

## FOODTRUCK: PROJEKTBSCHRIEB

### 1. Wer sind wir?

Der Verein Phönix ist eine Non-Profit Organisation mit Sitz in Lenzburg. Wir setzen uns dafür ein, Menschen mit besonderen Bedürfnissen den Einstieg in die Arbeitswelt zu ermöglichen. Ebenfalls bieten wir verschiedene betreute Wohnformen an. Das Konzept «Foodtruck» ist nun ein weiterer Schritt in unserer Entwicklung. Er dient nicht nur dazu, köstliche Gerichte und hungrige Kunden zusammen zu bringen, sondern versteht sich auch als Brückenbauer um unsere Lernenden mit Situationen aus dem 1. Arbeitsmarkt zu konfrontieren.

### 2. Kurzvorstellung – unsere Stärken sind...

Dank unserer Tätigkeit im Lenzburger Kosthaus, sind wir bereits im Markt etabliert. Die vorhandenen Ressourcen können wir für das Projekt nutzen und für unsere Angebote einbringen.

Wir setzen uns ein für ein regionales, saisonales und faires Angebot.

Wir erachten den direkten Bezug zu unseren Lieferanten als wertvollen Austausch.

Nur dank diesem sind wir in der Lage, die besten Produkte im optimalen Zustand zu verarbeiten und hervorragende Speisen zuzubereiten.

### 3. Was macht uns erfolgreich? Alleinstellungsmerkmal

Wir wollen nicht nur einen gut funktionierenden Foodtruck mit leckeren Speiseangeboten sein, sondern damit auch Arbeitsplätze für Menschen mit besonderen Bedürfnissen schaffen.

Diese Arbeitsplätze bilden eine Schnittstelle zum ersten Arbeitsmarkt und sind daher wertvoll für unsere Lernenden.

Unsere Angebote sollen eine breite Kundengruppe ansprechen. Wir wollen keine Gruppierung ausschliessen oder uns nur auf eine besondere Interessengruppe fokussieren.

Dank unserer Herangehensweise etablieren wir eine nachhaltige Beziehung zu unseren Kunden und Lieferanten und erreichen somit ein Alleinstellungsmerkmal.

### 4. Unsere Gerichte – die halbe Miete

Den Kosthausburger kennt man bereits in Lenzburg. Dieses Angebot wollen wir mit spannenden Gerichten erweitern. Nachhaltigkeit hat bei uns einen hohen Stellenwert. Wo möglich und sinnvoll, bevorzugen wir Produkte in Bio oder Demeterqualität.

Dabei kommen nicht nur Kenner von besonderen Fleischsorten auf ihre Kosten, auch vegane Gerichte gehören zu unserem Standardangebot.

Wir verarbeiten was jeweils zur aktuellen Zeit bei den regionalen Produzenten angeboten wird.

In unserem Foodtruck wollen wir ganz spezifisch die alten Traditionen und das Küchenhandwerk aufleben lassen.

Zu Beginn wollen wir uns auf die Teigwarenproduktion konzentrieren. Im Wissen, dass selbstgemachte Pasta jedes Fertigprodukt in jeder Hinsicht schlägt, wollen wir auch die «Beilagen» mit dem Wissen der alten Traditionen herstellen. Ein entscheidender Faktor für guten Geschmack ist Zeit. Etwas was in unserem hektischen Alltag oft fehlt. Überzeugt davon, dass viele Menschen den einmaligen Geschmack schätzen, welcher entsteht, wenn man Lebensmittel mit Geduld garen lässt, setzen wir diese Methoden bewusst für unsere Gerichte ein.

Auch ist es uns ein zentrales Anliegen einen Beitrag im Kampf gegen Food-Waste zu leisten. So planen wir, bei unserem Fleischeinkauf nicht nur die Verwendung von Edelstücken, sondern wir wollen gleich das ganze Tier einkaufen und fachgerecht

verwerten. Dass dabei die selbst hergestellte Wurst einen festen Platz im Foodtruck-Angebot hat, liegt auf der Hand.

### 5. Wettbewerbssituation und regionale Besonderheiten

Aktuell gibt es im Raum Lenzburg folgende Foodtruck Angebote:

- Rent a Pub von McArthurs  
Vor allem Irische Angebote und Gerichte.
- Wagabond  
Jeder Bissen ein aufregender Roadtrip
- Kupferkessel  
Bietet alles an.

Unser Konzept stellt zu diesen bestehenden Angeboten eine spannende Bereicherung dar.

### 6. Wie wir am Markt aktiv sind?

Bereits etabliert, sind wir mit dem Lenzburger Kosthaus, einem selbstbedienungs Lunch- und Brunch Restaurant. Mit unserem Foodtruck wollen wir einen weiteren Schritt machen und ein weiteres Angebot in der Region etablieren. Die Gäste sollen nicht nur zu uns kommen, neu können wir direkt zu den Gästen gehen und sie mit unseren leckeren Speisen verköstigen. Unser Foodtruck soll sowohl an stationären Plätzen präsent sein wie auch für Feste oder Anlässe gebucht werden können.

### 7. Wer ist unsere Zielgruppe? Wer liebt unsere Gerichte? (weiter Beschreiben: Welche Altersgruppe? Welchen Status?)

Mit unseren Gerichten wollen wir eine breite Kundschaft ansprechen. Kenner des typischen Geschmacks der Traditionellen Küche wie auch Menschen die offen für Abwechslung sind, stehen in unserem Fokus.

### 8. Kapitalbedarf

Der Kapitalbedarf beschränkt sich auf die Anschaffung des Fahrzeugs und der Geräte. Die weiteren laufenden Kosten sollen durch den laufenden Betrieb gedeckt werden und sind nicht Teil der Anfrage.

Fahrzeug oder Anhänger (möglichst fertig eingerichtet und ausgebaut), via Kaufplattform wie tutti.ch; Riccardo.ch; etc.	CHF. 45'000.-
Ausstattung, Geräte, Maschinen - Pastamaschine - Herdanlage - Kochtöpfe, Pfannen etc. - Individuelle Ausstattung	CHF. 10'000.-

- Welche Art von Food wollen wir verkaufen?  
*Grundsätzlich soll unser Essen schmecken und die Leute begeistern. Auch wollen wir einen Beitrag gegen Food Waste leisten und unseren Lernenden einen zusätzlichen attraktiven Arbeitsplatz bieten.*
- Wo planen wir unser Essen zu verkaufen?  
*Vorerst möchten wir fixe Standorte bei Firmen oder auf dem lokalen Wochenmarkt suchen und unser Essen dort verkaufen.*
- Wieso wird diese Art von Essen erfolgreich an diesen Plätzen sein?  
*Wir sind davon überzeugt, dass es gerade an Firmenstandorten oft wenig interessante Angebote gibt. Zudem schätzen viele Menschen traditionelle Gerichte und die Abwechslung zu Fast-Food.*
- Welches sind unsere Projektkosten und welchen Profit erwarten wir?  
*Zu den Projektkosten zählen wir vor allem die Anschaffungen für das Fahrzeug und die Ausrüstung. Die weiteren Kosten werden über den laufenden Betrieb gedeckt.  
Als Profit zählen wir nicht nur die zusätzliche Einnahmequelle, sondern auch das zusätzliche Angebot für unsere Ausbildungsplätze.*
- Welches sind die zukünftigen Ziele, welche wir mit dem Foodtruck erreichen wollen?  
*Wir wollen vor allem näher zu unseren Kunden und damit auch zusätzliche Marktfelder erschliessen. Den Foodtruck sehen wir auch als Markenbotschafter.*
- Wo werden wir die Gerichte vorbereiten?  
*Die Vorbereitungen finden in den Räumen des Lenzburger Kosthauses statt.*
- Wie berechnen sich unsere Preise? Preisgestaltung? Wie hoch ist die Marge?  
*Für die Preiskalkulation sehen wir einen Faktor von 2.8 vor, ausgehend von den Warenkosten.*
- Wie erreichen wir unsere Kunden?  
<https://www.foodtrucks-schweiz.ch>  
eigene Website  
Soziale Medien  
Zeitungsartikel