



Start der Initiative „Ausgezeichnetes Kinderessen in Hotellerie und Gastronomie“:

Weniger Schnitzel, Pommes und Co! Mehr Küchen-Qualität auch für Kinder

Die Zeiten ändern sich. Auch die Gewohnheiten tun das. Und die Ernährung sowieso. Leider nicht immer zum Besseren! Laut österreichischem Ernährungsbericht decken Kinder mindestens 18 Prozent der täglichen Energieaufnahme über Kalorien aus sogenannten „geduldeten“ Lebensmitteln wie Süßigkeiten oder Knabbereien. Gleichzeitig essen Kinder doppelt so viel Fleisch aber nur rund halb so viel Obst, Gemüse, Brot und Milchprodukte wie empfohlen. „Entsprechend dramatisch ist die Situation“, sagt Manuel Schätzer, Ernährungswissenschaftler und Mitarbeiter bei SIPCAN, der Initiative für ein gesundes Leben von Prim. Univ.-Prof. Dr. Friedrich Hoppichler. Schließlich sei lt. WHO „auch in Österreich etwa ein Drittel der Kinder bereits übergewichtig“. Höchste Zeit also, dass auf den verschiedensten Ebenen Aufklärung passiert und Lösungen angeboten werden. Gemeinsam mit Ursula Weixlbaumer-Norz, Expertin im strategischen Kinder- und Familienmarketing, wurde jetzt die Initiative „Ausgezeichnetes Kinderessen“ vor allem für Hotellerie und Gastronomie entwickelt. Für den Tourismus-Weltmeister Österreich eine durchaus bemerkenswerte und nachhaltige Aktion. Die ersten drei Hotelbetriebe führen schon diese Auszeichnung, kochen speziell „Ausgezeichnetes Kinderessen“, gestalten auch die Speisekarten bereits entsprechend. Viele weitere Betriebe werden sich in den nächsten Wochen und Monaten der Initiative anschließen.

Gesunde Ernährung ist ein Gebot der Stunde. Für alle Generationen, aber vor allem auch für Kinder! Privat in den Familien und auch in vielen Schulen ist hier ein Umdenken passiert und es funktioniert immer besser. „Es kann nicht sein“, unterstreicht Manuel Schätzer mit Vehemenz, „dass in der täglichen Ernährung und insbesondere in der Gemeinschaftsverpflegung wie an Schulen bundesweit konkrete Maßnahmen gesetzt werden und gleichzeitig geht dieser Megatrend an der Gastronomie praktisch vorbei. Kinder werden zumeist mit fetten Würsten, frittiertem Fleisch oder Mehlspeisen abgeseigt. Dass ein Kind mit einem Grillwürstel mit Pommes beinahe die gesamte empfohlene Ta-



gesmenge an Fett abdeckt, wird zumeist ausgeblendet. Mit dem meist obligatorischen großen Glas Limonade wird gleichzeitig auch noch fast die obere Grenze der maximalen täglichen Zuckeraufnahme erreicht.“ In der Beratung an Schulen haben Schätzer und SIPCAN übrigens bereits vieles bewegt und alleine im vergangenen Schuljahr über 150.000 Kinder in Österreich beeinflusst. Denn Eltern ist es sehr wichtig, was ihre Kinder essen und trinken! „Immer mehr Familien wollen auch in Freizeit und im Urlaub Gesundheit tanken und dabei gesundheitsförderndes Essen für sich und natürlich für den Nachwuchs haben“, weiß Ursula Weixlbaumer-Norz. Und deshalb ist die Beraterin auch überzeugt, „dass dies eine große Chance nicht nur für unsere Kinder und Gesundheit ist, sondern überhaupt auch für die Gastronomie und Hotellerie!“

Große Chance für Gastronomie und Hotellerie

„Vor einem Jahrzehnt noch“, sagt Weixlbaumer-Norz, „sah die Familienfreizeit, der Familienurlaub noch ganz anders aus. Da wurden Kinder noch ‚abgegeben‘, in Familienhotels vielfach sogar einen ganzen Tag lang. Kinder mussten ‚bespaßt‘ und irgendwie einfach nur satt gemacht werden.“ Über ein wertvolles Essen machten sich die Kinder- und Familienhotels oder auch die Gastronomie früher nur wenig Gedanken. Doch die Gesellschaft wandelt sich: Kinder und Eltern wollen jetzt immer mehr auch die Freizeit und den Urlaub bewusst miteinander verbringen. Auch, weil sie im „normalen“ Leben durch Ganztagschule und berufliche Belastung der Eltern immer weniger Zeit füreinander haben. „Eine große Chance sowohl für Eltern wie auch für die Anbieter, gesundes, hochwertiges Essen zu platzieren!“

„Für die Tourismusbranche ist das ganz sicher eine gute Nachricht“, meint die Expertin. „Mehr Kurzurlaube und Wochenendausflüge lassen die Freizeit mit der Familie, mit Freunden genießen und bedienen den Wunsch nach mehr Familien-Entspannung. Und entsprechend auch möglicherweise mehr Umsatz in Gastronomie und Hotellerie in Österreich.“ In einer Befragung von „Familien Insights 2017“ wurde die Sehnsucht nach mehr Familiennähe deutlich: 10 – 14jährige gaben dabei an, dass vor allem Entspannung/Chillen und Familiennähe die wichtigsten Urlaubsaktivitäten darstellen. „Wenn die Kinder den ganzen Tag in der Schule und Eltern den ganzen Tag in der Arbeit sind, bleibt abends nicht mehr viel Zeit für ‚Chillen‘ und ‚Relaxen‘. Freizeit- und Urlaubszeit ist per-



fekt, gemeinsam mit den Kindern und dazu noch gesund zu essen“, erklärt Weixlbauer-Norz ihre Motivation, gemeinsam mit SIPCAN diese Initiative zu gründen und die Qualitätsmarke „Ausgezeichnetes Kinderessen“ einzuführen. In den touristischen Beratungen hat sich dieser Aspekt in den vergangenen Monaten als ganz besonders attraktiv heraus gestellt!

„Kinderessen nicht mehr ins Eck stellen!“

Apropos „Gesundes Essen“? Manuel Schätzer hat dazu eine ganz eindeutige Meinung: „Es ist nicht nur wichtig, wirklich gesund zu kochen – was im Übrigen auch nicht extra kompliziert ist! Die Speisen müssen auch kindgerecht präsentiert werden. Immer noch heißt es etwa in den Gasthäusern und Restaurants etwa ‚Kinderecke‘. Und genauso sieht zumeist auch das Essen aus: Die Wertigkeit des Essens für die Kids wird einfach ‚ins Eck gerückt‘. Will sagen: Das Potenzial von kindgerechtem Essen, über das auch Eltern positiv bewegt sind und weitererzählen, wird völlig unterschätzt.“ Wenn etwa ein Gastronom sagt, dass die Kinder gesunde Speisen „nicht annehmen“, wird entweder die Zielgruppe nicht verstanden oder die Küche setzt sich nicht wirklich mit dem Thema Kochen auseinander und will sich das Leben extra leicht machen.

Kulinarische Kultur – weniger Fett und Zucker

„Es geht nicht nur darum, Kinder irgendetwas vorzusetzen, sondern darum, eine kulinarische Kultur mit weniger Fett und Zucker zu pflegen und dazu beizutragen, dass sich der Geschmack der Kinder entwickelt!“ „Es muss keinesfalls fad und geschmacklos sein“, ist der Ernährungswissenschaftler überzeugt. Und es gibt auch bei „Ausgezeichnetes Kinderessen“ kein vegetarisches oder gar veganes Dogma! „Die Gastronomie hat hier eine schier unendliche Spielwiese. Ziel ist es aber, nicht den Bogen zu überspannen und die Bedürfnisse der Zielgruppe nicht aus den Augen zu verlieren. Grünkernauflauf und Co kann für die Kids wirklich zu viel des Guten sein. Es gilt das richtige Maß zu finden.“ Speziell die Hotellerie, meinen beide Experten unisono, hat hier, sofern sie sich auf Kinder bzw. Familien spezialisiert, einen guten Orientierungspunkt. Kindgerechte Aktivitäten und Angebote wie Spiele und Ausflüge sind etabliert. Kaum jemanden würde einfallen, für Kinder „Fallschirmspringen“ oder „Motocrossfahren“ anzubieten (außer natürlich spezielle Action-Camps!). „Warum aber wird“, fragt Schätzer, „dann fettes und stark süßes Essen im Überfluss angeboten und Kinder damit einfach abgespeist?“



Maskottchen „Sherlock Lauch“



Gesunde Speisen attraktiver darstellen

Genau deshalb wurde eben dieses Qualitätslabel mit entsprechenden Inhalten, Vorschlägen und konkreter Umsetzungsberatung entwickelt. Ursula Weixlbaumer-Norz geht dann auch noch einen entscheidenden Schritt weiter; raus aus der gesunden Küche, hin zur Speisen-Präsentation und zum passenden Service: „Will man bestimmte Speisen attraktiver machen, ist das Marketing von Essen für Kinder von eminenter Bedeutung! Man muss wissen, dass Kids unterschiedlicher Altersgruppen ganz unterschiedliche Wahrnehmungen haben.“ Kinder unter sechs Jahren etwa hätten eine viel stärkere bildliche Aufnahmefähigkeit, als Logik. Dabei sei grundsätzlich die Überlegung, Speisen nach Figuren zu benennen eine gute Idee. „Sie wird in den meisten Fällen nur nicht ganz zu Ende gedacht. Es wäre also perfekt, einen beliebten Charakter bei ‚gesunden‘ Speisen abzubilden oder diese danach zu benennen!“



„Ausgezeichnetes Kinderessen“ – auch für Eltern!

Funktionsbeschreibungen wie ‚gesund‘, ‚genussvoll‘ oder ‚mit Gemüse‘ seien bestenfalls für Eltern relevant, die bei Kindern unter sechs Jahren sozusagen den ‚Gatekeeper‘ übernehmen. In weiterer Folge können die Kids bereits Funktionen und Eigenschaften von Speisen verstehen und entscheiden selbst. Sie sind zumeist nicht mehr so an Figuren oder Maskottchen interessiert. Argumente, die in ihrer Erlebniswelt relevant sind, kommen am besten an. Für diese älteren Kinder ist oft die Erwachsenen Speisekarte ausreichend. Natürlich sollte auch diese ausreichend „Ausgezeichnetes Essen“ beinhalten!

Weixlbaumer-Norz und Manuel Schätzer: „Fazit für die Gastronomie: Will man Kinder mit einer „gesunden“ Speisekarte überzeugen, sich qualitativ von Mitbewerbern absetzen, gilt es, bestimmte Regeln zu beachten. Der Mehrwert, der dadurch geleistet wird, ist nicht nur jener, für eine gesündere Zukunft unserer Kinder. Eine spezielle Kinderspeisekarte ist auch Ausdruck und sichtbares Zeichen, dass sich dieser Anbieter Gedanken macht und sich der Verantwortung bewusst ist. Dabei muss die Speisekarte sowohl den Geschmack der Kinder treffen, als auch die Erwartungen der Eltern erfüllen.“

Hotel Albona Nova in Zürs: Kinder sind experimentierfreudig!

Und dass sie dies tun, davon sind die ersten Betriebe, mit „Ausgezeichnetem Kinderessen“, schon jetzt überzeugt. Das 4-Sterne-Superior-Hotel Albona Nova in Zürs am Arlberg etwa. Isabell Wegener meint dazu: „Es wäre ein Leichtes, Kindern nur Pizza und Pommes anzubieten. Aber das entspricht nicht den Qualitätsansprüchen unseres Hauses mit 2 Gault Millau Hauben. Wir haben an uns den Anspruch, unsere Gäste zu verwöhnen. Entsprechend auch die Kinder, die den ganzen Tag oft mit und ohne Eltern im Freien verbringen und sich austoben. Da versteht sich eine entsprechend gesunde Ernährung von selbst. Bei uns sind die Kinder durchaus experimentierfreudig. Schlussendlich erleichtert sogar unserer Küche ein ausgewogener und regelmäßiger Speiseplan das tägliche Kinderessen. Die überwiegende Anzahl unserer Gäste lieben inzwischen unser ‚neues‘ Essen. Oft sehen wir sogar, dass sich die Eltern vom Ausgezeichneten Kinderessen bedienen. Uns fällt lediglich auf, dass zumeist Englisch sprechende Gäste, vor allem Briten, mit dem gesunden Essen momentan noch nicht wirklich etwas anfangen können!“



„Das Edelweiss“ in Großarl: Ausgezeichnet und regional!

Auch die Familie Hettegger vom Mountain Resort „Das Edelweiss“ in Großarl weiß praktisch nur Positives von der Umstellung zu berichten: „Wir wollen unseren Gästen, egal ob groß oder klein, eine Top-Dienstleistung bieten. Dazu gehört aus unserer Sicht auch die Möglichkeit, sich ausgewogen und gesund in den Urlaubstagen ernähren zu können. Auch für Kinder! Kinder etwa werden zu gesunder Jause mit kindgerechten Namen eingeladen. Dabei isst ganz sicher auch das Auge mit. Die Gäste schätzen im Übrigen diese Abwechslung enorm. Weil wir dabei auch sehr auf regionale Lebensmittel setzen!“ Das Kinder-Testimonial auf der Speisekarte heißt übrigens „Prinz Edelweiss“...

Vitalhotel der Parktherme Bad Radkersburg: Das Auge isst mit

Dass einerseits gesundes Essen für Kinder unbedingt notwendig ist, andererseits dieses entsprechend präsentiert werden muss, davon weiß Claudia Wendner, die Direktorin des Vitalhotels der Parktherme Bad Radkersburg zu berichten: „Unsere Zielgruppe ist auch und vor allem die Familie. Wir haben schon länger darüber nachgedacht beim Frühstücksbuffet im Hotelbetrieb sowie im Restaurant in der Parktherme konsequent uns zu einem gesunden Kinderessen zu entwickeln. Durch die intensive Beratung und Unterstützung in der Umsetzung durch SIPCAN bzw. Ursula Weixlbaumer-Norz, ist es absolut gelungen, uns von anderen ähnlichen Anbietern in Österreich abzusetzen. Die Reaktionen der Gäste sind überzeugend und fast schon euphorisch. Es passt einfach zu unserem Haus und der Therme!“ Ins gleiche Horn stößt auch Johann Peheim, Prokurist und Gastronomieleiter der Parktherme: „Es passt perfekt zu uns und es wird auch entsprechend gewürdigt, gekauft und genossen. Vor allem von den Kindern. Die Eltern sind natürlich ebenso begeistert, dass wir nicht nur das übliche Thermen-Essen für die Kids anbieten. Zudem haben wir das Ganze in der speziellen Speisekarte umgesetzt und auch dafür ernten wir viel Lob. Einfach, weil wir nicht nur gesundes, abwechslungsreiches, weniger fettes und zuckerhaltiges Essen konsequent anbieten, sondern auch weil wir es wohl richtig und ebenso konsequent darstellen und kommunizieren. Puschel, unser Maskottchen, hat sich entsprechend auch ernährungstechnisch umgestellt...“



Beispiele aus dem Restaurant der Parktherme:



Buntbarschfilet auf Reis mit saisonalem Gemüse aus der Region



Cremig gelber Polenta mit saisonalem Gemüse und Kresse



Puschel, das Maskottchen in Bad Radkersburg



Infothek:

Mag. Ursula Weixlbaumer-Norz, Geschäftsführerin, Kids-Marketing-Expertin:

Vor der Gründung von „kids&fun consulting“ war die studierte Betriebswirtin mehrere Jahre global für McDonald's in führenden Positionen tätig. Unter anderem leitete sie den Bereich „Happy Meal“ aus den USA für den globalen Markt und war anschließend für das Familienmarketing von McDonald's in Europa zuständig. Ihre langjährige Expertise im strategischen Kindermarketing macht sie zu einer gefragten Expertin in diesem Bereich. Sie berät vor allem auch Gastronomie-, Freizeit- und Seilbahnbetriebe sowie die Hotellerie in Österreich, der Schweiz und Deutschland.

Univ.-Lektor Mag. Dr. Manuel Schätzer:

Der Ernährungswissenschaftler aus Tirol ist bei SIPCAN, der Initiative für ein gesundes Leben, die im Jahr 2005 von Prim. Univ.-Prof. Dir. Dr. Friedrich Hoppichler gegründet wurde, für die bundesweite Koordination und die Entwicklung neuer Initiativen zuständig. SIPCAN setzt sich österreichweit für die Förderung eines gesundheitsförderlichen Lebensstils ein. Im Mittelpunkt der Maßnahmen stehen dabei einerseits die Vermittlung von Risikobewusstsein sowie die Motivation zu einer gesunden Lebensführung und Eigenverantwortung („Verhaltensprävention“) und andererseits die Schaffung einer gesundheitsförderlichen Lebenswelt, die gesunde Verhaltensweisen unterstützt bzw. überhaupt erst ermöglicht („Verhältnisprävention“). Als unabhängiges, wissenschaftliches Vorsorgeinstitut wird SIPCAN von einem nationalen, wissenschaftlichen Expertengremium aus medizinischen und angrenzenden Fachbereichen (Internisten, Kardiologen, Ernährungswissenschaftler, Sozialmediziner usw.) unterstützt.

Alle Betriebe, die die festgelegten Kriterien erfüllen, erhalten das Label „Ausgezeichnetes Kinderessen“. Damit wird Ihr Engagement für eine gesundheitsfördernde Ernährung ausgezeichnet und ein sichtbares Zeichen gesetzt für Eltern, Familien und all jene Kunden, denen die Gesundheit unserer Kinder ein Anliegen ist.

Die Kriterien:

Um die Auszeichnung zu erhalten, müssen zwei Teilbereiche positiv absolviert werden.

1. Der Speiseplan und/oder die Speisekarte sind in ihrer Zusammensetzung den ernährungswissenschaftlichen Kriterien von SIPCAN entsprechend. Dabei wird z.B. darauf geachtet, wie oft Gemüse im Speiseplan vorkommt, wie häufig frittierte Speisen angeboten werden oder wie oft Mehlspeisen als Nachspeise serviert werden. Ziel ist es, einen ausgewogenen Speiseplan zu erreichen. Hierfür gibt es konkrete und gut erreichbare Mindestkriterien.
2. Der zweite Teil bezieht sich auf das Marketing und die Kommunikation. Das zentrale Kriterium aus dem Bereich Marketing zur Erreichung der Auszeichnung ist eine kindgerechte und altersadäquate Menü-/Speisekarte (betreffend: Wort, Schrift, Bild). Folgende Kriterien sind zu beachten:



Aktuelle Presseinformation

Mai 2019

- Es gibt eine eigene Menü-/Speisekarte, die sich an Kinder und Eltern richtet.
- Diese Menü-/Speisekarte ist in kindgerechtem Design/Grafik gestaltet:
 - Farbenfrohe Bilder, wenig Text, bunt, kindliche Erlebniswelt, eventuell Maskottchen, eventuell Funktionsbeschreibungen für ältere Kinder („macht stark“)
 - Speisekarte in Textform für Eltern oder Lesekinder zum Selberlesen ODER mit Bildern der Speisen.
 - Bezeichnung der Speisen in kindgerechter Logik
 - „Empfohlene“ Speisen können grafisch hervorgehoben werden, um gesündere Varianten zu promoten.
 - Erklärung zu Kinderspeisen an die Eltern in der Erwachsenenspeisekarte ODER der Kinderspeisekarte
 - Wenn Speisebilder verwendet werden, sollten sie kindgerecht ansprechend gestaltet sein.

Und das sind die Leistungen:

- Persönliche Beratung und Begleitung auf dem Weg zu einem „ausgezeichneten Kinderessen“.
- Analyse des Verpflegungsangebots nach ernährungswissenschaftlichen Kriterien und in Bezug auf familiengerechtes Marketing.
- Detailliertes Feedback und konkrete, praxisnahe Handlungsempfehlungen sowie Ideen für
 - Menüpläne
 - Speisekarten
 - Frühstücksangebot
 - Marketing
- Das Label „Ausgezeichnetes Kinderessen“ unterstützt bei der Kommunikation.