

Ausschreibung Projektarbeit

für den Studiengang Sustainability Studies

Steigerung regionaler und ökologischer Lebensmittel in der Gemeinschaftsgastronomie



Dauer: 5-6 Monate (27,5 ECTS = 825h)

Ort: Sigmaringen, ortsunabhängig und abhängig von den teilnehmenden Einrichtungen

Benötigte/ bereitgestellte Mittel: je nach Ausgestaltung der Arbeit/ nach Absprache

Möglichkeiten der Fortsetzung als Masterarbeit: Auch als Masterarbeit durchführbar, nach Absprache

Kooperationspartner: Teilnehmende Einrichtungen/ Projektpartner

Die hier ausgeschriebene Projektarbeit wird im Rahmen des Projekts 'Bio gemeinsam genießen' durchgeführt. Ziel des Projektes ist es, gesundheitsfördernde, nachhaltige und genussvolle Speisen in der Gemeinschaftsverpflegung zu stärken. Dazu soll insbesondere der regionale Bio-Anteil in den teilnehmenden Einrichtungen, Betrieben und Cateringunternehmen auf mindestens 30 Prozent erhöht und gleichzeitig die Menge regionaler Lebensmittel gesteigert werden. Das soll die Nachfrage nach mehr Bio-Lebensmitteln aus Baden-Württemberg ankurbeln und einen wesentlichen Beitrag zur Stärkung der regionalen Wertschöpfung leisten. Das nutzt der heimischen Lebensmittelwirtschaft und der Umwelt.

Eine Projektarbeit soll der Frage nachgehen, welche Materialien und Inhalte für die Kommunikation über Herkunft und Produktionsweise in Einrichtungen der Gemeinschaftsgastronomie gut funktionieren könnten. Sind es eher Poster, Aufsteller oder QR-Codes, die von den Gästen wahrgenommen werden? Interessieren die Geschichten über die Erzeuger *innen aus der Region mehr als Fakten über die Herstellungsweise? Diese und weitere Fragen sollen mittels Fokusgruppendifkussionen untersucht werden. Die Fokusgruppendifkussionen werden aufgezeichnet, transkribiert und inhaltsanalytisch ausgewertet, um Erkenntnisse bezüglich der Gestaltung von Kommunikationskampagnen über Bio- und regionale Lebensmittel in der Gemeinschaftsgastronomie zu gewinnen.

Eine weitere Projekt- oder Abschlussarbeit soll dann untersuchen, wie sich unterschiedliche Kommunikationsmaterialien und -inhalte auf den Abverkauf von Bio- und/oder regionalen Speisen auswirken. Dafür muss ein Experiment mit einigen der teilnehmenden gastronomischen Einrichtungen geplant und durchgeführt sowie im Anschluss ausgewertet werden.