



# ALLGEMEINE SCHLÜSSELQUALIFIKATION NACHHALTIGKEIT

## Durchführung und Evaluation

### Ziel und Durchführung unseres Projekts

Das Ziel unseres Projekts war es, das Bewusstsein für eine nachhaltigere Lebensweise im Kontext von Kochen und dem dabei entstehenden Müll zu schärfen. Dies wollten wir mittels eines Instagram-Kanals erreichen, da uns dies als die effektivste Methode erschien, um eine breite und diverse Zielgruppe anzusprechen und Anregungen für eine nachhaltigere Küche zu verbreiten. Um anfänglich auf unseren Kanal aufmerksam zu machen, planten wir die Verteilung von Stickern mit einem QR-Code, den die Leute scannen können, um auf unser Instagram-Profil zu gelangen.

Um die verschiedenen Aspekte einer nachhaltigeren Küche abzubilden und Abwechslung zu bieten, entwickelten wir unterschiedliche Formate für unsere Beiträge:

1. Monatlicher Saisonkalender: Dieser zeigt verschiedene Obst- und Gemüsesorten, die im aktuellen Monat lokal von Bauern in Deutschland geerntet werden. Saisonal erzeugte Lebensmittel haben kürzere Transportwege und bieten Vorteile in Bezug auf die Ökobilanz und den Geschmack.
  2. Hinweise zur Müllvermeidung oder -verringerung: Hier bieten wir beispielsweise Rezepte an, wie man Überreste vom Gemüseschneiden weiterverwenden kann.
  3. Nachhaltige Rezepte: Diese leicht nachkochbaren Rezepte helfen dabei, überreife Lebensmittel wie Tomaten sinnvoll zu verwerten und somit Lebensmittelverschwendung zu reduzieren.
  4. Allgemeine Fakten über nachhaltige Ernährung und Müllvermeidung: Zudem stellen wir das Obst oder Gemüse des Monats vor, mit weiteren Informationen zur Lagerung, Verwendung in der Küche, Herkunft und weiteren Aspekten.
1. Küchenhacks: Diese einfachen Tipps zeigen beispielsweise, wie man Frühlingszwiebeln nachwachsen lassen oder Kokosmilch einfrieren kann. Das Einfrieren ermöglicht es, größere Packungen zu kaufen und den Rest ohne Qualitätsverlust zu konservieren, wodurch Verpackungsmüll vermieden wird.

Durch diese verschiedenen Formate wollen wir praktische und leicht umsetzbare Maßnahmen zur Förderung einer nachhaltigeren Küche vermitteln.



Abbildung 5 (Links) und 6 (Rechts):  
Beispielpost für unseren Saisonkalender. Zu sehen sind saisonale Obst- und Gemüsesorten des aktuellen Monats  
(Instagram-Kanal: [Nachhaltig schlemmen](#))

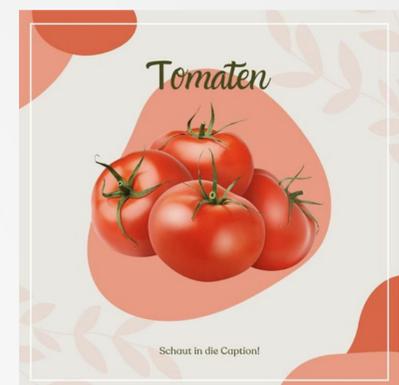
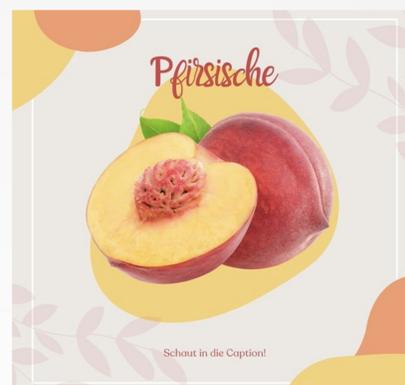


Abbildung 7 (Links) und Abbildung 8 (Rechts):  
Beispielpost für das Format: Obst des Monats. In der Beschreibung auf Instagram stehen weitere Informationen zur Herkunft und Saison, Verwendung in der Küche, Rezeptideen, Informationen über Nährwerte und Tipps zur Lagerung.  
(Instagram-Kanal: [Nachhaltig schlemmen](#))

### Evaluation

Um den Erfolg unserer Stickeraktion zu beurteilen, könnten wir die Anzahl der Follower ermitteln, die nicht durch persönliche Werbung auf unsere Seite gestoßen sind, leider fehlen solche Daten in den Statistik-Tools von Instagram. Stand heute (23.07.2024), hat unser Kanal 44 Follower. Zudem erzielt unser Kanal durchschnittlich 23,85 Likes pro Beitrag bei derzeit 16 Beiträgen, wobei ein Beitrag mehrere Bilder enthalten kann, abhängig vom Format. Selbstverständlich lässt sich die Umwelt nicht durch einen Instagram Account retten, doch auch wenn der Effekt des Projekts sehr klein ist, so leistet es trotzdem einen kleinen Beitrag.

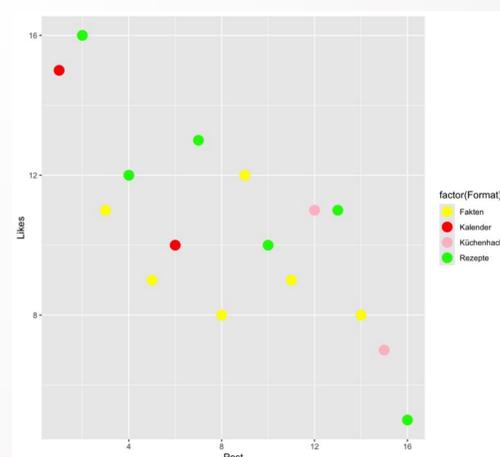


Abbildung 9:  
Graphische Darstellung zum Like-Post-Verhältnis  
(Darstellung mit [RStudio](#) und den Instagram-Statistiken)

In der Abbildung 9 sieht man die Likes pro Post in Abhängigkeit vom Format. Es zeigt sich, dass jüngere Beiträge tendenziell weniger Likes erhalten. Das Rezeptformat hat jedoch über alle Zeiträume hinweg die meisten Likes gesammelt. Auch die Küchenhacks sind beliebt, wobei die Stichprobe hier sehr klein ist und beide Beiträge relativ jung sind. Das Faktenformat hat in allen Zeiträumen die wenigsten Likes erhalten.

Eine weitere Metrik sind die Impressionen, die angeben, wie oft ein Beitrag insgesamt angesehen wurde. Auch hier wurden die Rezepte und Küchenhacks in vergleichbaren Zeiträumen am häufigsten angeschaut.

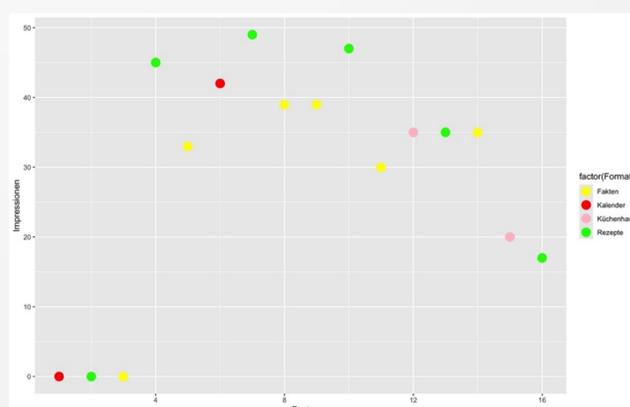


Abbildung 10:  
Graphische Auftragung von Impressionen und Post-Veröffentlichung  
(Darstellung mit [RStudio](#) und den Instagram-Statistiken)

Amir Zadah, [REDACTED]  
Lara Knöpfel, [REDACTED]  
Beeke von Häfe, [REDACTED]  
Paul Schenk, [REDACTED]  
Moritz Wendekamm, [REDACTED]