

Weniger Schnitzel, Pommes & Co



Dank der Initiative *Ausgezeichnetes Kinderessen in Hotellerie und Gastronomie* mehr Küchen-Qualität für Kinder auch im Restaurant am Berg und in der Skihütte!

Mag. Ursula Weixlbaumer-Norz,
Expertin für Kinder- und Familienmarketing
kids&funconsulting

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 % der täglichen Energieaufnahme über Kalorien aus sogenannten „geduldeten“ Lebensmitteln wie Süßigkeiten oder Knabberereien. 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 SIP-CAN, der Initiative für ein gesundes Leben von Prim. Univ.-Prof. Dr. Friedrich Hoppichler. Schließlich sei laut Weltgesundheitsorganisation WHO „auch in Österreich etwa ein Drittel der Kinder bereits überge-
wichtig“.

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* entwickelt – für den Tourismus-Weltmeister Österreich eine bemerkenswerte und nachhaltige Aktion.

UMDENKEN DRINGEND ERFORDERLICH

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 erfolgt 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 und Berggastronomie praktisch vorbei. Kinder werden zumeist mit fetten Würsten, frittiertem Fleisch oder Mehlspeisen verköstigt. Dass ein Kind mit einem Grillwürstel mit Pommes beinahe die gesamte empfohlene Tagesmenge an Fett abdeckt, wird zumeist ausgeblendet. Mit dem obligatorischen großen Glas Limonade wird gleichzeitig auch noch fast die obere Grenze der maximalen täglichen Zuckeraufnahme er-

reicht.“

In der Beratung an Schulen haben Schätzer und SIP-CAN übrigens schon viel bewegt und allein im vergangenen Schuljahr mehr als 150.000 Kinder in Österreich erreicht. Das finden auch die Eltern gut, denn ihnen ist es sehr wichtig, was ihre Kinder essen und trinken. „Immer mehr Familien wollen auch in der 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 unsere Gesundheit ist, sondern auch für die Gastronomie, Hotellerie und Berggastronomie.“

GROSSE CHANCE FÜR GASTRONOMIE UND HOTELLERIE

„Vor einem Jahrzehnt noch“, so Weixlbaumer-Norz, „sah die Familienfreizeit, der Familienurlaub noch ganz anders aus. Da wurden Kinder ‚abgegeben‘, in Familienhotels vielfach sogar einen ganzen Tag lang. Die Kinder mussten ‚bespaßt‘ und einfach nur satt gemacht werden.“ Über ein wertvolles Essen machten sich die Kinder- und Familienhotels und die Gastronomie früher wenig Gedanken. Doch die Gesellschaft wandelt sich: Kinder und Eltern wollen jetzt immer mehr auch die Freizeit und den Urlaub bewusst miteinander verbringen und dabei gut und gesund essen. Auch, weil sie im „normalen“ Leben durch Ganztagschule und berufliche Belastung der Eltern immer weniger Zeit füreinander und gemeinsame, frisch gekochte Mahlzeiten haben.

Weixlbaumer-Norz: „Für die Tourismusbranche und die Gastronomie ist das ganz sicher eine gute Nachricht. Mehr Kurzurlaube und Wochenendausflüge lassen die Freizeit mit der Familie, mit Freunden genießen und bedienen den Wunsch nach mehr gemeinsamer Entspannung. Gleichzeitig erhöhen sie die Chancen auf mehr Umsatz in Gastronomie und Hotellerie.“ In einer Befragung von *Familien Insights 2017* wurde die Sehnsucht nach mehr Familiennähe deutlich: 10- bis 14-Jährige gaben dabei an, dass vor allem Entspannung/Chillen und Familiennähe die wich-

tigsten Urlaubsaktivitäten darstellen. „Wenn die Kinder den ganzen Tag in der Schule und die Eltern den ganzen Tag in der Arbeit sind, bleibt abends nicht mehr viel Zeit. Freizeit- und Urlaubszeit ist perfekt, um sich gemeinsam zu erholen und gemeinsam mit den Kindern gesund zu essen“, erklärt Weixlbaumer-Norz ihre Motivation, gemeinsam mit SIPCAN die Gründung ihrer Initiative und Qualitätsmarke *Ausgezeichnetes Kinderessen* auf den Weg zu bringen. In den touristischen Beratungen hat sich dieser Aspekt zunehmend als besonders attraktiv herausgestellt.

„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 kompliziert ist! Die Speisen müssen auch kindgerecht präsentiert werden. Immer noch heißt es etwa in den Gasthäusern und Restaurants ‚Kinderecke‘, wenn nach speziellen Familienentscheidungen gefragt wird. Und genauso sieht zumeist auch das Essen aus: Die Wertigkeit des Essens für die Kids wird einfach ‚ins Eck‘ gestellt. Das Potenzial von kindgerechtem Essen, über das auch Eltern positiv bewegt sind und weitererzählen, wird völlig



Gesunde Ernährung ist ein Gebot der Stunde. Für alle Generationen, aber vor allem auch für Kinder.

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.

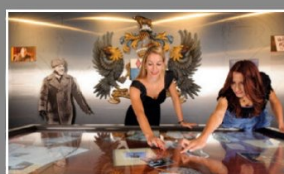
KULINARISCHE KULTUR – WENIGER FETT UND ZUCKER

„Es geht nicht nur darum, Kindern irgendwas vor-

Wir schaffen Erlebnisse!

www.pronatour.at

pronatour
Entwicklung und Umsetzung von Erlebnisprojekten



zusetzten, 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 & Co kann für die Kids wirklich zu viel des Guten sein. Es gilt das richtige Maß zu finden.“

Speziell die Berggastronomie, meinen beide Experten unisono, hat hier einen guten Orientierungspunkt. Kindgerechte Aktivitäten und Angebote wie Erlebniswege und Ausflüge sind etabliert. „Warum aber wird“, fragt Schätzer, „dann fettes und stark süßes Essen im Überfluss angeboten und werden die Kinder damit einfach abgespeist?“

GESUNDE SPEISEN ATTRAKTIVER MACHEN

Genau deshalb wurde das Qualitätslabel *Ausgezeichnetes*

zeichnetes Kinderessen mit entsprechenden Inhalten, Vorschlägen und konkreter Umsetzungsberatung entwickelt. Ursula Weixlbaumer-Norz geht 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 beliebigen Charakter bei ‚gesunden‘ Speisen abzubilden oder diese danach zu benennen!“

AUSGEZEICHNETES KINDERESSEN – AUCH FÜR ELTERN!

Funktionsbeschreibungen wie „gesund“, „genussvoll“ oder „mit Gemüse“ sind bestenfalls für Eltern relevant, die bei Kindern unter sechs Jahren sozusagen den „Gatekeeper“ übernehmen. In weiterer Folge können die älteren 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 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 dem Label *Ausgezeichnetes Kinderessen* schon jetzt überzeugt: das 4-Sterne-Superior-Hotel *Albana 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 zwei Gault-Millau-Hauben. Wir haben an uns den Anspruch gestellt, unsere Gäste zu verwöhnen.“

IM ÜBERBLICK

Die Kriterien für das Label: *Ausgezeichnetes Kinderessen*

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 zum Erreichen der Auszeichnung ist eine kindgerechte und altersadäquate Menü-/Speisekarte (Wort, Schrift, Bild). Folgende Kriterien sind zu beachten:

- Es gibt eine eigene Menü-/Speisekarte, die sich an Kinder und Eltern richtet.
- Diese Menü-/Speisekarte ist in kindgerechtem/r 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 Speisenbilder verwendet werden, sollten sie kindgerecht ansprechend gestaltet sein.

Entsprechend auch die Kinder, die oft den ganzen Tag 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 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 *Vitalhotel der Parktherme Bad Radkersburg*, zu berichten: „Unsere Zielgruppe ist auch und vor allem die Familie. Wir haben schon länger darüber nachgedacht, uns beim Frühstücksbuffet im Hotelbetrieb sowie im Restaurant in der Parktherme konsequent 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 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. Ein-



Ursula Weixlbaumer-Norz und Manuel Schätzer mit einer kindgerechten Speisekarte.

fach, 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 ernährungstechnisch entsprechend umgestellt ...“ Unterstützung auf dem Weg zum *Ausgezeichneten Kinderessen* kann unter office@kidsandfunconsulting.com nachgefragt werden.

Ursula Weixlbaumer-Norz

Made in Germany.

Wintersport auch ohne Schnee

ISPO-Winner Textile Loipe spart Kosten und garantiert 365 Tage im Jahr effektives Training und Fahrspaß.

Vielen Dank für Ihre großartige Resonanz!

Wintersport **garantiert.**