



MEDIENMITTEILUNG

Bern, 13. August 2010

EMBARGO Freitag, den 13. August, 15h30

Der schweizerische Verband Fourchette verte lanciert eine innovative Partnerschaft mit der Lebensmittelindustrie

Der schweizerische Verband Fourchette verte präsentierte heute Nachmittag in Bern die Hauptpunkte der neuartigen Partnerschaft, die mit dem Unternehmen Unilever Foodsolutions Schweiz (UFS) mit Sitz in Thayngen geschlossen wurde. Das Hauptziel dieser Zusammenarbeit besteht darin, den Nährstoffanteil der Produkte und die Ausgewogenheit der angebotenen Mahlzeiten in der Gastronomie zu verbessern.

Für Philippe Receveur, Verbandspräsident und Gesundheitsminister des Kantons Jura, gibt es zwei Arten, die Agrar-Lebensmittelindustrie zu betrachten: "Man kann entweder den Fehltritt jedes einzelnen anprangern, oder aber man kann ihm die Hand anbieten, um gemeinsam Lösungen zu finden." Und genau das machte der Verband 2008, indem er sich die Zusammenarbeit mit der Lebensmittelindustrie als strategisches Ziel setzte, da man davon überzeugt war, dass damit im Gesundheitswesen wichtige Hebel in Bewegung gesetzt würden. "Mit dem zweijährigen Vertrag, der unsere beiden Organisationen durch eine in der Lebensmittelindustrie neuartige Partnerschaft verbindet, nimmt diese Absicht heute Gestalt an", freute sich Philippe Receveur, der ebenfalls auf die Bedeutung der öffentlich-privaten Partnerschaften sowie der bei einer solchen Zusammenarbeit nötigen Absicherungen hinwies.

Die Bestandteile des Vertrages wurden von Stéphane Montangero, Generalsekretär des Schweizerischen Verbandes Fourchette verte, präsentiert. Montangero betonte die hervorragende Zusammenarbeit mit Unilever Foodsolutions Schweiz und ist glücklich darüber, einen so offenen Vertragspartner gefunden zu haben, der sich ausserdem dazu bereit erklärt hat, sich in Frage zu stellen, um die von Fourchette verte gewünschte Richtung einzuschlagen. Die Vertragsvorbereitungen, die mehr als ein Jahr dauerten, ermöglichten es den beiden Vertragspartnern sich kennen zu lernen, um dadurch den Gegenstand sowie den Rahmen des zukünftigen Vertrages zu definieren. Fourchette verte erhofft sich somit, auf die Zusammensetzung bestimmter Produkte Einfluss zu nehmen und die Entwicklung neuer Produkte anzuregen, was zum Beispiel eine direkte Wirkung auf die Küchenchefs in Betrieben mit Gemeinschaftsverpflegung haben würde. Bei der zunächst zweijährigen Kooperation sind unter anderem eine Zusammenarbeit für die Gestaltung von Musterrezepten, Vorstellung von Fourchette verte bei verschiedenen Akteuren in der Gastronomiebranche sowie die Teilnahme von UFS an verschiedenen öffentlichen Gesundheitsaktionen wie zum Beispiel "actionsanté" des BAG vorgesehen. Bleibt schliesslich noch hinzuzufügen, dass keine Exklusivklausel existiert und dass UFS pro Jahr CHF 75'000.- an Fourchette verte zahlen wird, um den Verband in seinen Bemühungen zu unterstützen. Zurzeit ist Fourchette verte von den lateinischen Kantonen und Gesundheitsförderung Schweiz unterstützt.

Peter Lutz, Managing Director von Unilever Foodsolutions Schweiz – eine Unternehmung, die die Gastronomie und den Grosshandel mit Markenprodukten der Schweizer Nahrungsmittelindustrie beliefert – betonte die Notwendigkeit für sein Unternehmen, durch falsche Ernährung bedingte Gesundheitsprobleme zu bekämpfen. Zugleich wies er darauf hin, dass die Zusammenarbeit mit Fourchette verte perfekt in den Rahmen der schon geleisteten Bemühungen auf diesem Gebiet passt. Lutz erörterte insbesondere die von UFS entwickelte Philosophie sowie die Vorgehensweise, durch welche sein Unternehmen Fourchette verte in seinem Engagement im Rahmen der Gesundheitsförderung zu unterstützen beabsichtigt, zum Beispiel durch die Entwicklung von neuen, gesünderen Produkten.

Weitere Auskünfte:

Philippe RECEVEUR, Präsident von Fourchette verte Schweiz, 032 420 51 03

Stéphane MONTANGERO, Generalsekretär Fourchette verte Schweiz, 079 252 71 88

Peter LUTZ, Managing director Unilever Foodsolutions Schweiz, 079 689 97 86

Fourchette verte Schweiz

p.a. Lignes de la santé • Rue de la Mouline 8 • CH - 1022 Chavannes-près-Renens • Tel 021 623 37 93 • Fax 021 623 37 38 • info@fourchetteverte.ch

www.fourchetteverte.ch

Presseinformation August 2010

Ausgewogen, gesund und schmackhaft soll eine Mahlzeit sein. So lautet das Credo des westschweizerischen Labels der ausgewogenen Ernährung, Fourchette verte. Ein Satz, dessen inhaltliche Bedeutung auch für Unilever Foodsolutions Priorität hat. So ist es dann auch für das Unternehmen nur folgerichtig, das Qualitäts- und Gesundheitslabel für Restaurationsbetriebe, die ausgewogene Mahlzeiten nach der Gesundheitspyramide anbieten, aktiv zu unterstützen. Unilever Foodsolutions und Fourchette verte kooperieren deswegen ab sofort und arbeiten an der Umsetzung. Das erste gemeinsame Projekt wird die Außer-Haus-Verpflegung von Kindern sein.

Unilever Foodsolutions und Fourchette verte: Gemeinsam für gesunden Genuss

Wissen um Lebensmittel, die Zubereitung von Mahlzeiten, besondere Anforderungen an die Speiseangebote, etwa für Kinder, Senioren und im Krankenhaus, über den Erhalt von wichtigen Inhaltsstoffen und vieles mehr, bringt die beiden Partner in die Zusammenarbeit ein. Umfangreiches Know-how, erworben in der täglichen Zusammenarbeit mit Profi-Köchen, um das theoretische und praktische Wissen des eigenen hochqualifizierten Mitarbeiterstabes erweitert, stellt man in den Dienst der guten Sache. Die Beratungspower von Unilever Foodsolutions kommt mit Begeisterung zum Einsatz, um die Ideen von Fourchette verte schneller und gründlicher für genussvolle und gesunde Freude am Essen voranzutragen.

Fourchette verte unterstützt Unilever Foodsolutions bei der Entwicklung von Produkten und Rezepten durch Prüfung dieser. Die Empfehlung erfolgt dann durch die Kennzeichnung mit dem Label von Fourchette verte. Diese kann durch einen ergänzenden Text begleitet werden, der zeigt, dass sich das Produkt gut für die Zusammensetzung eines Fourchette verte Menüs eignet.



VON KÖCHEN INSPIRIERT



Das Label

Das Label Fourchette verte wurde 1993 vom Sozial- und Gesundheitsdepartement in Genf kreiert. Im Januar 1996 wurde dann eine Vereinigung geschaffen, die 1999 mit Unterstützung der Gesundheitsförderung Schweiz und den verschiedenen betroffenen Kantonen in die Gründung der schweizerischen Vereinigung Fourchette verte mündete.

Obwohl zunächst nur auf die französischsprachigen Regionen und das Tessin beschränkt, interessieren sich seit 2009 auch die deutschschweizer Kantone für das überzeugende Konzept.

Für den Erwerb des Labels müssen gastronomische Betriebe folgende Kriterien erfüllen:

- Das Angebot eines gesunden und ausgewogenen Tagestellers oder eines entsprechenden Menüs
- Preiswerte alkoholfreie Getränke müssen offeriert werden
- Die Räumlichkeiten müssen als für die Gesundheit unbedenkliches Umfeld eingerichtet werden: absolut Nichtraucher, Hygienevorschriften werden befolgt und Abfälle getrennt.
- Der Betrieb muss sich an die empfohlenen Ernährungsrichtlinien von Fourchette verte halten.

Die durch das Label kenntlich gemachten Menüs zeigen dem potenziellen Gast auf den ersten Blick ganz klar: hier werden die Erwartungen eines gesundheitsbewussten Publikums ernst genommen und umgesetzt.

Mittlerweile gibt es im ganzen Land ca. 950 gastronomische Betriebe, die mit dem Label von Fourchette verte ausgezeichnet sind.

Verschiedene Kategorien

Das Label selbst ist unterteilt in verschiedene Kategorien, zugeschnitten auf die besonderen Bedürfnisse der jeweiligen Zielgruppe.

Fourchette verte für Kleinkinder beispielsweise bezieht sich auf das Speisenangebot in Kindertagesstätten und –krippen und ist für Kinder bis zu einem Alter von vier Jahren bestimmt.

Bei Junior geht es um die Mittagsverpflegung Vier- bis Fünfzehnjähriger. Die Angliederung Fourchette verte Junior gilt für deren Ganztagesverpflegung.

Entsprechende Weiterführungen gibt es natürlich auch für Erwachsene und Senioren.

Unterstützung bei der Umsetzung

Für gastronomische Betriebe bedeutet die Verwendung des Labels einen Gewinn an Bekanntheit und Sichtbarkeit. Es steht für Qualität sowie die Unterstützung durch diplomierte Ernährungsberater/-innen, für ungetrübten Genuss ohne schlechtes Gewissen.

Überzeugende Gründe also für Unilever Foodsolutions, sich für die Ideen von Fourchette verte stark zu machen und bei deren Umsetzung das eigene Wissen einzubringen und aktiv zusammen zu arbeiten.

Abdruck honorarfrei – Beleg erbeten

Hinweis für Redaktionen:

Alle Texte und Bilder können auf www.unileverfoodsolutions.ch unter der Rubrik „News + Unternehmen/Aktuelles/Presse“ digital abgerufen werden.

Bei Fragen zu dieser Seite wenden Sie sich bitte an Eva Brandenberger, Telefon 052/6456277.

Pressekontakt:

Unilever Foodsolutions

Christine Weiser

Communications Manager D-A-CH

Knorrstraße 1, 74074 Heilbronn, Deutschland

Telefon +49 71 31 / 50 15 21, Fax +49 71 3 1 /50 14 09

E-Mail: Christine.Weiser@unilever.com

Agentur Food Relations

Jan-Patrick Timmer

Bahnhofstraße 52, 8001 Zürich

Telefon 040 / 43 50 80 144

E-Mail: zuerich@foodrelations.ch





Gesundheitsförderung Schweiz
Promotion Santé Suisse
Promozione Salute Svizzera

CLASS
Conférence Latine
des Affaires Sanitaires et Sociales

Ein Projekt der Gesundheits-Departemente in den französisch- und italienisch sprachigen Kantonen

unterstützt von  Gesundheitsförderung Schweiz
Promotion Santé Suisse
Promozione Salute Svizzera




Gesundheitsförderung Schweiz
Promotion Santé Suisse
Promozione Salute Svizzera

CLASS
Conférence Latine
des Affaires Sanitaires et Sociales

Geschichte

- 1993 Das Label wird in Genf aufgebaut
- 1996 / 97 Tessin und Waadt bauen Label auf
- 1999 **Gründung des schweizerischen Vereins von Fourchette verte (02.12.1999)**
- 2001 Freiburg und Neuenburg treten bei
- 2003 Aufnahme der Wallis und Jura
- 2004 **Alle französisch- und italienisch-sprachigen Kantone haben eine Sektion Fourchette verte
Öffnung für die Deutschschweiz (Fribourg und Wallis)**
- 2007 Berner Jura tritt durch Jura bei
- 2008 / 09 **Expandierung in die Deutschschweiz (Bern, Solothurn, usw.)**



Statutarische Ziele von Fourchette verte

Gesundheitsförderung Schweiz
Promotion Santé Suisse
Promozione Salute Svizzera

CLASS
Conférence Latine
des Affaires Sanitaires et Sociales

- **a.** Erweiterung des Angebots von ausgewogenen und gesunden Mahlzeiten in Restaurants durch die Förderung des Labels Fourchette verte und durch die Unterstützung bei den Auszeichnungen in den Mitgliederkantonen und ihren Partner;
- **b.** Gesundheitsförderung in Restaurants durch eine ausgewogene Ernährung in einer gesunden Umwelt;
- **c.** Bekanntmachung der Kriterien für die Zusammensetzung einer ausgewogenen Mahlzeiten für eine gesunde Ernährung bei den Gastronomen und KonsumentInnen;
- **d.** Besserung der Kenntnisse im Bereich Lebensmittel und Gesundheit bei den Gastronomen und den KonsumentInnen.



Schwerpunkte

Gesundheitsförderung Schweiz
Promotion Santé Suisse
Promozione Salute Svizzera

CLASS
Conférence Latine
des Affaires Sanitaires et Sociales

- Die Bevölkerung zu einer gesünderen Ernährungsweise anregen
- In der Gastronomie: eine ausgewogene Ernährung in einem gesunden Umfeld anbieten
(Nichtraucherzone – Hygiene – Abfalltrennung)
- In der Gastronomie: Angebot von preiswerten alkoholfreien Getränken
- Verbessern der Kenntnisse in Ernährungs- und Gesundheitsfragen bei der Bevölkerung und den Angestellten der Restaurationsbetriebe
- Beitragen zur Reduktion der Risikofaktoren für chronische Erkrankungen welche im Zusammenhang mit den Essgewohnheiten stehen

Verankerung einer gesunden Ernährungsweise und Lebensstils um Erkrankungen vorzubeugen, welche mit Adipositas und Übergewicht verbunden sind.



Ein ausgewogener Teller

Gesundheitsförderung Schweiz
Promotion Santé Suisse
Promozione Salute Svizzera

CLASS
Conférence Latine
des Affaires Sanitaires et Sociales



Ein Nahrungsmittel mit «**Baustoffen**» reich an Eiweiss
zur Auswahl: Fleisch, Fisch, Meeresfrüchte, Eier, Tofu,
Milchprodukte, Hülsenfrüchte

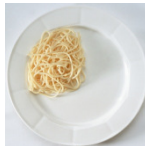
Menge (in gekochter Form):
100 - 120 g Fleisch, Fisch, Meeresfrüchte, Eier
150 g Tofu, Hülsenfrüchte / 60 - 80 g Käse



Ein Nahrungsmittel mit «**Schutzstoffen**» reich an
Ballaststoffen und Antioxidantien

Zur Auswahl: Gemüse in gekochter und/oder roher Form

Menge (in gekochter Form): 200 g



Ein Nahrungsmittel mit «**Betriebsstoffen**» reich an
Kohlenhydraten und Stärke

Zur Auswahl: Kartoffeln, Teigwaren, Reis, Mais,
Getreideprodukte, Hülsenfrüchte...
... und Brot

Menge: nach Belieben und nach Bedarf

Fette in
limitierter
Menge,
aber
in einer
guten
Qualität



Die 6 Kategorien

Gesundheitsförderung Schweiz
Promotion Santé Suisse
Promozione Salute Svizzera

CLASS
Conférence Latine
des Affaires Sanitaires et Sociales

Fourchette verte teilt Ernährungsempfehlungen in 6 Kategorien auf, die nach Zielgruppen und den Bedürfnissen entsprechend, ernährungswissenschaftlich angepasst sind:

- Fourchette verte für Kleinkinder: für Kindergärten, Kinderkrippen, Kinderhorte, etc.
- Fourchette verte Junior: für Schulkantinen, Mittagstisch-Angebote, etc.
- Fourchette verte Junior ganztags (Affiliation): für Institutionen, welche Kinder über den ganzen Tag verpflegen
- Label Fourchette verte (Erwachsene): für Cafés, Restaurants, öffentliche Selbstbedienungsrestaurants und Betriebe mit Gemeinschaftsverpflegung
- Fourchette verte ganztags für Erwachsene (Affiliation): für Institutionen, welche Erwachsene während dem ganzen Tag verpflegen
- Fourchette verte Senior: für Institutionen, welche ältere Personen während dem ganzen Tag verpflegen



Einige Daten

Gesundheitsförderung Schweiz
Promotion Santé Suisse
Promozione Salute Svizzera

CLASS
Conférence Latine
des Affaires Sanitaires et Sociales

- 985 Restaurationsbetriebe mit dem Label (30.06.2010)
- Davon mehr als 63% für Kinder und Kleinkinder
- Budget 2010: CHF 393'000.-
(Rechnung 2008: 353'000.-)
- Finanzielle Unterstützungen : Kantone,
Gesundheitsförderung Schweiz, Stiftungen
- Leistungen in den Kantonen : CHF 955'000.-
(2008)



Erinnerung einiger Zahlen

die öffentliche Gesundheit betreffend

Gesundheitsförderung Schweiz
Promotion Santé Suisse
Promozione Salute Svizzera

CLASS
Conférence Latine
des Affaires Sanitaires et Sociales

- Die Entwicklung des Übergewichts ($BMI \geq 25$) zwischen 1992 und 2007 zeigt klar, dass der Anteil der von Übergewicht betroffenen Bevölkerung in den letzten 15 Jahren beträchtlich zugenommen hat und gesamtschweizerisch von 30,3% auf 37,3% der Bevölkerung angestiegen ist (Bundesamt für Gesundheit, 2009).
- Fettleibigkeit stellt ein gravierendes Problem in der öffentlichen Gesundheit dar, da es der Ursprung von vielen Krankheiten wie zum Beispiel Diabetes Typ II oder Herz-Kreislauf-Erkrankungen ist.
- Mit 3830 Millionen Franken repräsentieren die direkt mit Übergewicht und Adipositas verbundenen Gesundheitskosten ungefähr 7.3% der Gesundheitsausgaben der Schweiz, die sich 2006 auf insgesamt 52.7 Milliarden Franken beliefen (Bundesamt für Statistik, 2007).

→ Es muss unbedingt gehandelt werden!



Warum eine Partnerschaft mit der Lebensmittelindustrie?

Gesundheitsförderung Schweiz
Promotion Santé Suisse
Promozione Salute Svizzera

CLASS
Conférence Latine
des Affaires Sanitaires et Sociales

- Das strategische Ziel Ende 2008 bestand darin für Fourchette verte Schweiz darin, "Schritte in Hinsicht auf eine Zusammenarbeit mit der Lebensmittelindustrie zu tätigen".
- Die Lebensmittelindustrie ist sehr wichtig, um eine erfolgreiche öffentliche Politik im Gesundheitswesen führen zu können.
- Im Rahmen einer Politik der Gesundheitsförderung ist es grundsätzlich wichtig, nicht nur die individuellen Verhaltensweisen zu beeinflussen, sondern auch gesundheitsfördernde Rahmenbedingungen /ein dazu eingerichtetes Umfeld bereitzustellen.
- Es sollen dabei Hebel in Bewegung gesetzt werden, die es ermöglichen, so viele Personen wie möglich zu erreichen.
- Mit Hilfe der Lebensmittelindustrie können direkt und indirekt eine große Anzahl an Personen (Köche, Kunden, usw.) erreicht werden.



Generelles die Partnerschaft betreffend

Gesundheitsförderung Schweiz
Promotion Santé Suisse
Promozione Salute Svizzera

CLASS
Conférence Latine
des Affaires Sanitaires et Sociales

- Im Allgemeinen kann ein einziger Akteur nicht alles alleine bewerkstelligen → Daher ist es wichtig, Ergänzungen und Allianzen zu finden.
- Wir ziehen sowohl private wie auch öffentliche Akteure in für Partnerschaften in Betracht.
- Jeder Partner soll daraus einen Gewinn ziehen (*Win-Win* Situation).
- Die Partnerschaften werden zeitlich und was die Zielsetzung betrifft limitiert eingegangen. Die Partnerschaften basieren hauptsächlich auf Dialog und gegenseitigem Vertrauen



Warum eine Zusammenarbeit mit Unilever Foodsolutions Schweiz?



- Unilever ist großer Zulieferer der Gastronomie.
- Unilever Foodsolutions Schweiz schätzt Fourchette verte und möchte den Verband unterstützen: Das proaktive Vorgehen von UFS passt somit perfekt zu unserer strategischen Vision.
- Unilever Foodsolutions Schweiz hat im Laufe des ganzen vorhergehenden Diskussionsprozesses glaubwürdiges Interesse an dieser Zusammenarbeit bewiesen und bereits Schritte unternommen.



Hauptelemente des Vertrages



- Ziel des Vertrages für FV: Die Zusammensetzung der Produkte der Agrar-Lebensmittelindustrie zu beeinflussen und eine grössere Anzahl ausgewogener und gesunder Menüs der Gastronomie (auch ausserhalb des Labels FV) anbieten zu können.
- Anderes Ziel: Vorgehensweisen in Hinsicht auf die Erlangung des Labels zu erleichtern, indem FV-kompatible Rezepte zur Verfügung gestellt werden (Achtung: um in einem Kanton FV-zertifiziert zu werden, muss jeweils der Ablauf zur Erlangung des Labels befolgt werden!).
- Keine Exklusivklausel: FV ist dazu bereit, mit jedem Unternehmen zusammenzuarbeiten, das die selben gesundheitsfördernden Ziele wie wir verfolgt... und das auch nachweisen kann!



Weitere Elemente des Vertrages

- Dauer des Vertrages: zwei Jahre.
- Betrag der finanziellen Unterstützung durch UFS: CHF 75'000.- / Jahr, d.h. CHF 150'000.- für die zwei Vertragsjahre.
- Spezifische (aus Ernährungsberaterinnen bestehende) Arbeitsgruppe innerhalb von Fourchette verte, um das Projekt zu coachen.
- Entscheidungen betreffend einer eventuellen Unterstützung werden von Fall zu Fall von Fourchette verte getroffen.
- Die Idee ist, die Kooperation nach Ablauf der zweijährigen Vertragsfrist zu verlängern.



Schlusswort

Wir freuen uns auf die Zusammenarbeit mit



Unilever Foodsolutions

Unilever Foodsolutions Schweiz
 VON KÖCHEN INSPIRIERT

Partnerschaft mit Fourchette verte



VON KÖCHEN INSPIRIERT




Peter Lutz, Managing Director
 Unilever Foodsolutions Schweiz

Pressekonzferenz FV
 Bern, 13. August 2010

Unilever Foodsolutions Schweiz
 VON KÖCHEN INSPIRIERT

Eine Geschäftseinheit der Firma Unilever

- Markenportfolio in den Bereichen Nahrungsmittel, Körperpflege und Wasch-/Putzmittel
 > Globale Kultmarken wie Knorr, Lipton, Lusso, Dove, Axe, Rexona oder Coral
- 163.000 Mitarbeitende; Umsatz von 40 Mia € (2009)



Unilever in der Schweiz

- Rund 1.200 Mitarbeitende; Umsatz CHF 603 Millionen (2009)
 - > Knorr Produktionsstätte in Thayngen
 - > Marketing und Verkauf Gastronomie
 - > Marketing und Verkauf Detailhandel



Foodsolutions: ein führender Markenartikel-Lieferant der Schweizer Gastronomie

- Markenportfolio
 - > Gastronomie-Sortiment
 - > Marktführer in den Bereichen Saucen, Suppen, Bouillons, Tee, Essiggemüse



Unilever food solutions
VON KÖCHEN INSPIRIERT

Ausser-Haus-Verpflegung

Hohe und wachsende Bedeutung der Ausser-Haus-Verpflegung

- 40 % der warmen Mahlzeiten werden ausser Haus konsumiert *)
- davon werden 1/3 (304 Mio. Mahlzeiten) in der Gemeinschaftsverpflegung konsumiert *)
- die Ausser-Haus-Verpflegung nimmt an Bedeutung zu (Schulverpflegung, Fast Food, Heimverpflegung)

Die Ernährungs-Herausforderung der Gemeinschaftsverpflegung


- WHO und SGE nennen die 3 größten Ernährungsprobleme in westlichen Ländern:
 - 1) Übergewicht
 - 2) Salzkonsum
 - 3) Fett- und Zuckerkonsum
- Konsumenten schätzen subjektiv ihre Ernährung als gesund und ausgewogen ein (Aber: Top 10 Gerichte: Schnitzel-Pommes, Fondue etc.)
- hoher Zeit- und Kostendruck in der Gemeinschaftsverpflegung

*) Quellen: Ausser Haus Verpflegung Facet 2008; Zuhause Verpflegung: Markterhebung und Schätzung Unilever

Unilever food solutions
VON KÖCHEN INSPIRIERT

Mehr Klarheit & Support für die Gastronomie

Ist:
Grosse Wissensunterschiede innerhalb der Gastronomie



Soll:
Einheitliche, wissenschaftlich fundierte Empfehlungen

gemeinsame


- Ernährungsrichtlinien
- Deklarationen
- Rezepte
- Kommunikation

Fourchette verte und Unilever FS können gemeinsam helfen


- Unilever teilt die Ernährungsphilosophie von Fourchette verte
- Gemeinsamer Auftritt erhöht Glaubwürdigkeit und Reichweite:
 - > EINE Botschaft für die Gastronomen

Gastro Know-how

10.000 besuchte Betriebe




VON KÖCHEN INSPIRIERT



Nutrition Know-how

Standards

 **Zusammen erfolgreich kommunizieren**
VON KÖCHEN INSPIRIERT

Wieso arbeiten wir mit Fourchette verte zusammen ?

- Unilever teilt die Ernährungsphilosophie von Fourchette verte
- Fourchette verte hat Glaubwürdigkeit in der Gastronomie, da umsetzbar
- hohe Bekanntheit in der West-Schweiz; Unilever Foodsolutions kann beim Aufbau der Bekanntheit in der Deutsch-Schweiz unterstützen

Gegenstand der Zusammenarbeit ?

- Fokus auf Gemeinschaftsverpflegung
- Start im Bereich Schulverpflegung
 - > Ausser-Haus-Verpflegung von Kindern wird in den nächsten 5 Jahren stark wachsen
 - > kindergerechte Ernährung als Herausforderung für die Gastronomie

 **Unilever Foodsolutions Schweiz**
VON KÖCHEN INSPIRIERT

Schulverpflegung

 **VON KÖCHEN INSPIRIERT**

 **UniKit™**
Gut geplant. Gut gekocht.

 **Le label de l'alimentation équilibrée**
Fourchette verte



Laurenz Engeli, Leiter Culinary Fachberatung
Unilever Foodsolutions Schweiz


13. August 2010

Schulverpflegung

VON KÖCHEN **UNIVERSITÄT**

Ich kenne die Ernährungsvorgaben, aber ich habe keine Rezepte

Küchen-, Schul-, Kinder- und Elternwünsche unter einen Hut bringen, schaff ich nicht



Mir gehen die Ideen für Kindergerichte aus

Ich koche für meine Altersheimgäste und für die Schule nebenan

Fakten zur Schulverpflegung

- Schulverpflegung ist oft eine Herausforderung in der Küchenproduktion (kindergerecht)
- viele Beeinflusser (Eltern, Schulen, Vereine, Gastronomen) mit unterschiedlichen Erwartungshaltungen (gesund, nahrhaft, günstig)
- kantonale- und kommunale Unterschiede; keine klare Regelung
- kein einheitliches Verständnis betreffend „gesunder Ernährung“

UniKit

VON KÖCHEN **UNIVERSITÄT**

Unilever Küchen-Information-Tool

Attraktive Gerichte

Koch

Passende Rezepte

MENUPLAN

10 Jahre für Alimentation Bildung

Forscherteil

Kinder

Ernährungserziehung

Was **HÄNSCHEN** nicht lernt, lernt **HANS** nimmermehr.

UniKit™
Gut geplant. Gut gekocht.
Küchen-Information-Tool für Schulen

Schule / Verein

Klare Empfehlung

Eltern

