

in Kooperation mit



Smarter Lunchrooms

Nudging – leicht gemacht

Praktische Handlungsempfehlungen
für die Schulmensa



Danksagung

An dieser Stelle gilt unser besonderer Dank Professorin Dr. Gertrud Winkler von der Hochschule Albstadt-Sigmaringen. Die Inhalte der vorliegenden Broschüre basieren auf den Ergebnissen des unter ihrer Leitung durchgeführten Projektes „Ernährungsverhalten in Bayern und seine Folgekosten – Smarter Lunchrooms im GV-Praxistest“. Das Projekt ist eine Kooperation des Kompetenzzentrums für Ernährung (KErn) mit der Hochschule Albstadt-Sigmaringen und der Techniker Krankenkasse.

Des Weiteren möchten wir Herrn Peter Meyer, Schulleiter des Christoph-Probst-Gymnasiums Gilching, und Carola Petrone, Inhaberin des Cateringunternehmens Il Cielo, dafür danken, dass wir die Studie in der Mensa des Gymnasiums Gilching durchführen durften und dabei wichtige Einblicke in das betriebliche Geschehen erhielten.

Ihr KErn-Team

Inhalt

Nudging in der Schulverpflegung

Vorwort KERN	4
Vorwort Techniker Krankenkasse	5
Nudging in der Schulverpflegung – was steckt dahinter?	6
Erfolgreiche Nudges	8
So wird's gemacht	14
Herausforderungen	16
Was sagt die Schulfamilie?	17
Checklisten	18

Vorwort

Rainer Prischenk, Kompetenzzentrum für Ernährung

“

Jeden Tag entscheiden wir uns aufs Neue, was, wann, wie viel und mit wem wir essen.“

Ihr Rainer Prischenk,
Leiter Kompetenzzentrum für Ernährung



Jeden Tag entscheiden wir uns aufs Neue, was, wann, wie viel und mit wem wir essen. Wie man aus der Verhaltensökonomie weiß, erfolgen diese Entscheidungen beim Essensgast überwiegend unbewusst, automatisiert und hängen stark von der jeweiligen Situation ab. Zur Förderung einer gesünderen Speisewahl wird im Bereich der Gemeinschaftsverpflegung der aus der verhaltensökonomischen Forschung stammende Nudging-Ansatz diskutiert. Durch Anreize, sogenannte Nudges, können Menschen zwanglos zu bestimmten Verhaltensweisen oder Entscheidungen „angestupst“ werden, welche für sie selbst oder für die Gesellschaft vorteilhaft oder wünschenswert sind.

In Kooperation mit der Techniker Krankenkasse und der Hochschule Albstadt-Sigmaringen konnten in einem vom KERN initiierten Modellprojekt solche Nudging-Ansätze im Setting Schulmensa kontrolliert eingesetzt und die kurz-, mittel- und langfristigen Effekte auf die Speisenauswahl der Essensgäste analysiert werden.

Die Ergebnisse dieses Projektes sind praxisnah für Sie aufbereitet und in der vorliegenden Broschüre „Nudging leicht gemacht. Praktische Handlungsempfehlungen für die Schulmensa“ zusammengestellt.

Nachdem das KERN 2016 die Broschüre „Impulse für die Speisewahl – Handlungsempfehlungen für die Betriebsgastronomie“ veröffentlicht hat, wird mit dieser Broschüre nun für den Bereich Schulverpflegung in Beispielen aufgezeigt, welche Nudges wirksam sein können, um die Speisen- und Getränkeauswahl in die gewünschte Richtung zu lenken.

Ich wünsche uns und Ihnen, dass die Vorschläge Sie inspirieren, die Empfehlungen in Ihren Arbeitsalltag zu integrieren und dass so möglichst leicht das Thema gesundheitsförderliche und nachhaltige Gemeinschaftsverpflegung vorangebracht wird.

Ihr Rainer Prischenk

Leiter Kompetenzzentrum für Ernährung

Vorwort

Karen Walkenhorst, Techniker Krankenkasse



Essen ist Genuss, bringt Menschen zusammen und ist Kulturgut.

Deshalb interessiert es uns, wie Ernährungsverhalten entsteht ...“.

Karen Walkenhorst,
Techniker Krankenkasse



Gutes Essen hat hierzulande Konjunktur: Kochshows boomen, es gibt immer mehr Zeitschriften und Ernährungsblogs und viele Menschen posten ihr Essen im Internet. Der Informationsdschungel zum Thema Ernährung – zu Zutaten, Ernährungsweisen, Herkunft und Verarbeitung – wird immer größer. Größer wird allerdings auch der Anteil übergewichtiger Kinder und Erwachsener. Gesunde Ernährung ist also nicht nur eine Frage guter Information, sondern vor allem der Motivation. Wie gelingt es uns, Anreize zu schaffen, damit sich Menschen für gesünderes Essen entscheiden?

Laut einer Studie des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft wünschen sich neun von zehn Eltern einheitliche Standards für das Schul- und Kita-Catering. Allerdings sind deutlich weniger, nur gut zwei Drittel der befragten Eltern bereit, für ein besseres Mittagessen ihrer Kinder tiefer in die Tasche zu greifen. Nun steht es uns als Krankenkasse nicht zu, Menschen zu sagen, was sie zu tun und zu lassen haben, und natürlich hat jeder auch ein Recht auf Unvernunft. Denn Ernährung ist viel

mehr als nur Nahrungsaufnahme. Menschen essen auch aus Frust oder als Belohnung. Essen ist Genuss, bringt Menschen zusammen und ist Kulturgut. Deshalb interessiert es uns, wie Ernährungsverhalten entsteht und wie wir Menschen motivieren können, sich für eine gesündere Ernährung und damit für eine bessere Gesundheit zu entscheiden.

Nudging ist dabei für uns ein spannender Ansatz, da wir uns bei unserer Prävention seit langem darum kümmern, auf Verhalten und Verhältnisse einzuwirken. Die Lebensmittelindustrie nutzt Nudges schon lange, um ihre Produkte besser zu vermarkten – in dem sie die Quengelware an die Kassen legt, bunte Verpackungen gestaltet und zuckerhaltige Frühstücksflocken als gesunde Alternative vermarktet. Diesem Trend möchten wir etwas entgegensetzen – indem wir positive Anreize für ein gesünderes Essen setzen.

Ihre Karen Walkenhorst

Vorstandsmitglied Techniker Krankenkasse

Nudging in der Schulverpflegung

Was steckt dahinter?

Nudging in der Schulverpflegung zeichnet sich dadurch aus, dass gesundheitsförderliche Getränke und Speisen so angeordnet und präsentiert werden, dass der Essensgast den Anreiz verspürt, sich für diese zu entscheiden. Diese Anreize werden Nudges (englisch für Stups) genannt. Welche Getränke und Speisen sind in den Fokus zu rücken?

Wasser

Warum? Kinder und Jugendliche trinken oft zu wenig, besonders in der Schule. Ein Flüssigkeitsmangel wirkt sich aber auf die körperliche und geistige Fitness und damit auf die schulische Leistung aus. Daher ist es wichtig, dass Schülerinnen und Schüler im Schulalltag ausreichend trinken können. Der Flüssigkeitsbedarf ist für jedes Kind anders. Die Deutsche Gesellschaft für Ernährung e. V. (DGE) hat Richtwerte für die tägliche Zufuhr von Wasser herausgegeben, die in der Größenordnung von etwa einem Liter liegen, wobei mit dem Alter der Kinder der Flüssigkeitsbedarf steigt. Wasser gilt als der beste Durstlöcher. Milchmix- und Saftgetränke hingegen sind so nährstoff- und kalorienreich, dass sie eher als Zwischenmahlzeit dienen. Zuckergesüßte Getränke, wie z. B. Limonade, Cola- und Fruchtsaftgetränke, sind nicht ideal, da sie viel Zucker enthalten und damit viel Energie liefern.

Obst

Warum? Obst versorgt den Organismus mit Nährstoffen, Ballaststoffen und sekundären Pflanzenstoffen und trägt zur Sättigung bei.



Gesunde Speisen und Getränke sollten vielfältig verfügbar und leicht erreichbar sein.“



Die DGE empfiehlt für Kinder und Jugendliche deshalb, täglich mindestens 2 Portionen Obst zu essen.

Gemüse und Salat

Warum? Die DGE empfiehlt 3 Portionen Gemüse am Tag. Bei der Mittagsmahlzeit bietet es sich daher an, täglich ca. 150 g bis 200 g Gemüse gegart oder roh zu verzehren. Diese Lebensmittelgruppe liefert eine Fülle an Vitaminen, Mineralstoffen, sekundären Pflanzenstoffen und reichlich Ballaststoffen, aber vergleichsweise wenig Energie. Der empfohlene Gemüseanteil kann in der Praxis durch einen höheren Verzehr von vegetarischen Hauptspeisen erreicht werden. Je abwechslungsreicher die Auswahl an verschiedenen Sorten, Farben und Zubereitungen ist, desto besser wird der Körper mit der Vielfalt an gesundheitsfördernden Inhaltsstoffen versorgt.

Vollkornprodukte

Warum? Aufgrund des hohen Gehalts an Kohlenhydraten, Ballaststoffen, Eiweißen, Vitaminen und Mineralstoffen gehören Nudeln, Reis, Brötchen, Getreideflocken etc. zu jeder Mahlzeit, da sie gut sättigen und wichtige Baustoffe für den Organismus liefern. Vollkornprodukte sollten bevorzugt werden, da sie besonders nährstoffreich sind und aufgrund des Ballaststoffgehalts eine länger andauernde Sättigung bewirken.

Empfohlene Ziele

- » Wasserkonsum erhöhen, Konsum zuckergesüßter Getränke reduzieren
- » Verzehr von Gemüse und Salat steigern, Konsum von Fleisch und Fleischprodukten senken
- » Verzehr von Vollkornprodukten erhöhen, Konsum an fett- und zuckerhaltigen Snacks reduzieren
- » Verzehr von Obst steigern, Konsum von Süßigkeiten senken

Make the
healthy choice
the easy
choice

Ziel: Wasserkonsum erhöhen

Handlungsempfehlungen

- » Bieten Sie kostenfrei Wasser an der Trinkwasserstation an
- » Gestalten Sie die Trinkwasserstation so, dass diese gut sichtbar und erreichbar ist
- » Stellen Sie formschöne und farbenfrohe Trinkbecher zur Verfügung
- » Stellen Sie sicher, dass die Trinkwasserstation einfach zu bedienen ist, z. B. dass das Abstellen eines vollen Tablett möglich ist
- » Kennzeichnen Sie den Weg zum Wasser, z. B. durch am Boden aufgeklebte Wassertropfen
- » Platzieren Sie Wasserflaschen in Augen- und Griffhöhe an unterschiedlichen Positionen
- » Präsentieren Sie Wasserflaschen auffällig und in reichlicher Menge



Umsetzungsbeispiele im Modellprojekt: Attraktiv und auffällig gestaltete Trinkwasserstation mit Farbfolie im Hintergrund, Regal mit formschönen Trinkbechern und Möglichkeit für das Abstellen der Tablett; aufgeklebte Wassertropfen führen zur Trinkwasserstation hin.



Ziel: Verzehr von Gemüse & Salat steigern

Handlungsempfehlungen

- » Schreiben Sie Gemüsegerichte an die erste Stelle auf dem Speiseplan
- » Heben Sie Gemüsegerichte hervor, z. B. mit grüner Kennzeichnung auf dem Speiseplan
- » Kennzeichnen Sie die Salattheke und die Ausgabestellen der Gemüsegerichte mit grünen Klebebänderolen
- » Gestalten Sie die Salattheke attraktiv, z. B. mit Farbfolien im Hintergrund und gezielter Beleuchtung
- » Stellen Sie attraktives Geschirr für Salate bereit
- » Bieten Sie Salat auch als vorportionierte Mitnahmevariante an
- » Präsentieren Sie Salate und Gemüsekomponenten mehrfach an unterschiedlichen Ausgabestellen



	MONTAG	DINNSTAG	MITTWOCH	DONNERSTAG
	Salat (1,1 €) und Gemüsegericht (1,1 €)	Salat (1,1 €) und Gemüsegericht (1,1 €)	Salat (1,1 €) und Gemüsegericht (1,1 €)	Salat (1,1 €) und Gemüsegericht (1,1 €)
	Salat (1,1 €) und Gemüsegericht (1,1 €)	Salat (1,1 €) und Gemüsegericht (1,1 €)	Salat (1,1 €) und Gemüsegericht (1,1 €)	Salat (1,1 €) und Gemüsegericht (1,1 €)
	Salat (1,1 €) und Gemüsegericht (1,1 €)	Salat (1,1 €) und Gemüsegericht (1,1 €)	Salat (1,1 €) und Gemüsegericht (1,1 €)	Salat (1,1 €) und Gemüsegericht (1,1 €)
	Salat (1,1 €) und Gemüsegericht (1,1 €)	Salat (1,1 €) und Gemüsegericht (1,1 €)	Salat (1,1 €) und Gemüsegericht (1,1 €)	Salat (1,1 €) und Gemüsegericht (1,1 €)
	Salat (1,1 €) und Gemüsegericht (1,1 €)	Salat (1,1 €) und Gemüsegericht (1,1 €)	Salat (1,1 €) und Gemüsegericht (1,1 €)	Salat (1,1 €) und Gemüsegericht (1,1 €)
	Salat (1,1 €) und Gemüsegericht (1,1 €)	Salat (1,1 €) und Gemüsegericht (1,1 €)	Salat (1,1 €) und Gemüsegericht (1,1 €)	Salat (1,1 €) und Gemüsegericht (1,1 €)

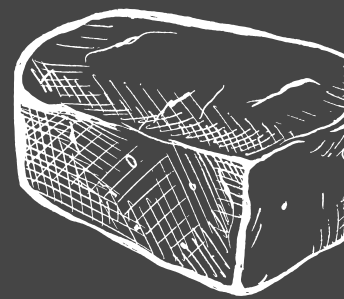


Ziel: Verzehr von Vollkornprodukten erhöhen



Handlungsempfehlungen

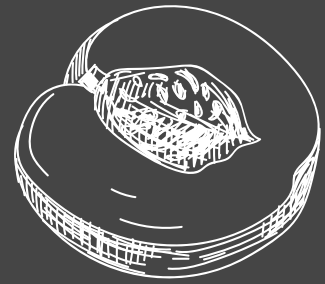
- » Platzieren Sie Vollkornvarianten in den Vordergrund
- » Präsentieren Sie belegte Vollkornsemmeln im Pausenverkauf auf auffälligen und attraktiven Tablettts
- » Verwenden Sie attraktive Servietten ausschließlich für Vollkornvarianten
- » Erschweren Sie den Blick auf süßes Kleingebäck, z. B. durch Abkleben der Scheibe
- » Kennzeichnen Sie Vollkornbrote, z. B. mit grünen Smileys auf der Verpackung
- » Bieten Sie Vollkornsnacks immer wieder als Probierhäppchen an



Umsetzungsbeispiele im Modellprojekt: Beim Pausenverkauf wurde die Ausgabeseite für Vollkornprodukte mit einer attraktiven Farbfolie gestaltet; Vollkornbrote wurden mit grünem Smiley versehen; der Blick auf süßes Kleingebäck wurde durch Abkleben der Scheibe erschwert; gesunde Snacks wurden als Probierhäppchen angeboten.



Ziel: Verzehr von Obst steigern



Handlungsempfehlungen

- » Platzieren Sie Obst in den Vordergrund
- » Bieten Sie unterschiedliche Obstsorten an
- » Präsentieren Sie Obst mehrfach an unterschiedlichen Ausgabestellen und in unterschiedlicher Form
- » Offerieren Sie Stückobst gut sichtbar in attraktiven Behältnissen, z. B. Etageren, Körben, Schalen etc.
- » Stellen Sie Obst bereits vorportioniert und als Mitnahmevariante bereit
- » Kennzeichnen Sie die entsprechenden Ausgabestellen mit grüner Banderole und Hinweisschild



Umsetzungsbeispiele im Modellprojekt: Es wurde Obstsalat als Mitnahmevariante angeboten und auf grünen Tablettts präsentiert; auffällige Hinweisschilder wurden aufgehängt; Stückobst wurde in üppiger Zahl auf einer Etagere im Wartebereich offeriert.



Weitere Nudges

Ihrer Kreativität sind keine Grenzen gesetzt!

Je nach Situation, sowie räumlichen und organisatorischen Gegebenheiten gibt es viele weitere Möglichkeiten, eine gesundheitsförderliche Essenswahl zu nudgen. Das Kombinieren mehrerer Nudges ist dabei empfehlenswert. Lassen Sie Ihrer Kreativität freien Lauf! Weitere Beispiele:

- » Hängen Sie attraktive Bilder oder Fotos von gesundheitsförderlichen Speisen und Getränken im Speisesaal und im Ausgabebereich auf
- » Verwenden Sie grüne Banderolen zur Kennzeichnung entsprechender Ausgabebereiche
- » Legen Sie Postkarten mit originellen Sprüchen zu gesunder Ernährung in Wartebereichen aus
- » Offerieren Sie einen Musterteller am Eingang zur Mensa
- » Stellen Sie an prominenter Stelle einen Korb mit Rohwaren auf, die im Gemüsegericht des Tages verarbeitet werden
- » Führen Sie ein Stempelbonussystem beim Kauf von Wasser, Gemüsegerichten, Salaten, Vollkornprodukten ein
- » und und und....

Volles Korn voraus

Trust me:
you can drink
water

Always remember.
Blackberry and Apple
are fruits

Umsetzungsbeispiel:

Bunte Postkarten mit originellen Sprüchen



Umsetzungsbeispiel:

Großformatige Fotomotive im Speisesaal

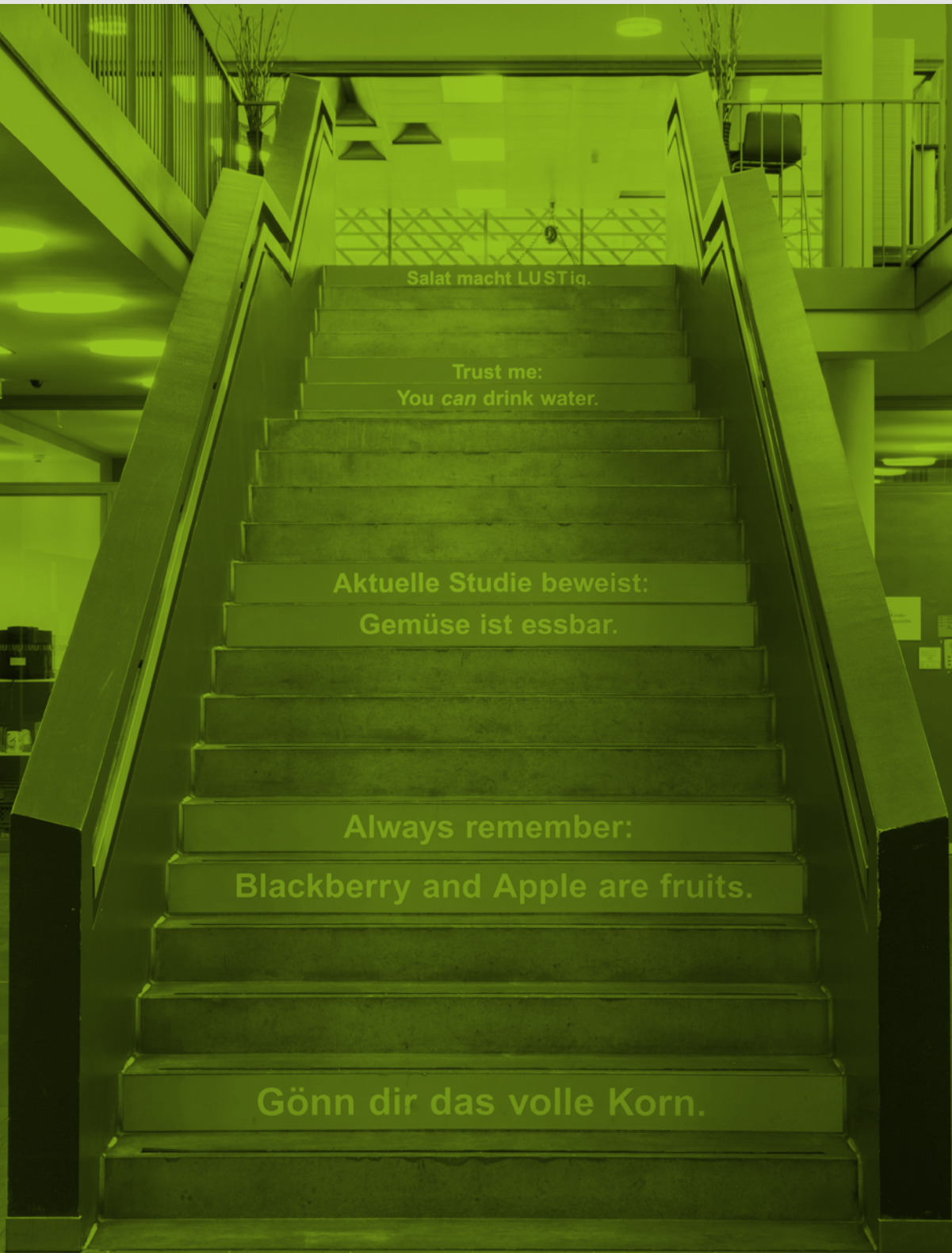


Umsetzungsbeispiel:

Grüne Banderolen an Ausgabestationen



Umsetzungsbeispiel: Musterteller des „Fitness-Menüs“ am Eingang vor der Mensa



Umsetzungsbeispiel:
Treppenaufgang zur Mensa
mit originellen Sprüchen

So wird's gemacht

Ein starkes Team führt zum Erfolg

Nudges für eine gesündere Speisen- und Getränkewahl können dann erfolgreich umgesetzt werden, wenn alle Verantwortlichen gut miteinander kommunizieren und gemeinsame Ziele definiert sind. Eine enge Vernetzung aller beteiligten Personen kann Ärger und Missverständnisse vermeiden.

Um erfolgreich zu sein, stellen Sie als erstes ein starkes Team aus allen Vertretern der Schulfamilie zusammen: Schulleitung, Lehrerschaft, Schülerschaft, Eltern, Sachaufwandsträger, Speisenanbieter einschließlich Küchenteam und ggf. weitere Kooperationspartner. Bestimmen Sie aus diesem Gremium eine verantwortliche Person, welche die Beteiligten immer wieder zusammenführt.

Gehen Sie nach folgenden Schritten vor:

1. Status quo bestimmen und Ziele festlegen
2. Ausgangssituation beobachten
3. Umsetzungsstrategien planen
4. Maßnahmen umsetzen
5. Erfolg überprüfen

Sind Sie bereit, in Ihrer Mensa

Nudges erfolgreich einzusetzen?

Dann stellen Sie als erstes ein starkes Team aus allen Vertretern der Schulfamilie zusammen.

1 STATUS QUO BESTIMMEN & ZIELE FESTLEGEN

Welche Speisen und Getränke sollen verstärkt konsumiert werden?

1. Überlegen Sie in Ihrem Team, welche Speisen und Getränke genudgt werden sollen.
2. Orientieren Sie sich an den auf Seite 7 empfohlenen Zielen.
3. Erheben Sie die jeweiligen Verkaufszahlen der Speisen und Getränke, die genudgt werden sollen.

2 BEOBACHTEN

Wie verläuft die Speisen- und Getränkeausgabe in der Mensa?

1. Beobachten Sie die Vorgänge bei der Speisen- und Getränkeausgabe und kreuzen Sie zutreffende Behauptungen auf der Checkliste (S. 18) an.
2. Lassen Sie die Checkliste von mehreren Teammitgliedern unabhängig voneinander ausfüllen.
3. Stimmen die Beobachtungen überein?
4. Diskutieren Sie die Ergebnisse in Ihrem Team.

3 PLANEN

Welche Strategien und Maßnahmen sind sinnvoll?

1. Gehen Sie die ausgefüllte Smarter-Lunchroom-Checkliste kritisch durch.
2. Formulieren Sie die Strategien, die notwendig sind, um die fehlenden Punkte auf der Checkliste zu ergänzen.
3. Formulieren Sie die dafür notwendigen Maßnahmen. Orientieren Sie sich dabei an den auf den Seiten 8 bis 13 beschriebenen Nudges. Seien sie kreativ! Situationsbedingt können auch andere Nudges erfolgreich sein.
4. Bestimmen Sie, wer aus Ihrem Team für diese Maßnahmen zuständig ist.
5. Legen Sie die zeitliche Umsetzung fest.
6. Tragen Sie alle Punkte in den Aktionsplan auf Seite 19 ein.

4 UMSETZEN

Nun ist es an der Zeit, etwas zu ändern!

1. Versichern Sie sich, dass alle von der Umsetzung betroffenen Personen informiert sind und den Hintergrund der Maßnahmen verstanden haben.
2. Beschaffen Sie die notwendigen Materialien, wie z. B. Hinweisschilder, farbige Klebebänder, farblich auffällige Tablettts etc.
3. Setzen Sie die im Aktionsplan beschriebenen Maßnahmen möglichst zeitgleich in der Ausgabe um, beispielsweise an einem Nachmittag nach Schließung der Essensausgabe.

5 ÜBERPRÜFEN

Sind die Maßnahmen umgesetzt, gilt es die gewünschten Effekte zu überprüfen.

1. Erheben Sie die Verkaufszahlen der Speisen und Getränke, deren Konsum Sie erhöhen wollen, nach drei bis vier Monaten.
2. Vergleichen Sie die Verkaufszahlen der genudgten Speisen und Getränke vor und nach der Umsetzung der Maßnahmen und analysieren Sie, ob der entsprechende Konsum sich in die gewünschte Richtung verändert hat.
3. Zeigen die Verkaufszahlen den erhofften Erfolg?
 - Nein? Dann führen Sie die eingeführten Maßnahmen nicht weiter und überlegen Sie im Team, warum die Maßnahmen nicht den Erfolg gebracht haben. Die auf Seite 16 stehenden Herausforderungen geben Ihnen hierbei vielleicht eine Anregung.
 - Ja? Prima! Dann haben Sie genau die richtigen Maßnahmen getroffen! GRATULATION!

Herausforderungen

Welche Aspekte sind zu beachten?

Schulfamilie

Schulverpflegung ist eine Querschnittsaufgabe. Sie gelingt, wenn alle Beteiligten, also die Schulleitung, Lehrerschaft, Speisenanbieter, Schülerschaft, Eltern, Sachaufwandsträger und ggf. weitere Kooperationspartner, an einem Strang ziehen. Gute Informations- und Kommunikationsstrukturen sind dabei unerlässlich.

Gemeinsames Ziel

Veränderungen haben dann Erfolg, wenn ein gutes Miteinander herrscht und alle im Team von den gemeinsam formulierten Zielen überzeugt sind. Die Motivation der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Verpflegungsanbieters trägt maßgeblich zu einer erfolgreichen Umsetzung von Nudging-Maßnahmen bei.

Zeit

Da Zeit im Küchenalltag immer knapp ist, sollten die Maßnahmen gut in den täglichen Arbeitsablauf integrierbar sein. Das bedeutet, dass größere Veränderungen in einer außerordentlichen und konzertierten Aktion (am besten nach den Ausgabzeiten) erfolgen sollten. Tägliche Arbeiten, wie z. B. Bereitstellen von Obst etc., sind in den täglichen Ablauf zu integrieren und zeitlich zu berücksichtigen.

Umsatz

Es muss damit gerechnet werden, dass es zu einer Umsatzverschiebung kommen wird. Beispielsweise wird das Ziel „Wasserkonsum erhöhen, Konsum an zuckerhaltigen Getränken reduzieren“ im besten Fall eine Umsatzsteigerung beim Artikel Wasser, aber auch einen Umsatzrückgang bei Limonaden bewirken. Gerade diese Umsatzverschiebungen sind mit dem Verpflegungsanbieter offen zu besprechen. Kontraproduktiv wäre es in einem solchen Fall, wenn ein Konkurrenzanbieter zuckerhaltige Limonadengetränke an anderer Stelle im Haus günstig anbieten würde.



Alltag

Damit sich die Maßnahmen im Küchenalltag nicht „abschleifen“, ist es wichtig, dass die Ausgabesituation immer wieder bewusst aus dem Blick des Essensgastes betrachtet wird.

Organisation/Planung

Die Einführung von Nudges erfordert einen gewissen Organisations- und Planungszeitraum, den es in der Personaleinsatzplanung zu berücksichtigen gilt. Insbesondere sollte dem Bewertungs- und Umsetzungsteam ein bestimmtes Zeitbudget zur Verfügung gestellt werden.

Umsetzungskosten

Der finanzielle Aufwand konzentriert sich im Wesentlichen auf

- Beschaffungskosten: Lebensmittel (z. B. unterschiedliche Obstsorten), Geschirr (z. B. Schüsseln, Eimer, Mitnahmebehälter), Kleinmobiliar (z. B. Hocker)
- Grafik- und Druckkosten: Plakate, Hinweisschilder, farbliche Banderolen, Aufkleber (Smileys etc.)

Was sagt die Schulfamilie?



Bei einem solchen Projekt ist es immer wichtig, die ganze Schulfamilie mit einzubeziehen und nicht nur einzelne Akteure, da dies sonst zu Schwierigkeiten führen kann.“

Peter Meyer, Schulleiter
des Christoph-Probst-Gymnasiums



Die Trinkwasserstation ist jetzt viel attraktiver und lädt zum Wassertrinken ein.“

Bettina Reinartz, Zweckverband
für weiterführende Schulen



Die Veränderungen in der Speisenausgabe haben eine positive Wirkung und vor allem die grünen Tablett kommen sehr gut an. Ich werde auch in anderen Mensen ähnliche Maßnahmen einsetzen.“

Carola Petrone, Il Cielo
Speisenanbieter für Schulen



Durch die farbigen Folien wirkt die Mensa freundlicher und es kommen jetzt auch ältere SchülerInnen.“

Martin Armbruster, Küchenleiter der Mensa
im Christoph-Probst-Gymnasium

Smarter-Lunchroom-Checkliste

Datum: _____

Mensa: _____

Name: _____

Fokus Obst

- Es werden mindestens zwei verschiedene Obstsorten angeboten.
- Es wird geschnittenes Obst offeriert.
- Verschiedene Sorten an Stückobst werden in attraktiven Schalen oder Körben angeboten (nicht in Gastronom-Behältern).
- Obst wird mindestens an zwei unterschiedlichen Orten platziert.
- Geschnittenes Obst wird auch als Mitnahmevariante ermöglicht.
- Mindestens ein Angebot an Obst wird an prominenter Stelle (Speisenplan, Aushang, etc.) angepriesen und optisch herausgestellt.
- Weitere Maßnahmen, wie z. B. Bilder, Hinweisschilder, Kennzeichnungen etc.

Fokus Obst _____ von 7

Fokus Gemüse

- Es werden mindestens zwei verschiedene Gemüsesorten angeboten.
- Gemüsekomponenten werden als Hauptgerichte und auch als Beilagen an allen Ausgabelinien offeriert.
- Gemüsegerichte werden an der Ausgabelinie an erster Stelle platziert.
- Es gibt kalte und heiße Gemüsekomponenten.
- Gemüsekomponenten werden attraktiv garniert und präsentiert.
- Mindestens eine Gemüsekomponente wird an prominenter Stelle (Speisenplan, Aushang, etc.) als Tagestipp oder ähnliches angepriesen.
- Weitere Maßnahmen, wie z. B. Bilder, Hinweisschilder, Kennzeichnungen etc.

Fokus Gemüse _____ von 7

Fokus Salat

- Es gibt eine Salatbar, die gut sichtbar und von allen Seiten begehbar ist.
- Salate werden auch als bereits zusammengestellte Varianten angeboten.
- Es gibt die Möglichkeit, den Salat mitzunehmen.
- Salatkomponenten werden besonders angepriesen und hervorgehoben.
- Salat wird in Wartebereichen offeriert.
- Für Salat stehen attraktive Behältnisse in unterschiedlichen Größen zur Verfügung.
- Weitere Maßnahmen, wie z. B. Bilder, Hinweisschilder, Kennzeichnungen etc.

Fokus Salat _____ von 7

Fokus Wasser

- Wasser gibt es in unterschiedlichen Varianten (Trinkwasser, Flaschen, still etc.).
- Wasser wird auffällig an verschiedenen Orten und in jeder Ausgabelinie angeboten.
- In Automaten wird Wasser in reichlicher Menge und vor allem in Augenhöhe offeriert.
- Wasser wird in Wartebereichen (z. B. vor der Kasse) angeboten
- Weitere Maßnahmen, wie z. B. Bilder, Hinweisschilder, Kennzeichnungen etc.

Fokus Wasser _____ von 5

Fokus Vollkorn

- Im Snackbereich gibt es zumindest zwei verschiedene Vollkornvarianten.
- Vollkornangebote werden auffällig in Augenhöhe platziert.
- Vollkornangebote werden auch als Mitnahmevarianten dargeboten.
- In Snackautomaten werden auch Vollkornvarianten offeriert und optisch hervorgehoben.
- Weitere Maßnahmen, wie z. B. Bilder, Hinweisschilder, Kennzeichnungen etc.

Fokus Vollkorn _____ von 5

Aktionsplan

Fokus	Strategie	Maßnahme	Wer / Bis wann?	Maßnahme überprüft?
Beispiel: Obst	Obst an mehr als zwei Ausgabeorten präsentieren	Attraktive Etagere beschaffen	Herr Mustermann	
		Gefüllte Obstschale direkt vor die Kassen stellen	Frau Mustermann täglich	

Anhang/Quellennachweis

Kooperationsprojekt des Kompetenzzentrums für Ernährung mit der Hochschule Albstadt-Sigmaringen und der Techniker Krankenkasse

Projektbeteiligte

Prof. Dr. Gertrud Winkler, Hochschule Albstadt-Sigmaringen, Fakultät Life Sciences | Christine Röger, Barbara Berger, Kompetenzzentrum für Ernährung (KERN) Bayern, Freising | Birgit Filipiak-Pittroff, Statistische Beratung und Auswertung, Neubiberg | Agnes Streber, Angela Hartmann, Ernährungsinstitut Kinderleicht, München

Impressum

Herausgeber: Kompetenzzentrum für Ernährung (KERN) an der Bayerischen Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL), Am Gereuth 4, 85354 Freising, Hofer Str. 20, 95326 Kulmbach
E-Mail: poststelle@KERN.bayern.de; www.KERN.bayern.de

Konzeption: Barbara Berger, Kompetenzzentrum für Ernährung
Gestalter: OPUS Marketing GmbH, Bayreuth
Bildnachweis: Wolfgang Pulfer, K. Singer
Das Kompetenzzentrum für Ernährung – KERN ist eine Einrichtung im Geschäftsbereich des Bayerischen Staatsministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten