten**. Bitte nehmen Sie dabei auch auf die jeweilige Projektphase (Analyse des Ausgangszustandes/Problemanalyse, Entwicklung und Planung der Strategie/n, Umsetzung von Aktivitäten, Evaluation, Verbreitung der Ergebnisse des Projekts) Bezug!

- EntscheidungsträgerInnen wurde nach dem 1. Controllingbericht vom 31.8.2017 im Februar 2018 der Halbzeitbericht präsentiert und die weitere Projektplanung wurde gemeinsam diskutiert.
- Der Vorstand des Trägervereins und unser Projektberater Ernst Schwald von der Bodenseeakademie werden auch abseits der offiziellen Berichte auf dem Laufenden gehalten. Der Austausch findet sowohl per Mail, telefonisch als auch bei gemeinsamen Besprechungen statt.
- Bei Besprechungen und Kreativstammtischen haben sich die genannten PartnerInnen als äußerst wertvolle Mitdenker und Mitentwickler aktiv in die Ausrichtung des Projektes eingebracht und auch organisatorisch mitgewirkt und damit den Projekterfolg gesichert.

Waren die gewählten Beteiligungsmöglichkeiten für die Schwerpunktzielgruppe/n und die EntscheidungsträgerInnen ausreichend und passend? Welche Folgerungen ziehen Sie daraus für die (weitere) Projektumsetzung?

Wir halten die Beteiligungsmöglichkeiten für sehr gut und passend.

- Es freut uns sehr, dass sich so viele PartnerInnen und Partner aktiv in die Projektmodellierung einbringen.
- Im Bereich der Kommunikation geben wir uns größte Mühe, wobei uns bewusst ist: Die Kommunikationsmöglichkeiten, die wir im Rahmen des Projektes haben, sind nicht für alle ausreichend, da es sich um sehr viele Gruppen mit unterschiedlichsten Vorstellungen handelt.
- Der laufende Einbezug des Vorstandes des Trägervereins und auch der politischen VertreterInnen ist entscheidend, um eine gute Lösung für die Weiterführung nach der Projektphase zu finden.

## 6. Zielerreichung

Reflektieren und bewerten Sie die Zielerreichung bis zum jetzigen Zeitpunkt und was die Zielerreichung fördert oder auch behindert. Orientieren Sie sich dabei an den angegebenen Zielen im Projektantrag und geben Sie eine Einschätzung ab, ob diese Ziele im Rahmen des Projekts tatsächlich erreichbar sind, auf einer Skala von 1 „sehr gut erreichbar“ bis 6 „nicht erreichbar“. Haben Sie die Ziele inzwischen präzisiert bzw. überarbeitet, ergänzen Sie bitte jeweils die überarbeiteten Ziele im Kommentarfeld.

Ziele lt. Antrag (bzw. konkretisierte Ziele)	Ausmaß der Zielerreichung 1–6	Kommentar (verändertes oder Detailziel, Begründung für Veränderung)
Steigerung des Anteils gesunder, regionaler Qualitätsprodukte in der Gemeinschaftsverpflegung durch praktische Beratung.	3	<p>Impulse, aus der eine erfreuliche Entwicklung resultierten, konnten wir beispielsweise für die Küchen des Bundesheers und für einige Schulküchen geben.</p> <p>Wir hoffen, dass wir in diesem Bereich dank V5-Zertifizierung im nächsten Bericht detailliertere Angaben machen können.</p> <p>Zur besseren Zielerreichung müsste das Lebensmittelangebot in Vorarlberg bedarfsorientierter gestaltet werden: Förderung des Pflanzenanbaus für die menschliche Ernährung, weniger Tierhaltung für Milchproduktion ... und Forcierung der biologischen Landwirtschaft.</p>
Angebotene Lebensmittel sollen den Ansprüchen der Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung hinsichtlich Qualität, Darbietungsform, Verpackung usw. gerecht werden.	1	„Küche trifft Landwirtschaft“ trägt in idealer Form zur Vernetzung, zu mehr Verständnis füreinander und zur Ausrichtung des zukünftigen landwirtschaftlichen Angebotes bei. LandwirtInnen und GastronomInnen finden auf direktem Weg zusammen und stimmen die Angebote auf den Bedarf ab oder wecken den Bedarf, indem sie tolle Produkte mit MEHRWERT präsentieren.
Bei der Planung (Umbauten, Neubauten von Verpflegungseinrichtungen in Betreuungseinrichtungen und Schulen) sollen praktische Erfahrungen berücksichtigt werden, um rationelles Arbeiten zu ermöglichen und den Anforderungen durch steigende Zahlen an Essensgästen gewachsen zu sein.	3	MEHRWERT ist als Partner gefragt, wobei das Angebot vermutlich zu wenig bekannt ist. Nachfrage bezieht sich nicht nur auf Rezepte und Küchenausstattung, sondern üblicherweise auf ein Gesamtkonzept für das Schüler Mittagessen.

## 2. Controllingbericht Projekt Nr. 2724

		Zur besseren Zielerreichung müssten die Projektleiterin mit den erforderlichen zeitlichen/finanziellen Ressourcen für Fachberatungen vor Ort ausgestattet und die Gemeinden und Schulen aktiv über das Angebot informiert werden.
Zielgruppenorientierte, gesunde und regionale Verpflegung vom Kleinkind- bis zum Seniorenalter	3	<p>90% der WS-TeilnehmerInnen bestätigen, dass der jeweilige WS die Zusammenhänge zwischen der Verwendung regionaler, saisonaler Produkte und deren Auswirkungen auf die Gesundheit stark aufzeigte.</p> <p>Angebot wird in zahlreichen Einrichtungen gesundheitsbewusster gestaltet.</p> <p>43 % der TeilnehmerInnen der Veranstaltungen im Jahr 2017 gaben an, seit den Veranstaltungen mehr regionale Lebensmittel zu verwenden.</p> <p>Zur besseren Zielerreichung müssten übertriebenen, teilweise verordneten Spargedanken beim Einkauf und Personalknappheit in Küchen wirksam begegnet werden. Zudem müsste in den Bereichen Obst und Gemüse und bei biologischen Waren das regionale Angebot ausgebaut werden.</p>
Partnerschaftliche Weiterentwicklung für mehr Gesundheit und Regionalität.	1	<p>Vernetzung übersteigt die Erwartungen wesentlich:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 27 Gemeinschaftsgastronomie</li> <li>- 21 Landwirtschaft</li> <li>- 12 Bildung</li> <li>- 14 Tourismus</li> <li>- 6 Regionalpartner</li> </ul> <p>Wir sind mit großartigen PartnerInnen vernetzt und setzen uns gemeinsam für eine nachhaltigen Regionalentwicklung und Gesundheit und Wohlbefinden der Bevölkerung ein.</p>
Anteil gesundheitlich wertvoller, regionaler Lebensmittel soll sichtbar sein.	2	Zahlreiche GastronomInnen und GemeinschaftsverpflegerInnen sind sich dessen bewusst und setzen es um. Immer mehr erkennen „Storytelling“ als erfolgreiche Methode der Kommunikation vom Produzenten bis zum



## 2. Controllingbericht Projekt Nr. 2724

		<p>Gast. Wir freuen uns, bei den Veranstaltungen viele Leuchttürme präsentieren zu können, die andere zur Nachahmung motivieren.</p> <p>Bewusstseinsbildung und emotional ansprechende Erfahrungen sowie persönliche Kontakte sind die Basis dafür und müssen kontinuierlich gefördert werden.</p>
Vernetzung und Beziehungen pflegen, Einblick in Arbeitsbedingungen bekommen, Bewährtes im Dominoeffekt weitertragen, zur Umsetzung einer gesundheitsförderlichen Verpflegung motivieren.	1	MEHRWERT-Veranstaltungen finden im ganzen Land statt. Das Interesse, das Angebot in Gemeinschaftsverpflegung und Gastronomie hinsichtlich Gesundheit und Regionalität zu verbessern, zieht Kreise. Gleiches gilt für landwirtschaftliche Lebensmittel. Immer mehr LandwirtInnen zeigen, wie es geht. Sie präsentieren sich, ihre Arbeit und ihre wertvollen Lebensmittel engagiert und mit ansteckender Begeisterung.
Entwicklung eines bedarfsorientierten, gesunden Angebotes zur Steigerung des MEHRWERT-Bewusstseins in der Gastronomie.	2	<p>MEHRWERT ist in einzelnen Gastronomiebetrieben sehr gut angekommen und hat einen Veränderungsprozess eingeleitet/mitbewirkt. Wir freuen uns über Vorzeigebetriebe.</p> <p>Zur besseren Zielerreichung wäre eine bedarfsorientierte Anpassung (mehr pflanzliche und biologische Lebensmittel, weniger Milchproduktion) im landwirtschaftlichen Bereich erforderlich.</p>
Brücke zwischen Landwirtschaft und (Gemeinschafts-) Gastronomie schlagen.	1	<p>Veranstaltungen „Küche trifft Landwirtschaft“ werden von LandwirtInnen gezielt genutzt, um AbnehmerInnen in der Gastronomie zu finden. GastronomInnen kommen, um besondere LandwirtInnen mit besonderen Lebensmitteln kennen zu lernen und bei ihnen Produkte zu beziehen.</p> <p>Gegenseitige Wertschätzung ist gestiegen.</p>
Kinderbetreuer/innen, Pädagoginnen bzw. Pädagogen und Studierende des Bereiches Ernährung und Haushalt an der PHV sollen schnelle, gesunde,	1	<p>Wir freuen uns über das große Interesse und die rege Teilnahme der Zielgruppe.</p> <p>Über 80 % der TeilnehmerInnen der MW-Veranstaltungen bestätigen, dass</p>

## 2. Controllingbericht Projekt Nr. 2724

regionale Speisen zubereiten, attraktiv anrichten und präsentieren können.		sie ihre Kenntnisse über regionale Lebensmittel und rationelle Zubereitungsmethoden erweitern konnten und gelernt haben, gesunde Speisen attraktiv anzurichten und zu präsentieren. 90 % stufen die Rezepturen als sehr gut umsetzbar und praxistauglich ein.
Gesundheit und die MEHRWERT-Thematik sollen in der zukünftigen, modular aufgebauten touristischen Aus- und Weiterbildung einen fixen Stellenwert haben.	1	Die GASCHT als neue gastronomische Ausbildung hat ihren Betrieb aufgenommen. Ideen wurden mit Nicole Okhowat-Lehner von der GASCHT und Harald Furtner von der WKV, Sparte Tourismus, diskutiert. MEHRWERT soll zentralen Stellenwert in der GASCHT bekommen.
EntscheidungsträgerInnen sind sich der Bedeutung einer gesunden und regionalen Gemeinschaftsverpflegung bewusst und berücksichtigen dies bei ihren Entscheidungen.	2	Projekt trägt zur Bewusstseinsbildung bei. Immer mehr Entscheidungsträger befassen sich mit einem gesundheitsförderlichen Angebot und sind an regionalen Kooperationen zwischen Küche und Landwirtschaft interessiert.  Ziel der Berücksichtigung bei Entscheidungen ist aufgrund von vorherrschenden Interessenskonflikten (vorwiegend finanzieller Natur) nur teilweise zu erreichen.
Funktionierende Kommunikation und Wertschätzung der Lebensmittel und der geleisteten Arbeit vom Erzeuger bis zum Gast.	2	„Küche trifft Landwirtschaft“, Kochworkshops und viele Gespräche bzw. Diskussionsrunden leisten wertvolle Beiträge zur Zielerreichung.
Gesunde, regionale Rezepte für (Gemeinschafts-)Gastronomie stehen zur Verfügung. Gesundheitlicher Wert der regionalen Küche ist bekannt.	1	Rezepte werden bisher in Kochworkshops weitergegeben und eine Auswahl wird auch auf der Website präsentiert. Weiterer Ausbau ist im kommenden Projektdrittel geplant.
Öffentliche Hand soll im Bereich der Gemeinschaftsküchen vorbildlich mit Lebensmitteln umgehen und Abfälle minimieren.	2	Bewusstseinsbildungsprozess ist gut angelaufen. Wir müssen jedoch dranbleiben, um Lebensmittelabfälle zu minimieren und Reste wo immer möglich einer geeigneten Weiterverwendung zuzuführen.

## 2. Controllingbericht Projekt Nr. 2724

<p>ElternvertreterInnen sollen über die Kriterien einer gesunden, regionalen Verpflegung für Kinder und Jugendliche Bescheid wissen und durch ihr Engagement die Umsetzung vorantreiben.</p>	<p>1</p>	<p>Workshop in Zusammenarbeit mit dem Landesverband wurde mit 18 sehr engagierten ElternvertreterInnen durchgeführt.</p>
<p>Multiplikation von bewährten Maßnahmen in Gemeinschaftsküchen und Gastronomie.</p>	<p>1</p>	<p>Vernetzung und Austausch in gemeinsamen Veranstaltungen tragen zur Zielerreichung bei. Erfreulich, mit wie viel Bereitschaft und Stolz KöchInnen und GastronomInnen Bewährtes in den MEHRWERT-Veranstaltungen weitergeben.</p>
<p>Angebot und Nachfrage treffen sich.</p>	<p>2</p>	<p>Mit „Küche trifft Landwirtschaft“ sind wir gut unterwegs. Der gesetzte Impuls findet auch Nachahmung in anderen Regionen (z.B. Kleinwalsertal). Weiters leisten die gemeinsamen Kochworkshops von LandwirtInnen, PädagogInnen und KöchInnen einen Beitrag zur Vernetzung. Es gibt noch viel zu tun, das in die Breite zu bringen.</p>
<p>Weiterentwicklung, Vernetzung, Einbezug sozialer Aspekte</p>	<p>2</p>	<p>Die Vernetzung von MEHRWERT mit PartnerInnen und Institutionen aller Bereiche schreitet stetig fort. Details sind dem beiliegenden Wirkungsbericht zu entnehmen. „Kreativworkshops“ ergaben wertvolle Impulse und Ideen zur Weiterentwicklung. Soziale Aspekte haben wir bislang noch nicht gezielt berücksichtigt.</p>

Welche Faktoren sind aus Ihrer Sicht förderlich, welche hinderlich für die Erreichung der Projektziele?

Förderliche Faktoren:

- Gute Vernetzung.
- Starke, engagierte PartnerInnen in der Projektbegleitung und im Trägerverein. Herzlichen Dank an Ernst Schwald von der Bodenseeakademie, Bgm. Walter Rauch, Spartenobmann Elmar Herburger, Bertram Martin (Martinshof), Andrea Schwarzmann (Bundesbäurin) und Andrea Mc Gowan (LBS).
- Unterstützung durch EntscheidungsträgerInnen und gemeinsame Planung mit ihnen.
- Gemeinsame Planung mit Partnerorganisationen und mit der Zielgruppe selbst.
- Allgemein hohes Interesse am Thema.
- Bewährte Partnerschaft mit Medienschaffenden.
- Engagement des gesamten Projektteams und strukturierte, gut geplante Arbeitsweise.

Hinderliche Faktoren:

- Unzureichendes Angebot im pflanzlichen und biologischen Bereich in Vorarlberg.
- Rahmenbedingungen an der Landesberufsschule Lochau sind anders, als mit Gerhard Kerber ursprünglich geplant. Alexander Kowarc ist auf freie Räumlichkeiten angewiesen. Vorausschauende Planung ist aufgrund der 8-wöchigen Einheiten der Schule kaum möglich. Wir weichen daher für die Workshops meist auf andere Einrichtungen aus. Vorteil: MEHRWERT ist landesweit präsent. Nachteil: Arbeitsaufwand ist wesentlich höher.
- Gestrichenes Budget für Öffentlichkeitsarbeit. → Großer zeitlicher und finanziell nicht gedeckter Mehraufwand für Projektleitung, um Umsetzungspartner und Zielgruppen zu informieren und zur Beteiligung zu motivieren.
- Vernetzungsveranstaltungen sind vom Planungs-, Vorbereitungs- und Umsetzungsaufwand für Projektleitung wesentlich höher als die ursprünglich geplanten Kochveranstaltungen. Budget dafür fehlt.

Welche Folgerungen ziehen Sie daraus für die (weitere) Projektumsetzung?

- Wir arbeiten gut vernetzt und engagiert mit unseren großartigen PartnerInnen weiter.
- Wir motivieren PartnerInnen aus der Landwirtschaft, sich verstärkt im Bereich von Nischenprodukten, dem Pflanzenanbau für die menschliche Ernährung und der biologischen Landwirtschaft zu engagieren.
- Wir vernetzen engagierte LandwirtInnen und KöchInnen/GastronomInnen.
- Wir engagieren uns weiterhin im Bereich der Bewusstseinsbildung und Rezeptentwicklung.
- Wir bieten ein auf die Bedürfnisse unserer Zielgruppen abgestimmtes Weiterbildungsprogramm.
- EntscheidungsträgerInnen sind gefordert, die Entwicklung eines bedarfsorientierten Angebotes an landwirtschaftlichen Produkten – insbesondere im pflanzlichen und biologischen Bereich – mit ganzer Kraft voranzutreiben.

## 7. Zielgruppenerreichung

Reflektieren und bewerten Sie die Zielgruppenerreichung bis zum jetzigen Zeitpunkt. Orientieren Sie sich dabei an den angegebenen Zielgruppen im Projektantrag. Geben Sie bitte eine Einschätzung/Bewertung ab.

Zielgruppe(n) lt. Antrag (inkl. Zahlenangabe)	Einschätzung/Bewertung in Bezug auf die Erreichung der Zielgruppe(n)
600 PartnerInnen/MultiplikatorInnen aus den Bereichen Gemeinschaftsgastronomie, Gastronomie, Landwirtschaft, Gesundheit und Bildung (geplant: 60 Schulungen mit durchschnittlich 10 TeilnehmerInnen im Projektzeitraum)	Im bisherigen Projektzeitraum von 20 Monaten richteten wir 39 MEHRWERT-Veranstaltungen mit insgesamt 1162 TeilnehmerInnen aus. Unter Berücksichtigung, dass 92 TeilnehmerInnen mehrere Veranstaltungen besuchten, erreichten wir mit unseren Workshops und Veranstaltungen bislang rund 700 Personen.
Bevölkerung durch Information und Öffentlichkeitsarbeit (ca. 2/3 der Bevölkerung (250.000 Personen sollen erreicht werden mit Beteiligung auf Messen, durch Projektwebsite, regionale Medien usw.)	Da das Projektbudget für die Öffentlichkeit gestrichen wurde, können uns leider weder bei Messen präsentieren, noch am „Point of Consumption“ (bei den Mahlzeiten in der Gemeinschaftsverpflegung und der Gastronomie). Dieses Ziel können wir im Rahmen des Projektes daher nur über Projektberichte in regionalen Medien, Präsenz über unsere Partnerorganisationen und unsere mit spärlichen Mitteln und viel eigenem Einsatz erstellte Website sowie unsere MultiplikatorInnen ein Stück weit erreichen.
Als Essensgäste profitieren schätzungsweise 150.000 Personen, die das Angebot in der Gemeinschaftsverpflegung in Betreuungseinrichtungen, Schulen, Betrieben, Krankenhäusern, Senioreneinrichtungen usw. sowie in der Gastronomie regelmäßig nutzen.	Es liegen keine Daten vor, wie viele Essensgäste bisher von einem MEHRWERT-Angebot profitieren.

Welche Faktoren sind aus Ihrer Sicht förderlich, welche hinderlich für die Erreichung der Schwerpunktzielgruppe/n? (Mögliche Faktoren sind etwa: Ort, Zeit, Thema, Kultur, Sprache, Erwartungen, Zugangshürden)

Förderliche Faktoren:

- Großes Interesse und Schulungsbedarf aufgrund der enormen Herausforderungen in der Gemeinschaftsgastronomie durch steigende Essenszahlen im Bereich der Kinder- und Jugendverpflegung.
- Allgemeines Interesse am Thema – Trendwende im Essverhalten.
- Einbettung in die Ökoland- und Tourismusstrategie 2020.
- Landtagsbeschluss zur Verwendung von mehr heimischen Lebensmitteln in der Gemeinschaftsgastronomie und V5-Zertifizierung.

## 2. Controllingbericht Projekt Nr. 2724

- Gute Unterstützung durch VerantwortungsträgerInnen in den Bereichen Politik, Landwirtschaft, Tourismus und Bildung.
- Auftaktveranstaltung und „Bürgermeisterkochen“ waren maßgebliche Impulsgeber.
- Engagement der Projektbegleitung und von Mitgliedern des Trägervereins. Herzlichen Dank insbesondere an Ernst Schwald von der Bodenseeakademie, Bgm. Walter Rauch, Spartenobmann Elmar Herburger und Bertram Martin (Martinshof).
- Gemeinsame Projektplanung mit relevanten PartnerInnen.
- Engagement des Kernteams: Aktiver, offener Zugang des MEHRWERT-Beauftragten auf PartnerInnen.
- Sympathischer und zuverlässiger Einsatz der Office-Managerin Juliane Feurstein.
- Gute Kontakte und Vernetzung der Projektleitung.
- Von Beginn an sind PartnerInnen und Partnerorganisationen aktiv auf das MEHRWERT-Team zugekommen und haben sich zur Zusammenarbeit angeboten bzw. um Unterstützung gebeten.
- Gute Öffentlichkeitsarbeit und Präsentation der Angebote via Aussendungen, Website, Facebook.
- Mundpropaganda.

### Hinderliche Faktoren:

- Fehlendes Budget für Öffentlichkeitsarbeit um die Gesamtbevölkerung und die Essensgäste in Gemeinschaftsgastronomie und Tourismus zu erreichen.
- Rahmenbedingungen in der LBS Lochau.
- KöchInnen aus Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung sind relativ schwer zur Teilnahme an MEHRWERT-Veranstaltungen zu motivieren. Durch Mundpropaganda läuft es jedoch zusehends besser.
- Wenig aktive Informationsweitergabe seitens einiger Partnerorganisationen im landwirtschaftlichen Bereich.

### Welche Folgerungen ziehen Sie daraus für die (weitere) Projektumsetzung?

- Wir nutzen weiterhin alle Möglichkeiten, um Küche und Landwirtschaft zu vernetzen, das Bewusstsein bei Verantwortungsträgern zu stärken und Multiplikatoren für die Themen Gesundheit und Regionalität zu sensibilisieren, zu schulen und ihnen Werkzeuge für die Praxis zur Verfügung zu stellen.
- Kooperation mit PartnerInnen in allen Bereichen und auf allen Ebenen bringt uns gemeinsam den gesteckten Zielen näher.

## 8. Nachhaltigkeit

Geben Sie an, welche Schritte bis zum jetzigen Zeitpunkt gesetzt wurden, um die Nachhaltigkeit des Projektes zu gewährleisten. Orientieren Sie sich dabei an den Qualitätskriterien zur „Nachhaltigkeit der Veränderungen“ unter [http://fgoe.org/qualitaetskriterien\\_grundprinzipien](http://fgoe.org/qualitaetskriterien_grundprinzipien).

### Statische Nachhaltigkeit

Die geplanten Beratungs- und Schulungsangebote stehen den jeweiligen Zielgruppen landesweit zur Verfügung und dienen dem Knowhow-Transfer und der Kompetenzerweiterung.

- Veranstaltungen sind gut besucht.
- 1162 Personen haben im Berichtszeitraum an MEHRWERT-Veranstaltungen teilgenommen und sich aktiv mit den Themen Regionalität & Gesundheit auseinandergesetzt.
- Über 80 % der TeilnehmerInnen haben im Zuge der Evaluation angegeben, dass sie dadurch ihre Kenntnisse (sehr) erweitern konnten.
- Wesentlicher Bestandteil des Projektes ist auch die Beratung von Gemeinschaftsverpflegungseinrichtungen hinsichtlich des vermehrten Einsatzes regionaler Lebensmittel und der Vernetzung mit Anbietern heimischer Qualitätslebensmittel. Detaillierte Information zu den Aktivitäten im Bereich der Beratung und Vernetzung bietet der Wirkungsbericht.

### Dynamische Nachhaltigkeit

Zur Sicherung der dynamischen Nachhaltigkeit wurden mit dem Evaluationsteam mehrere Abstimmungsgespräche geführt. Wir sind auch laufend bei den Veranstaltungen mit unseren Evaluatoreninnen im Austausch und stimmen die Projektfortführung auf Rückmeldungen unserer Evaluatoreninnen, die unsere Projektprozess begleiten, ab. So stellen wir sicher, das Projekt so optimal wie möglich an den Bedürfnissen der Zielgruppen auszurichten und auf sich ändernde Rahmenbedingungen abzustimmen.

- Beispielsweise bieten wir die Veranstaltungen für KöchInnen nicht mehr als Workshops, sondern als Schaukochen mit Ernährungsinformation an, was den Bedürfnissen der Zielgruppe sehr gut gerecht wird und hohe Zustimmung findet.
- Gemischte Workshops mit KüchenspezialistInnen und PädagogInnen haben sich aufgrund der unterschiedlichen Voraussetzungen im Bereich der Küchenfertigkeiten und des Knowhows zu wenig bewährt, daher bieten wir getrennte Veranstaltungen für die beiden Zielgruppen an.
- Bewährt haben sich gemeinsame Workshops für BäurInnen und PädagogInnen. Es ergeben sich nachhaltige Vernetzungen und das gemeinsame Arbeiten und der Austausch tragen maßgeblich zur Steigerung der Wertschätzung und zur vermehrten Verwendung gesunder, heimischer Lebensmittel bei.
- Um die bisher schwer zu erreichenden Zielgruppen aus Gastronomie, Tourismus und Landwirtschaft zu beteiligen, haben wir das Format „Küche trifft Landwirtschaft“ entwickelt, das sich sehr gut bewährt.
- Überzeugt vom Projekt MEHRWERT und den gut geeigneten Veranstaltungsformaten haben wir von der Wirtschaftskammer Vorarlberg, Sparte Tourismus, ein erstes Angebot zur Weiterführung von MEHRWERT nach der Projektphase erhalten.

### **Übertragbarkeit der Aktivitäten**

Insbesondere der MEHRWERT-Beauftragte fungiert als Multiplikator bewährter Maßnahmen im klassischen Sinn.

- Der Einblick, den er bei Begehungen/Besichtigungen, Beratungen und durch seine Mitarbeit in unterschiedlichen Einrichtungen bekommt, ermöglicht es ihm, einerseits vor Ort seine Ideen und Vorschläge einzubringen, andererseits Dinge, die sich bei anderen PartnerInnen bewährt haben, vorzuschlagen.
- Was sich in einer Region Vorarlbergs bewährt, übertragen wir schrittweise auf weitere Regionen, so beispielsweise unsere bewährten Vernetzungsveranstaltungen.
- Was von einer Zielgruppe besonders nachgefragt wird, bieten wir auch anderen an, beispielsweise die Kochworkshops mit vegetarischem Schwerpunkt.
- Was sich in einem Betrieb – egal ob in der Landwirtschaft oder in der Gastronomie – besonders bewährt, stellen wir – gemeinsam mit den stolzen und engagierten InhaberInnen oder MitarbeiterInnen – anderen interessierten PartnerInnen vor und denken gemeinsam über die Übertragbarkeit nach.

### **Strukturelle Veränderungen im System**

Wir freuen uns, dass das Projekt MEHRWERT FÜR ALLE von vielen Organisationen und Institutionen im Land inzwischen sehr begrüßt wird und das Projektteam in Workshops und Planungsgespräche eingeladen wird.

- Das ermöglicht uns, einen Beitrag zu einer nachhaltigen Regionalentwicklung und zur Bewusstseinsbildung für ein gesundes, regionales Speisenangebot zu leisten.
- Unser Eindruck – bestätigt auch durch Rückmeldungen und erste Evaluationsergebnisse – ist, dass MEHRWERT als maßgebliches Bindeglied zwischen Landwirtschaft, Gastronomie und Gemeinschaftsgastronomie das Bewusstsein für regionale Qualitätslebensmittel deutlich stärkt.
- Damit können wir – im Umfeld einer steigenden Zahl an professionellen Großhändlern – zumindest einen kleinen Beitrag leisten, die Beschaffung in einzelnen Gastrobetrieben regional und in Richtung direkter Absatzpartnerschaften zu lenken.
- Der MEHRWERT unmittelbarer Partnerschaften zwischen Gast- und Landwirt bezieht sich nicht nur auf frische, gesunde Lebensmittel aus der Region. Der MEHRWERT liegt darüber hinaus im Sozialkapital durch persönliche Wertschätzung zwischen Produzent und Gastronom und die mit hochwertigen und geschätzten Lebensmitteln verbundene Freude am Beruf.



## 9. Bisherige Aktivitäten der Reflexion und Evaluation

Bitte geben Sie an, welche Aktivitäten bisher zur Reflexion/Evaluation des Projektes gesetzt wurden. und bewerten Sie, wie der Reflexions-/Evaluationsprozess bisher läuft.

(Projekte mit eingereicherter Summe < €20.000,-- können diese Frage auslassen.)

### Reflexion/Selbstevaluation:

Im Berichtszeitraum von 20 Projektmonaten wurden 39 MEHRWERT-Veranstaltungen erfolgreich umgesetzt. Das entspricht 80 % der im Projektkonzept geplanten 50 Veranstaltungen. Insgesamt waren 1162 TeilnehmerInnen dabei, was 194 % der laut Plan zu erreichenden 600 TeilnehmerInnen entspricht.

Neben den drei Großveranstaltungen „MEHRWERT-Auftakt“, „Bürgermeisterkochen“ und „MEHRWERT mit dem BSBZ bei Bienen machen Schule“ wurden 6 Veranstaltungen unter dem Motto „Küche trifft Landwirtschaft“ und 30 Veranstaltungen in Form von Kochworkshops bzw. Schaukochen durchgeführt.

Die folgende Tabelle bietet eine Übersicht der Veranstaltungen mit den jeweiligen Daten und Teilnehmerzahlen.

Nr.	Veranstaltung	Datum	TN-Zahl
1	KOCH-WS und Genusstraining	26.11.2016	16
2	S'Ländle im Glas	30.11.2016	19
3	MWFA Projektaufakt	23.01.2017	180
4	Gesundes und Regionales für Naschkatzen	22.02.2017	8
5	Cooler Kindergerichte	15.03.2017	13
6	Frische, freche, pikante Snacks	25.03.2017	14
7	Frische, freche, pikante Snacks	01.04.2017	16
8	Bürgermeister kochen regional	06.04.2017	192
9	Kochen ist kinderleicht	22.04.2017	16
10	Freches aus Sennerei-Spezialitäten und Blüten	04.05.2017	14
11	Alles Käse	10.05.2017	7
12	MWFA beim Poly-Landeswettbewerb	16.05.2017	32
13	Kuchen und süße Imbisse	17.05.2017	8
14	Leichter, gesünder, moderner kochen	19.05.2017	13
15	Fermentieren & Haltbarmachen	31.05.2017	7

## 2. Controllingbericht Projekt Nr. 2724

Nr.	Veranstaltung	Datum	TN-Zahl
16	Vegetarisches und Veganes für Kinder	10.06.2017	<b>14</b>
17	"KÜ trifft LW" am Eichenberg	27.06.2017	<b>34</b>
18	Breikost regional	04.07.2017	<b>7</b>
19	Von der Erde auf den Teller	04.09.2017	<b>17</b>
20	MEHRWERT/Bienen machen Schule/BSBZ	7.-9.9.2017	<b>150</b>
21	Vegetarisches und Veganes für Kinder	16.09.2017	<b>14</b>
22	Vegetarisches und Veganes für Gastronomie und Gemeinschaftsgastro	27.09.2017	<b>12</b>
23	"KÜ trifft Bio-LW" in Doren	10.10.2017	<b>50</b>
24	Kreatives aus Kürbis und Kohlköpfen	14.10.2017	<b>11</b>
25	Tagesmütter KWS/Genuss-WS	11.11.2017	<b>10</b>
26	Alles Käse - Exkursion Vorarlberg Milch	16.11.2017	<b>13</b>
27	Impulsstammtisch für Gemeinschaftsköche	21.11.2017	<b>8</b>
28	Wintergemüse und Wintersalate	10.01.2018	<b>26</b>
29	Althergebrachtes neu entdecken: Wintergemüse und Wintersalate	24.01.2018	<b>17</b>
30	"KÜ trifft LW" Vielfalt der Bodenseefische	30.01.2018	<b>38</b>
31	Poly Landesbewerb, Vorbereitung	28.02.2018	<b>18</b>
32	Schuljause: cool, gesund & regional	13.03.2018	<b>18</b>
33	Die flippige Jause „to go“ – schnell – einfach – nahrhaft	17.03.2018	<b>7</b>
34	Regional, saisonal, kreativ und preiswert – für KochlehrerInnen	04.04.2018	<b>6</b>
35	Ploy-Regional kochen	26.04.2018	<b>18</b>
36	Nose to tail vom Rind	07.05.2018	<b>24</b>
37	"KÜ trifft LW" Yak & Spargel	22.05.2018	<b>31</b>
38	"KÜ trifft LW" Alpe Buchen	04.06.2018	<b>30</b>
39	"KÜ trifft LW" Freiburger Hütte	27.06.2018	<b>34</b>
			1162

### Teilnehmerstruktur bei „Kochworkshops“ und „Küche trifft Landwirtschaft“

An den 36 dezidiert als Koch- und Vernetzungsveranstaltungen ausgeschriebenem Angeboten nahmen insgesamt 648 Personen teil. 92 Personen waren bei zwei oder mehr MEHRWERT-Terminen dabei.

Die Personen sind den folgenden Berufsgruppen zuzuordnen:

Koch-WS & Kü trifft LW	TN	%
Pädagogik	209	32
Gemeinschaftsgastronomie	111	17
Tourismus/Gastronomie	87	13
Landwirtschaft	121	19
Handel/Metzgerei/Molkerei	28	4
Sonstiges/nicht bekannt	92	14
<b>Gesamtergebnis</b>	<b>648</b>	<b>100</b>

### Teilnehmerstruktur bei „Küche trifft Landwirtschaft“

Beim Bürgermeisterkochen mit 192 TeilnehmerInnen waren Gäste aus den Sozialzentren, den Gemeinden und landwirtschaftlichen Betrieben geladen. Die genaue Teilnehmerstruktur wurde nicht erfasst.

An den weiteren sechs Vernetzungsveranstaltungen „Küche trifft Landwirtschaft“ nahmen gesamt 219 Personen teil. Bei diesen Veranstaltungen ist es uns gelungen, eine sehr ausgewogene Teilnehmerstruktur zu gewinnen. Ein knappes Drittel stammt aus dem Tourismus bzw. der Gastronomie und 10 % gehören der Gemeinschaftsgastronomie an. Ein Drittel der TeilnehmerInnen war aus der Landwirtschaft und 5 % sind im dem Handel, Metzgereien oder Molkereien tätig.

Eine Aufteilung nach Berufsgruppen ist der nachfolgenden Tabelle ersichtlich.

"Küche trifft Landwirtschaft"	TN	%
Pädagogik	15	7
Gemeinschaftsgastronomie	23	11
Tourismus/Gastronomie	66	30
Landwirtschaft	69	32
Handel/Metzgerei/Molkerei	12	5
Sonstiges/nicht bekannt	34	16
<b>Gesamtergebnis</b>	<b>219</b>	<b>100</b>

### Teilnehmerstruktur bei „Kochworkshops“

An den 30 Kochworkshops haben 429 Interessierte teilgenommen. 45 % stammen aus dem pädagogischen Bereich. Details siehe nachfolgende Tabelle.

Mit den Kochworkshops und den „Schau-Kochkursen“ konnten wir vorrangig PädagogInnen und Fachleute aus der Gemeinschaftsgastronomie ansprechen. 12 % der TeilnehmerInnen waren aus dem landwirtschaftlichen Bereich.

Koch-Workshops	TN	%
Pädagogik	194	45
Gemeinschaftsgastronomie	88	21
Tourismus/Gastronomie	21	5
Landwirtschaft	52	12
Handel/Metzgerei/Molkerei	16	4
Sonstiges/nicht bekannt	58	14
<b>Gesamtergebnis</b>	<b>429</b>	<b>100</b>

### **Selbstevaluation der Kochworkshops**

Wir haben die ersten 13 Kochworkshops schriftlich evaluiert und dabei 154 Fragebogen verteilt.

- 125 TeilnehmerInnen haben den jeweiligen Fragebogen ausgefüllt retourniert.
- Über  $\frac{3}{4}$  der TeilnehmerInnen bestätigen dem Kursleiter allerbeste Vorbereitung, perfekte Demonstrationen und Erklärungen sowie absolute Begeisterungsfähigkeit.
- Bezüglich der Veranstaltungsorganisation haben uns die kritischen Stimmen hinsichtlich Zeitmanagement zu einer noch besseren Planung, Vorbereitung und Strukturierung veranlasst.
- Sehr hilfreich sind für uns die erfassten Wünsche und Bedürfnisse für die Planung der weiteren Veranstaltungen.

Nach der Veranstaltung „Küche trifft Landwirtschaft am Eichenberg“ hat unsere neue Projektassistentin Juliane Feurstein die TeilnehmerInnen telefonisch kontaktiert. Wir haben uns über die vielen begeisterten Rückmeldungen und v.a. über die konkreten Vernetzungen gefreut:

- Gertraud Meusburger wird ab dem Frühjahr, wenn es die nächsten Kitzle gibt, mit Grillmeister Andreas Franz zusammenarbeiten. Spitalskoch Hermann Gleich ist ebenfalls am Kitzfleisch interessiert.
- Cornelia und Jakob Mathis haben durch die Veranstaltung Günter Hämmerle vom Gasthof Schäfle in Rankweil und Gebhard Flatz vom Sennhof in Rankweil als neue Partner gewonnen.
- Lukas Elbs, 19jähriger Spargelbauer aus dem Leiblachtal, plante für Gernot Müller von „Okims Korean Food“ in Hard Kräuter anzubauen und führte mit uns zwischenzeitlich die Veranstaltung „Küche trifft Landwirtschaft bei Yak und Spargel“ durch.

Grundsätzlich sind alle unsere Veranstaltungen „Folgeveranstaltungen“, die in der Diskussion mit VeranstaltungsteilnehmerInnen und in vielen Fällen auch auf deren Einladung auf den eigenen Hof, ins eigene Restaurant oder zu einer eigenen Veranstaltung entstanden sind.

Detaillierte Information bietet der beiliegende Wirkungsbericht über die ersten 20 Projektmonate.

### Externe Evaluation:

(Anmerkung: Dieser Abschnitt ist von der externen Evaluation auszufüllen.)

Für das Projekt „MEHRWERT FÜR ALLE – Frischer Wind für Gesundheit und Regionalität in Landwirtschaft, Gastronomie“ wurden im abgelaufenen Projektjahr drei Online-Befragungen durchgeführt.

**Von November bis Dezember 2017 wurden mittels Online-Umfrage 215 Landwirte befragt.**

100 Landwirte wurden über den Newsletter von Ländle-Bur erreicht.

#### **Themen der Befragung waren folgende:**

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

48 Landwirte haben an der Befragung teilgenommen.

#### **Fazit aus der Evaluation des 1. Projektjahres:**

- Ausbaufähig ist der Verkauf von regionalen landwirtschaftlichen Produkten an Betriebe der Gemeinschaftsverpflegung (Seniorenheime, Schulküchen, usw.).
- Landwirte geben ein hohes Interesse an, ihre landwirtschaftlichen Produkte an die Gemeinschaftsgastronomie zu verkaufen.
- Von den Landwirten gewünscht wird auch eine Plattform – diese Plattform wurde bereits über ein Leader-Projekt realisiert.
- Das Projekt MEHRWERT konnte die LandwirtInnen auch als TeilnehmerInnen nur bedingt erreichen. Das mag daran liegen, dass viele Landwirte unter bestimmten Voraussetzungen grundsätzlich über Ländle-Marketing und BIO-AUSTRIA sehr gut organisiert sind. Das sind auch Ergebnisse aus den Interviews des Evaluationsteams mit den jeweiligen Geschäftsführern. Auch wenn Landwirte Schulungsbedarf haben, dann sind sie über die Strukturen des Ländle-Marketings und BIO-AUSTRIA sowie über das bäuerliche Fortbildungsinstitut sehr gut bedient. Das mag eine mögliche Erklärung sein, dass die Landwirte eher zurückhaltend in der Teilnahme an Kursen von Mehrwert waren.

Im gleichen Zeitraum (**Dezember 2017**) wurde eine **Umfrage an die GemeinschaftsverpflegerInnen** gestartet. 138 Personen aus der Gemeinschaftsverpflegung wurden befragt (davon waren 48 KüchenleiterInnen). Mit nochmaligem Nachfragen konnten 10 Fragebögen in die Auswertung fließen. Der Rücklauf entspricht damit 13,8 Prozent. Folgende Kategorien wurden im Online-Fragebogen abgefragt:

- Bewusstsein
- Kenntnisse und Fähigkeiten
- Umsetzung
- Vernetzung

### Schwerpunkte dieser Befragung waren unter anderem:

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

### Ergebnisse aus der Befragung vom Dezember 2017

- 8 von 10 GemeinschaftsverpflegerInnen, die den Fragebogen beantwortet haben, ist das Projekt MEHRWERT bekannt. 7 davon haben an einer oder mehreren Veranstaltungen teilgenommen.
- 7 von 10 GemeinschaftsverpflegerInnen beziehen schon landwirtschaftliche Produkte aus der Region, zum Teil schon ab Hof.
- Gründe für NICHT-Bezug liegen zum Teil in einem zu geringen regionalen Angebot und zum Teil in logistischen Problemen. Oft können Landwirte die gewünschte Menge nicht liefern bzw. nicht zum gewünschten Zeitpunkt. 5 der befragten GemeinschaftsverpflegerInnen verwenden schon regionale Produkte.

### Fazit:

- Hier wäre natürlich noch Spielraum nach oben. Das logistische Thema könnte beispielsweise mit dem Leader-Projekt „Vermarktungsdrehscheibe Vorderland-Walgau-Bludenz“ angegangen werden, zumindest für eine Region.
- Die GemeinschaftsverpflegerInnen verwenden zu einem großen Teil schon regionale Produkte, sind aber trotzdem noch interessiert, dass in ihrem Betrieb noch mehr regionale, saisonale Produkte verwendet werden.
- Gerade die GemeinschaftsverpflegerInnen und die GastronomInnen sind wichtige PartnerInnen im Projekt Mehrwert.

### Im Frühjahr 2018 wurden alle TeilnehmerInnen, die an einer Mehrwertveranstaltung im Jahr 2017 teilgenommen haben befragt.

Aus den Adressen (n=224) wurden die doppelt erfassten (64 TN haben an mehreren Veranstaltungen teilgenommen) auf eine Adresse reduziert. Somit konnten 160 TeilnehmerInnen befragt werden.

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

### Ergebnisse der Befragung:

- Die Befragten kamen aus Interesse am Thema bzw. um ihre Kenntnisse zu erweitern zu den Veranstaltungen. Für manche sind das Interesse am gegenseitigen Austausch und die persönliche Schulung wichtig.
- Zwischen 40 und 69 Prozent der Befragten geben ein verändertes Konsumverhalten durch mehr Konsum an frischen, hochwertigen Lebensmitteln aus der Region als Effekt der Teilnahme an.
- Zwei Drittel der Befragten können den Einkauf an Lebensmitteln beeinflussen.

- Im praktischen Alltag setzen 20 Prozent ihr Wissen voll um, ca. die Hälfte oder zwei Drittel lassen es teilweise in den Alltag einfließen.
- Bis zu einem Viertel der TeilnehmerInnen an Schulungen geben an, neue Kenntnisse erworben zu haben.
- Die allgemeine Wertschätzung vom Personal zu Anbietern landwirtschaftlicher Produkte ist gestiegen.
- Die Zufriedenheit der Gäste ist ausgewogen.
- Mit den Veranstaltungen wurden vorwiegend MitarbeiterInnen aus dem pädagogischen Bereich und der Gemeinschaftsverpflegung erreicht.
- Zwei Drittel haben mehrfach teilgenommen und ein Drittel der Teilnehmenden waren einmalig dabei.
- Die Zielgruppen der Landwirtschaft und Gastronomie konnten im ersten Projektabschnitt nur in geringem Ausmaß angesprochen werden.

Welche Folgerungen ziehen Sie (als Projektleiter/in) daraus für den (weiteren) Reflexions- bzw. Evaluationsprozess?

Der gesundheitliche Nutzen einer frischen Küche aus landwirtschaftlichen Ursprungsprodukten steht außer Zweifel. Eine Frage, die uns von politischer Seite immer wieder gestellt wurde, ist jene nach tatsächlichen Absatzpartnerschaften, die sich infolge unserer Veranstaltungen ergeben haben. Hier gilt es bei der finalen Evaluation zu überlegen, inwiefern eine solche Erfassung Kernthema des Projektes bzw. der Projektevaluation ist.

Generell wollen wir uns im nächsten Abschnitt vermehrt der Gesamtwirkung des Projektes widmen. Die konkreten Fragestellungen werden wir gemeinsam mit unseren EvaluatorInnen in der nächsten Besprechung erarbeiten.

Um unsere TeilnehmerInnen nicht mit Evaluationsbogen und Umfragen übermäßig zu strapazieren, beschränken wir uns bei der Evaluation im klassischen Sinn auf die Umfragen der Sinnfabrik. Rückmeldungen, spezielle Wünsche für Folgeveranstaltungen und ähnliches nehmen die Projektassistentin oder die Projektleiterin, die bei den jeweiligen Veranstaltungen dabei sind, persönlich entgegen und fragen die TeilnehmerInnen im moderierten Gespräch oder in Einzelgesprächen auch gezielt danach.

## 10. Bisherige Lernerfahrungen sowie (Zwischen-)Evaluationsergebnisse

Fassen Sie die wichtigsten bisherigen Lernerfahrungen und ggf. Ergebnisse der Reflexion und Evaluation prägnant zusammen und stellen Sie dar, ob und welche Folgerungen Sie daraus für die weitere Projektumsetzung ziehen (z.B. neue Angebote, geänderte Veranstaltungszeiten).

Eigene Lernerfahrungen/(Zwischen-)Ergebnisse der Reflexion/Selbstevaluation:

Der Austausch mit den Evaluatoreninnen und unseren PartnerInnen sowie die Selbstevaluation helfen uns, das Projekt an den Bedürfnissen unserer Zielgruppen auszurichten.

- Die bisherigen Evaluationsergebnisse widerspiegeln, dass die TeilnehmerInnen von den Veranstaltungsinhalten, der Umsetzung und dem Gesamtprojekt profitieren und die erworbenen Kenntnisse und Fertigkeiten in der Praxis umsetzen können.
- Evaluationsergebnisse zeigen, dass die Positionierung des Projektes sehr gut gelungen ist.
- Beteiligung an Veranstaltungen übersteigen die Erwartungen – mit 1162 TN wurden 194 % der geplanten Teilnehmerzahl bereits in zwei Dritteln der Projektlaufzeit erreicht.
- Mit dem Veranstaltungsformat „Küche trifft Landwirtschaft“ gelingt es uns sehr gut, Fachleute aus Tourismus, Landwirtschaft und Gemeinschaftsgastronomie als TeilnehmerInnen zu gewinnen. Wie auch die Teilnehmerstatistik zeigt, konnten wir alle Zielgruppen durch die neu gewählten Veranstaltungsformate zwischenzeitlich ausgewogen erreichen.
- Sehr gute Vernetzung.
- MEHRWERT ist als Umsetzungspartner sehr und als Beratungspartner gut gefragt.
- V5-Zertifizierung kann einen weiteren Impuls hinsichtlich mehr frischen regionalen Lebensmitteln in der Gemeinschaftsgastronomie geben. Abläufe müssten im Sinne von Kundenservice und vermehrter Nutzung des Beratungsangebotes optimiert werden.
- Veranstaltungen haben wir aufgrund von Lernerfahrungen zu Projektbeginn hinsichtlich Zeitmanagement und der eingeladenen Berufsgruppen optimiert.
- Erfahrungen bezüglich Veranstaltungszeiten: PädagogInnen und LandwirtInnen schätzen die Veranstaltungen am Samstag über Mittag. LandwirtInnen erreichen wir ansonsten am besten nachmittags zwischen 13:30 und 16:30 Uhr. Gastronomen hätten gerne Vormittagstermine, Gemeinschaftsgastronomen kommen bevorzugt abends zwischen 17:00 und 20:00 Uhr zu den Veranstaltungen. In den Sommermonaten von Juli bis Mitte September ist die Bereitschaft der PädagogInnen zur Teilnahme an Veranstaltungen denkbar gering.
- Veranstaltungen haben wir – gemäß Rückmeldungen – noch besser den unterschiedlichen Bedürfnissen der Zielgruppen angepasst.
- VeranstaltungsteilnehmerInnen sind von angebotenen Programmen, Good Practice Beispielen, gesunden Köstlichkeiten aus der Region und der Gelegenheit, sich in moderierter Runde selbst zu präsentieren, begeistert.
- Vernetzungsveranstaltungen münden in Absatzpartnerschaften und Ideenaustausch beflügelt Innovationen in Landwirtschaft und Tourismus.



### (Zwischen-)Ergebnisse der externen Evaluation:

(Anmerkung: Dieser Abschnitt ist von der externen Evaluation auszufüllen.)

#### **Allgemeines zum Projekt MEHRWERT**

Das Projekt „MEHRWERT FÜR ALLE– Frischer Wind für Gesundheit und Regionalität in Landwirtschaft, Gastronomie“ hat stark an Bekanntheitsgrad zugenommen. Veranstaltungen wurden gezielter konzipiert, Netzwerkveranstaltungen „Küche trifft Landwirtschaft“ werden gut angenommen. Die Netzwerkveranstaltungen hatten zum Teil sehr ausgewählte und spezielle Themen zum Inhalt. Sei es ein Alpbesuch in Schwarzenberg, Yak trifft Spargel, Küche trifft Landwirtschaft auf der Freiburger Hütte. Mit diesen speziellen Workshops konnten auch TeilnehmerInnen aus der Gastronomie und Landwirtschaft gewonnen werden.

#### **Projektteam**

Das Projektteam zeigt einen hohen fachlichen Einsatz und Freude an der Umsetzung. Dies zeigt sich auch in den Ergebnissen der Umfrage. TeilnehmerInnen gehen auf die Veranstaltung von MEHRWERT, weil ihnen der ausgeschriebene Inhalt zusagt. MEHRWERT versucht Lückenthemen aufzugreifen und sich dort einen Platz zu schaffen. Das ist dem Projektteam sehr gut gelungen.

#### **Erreichung der Fachleute aus dem Bildungsbereich**

PädagogInnen wurden mit den MEHRWERT-Angeboten von Anfang an sehr gut erreicht. 32 % der TeilnehmerInnen der Veranstaltungen stammen aus den Bereichen Pädagogik, Kinder- und Mittagsbetreuung.

#### **Erreichung der Gemeinschaftsgastronomen**

Die Gemeinschaftsgastronomen, die im ersten Projektdrittel nur zögerlich an der Koch-Veranstaltungen teilgenommen haben, was möglicherweise daran liegt, dass die ARGE-Küchenleitung für Heimküche eigene Koch-Workshops veranstaltet konnten im zweiten Abschnitt besser angesprochen werden. In den ersten 20 Projektmonaten stammten 17 % der VeranstaltungsteilnehmerInnen aus Gemeinschaftsküchen, was in Relation zu den Gemeinschaftsverpflegungsbetrieben in Vorarlberg ein hoher Anteil ist. Dennoch ist die Zielgruppe der Gemeinschaftsverpfleger in der Erreichung etwas schwieriger gewesen.

Im Laufe der Evaluation konnte auch der Kontakt mit sehr engagierten KüchenleiterInnen hergestellt werden. Diese beziehen schon regionale, landwirtschaftliche Produkte und sind sehr flexibel auch in der Anwendung, d.h. Gemüse wird dann bezogen, wenn es regional vorhanden ist und dementsprechend passen sich auch Speisepläne an. GemeinschaftsverpflegerInnen arbeiten, was die Zubereitungsmethoden anbelangt, sicher schon auf sehr rationellem Niveau.

Andere mögliche Gründe in der Nicht-Erreichung liegen evtl. in der budgetären Situation dieser Großküchen – was wiederum oft als Ausrede dienen kann: Sprich: „Die Kosten für einen anderen Lebensmitteleinkauf sind zu hoch“. In diesem Bereich sind natürlich die Gemeinden und das Land Vorarlberg gefordert auch politisch Druck zu machen. Das Bewusstsein hat sich in jedem Fall verändert. Dass hier etwas getan werden muss, ist inzwischen klar geworden. Da könnte auch die Politik den Hebel ansetzen. Es gibt GemeinschaftsverpflegerInnen, die wirklich als Good-Practice-Beispiele genannt werden können. Das Projekt MEHRWERT hat hier sicherlich eine Sensibilisierung für das Thema geschaffen.

Ein Impuls für die verstärkte Zusammenarbeit mit den Gemeinschaftsverpflegungsbetrieben gibt die V5-Zertifizierung. Dabei konnte für die Datenerhebung im Rahmen der Zertifizierung das Ländle Qualitätsprodukte Marketing gewonnen werden. Ein MEHRWERT-Beauftragter hat im Rahmen der Zertifizierung beratende und vernetzende Aufgaben. Insgesamt soll so eine Steigerung des Anteils an heimischen und regionalen biologischen Produkten die Folge sein. Empfehlenswert ist, dass alle

Zertifizierungswerber zur Steigerung des Anteils an Vorarlberger Produkten und zur weiteren Vernetzung mit heimischen Anbietern beraten werden.

### **Erreichung von Gastronomie und Tourismus**

Was im ersten Projektdrittel kaum funktioniert hat, ist mit der Einführung der Veranstaltungen „Küche trifft Landwirtschaft“ besser gelungen, da 30 % der TeilnehmerInnen aus der Gastronomie stammten.

### **Erreichung der LandwirtInnen**

Auch die LandwirtInnen, die unserer Evaluation zufolge im ersten Projektdrittel noch zu wenig erreicht wurden, werden durch die Vernetzungstreffen „Küche trifft Landwirtschaft“ besser erreicht. In einer ersten Online-Befragung, die per Email an 215 Landwirte gegangen ist, haben 48 Landwirte die Fragen beantwortet. Von den 48 Personen haben 21 gesagt, dass sie zumindest 1 x auf einer Mehrwertveranstaltung waren. Im zweiten Abschnitt des Projektes konnten laut interner Evaluation über die Veranstaltungsreihe „Küche trifft Landwirtschaft“ mehr TeilnehmerInnen aus der Landwirtschaft erreicht werden. Über den gesamten bisherigen Projektverlauf betrachtet, stammen 19 % der TeilnehmerInnen aus der Landwirtschaft.

### **Synergien nutzen – Mehrgleisigkeiten vermeiden**

Wir sind der Frage nachgegangen, ob es neben den vielen Initiativen, die sich mit regionalen Lebensmitteln beschäftigen, den Aktivitäten der Landwirtschaftskammer und der Ländle Qualitätsprodukte Marketing GmbH (LQM) MEHRWERT FÜR ALLE noch braucht:

Die LQM versteht sich als Serviceplattform für Vorarlberger Landwirte in Bezug auf Herkunft, Qualität, Sicherheit und Vermarktung ihrer Produkte. Im Weiteren vernetzt sie Landwirte als Lieferanten mit Vertriebspartnern (z.B. Direktvermarkter, Hofläden, Sennereiläden, Metzgereien und Einzelhandelspartnern) und erhöht das Bewusstsein der Konsumenten für die Vorzüge regionaler Lebensmittel, die mit Herkunfts- und Gütesiegel ausgestattet sind. Zahlreiche Projekte z.B. Slowfood, Genußregionen, ... haben sich ähnliche Ziele wie das MEHRWERT Projekt gesetzt.

### **Wie ergänzt MEHRWERT die etablierten Institutionen und deren Angebote?**

MEHRWERT ergänzt die Aktivitäten des Ländle-Marketings, des Ländlichen Fortbildungsinstitutes (LFI) und anderer Angebote der Landwirtschaftskammer einerseits durch Koch-Workshops und professionell organisierte Vernetzungsveranstaltungen, die zu einem Drittel von LandwirtInnen, einem Drittel von GastronomInnen/KöchlInnen und zu 11 % von GemeinschaftsverpflegerInnen und 5 % von VertreterInnen des Handels, Molkereien und Metzgereien besucht wurden und damit eine ideale Basis für individuelle Vernetzung bilden.\*

MEHRWERT richtet sich an MultiplikatorInnen aus den Bereichen Bildung, Landwirtschaft, Tourismus und Gemeinschaftsgastronomie und

- spricht insbesondere LandwirtInnen an, die Nischenprodukte herstellen, sich innovativ entwickeln und individuell vernetzen wollen und an Direktvermarktung interessiert sind.
- spricht GastronomInnen/KöchlInnen an, die genau an diesen Nischenprodukten interessiert sind und die sich mit LandwirtInnen austauschen wollen. Im Fokus stehen KöchlInnen und GastronomInnen, die in kompakter Form erleben wollen, wie und wo die LandwirtInnen arbeiten und welche Geschichten hinter den Lebensmitteln stecken.
- lädt jene MultiplikatorInnen ein, die eigene Erfahrungen bereitwillig weitergeben, an persönlichen Kontakten, Produktentwicklung und nachhaltiger gemeinsamer Weiterentwicklung interessiert sind.
- bietet PädagogInnen und den anderen Zielgruppen auf ihre Wünsche und Bedürfnisse abgestimmte Weiterbildungsveranstaltungen.

- greift Spezialthemen, wie beispielsweise „Nose to Tail“, mit FachexpertInnen auf und erschließt damit neue Teilnehmerkreise, die gemeinsam eine nachhaltige Entwicklung im Land vorantreiben sollen.
- hat ein umfassendes Netzwerk von über 1100 PartnerInnen aufgebaut, die regelmäßig über Aktivitäten und Veranstaltungen informiert werden.\*
- ist gut mit Partnerorganisationen vernetzt. Dafür spricht, dass das Projekt in den 20 Projektmonaten bei 15 Veranstaltungen von PartnerInnen präsentiert wurde und in vielen Fällen dort auch für die Umsetzung eines regionalen, saisonalen und gesunden Verpflegungsangebotes gesorgt hat.\*
- Veranstaltungen werden umgekehrt auch gut und gerne von VertreterInnen der Partnerorganisationen besucht.\*
- hat sich bislang vernetzt und teilweise auch schon gemeinsame Veranstaltungen ausgerichtet mit ...
  - 21 Partnerorganisationen/Betrieben aus dem landwirtschaftlichen Bereich,
  - 27 Partnerorganisationen/Betrieben/Sozialzentren im Bereich der Gemeinschaftsverpflegung,
  - 14 Partnerorganisationen/Betrieben aus dem Bereich Tourismus und Gastronomie
  - 12 Schulen und Partnerorganisationen aus dem Bildungsbereich und
  - 6 überregionalen Partnerschaften (Regios, Gemeindeverband ...)\*
- bezieht PartnerInnen in die Projektausrichtung ein ...
  - 35 VertreterInnen von Partnerorganisationen in die Entwicklung\*
  - in 5 Kreativstammtischen haben PartnerInnen aus den unterschiedlichsten Bereichen und Regionen mit dem Projektteam Synergien ausgelotet und Inhalte abgesteckt, um Mehrgleisigkeiten zu vermeiden.
  - PartnerInnen aus dem Bildungs- und Gemeinschaftsverpflegungsbereich wurden nach dem ersten Projektdrittel zu einem Stammtisch eingeladen, bei dem der aktuelle Projektverlauf diskutiert, Synergien ausgelotet und die Weiterführung gemeinsam abgesteckt wurde.
  - mit VertreterInnen der LWK, der Ländle Marketing GmbH, Bio-Austria-Vorarlberg, dem LFI und Vertretern der Regios fand ebenfalls nach dem ersten Projektdrittel eine Projektpräsentation mit Austausch statt, um Synergien auszuloten und Handlungsfelder abzustecken.

Die zusammenfassende Auswertung der Mehrwertveranstaltungen nach den Kategorien: Im ersten Projektjahr wurden die Teilnehmenden der Mehrwert-Veranstaltung direkt vor Ort mit einem kurzen Fragebogen befragt. Die einzelnen Items des Fragebogens konnten folgenden Faktoren zugeordnet werden:

- **Bewusstsein**  
(Bsp.: Konnte der Workshop das Bewusstsein für regionale, saisonale Lebensmittel stärken? Konnte der Workshop den Mehrwert aufzeigen, wenn wir regionale Lebensmittel verwenden?)
- **Kenntnisse und Fähigkeiten**  
(Bsp.: Konnten die TeilnehmerInnen der Workshops ihre Kenntnisse zB über rationelle Zubereitungsmethoden usw. erweitern?)
- **Umsetzung**  
(Bsp.: Sind die Rezepte in der Praxis durchführbar? Konnte der Workshop die TeilnehmerInnen motivieren, die gewonnen Erkenntnisse in die Praxis umzusetzen?)

- **Vernetzung**

(Bsp.: Förderte der Workshop die Vernetzung von landwirtschaftlichen Betrieben mit Fachpersonen aus der Gemeinschaftsverpflegung und der Gastronomie?)

**Ergebnisse:**

- **Faktor Bewusstsein:** Die Workshops konnten die Wichtigkeit regionaler, saisonaler Produkte deutlich machen. Die Workshops konnten auch den Mehrwert der Verwendung regionaler, saisonaler Produkte aufzeigen. Ca. 80 % der Antworten lagen bei trifft sehr stark bis stark zu.
- **Auswirkung auf die Gesundheit:** Die TeilnehmerInnen gaben an durch die Workshops einen hohen Zusammenhang zwischen saisonaler, regionaler Ernährung und Gesundheit herstellen zu können – ca. 70 %.
- **Faktor Kenntnisse und Fähigkeiten:** Bis zu 80 % der TeilnehmerInnen bejahen, dass sie durch die Workshopteilnahme neues Wissen und Fähigkeiten erworben haben.
- Ca. die Hälfte der TeilnehmerInnen gaben an ein Mehrwissen über **rationelle Abläufe und technische Hilfsmittel** sich angeeignet zu haben. Auf die Frage hin ob die Verwendung von regionalen Lebensmitteln mit Mehrkosten verbunden sind, antworteten 50 % der Befragten mit ja und 50 % meinten die Verwendung von regionalen, saisonalen Lebensmitteln wäre günstiger.
- **Faktor Umsetzung:** Die TeilnehmerInnen beurteilen die Umsetzbarkeit der Workshopinhalte für die Praxis mit ca. 85 % mit sehr gut.
- **Faktor Vernetzung:** Ca. 60 % der Teilnehmer an Workshops gab an, dass diese die Vernetzung von Anbietern landwirtschaftlicher, regionaler Produkte mit Fachpersonen aus dem Verpflegungsbereich und der Gastronomie förderten.
- Knapp unter der Hälfte der Teilnehmenden antworteten positiv, dass die **Bedürfnisse der Gastronomie und die Möglichkeiten für Landwirtschaft** durch den Workshop aufgezeigt werden konnte.

Die durchgeführten Workshops konnten die Wichtigkeit regionaler, saisonaler Produkte deutlich machen und die Produkte wurden im Anschluss der Workshops auch stärker verwendet.

**\*Daten wurden freundlicherweise von der Projektleitung Fr. Stöckler aus der internen Evaluation ergänzt.**

## 11. Ausblick

Beschreiben Sie die wichtigsten Aktivitäten und Methoden im nächsten Berichtszeitraum bzw. über das Projektende hinaus.

Für die finalen 10 Projektmonate haben wir folgendes geplant:

14 MEHRWERT-Veranstaltungen zur Vernetzung von LandwirtInnen mit KöchInnen und GastronomInnen, zur Steigerung der Direktvermarktung, zur Vermittlung von Knowhow, zur Verarbeitung und Zubereitung heimischer Lebensmittel, zur Bewusstseinsbildung und zur Mitgestaltung einer nachhaltigen Regionalentwicklung.

16.7.2018: KWS mit OGV/Gasthof Mohren Rankweil

18.9.2018: „Küche trifft Landwirtschaft“ am Dünserberg (Armin & Dorothea Rauch, Walter Sohm, Walter Rauch)

24.9.2018: „Küche trifft Landwirtschaft“ am Malerhof, Heldernhof und im Seerestaurant Glashaus in Höchst, Kooperation mit Bodensee-Vorarlberg-Tourismus

1.10.2018: „Nose to Tail“ bei Metzgerei Dür, Hohenweiler

15.10.2018: Schaukochen im Kleinwalsertal, Wirtshaus Hoheneck, Jürgen Denk

23.10.2018: „Küche trifft Landwirtschaft“ – „Marktplatz“ in Rankweil mit Gstach Schweinemast, Verein vom Ländle Bur und Regionalmarkt Walgau, Bludenz, Vorderland

26.10.2018: MW beim Apfel-Kartoffelfest in der Regio im Walgau

7.11.2018: „Küche trifft Landwirtschaft“ im Hotel Krone in Langenegg, Kooperation mit Naturpark Nagelfluhkette, Genossenschaftsmetzgerei Vorderwald, Energieinstitut Vorarlberg

10.11.2018: KWS im BSBZ Hohenems für Tagesmütter Feldkirch

17.11.2018: KWS im BSBZ für TagesbetreuerInnen

28.11.2018: KWS im BSBZ für KinderbetreuerInnen

Jänner 2019: Fachtagung „Kooperation Gastro & Landwirtschaft“ in Zusammenarbeit mit dem Naturschutzrat

März 2019: „Ernährungsverhalten, Ernährungsversorgung“ – Landwirtschaft verstehen.

März 2019: MEHRWERT-Projektabschlussveranstaltung

Impulse für Gemeinschaftsgastronomie und Tourismus zum vermehrten Einsatz heimischer Qualitätsprodukte und für eine frische, gesunde Küche.

Aufbereitung der Projektergebnisse und Ausloten der konkreten Weiterführung in Zusammenarbeit mit der Sparte Tourismus der Wirtschaftskammer Vorarlberg.

**TEIL 3 – Kostenübersicht****Ausgaben–Einnahmen–Rechnung**

Stellen Sie Ihre bisherigen Ausgaben und Einnahmen zum Projekt entsprechend dem Aufbau des genehmigten Projektbudgets dar. Es sind keine detaillierten Angaben nötig, sondern nur die jeweiligen Summen pro Budgetposition anzugeben, um dem Fördergeber einen groben Überblick über die momentane Budgetsituation zu geben. Führen Sie zwecks Vollständigkeit auch nicht genehmigte bzw. im Antrag nicht budgetierte Projektausgaben an.

**Ausgaben:**

Personalkosten	€	162707
Honorarkosten	€	102185
Öffentlichkeitsarbeit/ReferentInnen	€	11188
Sachkosten/Spesen	€	24231
Evaluationskosten	€	15675
nicht budgetierte/anerkannte Projektausgaben	€	0
<b>Summe Projektkosten</b>	<b>€</b>	<b>315986</b>

**Einnahmen Dritter:**

Fonds Gesundes Österreich	€	100000
Gesundheitsförderungsfonds Vorarlberg	€	30168
Land Vorarlberg Abteilung Landwirtschaft und ländlicher Raum	€	87111
Land Vorarlberg Abteilung allgemeine Wirtschaftsangelegenheiten	€	87111
Eigenmittel	€	0
Sponsoren	€	12079
TN-Beiträge	€	6560
<b>Summe Dritteinnahmen</b>	<b>€</b>	<b>323029</b>

Bei Fälligkeit einer Zwischen- bzw. Endabrechnung ist zusätzlich zur hier dargestellten Ausgabenübersicht eine detaillierte Abrechnung als Excel-Datei im Projektguide hochzuladen. Die vom FGÖ zur Verfügung gestellten Vorlagen sind dabei verpflichtend zu verwenden. (Details zu den Abrechnungsterminen und den vorzulegenden Abrechnungsunterlagen finden Sie in der Fördervereinbarung sowie teilweise im Projektguide.)

## Anhang

Listen Sie Ihre Beilagen zum Bericht auf. Diese sind ebenso wie der Bericht selbst im Projektguide hochzuladen.

- Wirkungsbericht MEHRWERT 20 mon\_30.6.2018
- 11 Medienberichte
- Wahlanzeige VRG\_ 28.11.2018
- 2018-30-06\_Projektaufbau und Rollen
- 2018-06-30\_Projektablaufplan
- Projektabrechnung per 30.6.2018

**Querverweise auf Anhänge ersetzen die Angaben im Bericht nicht! Die geforderten Informationen sind im Controllingbericht darzustellen.**

### **Hinweis:**

Neben dem Hochladen des Berichts ist dieser zusätzlich dem/der für das Projekt zuständigen Mitarbeiter/in des Fonds Gesundes Österreich in gedruckter Version (Papierform) zur Begutachtung und Prüfung zuzusenden.