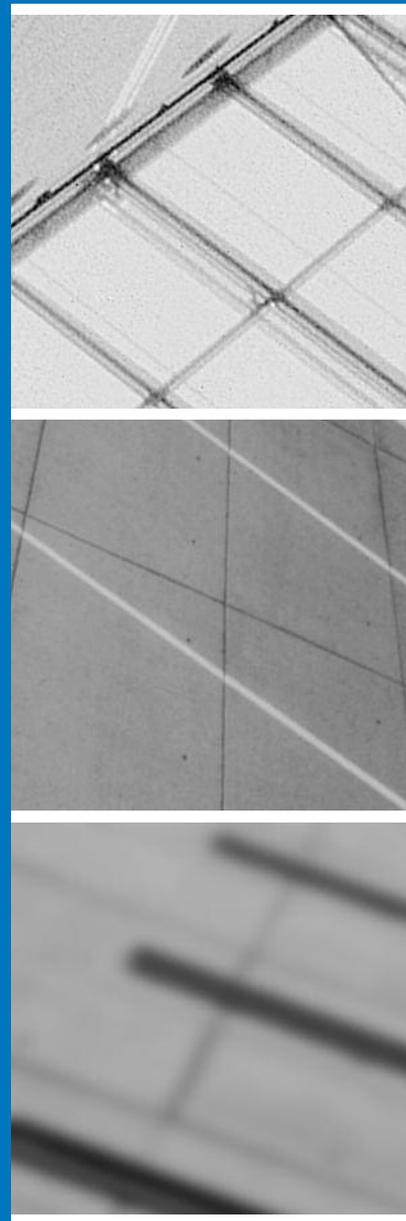


Bulletin 3/11

Bundesamt für Gesundheit



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Departement des Innern EDI
Bundesamt für Gesundheit BAG

Herausgeber

Bundesamt für Gesundheit
3003 Bern (Schweiz)
www.bag.admin.ch

Redaktion

Bundesamt für Gesundheit
3003 Bern
Telefon 031 322 96 39
info@bag.admin.ch

Druck

Stämpfli Publikationen AG
Wölflistrasse 1
Postfach 8326
CH-3001 Bern
Telefon 031 300 66 66

Abonnemente, Adressänderungen

BBL, Vertrieb Bundespublikationen
CH-3003 Bern
E-Mail: verkauf.zivil@bbl.admin.ch
Telefon 031 325 50 50
Fax 031 325 50 58

ISSN 1420-4266

Inhalt	
Übertragbare Krankheiten Meldungen Infektionskrankheiten	52
Sentinella-Statistik	54
Kommunikation und Kampagnen Medienmitteilung: Regula Weyermann ist neue Kommunikationschefin des BAG	58
Tabakprävention Medienmitteilung: Anfangen statt aufhören: Die neue Tabakkampagne gibt positive Impulse	59
Good Practice – Gemeinschaftsgastronomie Deutliches Optimierungspotenzial für eine gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie	60
Inseratekampagne 2010–2011 Gemeinsam gegen Grippe	67

Deutliches Optimierungspotenzial für eine gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie

Beer-Borst Sigrid¹, Heusser Renata¹, Haas Karin¹, Reinert Raphaël², Ryser Christian³, Chatelan Angéline², Hayer Angelika³, Siegenthaler Stefan¹, Tecklenburg Meike¹

¹ Berner Fachhochschule, Fachbereich Gesundheit, aF&E Ernährung und Diätetik

² HES-SO, Haute école de santé – Genève, filière Nutrition et diététique

³ Schweizerische Gesellschaft für Ernährung SGE

Endanbieter und Konsumenten der Gemeinschaftsgastronomie zeigten in Befragungen eine gewisse Skepsis gegenüber der Umsetzung der im Dezember 2009 veröffentlichten Schweizer Qualitätsstandards für die Gemeinschaftsgastronomie. Beide Gruppen sind jedoch bereit, mit Veränderungen zur Optimierung eines gesunden Lebensstils beizutragen. Das setzt voraus, dass die jeweiligen Bedürfnisse und Umsetzungsmöglichkeiten geklärt und die Aufgaben sowie Verantwortungen aufgeteilt werden.

heit und der Schweizerischen Gesellschaft für Ernährung gemeinsam mit Expertinnen und Experten aus Wissenschaft und Praxis die «Schweizer Qualitätsstandards für eine gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie» [6] (Abbildung 2).

Sie richten sich an alle Interessierten, die in der Schweizer Gemeinschaftsgastronomie oder in der betrieblichen Gesundheitsförderung tätig sind. Besonders angesprochen sind die zuständigen Personen auf der Leitungsebene im Gemeinschaftsgastronomiebetrieb und im übergeordneten Unternehmen, in welchem dieser Betrieb als eigene Wirtschaftseinheit eingegliedert ist. Die Qualitätsstandards haben keinen rechtsverbindlichen Status, sondern bieten eine *generelle Leitlinie* für alle Bereiche der Gemeinschaftsgastronomie (Business, Care, Education) und alle Betriebsarten einschliesslich der Automatenverpflegung. Der Kriterienkatalog legt fest, welche Ziele man für er-

Das Nationale Programm Ernährung und Bewegung (NPEB) 2008–2012 [1] definiert die nationale Strategie für die Förderung einer ausgewogenen Ernährung und einer ausreichenden Bewegung im Alltag aller Bevölkerungsgruppen. Angesichts der in der Schweiz ständig steigenden Zahl ernährungsbedingter Krankheiten, insbesondere Übergewicht bei Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen, der damit einhergehenden Folgeerkrankungen, sozialer sowie finanzieller Folgen, gewinnen die Ernährungswelten oder -verhältnisse der Bevölkerung immer mehr an Bedeutung für die öffentliche Gesundheit. So eignet sich die Gemeinschaftsgastronomie besonders gut für breitenwirksame Massnahmen der Gesundheitsförderung und Prävention (Abbildung 1) [2]. In ihrer Zusammensetzung relativ gleichbleibende Konsumentengruppen verpflegen sich regelmässig in Personalrestaurants (Business), in der Spital- und Heimgastronomie (Care), in Mensen und Cafeterien usw. (Education). Auf diese Weise werden dauerhaft die meisten Bevölkerungsgruppen erreicht, vom Kleinkind bis zu den Senioren aus unterschiedlichen sozialen Schichten. Der Schweizer Verband für Spital-, Heim- und Gemeinschaftsgastronomie (SVG) geht von weit über einer Million Personen aus, die sich täglich in Betrieben der Schweizer GG verpflegen.

STRATEGIE DER GOOD PRACTICE

Qualitätsstandards für die Gemeinschaftsgastronomie

Vor diesem Hintergrund entwickelten und veröffentlichten Ernährungswissenschaftlerinnen und Praktiker der Berner Fachhochschule, der Genfer Fachhochschule für Gesund-

Abbildung 1
Die Gemeinschaftsgastronomie, ein Setting für Gesundheitsförderung und Prävention (3–5)

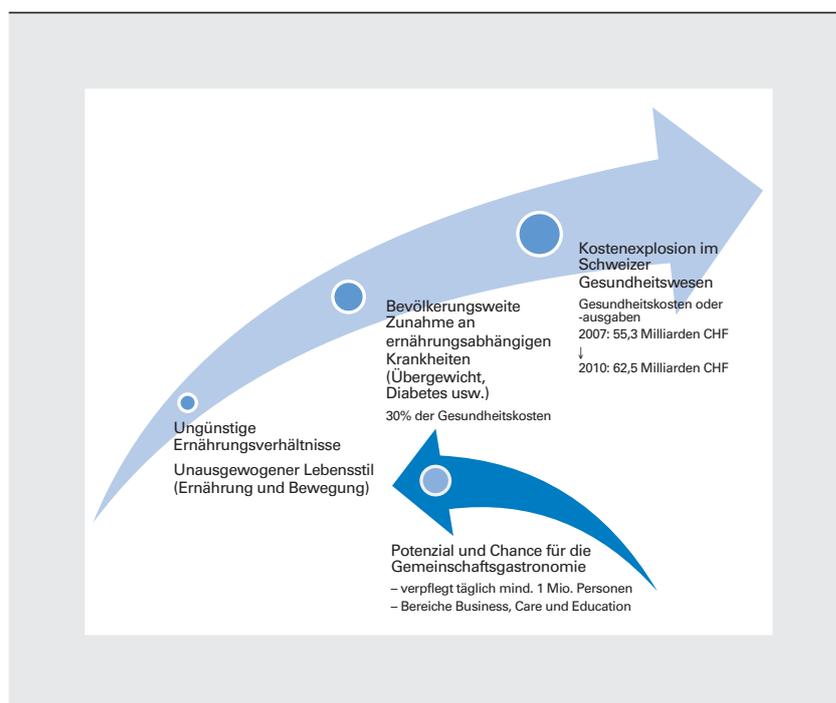


Abbildung 2
Schweizer Qualitätsstandards für die Gemeinschaftsgastronomie



Befragungen

Zu diesem Zweck wurde eine Onlinebefragung umgesetzt (siehe www.gp-gemgastro.ch Projektteilnahme). Die Teilnahme ist freiwillig. Sie ermöglicht zum einen, die Schweizer Gemeinschaftsgastronomie aus Sicht der Konsumenten, Verpflegungsendanbieter und deren Zulieferer zu charakterisieren. Zum anderen können die teilnehmenden Betriebe ihre in den letzten 24 Monaten durchgeführten, gesundheitsfördernden Projekte respektive Aktivitäten einreichen und diese von einer Jury beurteilen lassen (Auswahl von Beispielen guter Praxis). Ergänzend wurden, in Zusammenarbeit mit der publitest – mafaconcept GmbH, Experteninterviews sowie Fokusgruppengespräche (Business und Education) und Einzelgespräche (Care) mit Konsumenten durchgeführt, um deren Erwartungen und Meinungen in Bezug auf die Umsetzung der Qualitätsstandards kennenzulernen.

BEFRAGUNGSERGEBNISSE

Im Folgenden werden erste Ergebnisse zu ausgewählten Themen dargestellt. Dabei werden die Antworten und Äusserungen von Verpflegungsendanbietern und Konsumenten der Gemeinschaftsgastronomie

reichbar hält und auch erreichen will, wenn es um die Realisierung einer gesundheitsfördernden Gemeinschaftsgastronomie geht. Die Gestaltung des Verpflegungsangebots bildet das Kernstück der Schweizer Qualitätsstandards neben den folgenden weiteren Themenbereichen:

- betriebliche Gegebenheiten oder strukturelle Voraussetzungen;
- Kommunikation;
- Ambiente;
- Nachhaltigkeit und Wirtschaftlichkeit.

Für eine erste Selbsteinschätzung des Betriebs in Bezug auf diese Themen wurden der Branche Checklisten bereitgestellt. In Ergänzung zu den Standards steht den Konsumenten ein Informationsfaltblatt zur Verfügung [7]. Die Qualitätsstandards sind der Ausgangspunkt der Strategie der Good Practice (Abbildung 3). Es handelt sich um ein in der Gesundheitsförderung anerkanntes Instrument zur kontinuierlichen Qualitätsverbesserung, das nach guten, praxistaug-

lichen Lösungen sucht, welche anerkannte Standards beachten oder gar übertreffen [2, 8].

Abbildung 3
Die Strategie der Good Practice in der gesundheitsfördernden Gemeinschaftsgastronomie

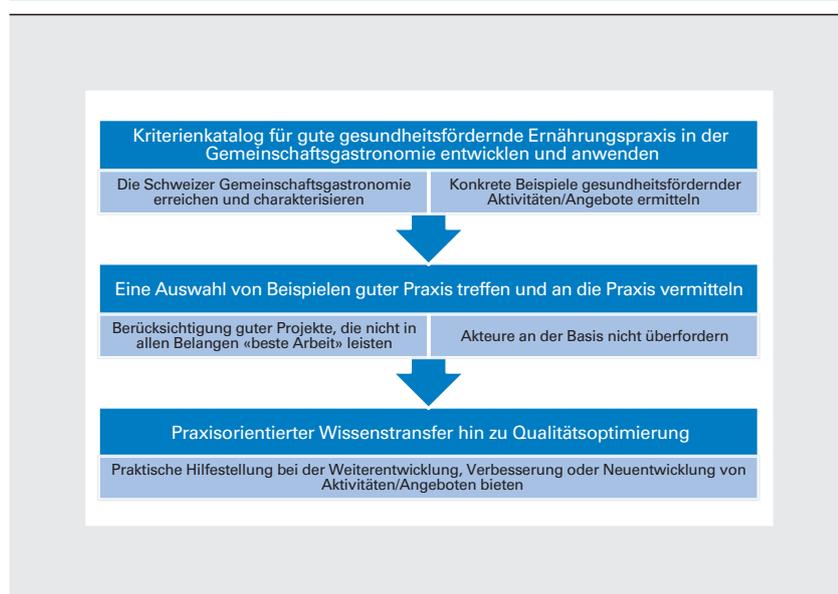
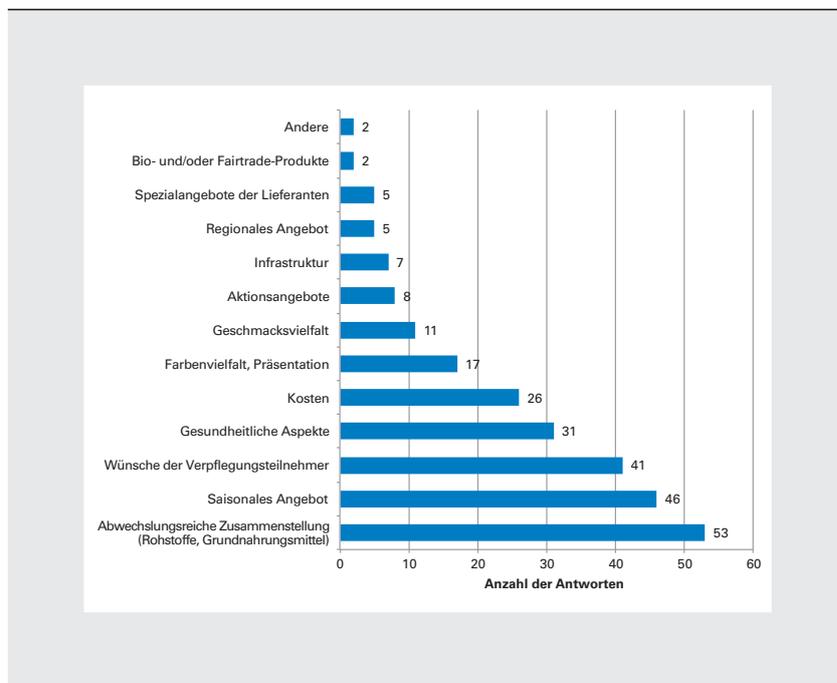


Abbildung 4
Verpflegungsendanbieter: die wichtigsten Faktoren bei der Speiseplangestaltung (Mehrfachnennungen, n=81; 254 Antworten)



gegenübergestellt, um mögliche Unstimmigkeiten und Optimierungspotenzial aufzuzeigen. Es gilt zu beachten, dass die Befragungsteilnehmenden nicht denselben Gemeinschaftsgastronomiebetrieben zuzuordnen sind.

Befragungsteilnehmer

Zwischen Dezember 2009 und Juni 2010 konnten die Daten von 87 Gemeinschaftsgastronomiebetrieben ausgewertet werden. Je ein Drittel waren kleine (bis 150 Mittagsmahlzeiten), mittlere (151 bis 500 Mittagsmahlzeiten) und grosse Betriebe (über 500 Mittagsmahlzeiten). Insgesamt haben mehr Betriebe aus dem Bereich Care an der Befragung teilgenommen (n=36/41%) als aus den Bereichen Business (n=24/28%) und Education (n=17/20%). Die verbleibenden 10 Betriebe (11%) ordneten sich mehreren Bereichen zu.

Drei Viertel der im selben Zeitraum befragten 205 Konsumenten waren Frauen im Alter von 13 bis 58 Jahren. Die männlichen Befragungsteilnehmer (25%) waren zwischen 3 und 73 Jahre alt, wobei für Kinder der Fragebogen jeweils von Angehörigen ausgefüllt wurde. Von

diesen Konsumenten gaben insgesamt 70% an, Nichtraucher zu sein. Weitere 18% gaben an, ehemalige Raucher zu sein. Dies weist auf ein gewisses Gesundheitsbewusstsein der Teilnehmenden hin. Gut die Hälfte (54%) der Befragungsteil-

nehmer verpflegten sich in Gemeinschaftsgastronomiebetrieben im Kanton Bern und 17% im Kanton Zürich. Alle weiteren Kantone waren zu unter 10% vertreten. Aufgrund des späteren Starts der Befragung in französischer Sprache (1.3.2010) war die Teilnahme von Konsumenten aus der Romandie noch sehr gering (Kantone Freiburg und Wallis je 0.5%, Genf 2.1%, Waadt 3.7%). 60% der Befragungsteilnehmer gaben an, mindestens eine höhere Fachschule abgeschlossen zu haben.

Speiseplangestaltung und Speisenauswahl

Die Verpflegungsendanbieter wurden gefragt, welche Faktoren sie bei der Zusammenstellung des Speiseplans berücksichtigen (Abbildung 4). Die Konsumenten wurden entsprechend gefragt, welche Faktoren ihnen bei der Auswahl und beim Verzehr der Lebensmittel und Speisen wichtig sind (Abbildung 5).

Der Vergleich zeigt, dass in einzelnen Punkten Diskrepanzen bestehen. Besonders dringender Abstimmungsbedarf besteht in Bezug auf den Faktor Geschmack. Dieser ist für die Konsumenten der wichtigste Faktor, wird aber von den Endanbietern erst an siebter Stelle berücksichtigt. Auffallend ist die im Verhältnis geringe Wichtigkeit der per-

Abbildung 5
Konsumenten: die wichtigsten Faktoren bei der Auswahl und beim Verzehr von Lebensmitteln und Speisen (Mehrfachnennungen; n=191 pro Antwortkategorie)

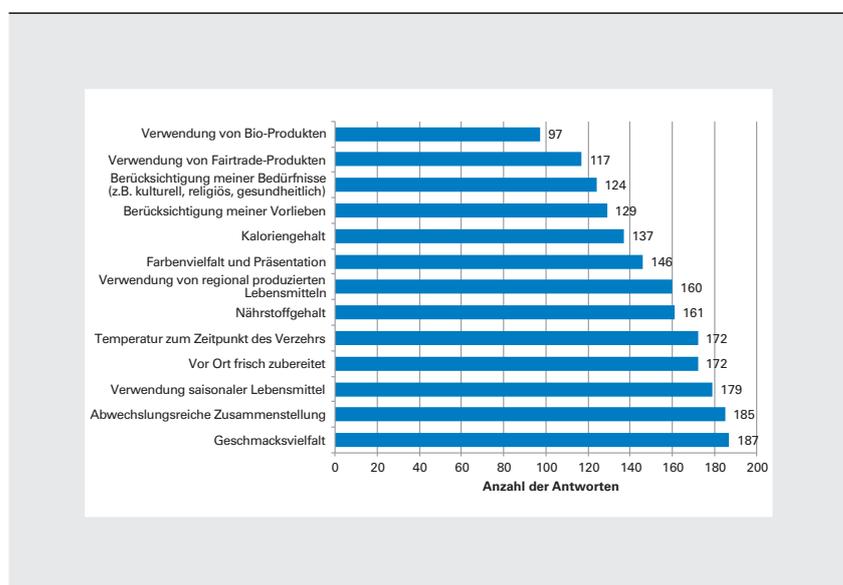


Tabelle 1
Verpflegungsendanbieter: berücksichtigte Ernährungsempfehlungen nach Betriebsgrösse (n=57)

Empfehlungen nach Kategorien	Betriebsgrösse						Gesamt (n=57)	
	bis 150 Mahlzeiten (n=17)		151–500 Mahlzeiten (n=21)		über 500 Mahlzeiten (n=19)		N ¹	% ³
	N ¹	% ²	N ¹	% ²	N ¹	% ²		
Empfehlungen von Fachgesellschaften, öffentlichen Institutionen	10	58.8	9	42.9	4	21.1	23	40.4
Spezifische Diätpläne	4	23.5	1	4.8	2	10.5	7	12.3
Betriebsinterne Ernährungskonzepte	1	5.9	3	14.3	2	10.5	6	10.5
Allgemeingültige Empfehlungen	2	11.8	8	38.1	11	57.9	21	36.8

¹ Anzahl der Antworten; ² Anzahl Antworten/Anzahl Befragte innerhalb Kategorie Betriebsgrösse × 100

³ Anzahl Antworten/Anzahl Gesamtbefragte × 100

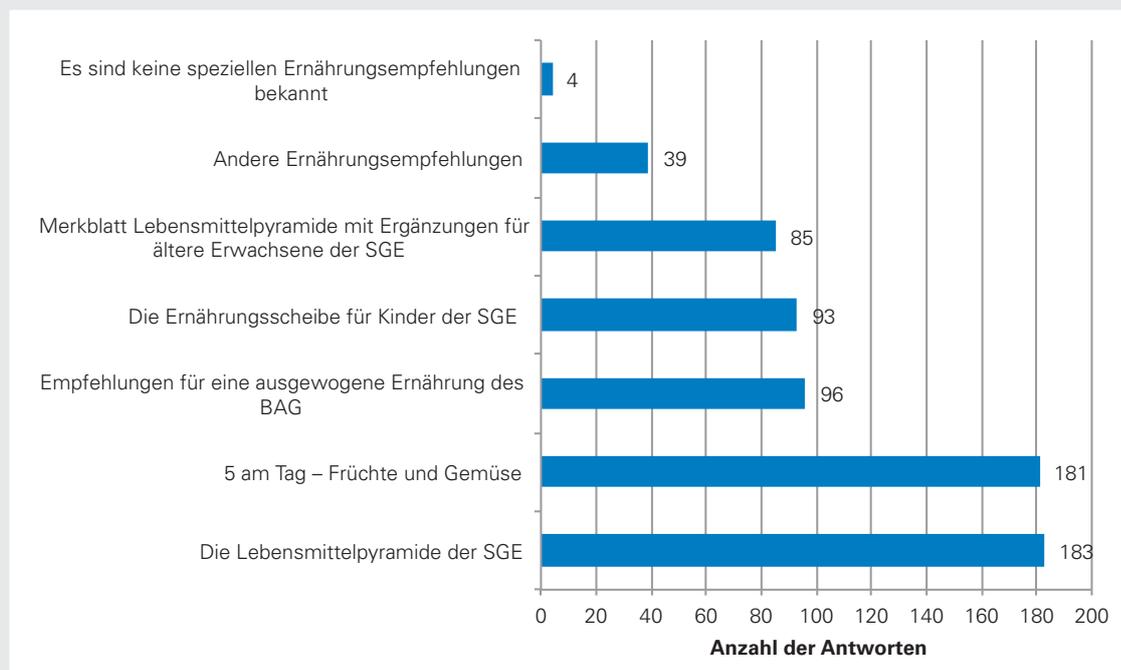
sönlichen Bedürfnisse und Vorlieben seitens Konsumenten, während auf Anbieterseite die Wünsche der Verpflegungsteilnehmer durchaus als wichtig eingestuft werden. Hier besteht Kommunikationspotenzial. Auch im Hinblick auf die Berücksichtigung respektive Bedeutung regionaler Produkte gab es eine Abweichung. Ansonsten fällt die gute Übereinstimmung in Bezug auf die Faktoren der abwechslungsreichen Speisenzusammenstellung und die

Verwendung saisonaler Produkte auf. Den von den Verpflegungsendanbietern an vierter Stelle genannten gesundheitlichen Aspekten dürften seitens Konsumenten die Aspekte einer frischen Zubereitung vor Ort, des Kalorien- und Nährstoffgehalts entsprechen, wenn man die Aussagen aus den Fokusgruppen in die Betrachtung einschliesst. Die Verwendung von Bio- und Fairtrade-Produkten war für beide Gruppen von untergeordneter Bedeutung.

Ernährungsempfehlungen

Im Weiteren wurden Verpflegungsendanbieter danach gefragt, welche Ernährungsempfehlungen sie bei der Zusammenstellung des Verpflegungsangebots und der Erstellung des Speiseplans berücksichtigen (Tabelle 1). Die Konsumenten wurden im Gegenzug nach den ihnen bekannten Ernährungsempfehlungen befragt (Abbildung 6).

Abbildung 6
Konsumenten: Bekanntheit von Ernährungsempfehlungen (Mehrfachnennungen; n=194, 681 Antworten)



Die Verpflegungsendanbieter nannten am häufigsten Empfehlungen von Fachgesellschaften oder öffentlichen Institutionen wie SGE, DGE oder BAG (40%), aber auch allgemeingültige Empfehlungen wie zum Beispiel «ausgewogene, gesunde und saisonale Ernährung» (37%). Dabei gaben grosse Betriebe tendenziell häufiger an, sich an allgemeingültigen Empfehlungen zu orientieren, während kleine und mittlere Betriebe eher Empfehlungen der Fachgesellschaften beachten.

Information zum Anfassen gefragt
Wie Abbildung 6 zeigt, sind den meisten der befragten Konsumenten die SGE-Lebensmittelpyramide und die Kampagne 5 am Tag ein Begriff. Nur knapp der Hälfte der Befragten sind aber auch die Merkblätter zur SGE-Lebensmittelpyramide und die SGE-Ernährungsscheibe für Kinder sowie die BAG-Empfehlungen bekannt. Auch die Gespräche mit den Experten und Konsumenten bestätigten, dass die SGE-Le-

bensmittelpyramide den erwachsenen Befragten bekannt ist, aber eher selten konkret danach gelebt wird. Aus ihrer Sicht können diese Empfehlungen im Alltag nur bedingt umgesetzt werden. Die Konsumenten zeigten sich (abhol-)bereit, etwas zu ändern, ohne jedoch zu wissen wie. Selbst bei Personen, die sich nicht gemäss den Empfehlungen der SGE-Lebensmittelpyramide ernähren und auch nichts an den eigenen Essgewohnheiten ändern möchten, war keine Gleichgültigkeit bezüglich des Themas gesunde Ernährung festzustellen, sondern vielmehr eine allgemeine Verwirrung. Es herrscht also eine gewisse Orientierungslosigkeit, und es wurde ein überzeugendes Konzept zur Förderung einer gesünderen Ernährung verlangt. Als ein mögliches, sinnvolles und motivierendes Konzept wurde unter den befragten Konsumenten die Idee empfunden, gesunde Menüs billiger angeboten zu bekommen – «je gesünder, desto billiger». Gleichzeitig brauche es ihrer Meinung nach viel Aufklärung

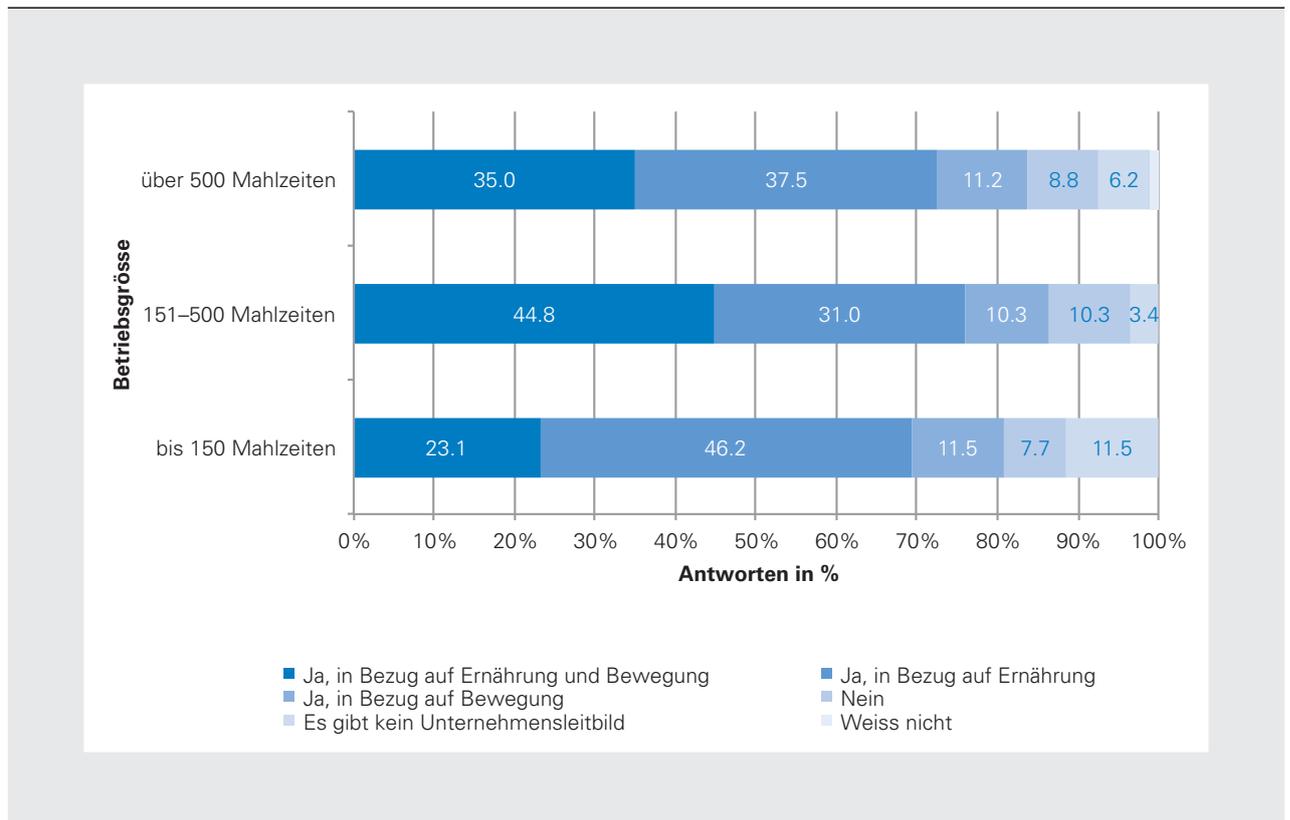
und Alltagsnähe, das heisst «Information zum Anfassen». Theoretische Aufklärung wie die SGE-Lebensmittelpyramide oder die zahlreichen Beiträge in den Medien führen nach Ansicht der befragten Experten und Konsumenten häufig nicht zum gewünschten Erfolg. Ganz praktische, gelebte Aufklärung und sanfter Druck seien hier nötig.

Gesundheitsförderung

Die Verpflegungsendanbieter machten Angaben zur Verankerung von Gesundheitsförderung in der Unternehmensphilosophie (Abbildung 7) und zur Durchführung von Ernährungsaktionen in den letzten 24 Monaten. Die Konsumenten wurden ebenfalls gefragt, ob in ihrem Gemeinschaftsgastronomiebetrieb in den letzten 24 Monaten gesundheitsfördernde Aktionen durchgeführt wurden.

Ein Grossteil (83%) der befragten Betriebe gab an, dass in ihrem Unternehmen Gesundheitsförderung ein Bestandteil des Unternehmens-

Abbildung 7
Verpflegungsendanbieter: Gesundheitsförderung als Teil der Unternehmensphilosophie nach Betriebsgrösse (n=80)



leitbildes ist. In kleinen Betrieben wird dabei häufiger der Ernährungsaspekt alleine berücksichtigt. Hingegen ist in mittleren und grossen Betrieben Gesundheitsförderung durch Ernährung und Bewegung häufiger Teil des Leitbilds (Abbildung 7). Die Umfrageergebnisse zeigten zudem, dass 58% aller Betriebe in den letzten 24 Monaten Aktionen zum Thema gesunde Ernährung durchgeführt haben. Grosse und mittlere Betriebe führten anteilmässig häufiger Projekte zum Thema gesunde Ernährung durch (68% und 66%) als kleine Betriebe (39%).

Im Vergleich gab nur ein Viertel der Konsumenten an, dass in ihrem Betrieb gesundheitsfördernde Aktionen durchgeführt wurden. Abbildung 8 zeigt, welcher Art die gesundheitsfördernden Massnahmen waren. Andererseits wusste ein Drittel der Konsumenten nicht, ob Aktivitäten in ihrem Betrieb stattgefunden haben. Dabei ist unklar, ob dies auf Desinteresse, mangelndes Verständnis über gesundheitsför-

dernde Massnahmen oder ungeeignete Kommunikationsmittel im Rahmen der Aktivitäten zurückzuführen ist. Diese Daten zeigen, dass sich bereits einige Gemeinschaftsgastronomiebetriebe engagieren. Die Anzahl Betriebe, die erst noch für ein derartiges Engagement zu gewinnen sind, ist aber nicht zu unterschätzen.

UMSETZUNG DER QUALITÄTSSTANDARDS

Im Rahmen der Good-Practice-Strategie (s. Abbildung 2) haben bisher vier Gemeinschaftsgastronomiebetriebe und ein Produzentenbetrieb komplette Projektdossiers eingereicht, um sie in Bezug auf einen Katalog von Kriterien und Indikatoren guter Praxis beurteilen zu lassen. Dieser Kriterienkatalog wurde auf Grundlage der Schweizer Qualitätsstandards für die Gemeinschaftsgastronomie [2] und der Qualitätskriterien in der Projektarbeit von Gesundheitsförderung

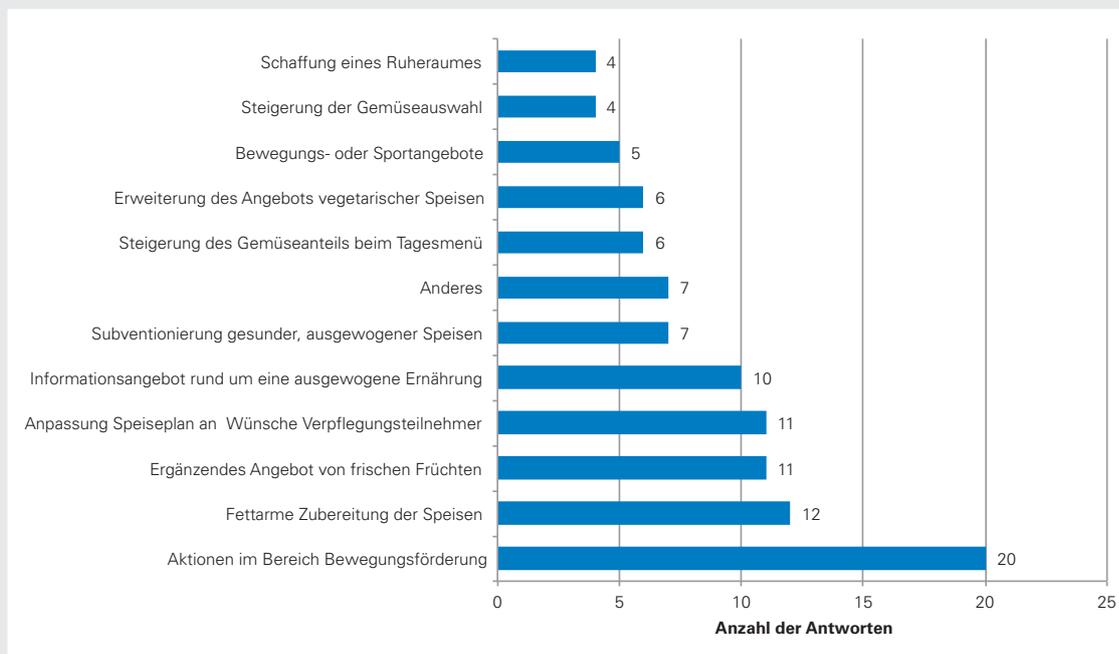
Schweiz [9] festgelegt (s. Beurteilungsschecklisten unter www.gp-gemgastro.ch Rubrik Downloads).

Entwicklungschancen

Die Einteilung der Kriterien für die Gemeinschaftsgastronomie in die Kategorien Muss, Soll, Kann resp. der Ziele in kurz-, mittel- und langfristig angestrebte Ziele bietet einen zeitlichen Orientierungsmassstab für die branchenweite Umsetzung der Qualitätsstandards. Jeder Betrieb muss dazu die Situation im individuellen unternehmerischen Gesamtkontext ansehen. Von den Mitarbeitern in der Unternehmensführung bis hin zu den Mitarbeitern in der Küche und der Speiseausgabe sollten alle geschlossen hinter den gemeinsam festgelegten Zielen stehen, um diese auch gemeinsam umsetzen zu können.

In den Experten- und Gruppengesprächen reagierte die Mehrheit der Befragten nach zum Teil anfänglicher Skepsis letztendlich positiv auf die Idee der Einführung von *Schweizer Qualitätsstandards für*

Abbildung 8
Konsumenten: Art der im GG-Betrieb durchgeführten gesundheitsfördernden Massnahmen (Mehrfachnennungen; n=46, 103 Antworten)



eine gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie, da diese eine Qualitätsverbesserung versprechen. Zahlreiche Personen äusserten aber Bedenken bezüglich der praktischen Umsetzung der Qualitätsstandards, vor allem im Hinblick auf finanzielle Folgen für den Anbieter (zusätzlichen Ressourcenbedarf), aber auch für die Kunden. Ebenso wurde auf die Gefahr einer Nivellierung innerhalb der Gemeinschaftsgastronomie und eine damit einhergehende Einschränkung des Verpflegungsangebots hingewiesen. Es wurde unterstrichen, dass es dynamische, offene und flexible Betriebe braucht, die stets Verbesserungen anvisieren, denn in der Gemeinschaftsgastronomie essen jeden Tag dieselben Leute am selben Ort. Gemäss den befragten Experten wird eine derart offene und kundennahe Einstellung von den Konsumenten durchaus wahrgenommen und honoriert.

Seitens der Konsumenten zeigte sich, dass das grösste Potenzial, um sie für eine gesündere Ernährung zu motivieren, nicht zuletzt in einem günstigeren Preis für gesündere Speisen liegt. Es gilt demnach die Konsumenten durch preislich attraktive und gleichzeitig gesunde, schmackhafte sowie schön präsentierte Gerichte zu überzeugen, dass gesund nicht mit teuer und meist geschmacklos gleichzusetzen ist.

Mit dem Ziel einer gesundheitsfördernden Gemeinschaftsgastronomie vor Augen wird die Strategie

der Good Practice konsequent weiterverfolgt. Nach der mit dem Forschungsprojekt *Qualitätsstandards einer gesundheitsfördernden Gemeinschaftsgastronomie* (s. Kasten) erfolgten grundlegenden Sensibilisierung und Bestandsaufnahme wird nun die konkrete Massnahmenplanung und Umsetzung der Schweizer Qualitätsstandards in Betrieben in die Wege geleitet. Hierzu setzten die Forschungspartner BFH und SGE ihre Zusammenarbeit mit der Praxis fort. Dabei werden sie finanziell vom Bundesamt für Gesundheit und der SV Stiftung unterstützt und fachlich weiterhin von einem international und multidisziplinär zusammengesetzten Expertengremium begleitet (s. www.gp-gemgastro.ch Organisation/Advisory Board). Unter Nutzung der bereits bestehenden sowie von neuen Instrumenten wird eine regelmässige Evaluation im Rahmen eines Monitorings angestrebt. Diese in der Gemeinschaftsgastronomie umgesetzten Massnahmen haben das Potenzial, zur Verbesserung der Ernährungsverhältnisse beizutragen und gleichzeitig den Konsumenten zu ermöglichen, unter Wahrnehmung der Eigenverantwortung ihren Lebensstil zu optimieren (vgl. Abbildung 1). ■

Literatur

1. Bundesamt für Gesundheit. Nationales Programm Ernährung und Bewegung 2008–2012 (NPEB 2008–2012). Bern: Bundesamt für Gesundheit; 2008.

2. Beer-Borst S, Haas K, Schader Ö, Siegenthaler S, Reinert R, Mühlemann P. Nutritional quality in communal catering: a public health issue. Report prepared on behalf of the Federal Office of Public Health and Bern University of Applied Sciences. Bern University of Applied Sciences, Section of Health; Bern, Switzerland: 21. June 2009.

3. Bundesamt für Statistik. Prognosen der Kosten des Gesundheitswesens. Methoden und Ergebnisse. BFS Aktuell, 14 Gesundheit. Mai 2007.

4. Bundesamt für Statistik. Kosten und Finanzierung des Gesundheitswesens 2007. Kräftiges Wachstum der Gesundheitskosten. Medienmitteilung. 14 Gesundheit (Nr. 0350-0903-30). März 2009.

5. Straub M, Hartwig J. Frühjahrsprognose der schweizerischen Gesundheitsausgaben 2008–2010. KOF Studie No 4. Zürich: KOF Swiss Economic Institute, ETHZurich; 2009.

6. Forschungsgruppe «Good Practice – Gemeinschaftsgastronomie» (Hrsg.) Schweizer Qualitätsstandards für eine gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie. Bern: Berner Fachhochschule, Fachbereich Gesundheit; 2009.

7. Forschungsgruppe «Good Practice – Gemeinschaftsgastronomie» (Hrsg.) Schweizer Qualitätsstandards in der Gemeinschaftsgastronomie – für mehr Genuss und Gesundheit! Ein Informationsblatt für Konsumenten. Bern: Berner Fachhochschule, Fachbereich Gesundheit; 2009.

8. Forschungsgruppe «Good Practice – Gemeinschaftsgastronomie» (Hrsg.) Gute Praxis in der gesundheitsfördernden Gemeinschaftsgastronomie. Bern: Berner Fachhochschule, Fachbereich Gesundheit; 2009; http://www.gp-gemgastro.ch/fileadmin/user_upload/downloads_de/D_GoodPractice_1000806.pdf [letzter Zugriff 30.12.2010].

9. Gesundheitsförderung Schweiz. quint-essenz. Qualitätsentwicklung in Prävention und Gesundheitsförderung. Qualitätskriterien für Projekte, Version 5.0, 30.11.2007: http://www.quint-essenz.ch/de/files/Qualitaetskriterien_50.pdf [letzter Zugriff 30.12.2010].

DAS FORSCHUNGSPROJEKT

<i>Titel</i>	<i>Qualitätsstandards einer gesundheitsfördernden Gemeinschaftsgastronomie</i>
<i>Laufzeit</i>	<i>Oktober 2007 bis Juli 2010</i>
<i>Forschungsgruppe</i>	<i>Berner Fachhochschule (BFH), Haute école de santé – Genève (HEdS) und Schweizerische Gesellschaft für Ernährung SGE</i>
<i>URL/Website</i>	<i>www.goodpractice-gemeinschaftsgastronomie.ch www.goodpractice-restaurationcollective.ch</i>
<i>Finanzierung</i>	<i>BAG Vertrag Nr. 07.005981, BFH und HEdS</i>
<i>Projektleitung</i>	<i>Frau Sigrid Beer-Borst, Dipl.-oec.troph. UNIV. Leiterin aF&E Ernährung und Diätetik Berner Fachhochschule, Fachbereich Gesundheit Murtenstrasse 10, 3008 Bern Telefon 031 848 35 86 E-Mail: sigrid.beer@bfh.ch</i>