

Schlussbericht Projekt Eintüten Pilotphase 2025

Ein Projekt des Landwirtschaftlichen Zentrums Liebegg
und der catta GmbH

Projektleitung:	Karin Nowack	LZ Liebegg	April – Dezember 2025
Projektteam:	Lara Theiler	LZ Liebegg/catta	April – Dezember 2025
	Vera Hurni	LZ Liebegg	Oktober – Dezember 2025
	Lisa Vogt	LZ Liebegg	April – November 2025
	Jenny Casetti	catta	April – November 2025
	Linda Münger	catta	April – Juni 2025



1. Inhalt

2.	Ausgangslage und Zielsetzung	3
3.	Projektaufbau und Vorgehen	3
3.1.	Startworkshop	4
3.2.	Mess- und Challengephase.....	4
3.2.1.	Küchencheck 1	4
3.2.2.	Küchencheck 2	5
3.2.3.	Beobachtungsfragen	5
3.2.4.	Challenges.....	5
3.3.	Schlussworkshop	5
4.	Ergebnisse	5
4.1.	Statistische Auswertung und Aussagekraft	5
4.2.	Startworkshop	6
4.3.	Daten aus der App.....	7
4.3.1.	Küchen Check 1 und 2.....	7
4.3.2.	Regionalität.....	8
4.3.3.	Saisonalität.....	8
4.3.4.	Kaufverhalten	9
4.3.5.	Analyse der Befragungen	9
4.3.6.	Challenges.....	11
4.3.7.	Ersatz von importierten Früchten und Gemüse durch einheimisches	12
4.4.	Schlussworkshop	12
4.5.	Feedback der Teilnehmenden	13
4.6.	Berichte	14
5.	Reflexion und Erfahrungen	14
5.1.	Vergleich zur Standardpopulation	14
5.2.	Erfolgsfaktoren	14
5.3.	Schwierigkeiten und Verbesserungsbedarf	14
5.4.	Ausblick.....	14
6.	Anhang	15

2. Ausgangslage und Zielsetzung

Das Citizen Science-Projekt „Eintüten – woher kommt mein Essen?“ wurde 2025 im Kanton Aargau als partizipativer Beitrag zu einer nachhaltigeren und gesünderen Ernährung lanciert. Einwohnerinnen und Einwohner aus den Gemeinden Suhr und Gränichen wurden eingeladen, konkrete, lokal verankerte Daten und Erfahrungen zu nachhaltigem Einkaufen zu gewinnen. Ziel war es, während einer vierwöchigen Mess-Phase die Herkunft der im Haushalt konsumierten Lebensmittel zu erfassen, persönliche Einkaufsgewohnheiten zu reflektieren und so eigene Handlungsspielräume im Sinne einer nachhaltigeren Ernährung sichtbar zu machen. In Start- und Schlussworkshops tauschten sich die Teilnehmenden vor Ort über Erfahrungen und Wissen aus.

Zudem wurde die lokale Landwirtschaft einbezogen, um einen Dialog zwischen Konsumierenden und Produzierenden zu fördern. Durch diesen partizipativen Ansatz lernten die Teilnehmenden, wie sie trotz des großen Lebensmittelangebots bewusste Entscheidungen treffen können. Sie erfuhren mehr über regionale Produkte, relevante Labels und nachhaltige Ernährungsweisen, was ihnen hilft, ihre Konsumgewohnheiten zu reflektieren und gegebenenfalls anzupassen.

Die Ausgangslage dabei war, dass Konsum, Ernährung und Lebensmittelproduktion eine zentrale Rolle für Gesellschaft, Umwelt und Gesundheit spielen. Aktuelle Studien und Datenerhebungen zeigen: Der Anteil der Haushaltsausgaben für Lebensmittel ist im Vergleich zu früher deutlich gesunken – regionale und biologische Produkte haben damit einen schweren Stand, wenn sie häufig teurer sind als Alternativen. Zudem ist die Umweltbelastung durch die Ernährung nach wie vor hoch: Rund ein Viertel der gesamten Umweltwirkung in der Schweiz stammt vom Lebensmittelsektor. Eine stärkere Fokussierung auf regionale, saisonale und ressourcenschonende Produkte könnte diese Belastung reduzieren und gleichzeitig der Gesundheit zugutekommen. Auch die Politik reagiert mit Strategien wie der Klimastrategie Landwirtschaft und Ernährung 2050 und der Aargau mit der Klimastrategie und der Strategie Landwirtschaft Aargau 2030, auf diese Herausforderungen. Dieses Projekt versucht einen breit abgestützten Beitrag zur Erreichung der Ziele der Agenda 2030 im Kanton Aargau zu leisten – insbesondere im Bereich nachhaltiger Konsum, Klimaschutz und Förderung von regionalen Wirtschaftskreisläufen.

Das Projekt wird vom Landwirtschaftlichen Zentrum Liebegg (im Folgenden Liebegg) zusammen mit catta umgesetzt. Die Liebegg ist das Kompetenzzentrum für Landwirtschaft, Hauswirtschaft und Ernährung des Kantons Aargau. Die Agentur catta ist Spezialistin für Citizen Science (Bürgerwissenschaft). Sie hat schon ähnliche Projekte bspw. im Bereich Food Waste umgesetzt.

Die externen Kosten des Projekts werden vom Schwerpunktprogramm (ESP) Klima des Kantons Aargau finanziert.

3. Projektaufbau und Vorgehen

Das Projekt war wie untenstehend in Tabelle 1 zu sehen aufgegliedert.

Tabelle 1: Projektzeitplan Pilot 2025

Februar, März	Kickoff, Detaillierung Ziel, Konzept und Planung
April 2025	Erstellung Visuals und Texte, Suche teilnehmende Gemeinden
Juni 2025	Programmierung App, Koordinationssitzung zwischen Gemeinde und dem Projektteam
Juli– September 2025	Rekrutierung der Teilnehmenden
10. September 2025	Startworkshop mit Teilnehmenden
September 2025	Datenerhebung der Teilnehmenden/Messphase
05. November 2025	Abschlussworkshop mit Teilnehmenden
November 2025	Auswertung der Daten und des Pilotversuches

3.1. Startworkshop

Das Ziel des Startworkshops war es, sich mit dem Thema regionaler Einkauf zu befassen und die Teilnehmenden mit der Web-app zur Datenerfassung vertraut zu machen.

Der Workshop fand am 10. September 2025 am Abend in Suhr statt. Insgesamt nahmen 24 Personen teil, darunter 16 Teilnehmende, drei Vertreterinnen und Vertreter der Gemeinden und fünf Projektmitarbeiterinnen.

Nach einem kurzen Input der Gemeinderätin Barbara Zobrist (Gränichen) und des Gemeinderates Thomas Baumann (Suhr) gab es einen Postenlauf mit verschiedenen Themen wie lokale Einkaufsmöglichkeiten, Regionalität und Etikettenlesen. Schliesslich wurden die Messinstruktionen erläutert, inklusive Ablauf, Vorstellung der App und der Datenerfassung sowie der Challenges.

3.2. Mess- und Challengephase

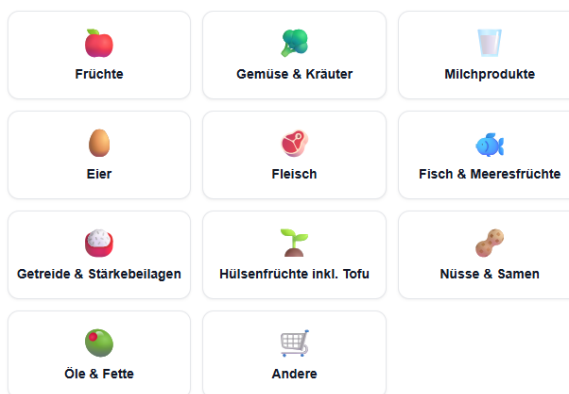
Nach dem Startworkshop startete die Datenerfassung. Die Teilnehmenden hatten 4 Wochen Zeit, mithilfe der App zwei Küchenchecks und so viele Challenges wie gewünscht auszuführen.

3.2.1. Küchencheck 1

Der erste Küchencheck diente als Bestandsaufnahme und wurde direkt nach dem Startworkshop durchgeführt. Die Aufgabestellung war, dass die Teilnehmenden mindestens 10 Lebensmittel (welche aus einer Hauptzutat bestehen) aus ihrer Küche inklusive Vorratsschrank aus mindestens fünf verschiedenen Kategorien erfassen.

Die Kategorien waren:

- Früchte
- Gemüse
- Milchprodukte
- Eier
- Fleisch
- Fisch und Meeresfrüchte
- Getreideprodukte
- Hülsenfrüchte (inkl. Tofu)
- Nüsse und Samen
- Öle und Fette
- Andere



Die Auswahlmöglichkeiten der Herkunft waren:

- Aus eigener Gemeinde oder Nachbargemeinde
- Kanton Aargau (in diesem Projekt als "Regional" definiert)
- Schweiz
- Anderes Land: --> Dropdownliste Buchstabensuche, häufige Länder oben (Italien, Spanien, Deutschland, Frankreich, Niederlande)
- Unklar/nicht ersichtlich

Optional konnte bei Schweizer Produkten eine Ortsangabe (Gemeindenamen oder PLZ) und ein Einkaufsort (Freitexteingabe) angegeben werden. Auch optional konnte man die Produktionsart/Label aus folgender Liste angeben:

- Bio
- IP-Suisse
- Regio Label
- Fairtrade
- Anderes
- keines

3.2.2. Küchencheck 2

Der zweite Küchencheck sollte zwei bis vier Wochen nach dem ersten erfolgen. Dazu versendete das Projektteam eine Erinnerung per Mail an alle Teilnehmenden. Die Aufgabestellung war dabei dieselbe wie beim ersten Küchencheck. Wenn möglich, sollten wieder dieselben Lebensmittel oder zumindest aus derselben Kategorie erfasst werden.

3.2.3. Beobachtungsfragen

Nach dem zweiten Küchencheck wurden die Teilnehmenden gebeten, Beobachtungsfragen zu Ihrem Verhalten zu beantworten. Dies waren Fragen zur Wichtigkeit von Regionalität und Saisonalität, zum Einkaufsverhalten und zu Schwierigkeiten im regionalen und saisonalen Einkauf.

3.2.4. Challenges

Zwischen den Küchenchecks hatten die Teilnehmenden die Option, kleine Challenges beim Einkaufen zu absolvieren. Dadurch konnten sie Punkte gewinnen, welche zur Motivation im Dashboard angezeigt wurden. Die Challenges werden in den Resultaten präsentiert.

3.3. Schlussworkshop

Im Zentrum des Abschlussworkshops stand der Austausch unter den Teilnehmenden über ihre Erfahrungen, Beobachtungen, Ideen und Hindernisse während des Projektes.

Der Workshop fand am 05. November 2025 in Suhr statt. Insgesamt nahmen 24 Personen teil, darunter zehn Teilnehmende des Projektes, fünf Vertreterinnen und Vertreter der Gemeinden Suhr und Gränichen, vier Landwirtinnen und Landwirte und fünf Projektmitarbeiterinnen. Der Anlass dauerte rund drei Stunden.

Dabei wurden Einblicke in die Resultate gegeben, es konnten Fragen direkt an Landwirtinnen und Landwirte gerichtet werden und 3 Diskussionsrunden wurden die Erfahrungen während der Messphase in Gruppen ausgetauscht.

4. Ergebnisse

Zum Projekt angemeldet haben sich 32 Personen, davon haben sich drei wieder abgemeldet, 20 Personen haben sich in der App registriert und davon 17 mindestens einmal ein Lebensmittel erfasst.

4.1. Statistische Auswertung und Aussagekraft

Die Anzahl der Teilnehmenden und die Anzahl erfasster Lebensmittel beeinflusst die Aussagekraft der Daten.

Was möglich ist:

- **Deskriptive Aussagen**, d.h. wie sich die Herkunft, Einkaufsorte etc. der Lebensmittel in beiden Küchen Checks verteilt haben.
- **Tendenzen erkennen**: z. B. ein klarer Trend kann ein Hinweis auf ein verändertes Verhalten sein (aufgrund der kleinen Datenmenge mit Vorsicht zu interpretieren).

Was eher nicht möglich ist:

- **Statistisch belastbare Vergleiche**: Aufgrund der kleinen Stichprobe und des Rückgangs der Datenmenge sind signifikante Tests (z. B. ob sich das Einkaufsverhalten wirklich verändert hat) nicht zuverlässig.
- **Verallgemeinerungen**: Verallgemeinerungen auf die Bevölkerung sind nicht möglich. Dafür ist die Stichprobe zu klein und nicht repräsentativ.

Benötigte Datenmengen für spannende statistische Aussagen:

- Für einen Vergleich zwischen Check 1 und 2 bräuchte es 50–100 Personen in beiden Küchen Checks oder 300–400 Produkte insgesamt
- Einbezug demografische Merkmale in Analyse (bspw. Einfluss Geschlecht, Alter): 100–150 insgesamt

4.2. Startworkshop

Am Startworkshop haben die Teilnehmenden lokale Einkaufsorte für regionale Produkte zusammengetragen. Diese wurden in einer [Google-Maps-Karte](#) zusammengetragen mit Ergänzungen unsererseits (Abbildung 1).

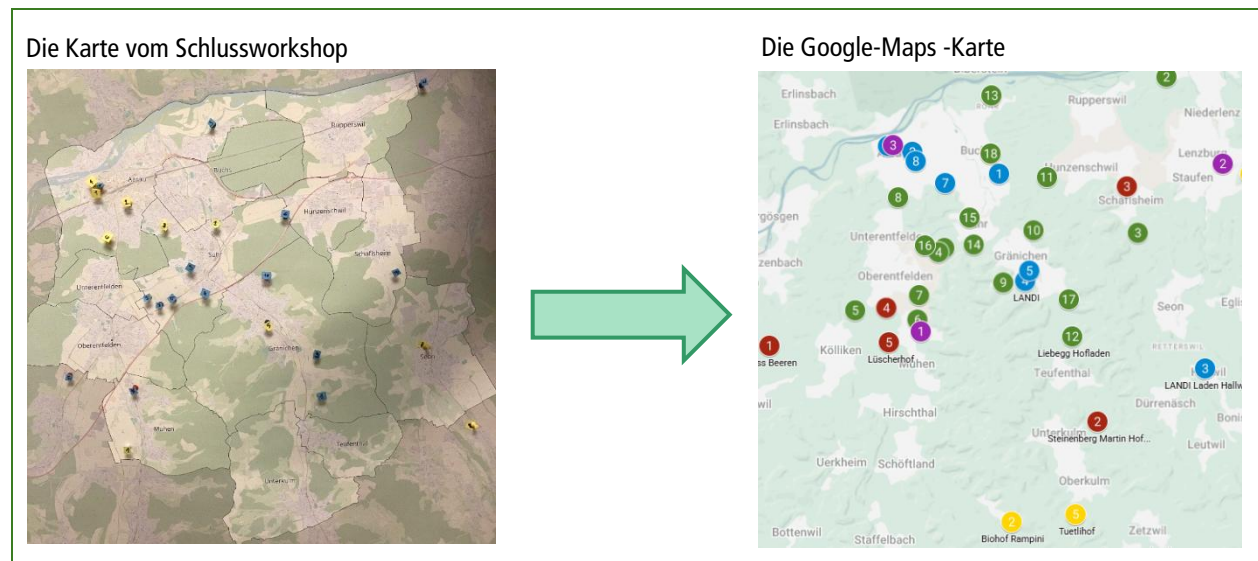
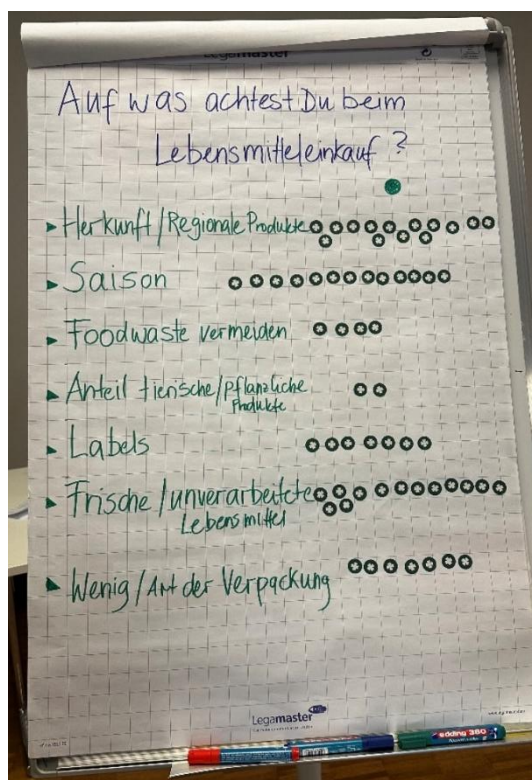


Abbildung 1: Die beiden Karten

Danach wurde diskutiert, auf was beim Einkauf geachtet wird und was Regionalität für die Teilnehmenden bedeutet. Für viele war die Herkunft, die Saison und der Verarbeitungsgrad der Lebensmittel ein wichtiges Thema. Einige empfanden den Kanton Aargau als regional, für andere musste ein regionales Lebensmittel in Velodistanz oder aus dem eigenen Garten kommen (Abbildung 2).

Auf was achtest du beim Lebensmitteleinkauf?



Ein regionales Lebensmittel ist für mich...

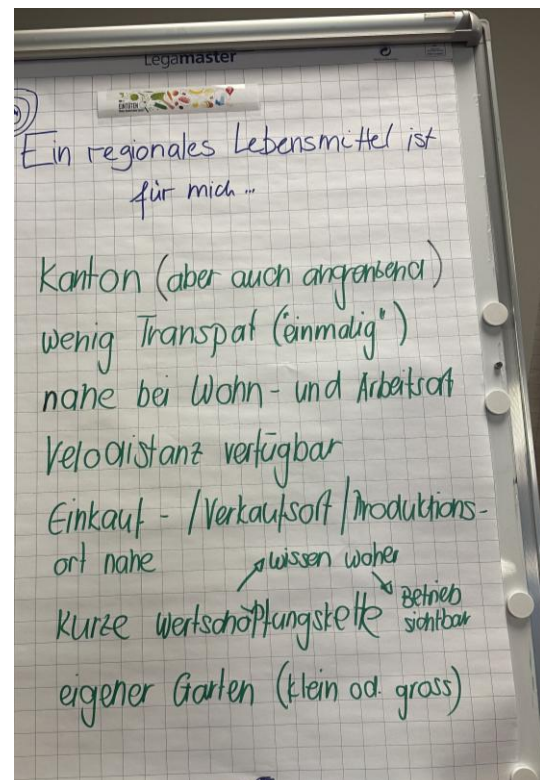


Abbildung 2: Flipcharts zum Thema Einkauf und Regionalität

4.3. Daten aus der App

Im Folgenden werden die Daten, welche die Teilnehmenden in der App selbst erfasst haben, gezeigt und diskutiert.

4.3.1. Küchen Check 1 und 2

Beim Küchen Check 1 wurden 259 Lebensmittel erfasst und beim Küchen Check 2 waren es 153 Lebensmittel, was total 412 erfasste Lebensmittel ergibt. Diese Datenlage erlaubt eingeschränkte Vergleiche zwischen den beiden Küchen Checks. Die Anzahl vollständig ausgefüllter Küchen Checks zwischen Check 1 und 2 sank dabei um 23 %. Durchschnittlich wurden 24 Lebensmittel eingetragen.

Schaut man sich die Anteile der Einträge in den Kategorien an, sieht man, dass im zweiten Küchencheck anteilmässig mehr Gemüse, Früchte und Getreideprodukte eingetragen wurden (Abbildung 3). Hingegen wurden anteilmässig weniger Eier, Fleisch, 'Öle und Fette' und 'Nüsse und Samen' eingetragen. Die letzteren zwei Kategorien sind möglicherweise Produkte, die bereits vorrätig waren.

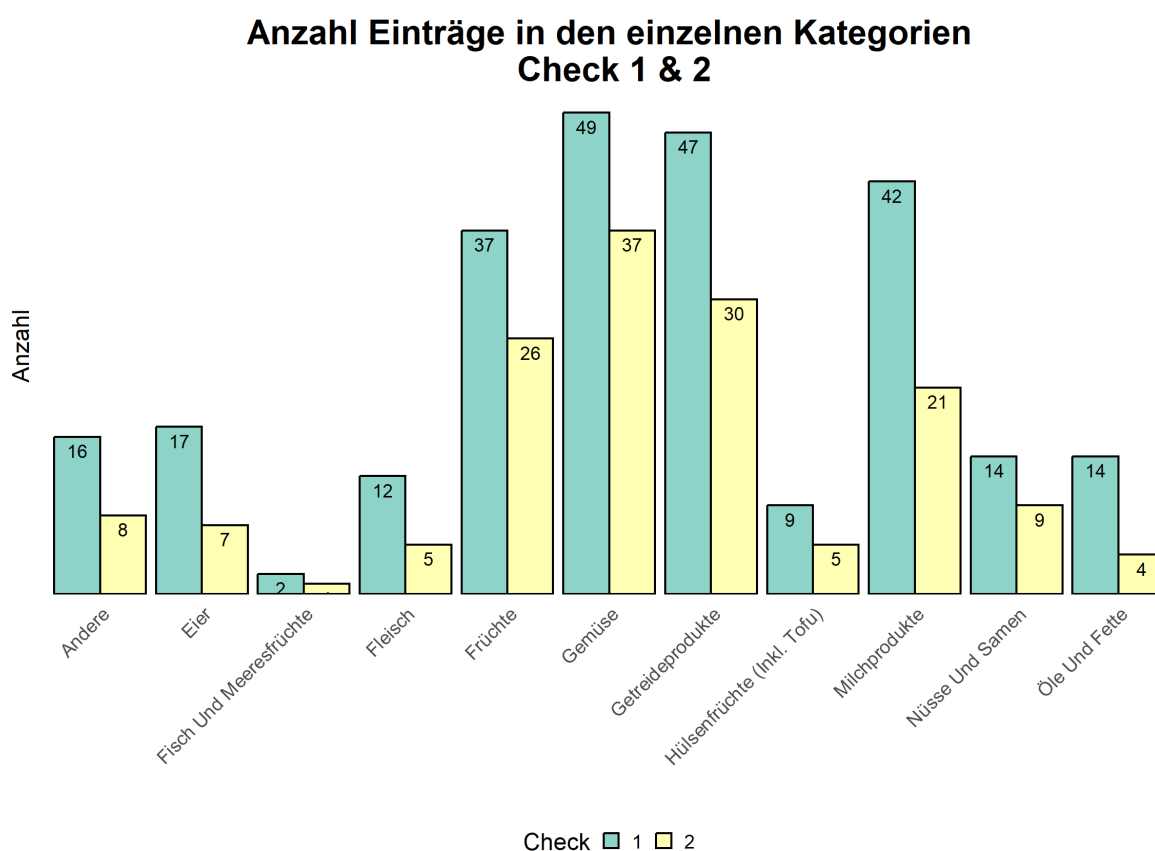


Abbildung 3: Verteilung der Einträge zwischen den beiden Checks nach Lebensmittelkategorie

4.3.2. Regionalität

Da der Küchen Check 2 wesentlich weniger Einträge hat, als Küchen Check 1, macht es Sinn, die jeweiligen Anteile zwischen den beiden Checks zu vergleichen (Abbildung 4). In Küchen Check 2

- nahm der Anteil aus dem Ausland stammenden Produkten um 14 Prozent ab.
- der Anteil von lokalen und regionalen Produkten um sieben respektive um fünf Prozent zu.
- der Anteil an Schweizer Produkten nahm um zwei Prozent zu.

Alle Kategorien zusammengenommen, gab es im Küchen Check 2 einen Trend zu lokalen und regionalen Produkten. Die Teilnehmenden haben sensibilisiert eingekauft und tatsächlich auch viele regionale und lokale Produkte gefunden.

Insgesamt wurden aber in jeder Herkunftskategorie weniger Einträge gemacht als in Küchen Check 1.

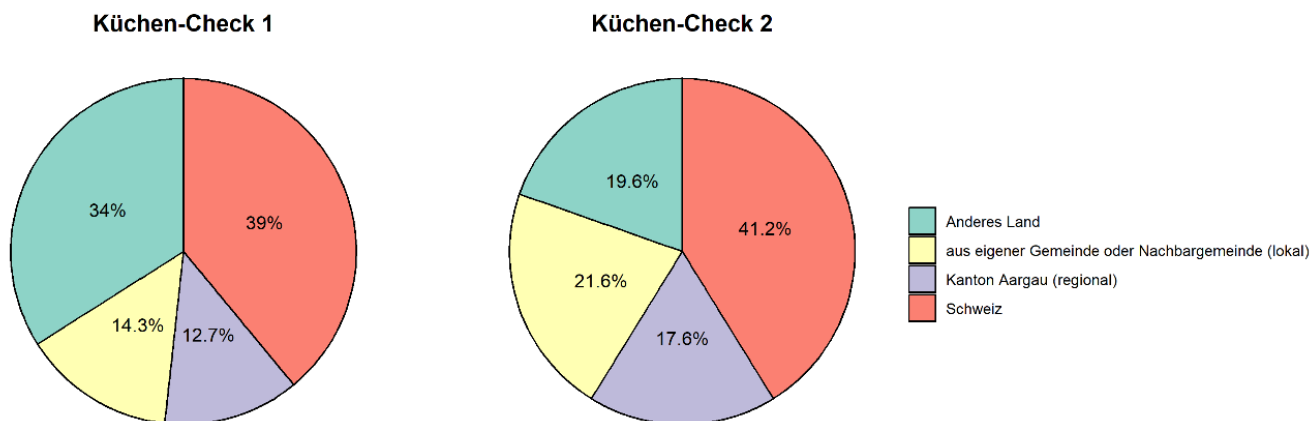


Abbildung 4: Herkunft der Lebensmittel zwischen Küchen Check 1 und 2

4.3.3. Saisonalität

Von den eingegebenen Früchten und Gemüse waren 75.8 % saisonal (Abbildung 5). Bloss 4.8 % der eingetragenen Lebensmittel waren nicht Saison und das waren Kiwis und Quitten, die ab Oktober ebenfalls Saison haben. Die restlichen 19.4 % waren exotische Früchte, wobei vor allem die Bananen mit acht Einträgen ins Auge fällt. Bei den Gemüse waren sogar 98.8 % der eingetragenen Gemüse in Saison.

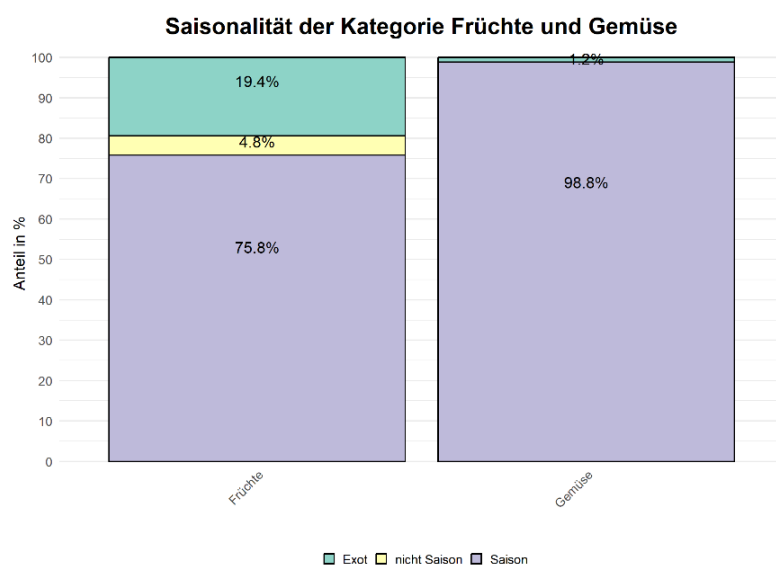


Abbildung 5: Saisonalität der Früchte und Gemüse

4.3.4. Kaufverhalten

Klar am meisten Produkte wurden in der Migros eingekauft (146 Einträge, Tabelle 2), gefolgt von Hofläden und dem Coop. Die Teilnehmenden waren in Küchen Check 1 in durchschnittlich 4.41 Einkaufsorten, in Küchen Check 2 in vier Einkaufsorten.

Tabelle 2: Anzahl Einträge pro Einkaufsort. Andere Detailhändler = Landi, Spar, Volg, Andere = Metzger, Bäcker, Internet, Privat erhalten etc.

Ort	Anzahl Einträge
Migros	146
Hofladen	73
Coop	44
Andere	34
Keine Angabe	26
Andere Detailhändler	25
Bioladen	21
Garten	21
Markt	12
Prima Aarau	10

Spannend ist auch der Vergleich zwischen Küchen Check 1 und 2. Der Anteil an Produkten aus dem Ausland ist vor allem bei anderen Detailhändlern und der Migros stark gesunken. Bei vielen anderen Einkaufsorten hat der Anteil ausländischer Produkte sogar leicht zugenommen. Dieses Ergebnis könnte mit der kleineren Anzahl Einträge zusammenhängen. Die Abnahme von ausländischen Produkten um 14 % lässt sich auch damit erklären, dass in Küchen Check 2 anteilmäßig mehr Produkte in Hofläden und anderen Läden eingekauft wurde. Die Teilnehmenden scheinen in Küchen Check 2 anders eingekauft zu haben. Sie haben nicht nur andere Produkte ausgewählt, sondern auch andere Einkaufsorte bevorzugt. Interessanterweise nahm der Anteil in lokalen Läden (Bioladen, Gmüesrad Aarau etc.) eingekaufte Ware in Küchen Check 2 ab. Möglicherweise ist dies auf die geringe Anzahl Fälle zurückzuführen.

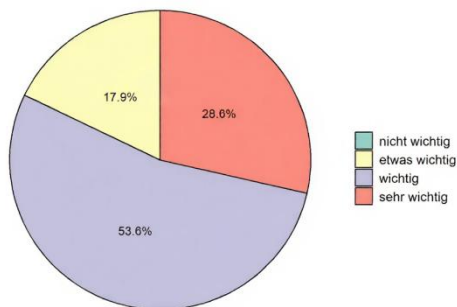
4.3.5. Analyse der Befragungen

Die Teilnehmenden wurden bei der Anmeldung und beim Abschluss der Küchen Checks befragt. Die erste Befragung haben 29 Personen ausgefüllt. Die zweite Befragung haben 14 Personen ausgefüllt. Vergleiche zwischen den beiden Umfragen sind also nur bedingt möglich.

4.3.5.1. Wichtigkeit von Regionalität beim Einkaufen

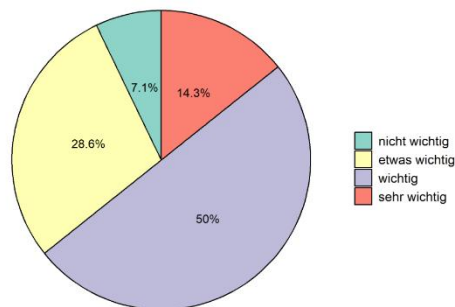
Bei der Frage, wie wichtig einem Regionalität beim Einkaufen ist, gab es sogar eine leichte Tendenz zu weniger wichtig. Zwei Mal gab jemand bei der Schlussbefragung an, dass es nicht wichtig sei (Abbildung 6). Durch die geringe Anzahl Rückmeldungen sind signifikante Aussagen zu Veränderungen im Bewusstsein jedoch kaum möglich.

Wichtigkeit der Regionalität der Lebensmittel beim Einkauf
Angaben der Teilnehmenden beim Start von Eintüten



n = 28

Wichtigkeit der Regionalität der Lebensmittel beim Einkauf
Angaben der Teilnehmenden beim Ende von Eintüten



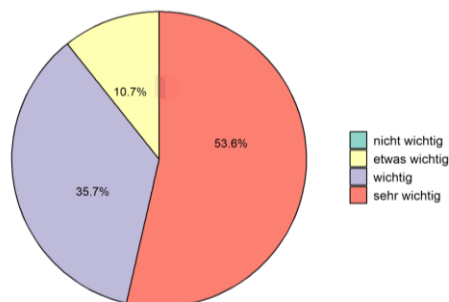
n = 14

Abbildung 6: Wichtigkeit der Regionalität zwischen Küchen Check 1 und 2

Bei der Frage wie wichtig einem Saisonalität beim Einkauf ist, gab es eine Verschiebung von sehr wichtig zu wichtig (Abbildung 7). Damit hat auch hier die Wichtigkeit des Themas leicht abgenommen. Jedoch gab es so auch hier wenige Angaben, dass auch dies ein Fehler sein könnte.

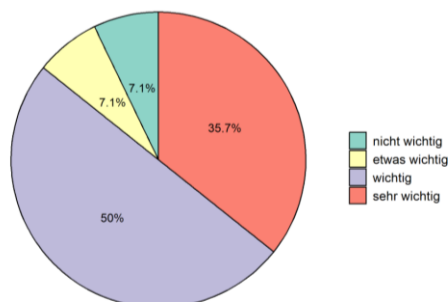
4.3.5.2. Wichtigkeit von Saisonalität beim Einkaufen

Wichtigkeit der Saisonalität der Lebensmittel beim Einkauf
Angaben der Teilnehmenden beim Start von Eintüten



n = 28

Wichtigkeit der Saisonalität der Lebensmittel beim Einkauf
Angaben der Teilnehmenden beim Ende von Eintüten



n = 14

Abbildung 7: Wichtigkeit der Saisonalität zwischen Küchen Check 1 und 2

4.3.6. Challenges

Die Teilnehmenden konnten eine freiwillige schriftliche Rückmeldung geben, sowie ein Foto anhängen. Nachfolgend wird eine Auswahl der eingegangenen Antworten erläutert.

Challenge 1 – Direkt vom Hof

"Kaufe direkt beim Bauernhof oder Hofladen ein. Auf welchem Hofladen warst du?"

Mehrmals wurde der Fischer Hofladen besucht (sieben Mal von einem Teilnehmenden). Weitere Beispiele sind Einkäufe beim Sohn in Fankhaus/Trub sowie die Entdeckung des Biohofs Schürberg und Langmatthof (Familie Koch) (N=12).

Challenge 2 – Das lokale Lieblingsprodukt

"Finde und dokumentiere ein Produkt aus deiner Region, das du besonders magst. Was hast du ausgesucht? Lade ein Bild hoch."

Eine Teilnehmerin bezieht rund 85 % ihres Gemüses von Knechtli-Sager am Aarauer Markt, gelegentlich auch vom Chornlade in Aarau, und im Winter meist von Coop. Ein anderer Teilnehmer kauft Tomaten wenn möglich frisch und direkt beim Fischer in Suhr, und merkt an, dass sie im Migros oder Coop oft aus Spanien oder Italien stammen. Ein dritter berichtet, dass Peperoni normalerweise aus den Niederlanden kommen, es sie aber beim Fischer auch regional gibt. Schwarzwurzeln werden laut einer Teilnehmerin fast ausschliesslich auf dem Wochenmarkt gefunden. Überraschend war für eine Person, dass Frühlingszwiebeln bis November erhältlich sind – dank Saisontabelle. Verschiedene Lieblinge werden genannt: Eine Person bevorzugt Karotten, die meist aus Zürich oder Solothurn stammen; jemand anderes nennt Rucola, der in der Saison zwar lokal, aber meist nur mit Angabe "Schweiz" erhältlich ist. Blumenkohl direkt ab Hof, Lauch und Kopfsalat werden ebenfalls erwähnt. Insgesamt zeigt sich: Die regionale Herkunft ist häufig möglich, aber je nach Gemüse und Saison nicht immer garantiert (N=3).

Challenge 3 – Die Saisonmahlzeit

"Koche eine Mahlzeit mit hauptsächlich saisonalen Zutaten aus deiner Region. Was hast du gekocht? War es schwierig? Lade ein Bild deiner Mahlzeit hoch."

Für saisonale Gerichte wie Kürbissuppe (Kürbis, Apfelsaft vom Gmüesrad, Kartoffeln aus dem Hofladen Fischer) und Pizzoccheri mit lokalem Lauch, Wirz und Bohnen wurde gezielt regional eingekauft. Auch Bohnentomatensalat oder Eintopf mit Randen und Bohnen aus dem eigenen Garten wurden genannt. Der hohe Anteil an Schweizer und regionalen Zutaten war möglich, mit kleinen Ergänzungen (z.B. Gewürze, Quinoa) (N=8).



Challenge 4 – Gemüse unter der Lupe

"Untersuche die Herkunft deiner 3 Lieblingsgemüse: Wann haben sie Saison? Gibt es eine Möglichkeit, sie lokal einzukaufen? Was hast du untersucht? Was hast du festgestellt?"

Zu dieser Challenge gab es keine schriftlichen Rückmeldungen (N=4).

Challenge 5 – Das Wissen teilen

"Sprich mit einer anderen Person über das Projekt und lade sie ein, sich auch eine regionale Alternative zu überlegen. Wie haben die Personen auf das Thema reagiert?"

Im Austausch mit Freunden in der Stadt wurde deutlich, dass Hofläden oft schwer erreichbar sind. Diskussionen mit Bekannten bestätigten, dass Saisonalität eine Rolle spielt, es im Alltag aber wegen Bequemlichkeit oft trotzdem Coop oder Migros wird. Interessant: In einem Fall liefert ein Bauer regelmässig Eier direkt an eine Kollegin (N=4).

Challenge 6 – Der Früchte Tausch



"Ersetze eine exotische/importierte Frucht durch eine, welche in der Region produziert wird. Welche Frucht hast du durch was ersetzt?"

Viele verzichten seit Jahren auf Exoten wie Bananen und Mango, geniessen stattdessen saisonale Früchte wie Trauben oder Äpfel. Einzelne ersetzen z.B. importierte Feigen aus der Türkei durch lokale Apfelstücke, oder greifen statt Banane zu Birne. Orangen werden selten gekauft, Zitronen bilden eine Ausnahme als Würzmittel (N=4).

Challenge 7 – Das Tomaten Chaos

"Erforsche, woher die Tomaten in deinem üblichen Einkaufsladen kommen. Wie viele Tomaten aus deiner Region findest du?"

Zur Tomatensaison fanden Teilnehmende eine beeindruckende Vielfalt regionaler Sorten bei Gemüse Fischer – etwa Zebra, Berner Rosen oder San Marzano. Grundsätzlich werden Tomaten fast ausschliesslich saisonal und lokal gekauft. Importierte Tomaten aus Italien, Spanien oder Holland werden, wo möglich, gemieden (N=3).



Challenge 8 – Die Saisonexpertise

"Hänge dir einen Saisonkalender zuhause an den Kühlschrank. Welches Gemüse/Frucht erstaunt dich am meisten?"

Teilnehmende entdeckten, dass Auberginen und Peperoni hierzulande geschützten Anbau benötigen, Weisskabis auch im Sommer Saison hat und Lagergemüse wie Randen und Sellerie fast ganzjährig verfügbar sind. Überraschend: Erdbeeren sind auch im September regional erhältlich (z.B. aus Uerkheim), und Nüsslisalat ist nicht nur ein Herbstsalat. Importiertes Gemüse aus Italien oder Holland wird stärker hinterfragt (N=9).

4.3.7. Ersatz von importieren Früchten und Gemüse durch einheimisches

Ein Teil des Projektes war es, einheimische Alternativen zu importierten Produkten zu finden. Dabei kamen folgende Alternativen zu Sprache (Tabelle 3).

Tabelle 3: Einheimische Alternativen zu importierten Lebensmitteln

Importiertes		Einheimische Alternative
Mandeln	➤	Baumnüsse
Bananen	➤	Birne
Chiasamen	➤	Leinsamen, Hanfsamen Oder Chia aus der Schweiz z.B. Biofarm
Olivensöl	➤	Rapsöl, Leinöl
Getrocknete Feigen	➤	Apfel-, Birnenschnitze
Orangensaft	➤	Apfelsaft, Sanddornsaft
Hülsenfrüchte	➤	Aus der Schweiz z.B. bei Biofarm

4.4. Schlussworkshop

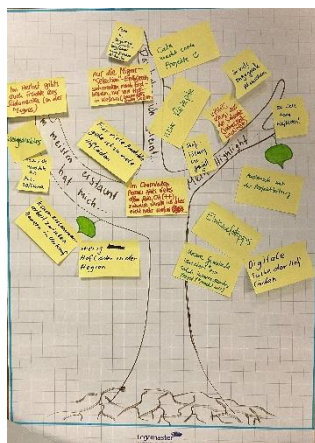
Im Schlussworkshop wurden die Erfahrungen der Teilnehmenden mit lokalem und regionalem Einkaufen reflektiert. Im „Lernbaum“ hielten sie fest, dass sie insbesondere mehr über Saisonalität, Herkunft und Einkaufsorte gelernt haben.

Genannt wurden neue Hofläden und lokale Bezugsquellen, die Erkenntnis, dass regionale Produkte teils einfacher erhältlich sind als lokal produzierte, sowie neue Rezeptideen.

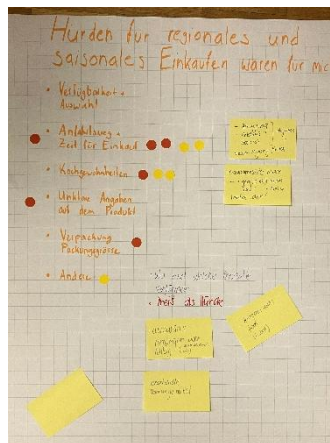
Die Teilnehmenden waren besonders erstaunt über das Angebot an regionalen Produkten – sowohl positiv (viele Hofläden, grosses Sortiment) als auch negativ (fehlende Angebote im Detailhandel, Hofläden mit Importprodukten). Zudem wurde sichtbar, wie weit gewisse Produkte reisen und wie gering das Wissen über Landwirtschaft und Produktionsbedingungen teilweise ist. Als Highlight nannten die Teilnehmenden vor allem neu entdeckte Einkaufsorte und das vielfältige Angebot in Hofläden.

Bei den Hürden zeigte sich, dass Verfügbarkeit und Auswahl sowie der Anfahrtsweg und die benötigte Zeit als grösste Herausforderungen wahrgenommen werden. Lokal einzukaufen wird als aufwändig erlebt, da es keinen zentralen Ort für das gesamte Angebot gibt. Auch Kochgewohnheiten, fehlende Rezeptideen für saisonale Produkte und unklare Deklarationen erschweren den Alltag. Der Preis spielte in dieser Gruppe eine eher untergeordnete Rolle, wird aber für andere Bevölkerungsgruppen als stark hindernd eingeschätzt.

In einem Ideen-Brainstorming wurden zahlreiche Lösungsansätze entwickelt. Zentral ist der Wunsch nach einem Dorfladen oder Markt mit Produkten lokaler Produzenten sowie einer besseren Sichtbarkeit des bestehenden Angebots (z.B. einheitliche Kennzeichnung, digitale Plattform, Social Media). Ergänzend wurden Bildungs- und Sensibilisierungsmassnahmen in Schulen, gemeinschaftliche Kochangebote und Anlässe mit Produzierenden vorgeschlagen. Darüber hinaus kamen auch fiskal- und sozialpolitische Instrumente zur Sprache, um den Zugang zu lokalen und saisonalen Lebensmitteln langfristig zu erleichtern.



Learning Tree



Hürden



Crazy 8

4.5. Feedback der Teilnehmenden

Die Abschlussumfrage wurde von 16 Personen ausgefüllt. Entsprechend sind die Ergebnisse nicht repräsentativ für die gesamte Projektgruppe, geben aber wertvolle Hinweise zur Wirkung des Projektes.

Ein Teil der Angesprochenen nahm die geplanten Küchen-Checks aus Zeitgründen, wegen anderer Prioritäten oder ohne ursprüngliche Absicht zur Teilnahme nicht wahr. Auf die Frage, ob sie ihr Einkaufsverhalten ändern würden, gaben die meisten an, zumindest teilweise Anpassungen vorzunehmen: Sieben Personen wollen „einige Änderungen“ umsetzen, zwei „definitiv“, eine Person sieht keinen Änderungsbedarf. Als Beweggründe wurden insbesondere die positiven Erfahrungen mit lokalen Produzentinnen und Produzenten, neu entdeckte Hofläden und der Wunsch nach vermehrtem Einkauf in der Region genannt. Teilweise wurde betont, dass bereits bisher sehr regional eingekauft wurde, gleichzeitig aber die Gefahr besteht, dass die Motivation im Alltag wieder abnimmt.

Die Bewertung des Projekts fällt insgesamt sehr positiv aus. Sowohl Start- als auch Schlussworkshop wurden mehrheitlich als lehrreich und spannend beurteilt, die App als einfach bedienbar eingeschätzt und das Projekt insgesamt als spannend, lehrreich und nicht übermässig aufwändig wahrgenommen. Eine klare Mehrheit würde das Projekt weiterempfehlen. Besonders geschätzt wurden der Austausch in der Gruppe, die gemeinsamen Workshops, die Challenges sowie die neu gewonnene Übersicht über Hofläden.

Als wichtigste Erkenntnisse nannten die Teilnehmenden die Vielfalt des regionalen Angebots, das bewusste Dranbleiben beim Einkaufen sowie das Verständnis, dass regionale Lebensmittel nicht jederzeit vollständig verfügbar sind. Bei den Verbesserungsvorschlägen wurden insbesondere eine längere Projektdauer, präzisere Vorgaben bei den Küchen Checks, Erinnerungen an einzelne Schritte und eine stärkere Ansprache weniger interessierter Zielgruppen gewünscht, ebenso der wiederholt geäußerte Wunsch nach einem Hofladen im Dorf.

4.6. Berichte

Berichte zum Projekt sind erschienen auf der [Website der Liebegg](#), im Dorfblatt Gränichen und auf [Linkedin](#).

Die Liste und die Karte der regionalen Einkaufsmöglichkeiten wurde ergänzt und sie sind auf der Projekt-Website aufgeschaltet.

5. Reflexion und Erfahrungen

5.1. Vergleich zur Standardpopulation

Da es aktuell keine Daten dazu gibt, wie regional sich die Schweizer Bevölkerung ernährt, ist die nächstliegende Vergleichsgrösse der Selbstversorgungsgrad der Schweiz. Dieser liegt seit 2015 knapp unter 60 %, wobei er bei der tierischen Produktion bei 95 % (netto), hingegen beim Pflanzenbau bei 36 % (netto) liegt [[Legislaturindikator: Selbstversorgungsgrad bei Nahrungsmitteln | Bundesamt für Statistik - BFS](#)].

Die Teilnehmenden dieses Projektes haben vor allem beim Gemüse, den Eiern und den Ölen und Fetten ein sehr hoher Anteil an Schweizer Produkten erfasst. Würden alle so viel inländisches Gemüse kaufen, dann gäbe es zu wenig Angebot in der Schweiz.

Wichtig zu erwähnen ist, dass wir nur die Rohprodukte erfasst haben. Der Agrarbericht schliesst auch verarbeitete Lebensmittel mit ein.

5.2. Erfolgsfaktoren

Die Workshops und Datenerhebungsphasen verliefen strukturiert und abwechslungsreich; die Teilnehmenden schätzten sowohl den Mix aus Information und aktiver Beteiligung als auch das positive Ambiente bei den Veranstaltungen. Die zur Verfügung gestellte App wurde mehrheitlich intuitiv genutzt und half dabei, das eigene Einkaufsverhalten besser zu reflektieren.

5.3. Schwierigkeiten und Verbesserungsbedarf

Die grösste Schwierigkeit zeigte sich bei der Rekrutierung der Teilnehmenden. Trotz verschiedener Kommunikationskanäle und persönlichen Ansprachen war es eine Herausforderung, ausreichend Menschen für das Projekt zu gewinnen und sie auch bis zum Schluss aktiv zu halten. Eventuell war hier auch der Zeitpunkt der Rekrutierung erschwerend, direkt nach den Sommerferien, wo Menschen auch noch vielen andere Aktivitäten nachgehen wie Quartierfeste oder Outdoor-Aktivitäten.

Die Beteiligung fand vor allem dort Anklang, wo persönliche Kontakte und lokale Gruppen eingebunden wurden. Die Zusammenarbeit mit den Gemeinden war durchweg konstruktiv und bildete die Basis für viele erfolgreiche Projektbausteine. In Bezug auf die App zeigte sich, dass digitale Begleitung und gemeinsames Reflektieren einen echten Mehrwert bieten können.

5.4. Ausblick

Im Frühling 2026 startet das Projekt Eintüten in die zweite Runde. Vier bis sechs Gemeinden in den Regionen Lenzburg und evtl. Brugg werden dabei sein. Im Kern bleibt die Projektstruktur dieselbe mit kleinen Anpassungen bei den Workshops und der App.

6. Anhang

Flyer

