

Qualifizierung
zum Verpflegungsmanager/DGE
2012

ALSTERKIDS

Ein Projekt zur Integration von Ernährungsbildung
in den Schulalltag

Michael Loitz
Jean-Paul-Weg 6
22303 Hamburg

05.11.2012

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis.....	3
1 Einleitung.....	4
1.1 Berufliches Selbstverständnis.....	4
1.2 Speiseplan nach DGE-Qualitätsstandards.....	6
1.3 Das Projekt Alsterkids.....	6
2 Problemanalyse.....	7
2.1 Akzeptanz gesundheitsfördernder Lebensmittel durch Kinder.....	7
2.2 Soziale Benachteiligung.....	8
3 Zielanalyse.....	9
3.1 Kurzfristige Zielebene.....	9
3.2 Mittelfristige Zielebene.....	9
3.3 Langfristige Zielebene.....	10
4 Beteiligtenanalyse.....	11
4.1 Beteiligte Personen.....	11
4.2 Motivation der Kinder und Jugendlichen.....	12
5 Strategische Phase – Projektplanungsübersicht.....	13
6 Operative Phase.....	16
7 Durchführungsphase.....	17
8 Evaluation.....	18
9 Reflexionsphase.....	18
Danksagung.....	19
Literaturverzeichnis.....	20
Eigenständigkeitserklärung.....	21
Anhang.....	22

Abkürzungsverzeichnis

Apps	Applications (Englisch) „Anwendungen“ (Computer-Programme)
Blog	Web log (Englisch) „Internet-Aufruf oder Tagebuch“ (Webseite, Internetseite)
BMELV	Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz
DGE	Deutsche Gesellschaft für Ernährung e. V.
EsKiMo	Ernährungs-Studie als KiGGS-Modul
EPS	Encapsulated Postscript (Englisch) „Seitenbeschreibungssprache“ (Grafikdatei)
etc.	et cetera (Latein) „und so weiter“
GF	Geschäftsführung
GmbH	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
HAG	Hamburgische Arbeitsgemeinschaft für Gesundheitsförderung e. V.
IN FORM	Deutschlands Initiative für gesunde Ernährung und mehr Bewegung
KiGGS	Kinder- und Jugendgesundheitsurvey (Studie zur Gesundheit von Kindern und Jugendlichen in Deutschland)
PB	Projektbeauftragter
PR	Public Relations (Englisch) „Öffentlichkeitsarbeit“
p. a.	per anno (Latein) „pro Jahr“
Plugin	to plug in (Englisch) „anschießen, Erweiterungsmodul“ (Softwareanwendung)
QR-Code	Quick Response (Englisch) „Schnelle Antwort“ (kodierte Abbildung einer Information oder Webadresse)
rating	(Englisch) „bewerten, einstufen“

1 Einleitung

Als das Robert-Koch-Institut bereits im Oktober 2007 seine sogenannte EsKiMo-Studie veröffentlichte, bei der es sich um eine Teilstudie der bundesweiten KiGGS-Untersuchung zur Kinder- und Jugendgesundheit handelt, zeigte sich die deutsche Öffentlichkeit alarmiert. Gemäß des Berichtes ist es offensichtlich in den letzten Jahren zu einer deutlichen Verschlechterung der Ernährungsgewohnheiten junger Menschen gekommen [1]. 15 Prozent der Kinder und Jugendlichen sind übergewichtig. Ein Drittel davon sogar adipös [2,3].

Wenn man nach den Gründen für diese Entwicklung fragt, werden häufig die Vernachlässigung durch im Berufsleben stehende Eltern, ein stressiger Schulalltag der Kinder, bei dem keine Zeit für eine ausgewogene Ernährung bleibt sowie eine starke Etablierung von Fast Food-Ketten in der heutigen Zeit genannt.

Auf der Suche nach Lösungen für das Problem gibt es eine Reihe von Initiativen durch die versucht wird, das Bewusstsein für Ernährung bereits ab dem Kindesalter zu wecken und zu prägen. Diese Aufklärungsinitiativen beschränken sich allerdings leider häufig auf Internetauftritte und das Verteilen von mehr oder weniger ansprechenden Broschüren.

Um die beschriebene Situation nachhaltig ändern zu können, scheinen allerdings vor allem innovative Konzepte notwendig zu sein.

1.1 Berufliches Selbstverständnis

Durch mein berufliches Umfeld bin ich immer wieder mit Kindern in Kontakt gekommen und habe sehr deutliche Unterschiede in ihrem Essverhalten und ihrer allgemeinen Einstellung gegenüber Ernährung bemerkt. Ich fragte mich häufig, woher diese Unterschiede rühren könnten. Dabei schaute ich auch in meine eigene Kindheit zurück. Ich erinnerte mich daran, dass Genuss und der Sinn der Ernährung für mich als Kind schon interessant waren. Meinen Eltern half ich immer in der Küche und die gemeinsame Zubereitung von Speisen spielte in meiner Familie eine große Rolle.

Aus Leidenschaft bin ich Koch geworden. In diesem Beruf war ich immer sehr ehrgeizig und wissbegierig, stellte mir immer mehr Fragen zu Hintergründen der Ernährung. Für mich war klar, dass ich mich in meinem Beruf weiterentwickeln möchte und bildete mich zum Diätkoch weiter. Ich eignete mir immer mehr Kenntnisse über Nahrungsmittel an, ich liebte es, Lebensmittel bewusst und gezielt einzusetzen oder bei einer Unverträglichkeit, Intoleranz oder Allergie auszutauschen. Mir gefiel es sehr, Wissen zu vermitteln und an praktischen Beispielen zu erklären. Durch meine Begeisterung für Lebensmittel und Ernährung konnte ich gut überzeugen. Besonders die Ernährungsbildung bei Kindern und Jugendlichen lag mir sehr am Herzen. Eine Lehrküche mit reiferen Klienten zu gestalten erschien mir weniger sinnvoll. Ich brauchte Vierzig- oder Fünfzigjährigen wohl nicht zu erzählen, dass sie weniger Fleisch und mehr Gemüse essen sollten. Diese Zielgruppe hätte ich maximal noch ein wenig inspirieren können. Kinder und Jugendliche dagegen kann ich schulen und ihnen einen wichtigen Baustein für ihr späteres Ernährungsverhalten liefern.

Mit meiner Fortbildung zum Verpflegungsmanager/DGE erreichte ich ein weiteres Ziel in meinem Leben mit neuem Wissen, um mehr Verantwortung zu übernehmen und sinnvolle Prozesse gestalten und umzusetzen zu können. Ich habe mich entschieden, auch in Zukunft meinen Teil zu einer Verbesserung der Ernährung von Kindern und Jugendlichen beizusteuern.

Seit vier Jahren arbeite ich in der Firma Alsterfood GmbH in Hamburg. Ein Catering-Unternehmen, das täglich 2500 Essen zubereitet und ausliefert. Die Fokussierung liegt hierbei in der Schulverpflegung. Als stellvertretender Produktionsleiter und Diätkoch bin ich neben der Speiseplangestaltung u.a. für die angestrebte Zertifizierung durch die DGE (Deutsche Gesellschaft für Ernährung e. V.) verantwortlich. Diese beinhaltet Kriterien der Qualitätsbereiche Lebensmittel, Speisenplanung und -herstellung, die es umzusetzen gilt. Eines der wichtigen Kriterien ist hierbei der Speiseplan für die Mittagsverpflegung, in dem sich regelmäßig Vollkornprodukte, Hülsenfrüchte und ein großer Anteil an Obst- und Gemüsesorten wiederfinden müssen.

**Ich erlebe es täglich, dass keine Toleranz gegenüber
gesundheitsfördernden Lebensmitteln besteht.**

Als ich noch zur Schule ging, beschränkte sich die Mittagsmahlzeit häufig auf „Tote Oma“ oder „gar nichts“. Am nächsten Tag gab es dann oft Fischboulette mit spürbaren Gräten und als Alternative wieder „gar nichts“. Heutzutage ist das Gott sei Dank anders. Wir haben mehr Möglichkeiten und das Wissen, Ernährung interessanter und besser zu gestalten. Es hat sich allerdings immer wieder gezeigt, dass gerade gesunde Ernährung offensichtlich keine große Resonanz bei den Verbrauchern findet.

Schulen und Kindergärten in Deutschland lassen sich häufig durch „Caterer“ beliefern. Diese genießen, wie sich in meinem eigenen beruflichen Werdegang immer wieder gezeigt hat, einen relativ schlechten Ruf. Kunden zeigten sich häufig unzufrieden mit der Qualität des Essens. Ich fragte mich, wie man diese Situation ändern und durch ein verbessertes Angebot, in dem bspw. Ernährungsbildung eine Rolle spielt, einen besseren Ruf erwerben könnte.

Die Wertschätzung gesunder Waren ist offenbar recht gering.

Wenn ich in meine eigene Erfahrungswelt blicke, scheint es ganz offensichtlich so zu sein, dass das Ernährungsbewusstsein bereits in einem sehr frühen Alter geprägt wird und das familiäre Umfeld einen entscheidenden Einfluss hierauf nimmt.

Ein ganzheitlicher Ansatz bei der Ernährungsaufnahme scheint eine Möglichkeit zum Wecken des Interesses für eine ausgewogene Ernährung bei jungen Menschen zu sein. Lediglich gesundes Essen zu servieren, reicht oftmals nicht aus. Die Frage war, wie der Vorteil einer ausgewogenen Ernährung auch Kindern und Jugendlichen bewusst gemacht werden kann, ohne dabei belehrend zu wirken.

1.2 Speiseplan nach DGE-Qualitätsstandards

Auf einer Tagung der „HAG – Vernetzungsstelle Schulverpflegung Hamburg“ wurde bereits im Herbst 2011 den Teilnehmern – bestehend aus Essensanbietern für Schulen – empfohlen, über eine Zertifizierung nach DGE-Standards nachzudenken. Erklärtes Ziel der HAG ist es, in den kommenden Jahren in allen Hamburger Schulen die Verpflegungsqualität zu verbessern und zu sichern, die Verknüpfung zur Ernährungs- und Gesundheitsbildung herzustellen und das Ernährungsverhalten von Kindern und Jugendlichen zu verbessern [4].

Ilse Aigner, die Bundesministerin für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz hat das so formuliert: „Wir wollen allen Kindern ein ausgewogenes, vollwertiges Essen schmackhaft machen. Deshalb haben wir die Deutsche Gesellschaft für Ernährung e. V. (DGE) beauftragt, Schulen bei der Ausgestaltung der Verpflegung zu unterstützen. Hauptziel ist die Qualitätssicherung in der Schulverpflegung. Um das zu erreichen hat die DGE in Kooperation mit den Bundesländern wissenschaftlich gesicherte und praxistaugliche Qualitätsstandards für die Schulverpflegung erarbeitet.“ [5]

Ein anderer wichtiger Aspekt des „DGE-Qualitätsstandards für die Schulverpflegung“ ist das ungünstige Ernährungsverhalten der Kinder und Jugendlichen. Wie bereits einleitend erwähnt, sind 15 Prozent der Kinder und Jugendlichen aller Altersklassen übergewichtig, ein Drittel davon sogar adipös [5,6].

Anscheinend sind zurzeit nur wenige Caterer in Hamburg für Schulverpflegung zertifiziert. Die Alsterfood GmbH hat dies als Aufruf und Chance verstanden, sofort entsprechende Maßnahmen einzuleiten.

1.3 Das Projekt Alsterkids

Anfang Mai 2012 führte ich ein Gespräch mit meinem Vorgesetzten, dem Geschäftsführer der Alsterfood GmbH. Ich berichtete von meiner Idee, Ernährungsbildung dauerhaft in den Schulalltag zu integrieren, damit der neue Speiseplan, der nach DGE-Richtlinien aufgebaut ist und somit gesundheitsfördernde Lebensmittel beinhaltet, besser angenommen wird. Mein Chef inspirierte mich, für diese neuen Abläufe im Unternehmen eine neue Marke mit Logo zu schaffen, mit der sich Kinder und Jugendliche identifizieren sollen. Bei einem Brainstorming in einem Meeting zu diesem Thema entstand der Name „Alsterkids“. Ich wurde beauftragt, „Alsterkids“ mit Leben zu füllen und zu schmücken. Eine gute Gelegenheit meine Projektarbeit darüber zu schreiben, mein Vorgehen zu planen und ab diesem Zeitpunkt genauer zu definieren.

Ziel des Projektes ist es, dass die Speisenplanung aufgrund der angestrebten Zertifizierung akzeptiert wird. Ernährungsbildung muss in den Schulalltag integriert werden. Es soll nicht nur ein gesundes, kindgerechtes Gericht abgeliefert werden, sondern es ist notwendig, eine echte Verbindung zu schaffen. „Coole“ Aktionen wie Kochkurse und Workshops mit zeitgemäßen Mitteln und aktuellen Trends sollen das Thema Ernährung interessant machen, den Kontakt zu Kindern herstellen, das Wissen über gesundheitliche Zusammenhänge erweitern und so mehr Akzeptanz für den Speiseplan schaffen.

Für diese neuen Abläufe im Alsterfood-Unternehmen steht das Projekt „Alsterkids“, eine neue Marke mit eigenem Logo, die zielgerichtet konzipiert wurde und mit der sich Kinder und Jugendliche identifizieren sollen.

In meiner Projektarbeit möchte ich nicht explizit auf die Umsetzung der DGE-Qualitätsstandards eingehen. Die dort formulierten Kriterien sehe ich als Voraussetzung für das Projekt „Alsterkids“ an. Ebenso möchte ich nicht ausführlich auf die Wichtigkeit einer gesunden Ernährung eingehen. Stattdessen schreibe ich lediglich über Maßnahmen und Mittel, mit der mehr Akzeptanz für gesundheitsfördernde Lebensmittel geschaffen werden kann, damit der Speiseplan nach DGE-Richtlinien besser angenommen wird.

Hinweis:

In meiner Projektarbeit trage ich den Titel des „Projektbeauftragten“ bzw. abgekürzt „PB“.

Auf die Nennung der Geschlechter wie z.B. Lehrer/-in oder Lehrer(in) habe ich hierbei verzichtet. Es ist immer die Funktion und nicht das Geschlecht gemeint.

2 Problemanalyse

2.1 Akzeptanz gesundheitsfördernder Lebensmittel durch Kinder

Der Begriff „gesund“ ist oftmals negativ konnotiert und wird mit schlechtem Geschmack assoziiert. Bei Kindern und Jugendlichen kann man mit dem Begriff „gesund“ nicht punkten [7]. Es löst nur ein „Achtung“ aus, ein negatives Warnsignal; das Gegenteil wird erreicht.

Die Firma Alsterfood GmbH veranstaltet mit den Schülern in den belieferten Schulen regelmäßig einen Ausschuss für Anregungen und Beschwerden. Bei Befragungen nach Wünschen und Lieblingsessen im Speiseplan ist das Ergebnis in 80 bis 90 Prozent der Fälle immer dasselbe: „Pommes!“

Das ist allein deshalb nicht machbar, weil die Alsterfood GmbH eine große Verteilerküche hat. Pommes Frites müssen frittiert und schnell serviert werden. Keine Chance, dies in einem „Cook & Serve“-Verfahren durchzuführen, in dem die abgefüllten, noch warmen Speisen in die externen Schulen geliefert werden. Die Pommes Frites und auch ähnliche gebackene Produkte werden durch Warmhaltezeiten schnell pappig und matschig. Die Folgen sind hungrige Schulkinder, denn Pommes müssen knusprig sein. Aber das allein ist nicht das Problem, denn zu den restlichen Wünschen gehören Nudeln mit Tomatensauce oder süße Gerichte wie Milchreis und Grießbrei.

Schulkinder und Eltern akzeptieren keine Hülsenfrüchte, Vollkornprodukte, Obst und Gemüse im Speiseplan.

Eltern wünschen sich ebenso mehr Kindergerichte. Würde man diese berücksichtigen, gäbe es zweimal pro Woche „Rahmspinat mit Blubb“ von der Firma „Iгло“ mit Fischstäbchen.

Einseitige Ernährung mit nährstoffarmen Lebensmitteln wäre die Folge. Viele Eltern wissen es oft nicht besser. Sie hören hier und dort etwas in der Werbung oder in digitalen Medien. Das schwächt auch die Position von Ernährungsfachleuten, da ihnen irgendwelche Ernährungsweisheiten für ihr Kind vorgehalten werden [8].

Wir müssen bei Kindern und Eltern Akzeptanz schaffen und Vertrauen aufbauen. Es macht überhaupt keinen Sinn, tonnenweise Gemüse in der Küche zu verarbeiten und es zusätzlich zu den Wunschgerichten wie etwa Milchreis anzubieten. Das Gemüse wird in diesen Fällen kaum angerührt und landet später als Rücklauf in der Tonne. Die Schüler müssen gesunde Nahrung zu sich nehmen, denn eine ausgewogene Ernährung ist wichtig für ihre Entwicklung. [9] Darum ist es so wichtig, dass auch Vollkornprodukte und Hülsenfrüchte sowie Obst und Gemüse gegessen werden. Viele Mineralstoffe und Vitamine in diesen Lebensmitteln, verhelfen zu mehr Konzentration und zu einem besseren Lernverhalten im Unterricht.

Das Vorhaben zur „Zertifizierung“ wurde durch die Alsterfood GmbH aktiv kommuniziert sowie durch Prozesse und Beschlüsse transparent gestaltet. Alle Akteure müssen Akzeptanz zeigen.

Viele Eltern waren nur mäßig begeistert über DGE-Zertifizierung, Vollkornprodukte und gesunde Kost. Wie sollen Kinder und Jugendliche für die gesunden Gerichte auf dem Schulspeiseplan nach DGE-Qualitätsstandards begeistert werden, wenn Eltern die gesundheitsfördernden Lebensmittel nicht akzeptieren?

2.2 Soziale Benachteiligung

Das Projekt „Alsterkids“ geht auch besonders auf Kinder mit sozialer Benachteiligung ein. Kinder und Jugendliche, die bspw. eine andere Herkunft haben oder aus sozialschwachen Familien kommen, werden integriert. Die Aktionen sind für die Eltern kostenfrei. In den Kursen werden neue Verhaltensmuster geübt sowie Lebenskompetenz vermittelt. Wichtige persönliche Ressourcen werden so gestärkt.

3 Zielanalyse

3.1 Kurzfristige Zielebene

Kurzfristig ist folgender Ablauf anvisiert: Kinder und Jugendliche aus den Schulen registrieren das neue Projekt durch Kommunikation und Werbung wie Plakate oder Flyer. Es entsteht Interesse an verschiedenen Aktionen wie Kochkursen, Sinnesschulungen und Infotagen, an denen sie aktiv teilnehmen können. Sie haben Gefallen an modernen Mitteln wie Stickern, QR-Codes, Merchandising und einer interaktiven Webseite gefunden und sorgen parallel in der Schule sowie im Elternhaus für Mundpropaganda. „Frischer Wind weht“ und es erfolgt eine weitere Professionalisierung des Projektes.

3.2 Mittelfristige Zielebene

Mittelfristig sollen Kinder und Jugendliche aus den Schulen begeistert und inspiriert von den durchgeführten Aktionen sein, die mit zeitgemäßen, modernen Mitteln gestaltet werden. Broschüren, Rezepte und Arbeitsproben werden von Kochkursen nach Hause genommen. Es wird viel Positives über das Projekt kommuniziert. Die Eltern freuen sich da ihr Kind glücklich ist. Eltern und Kinder fangen an, ein besseres Denken gegenüber dem Unternehmen „Alsterfood“ zu entwickeln. Toleranz gegenüber gesundheitsfördernden Lebensmitteln in der Schulverpflegung entsteht. Es werden auch allmählich Vollkorn- und Hülsenprodukte beachtet, da diese in Aktionen wie „Parcours“ oder Sinnesschulungen vorgestellt wurden. Viele der gesundheitsfördernden Lebensmittel wurden auch schon in der Kochschule von Schülern gekocht, so dass die persönliche Abneigung gegenüber „Grünzeug“ verschwindet oder wenigstens mal davon probiert wird. Kein Kind geht mehr hungrig nach Hause weil es nichts aus dem Speiseplan gegessen hat.

Wichtige Multiplikatoren werden geschult. Das Wissen über gesundheitliche Zusammenhänge wird erweitert. Die Beziehungen zwischen Schulen und dem Essensanbieter „Alsterfood“ verbessern sich. Schulen bekommen ein besseres Image, da Eltern von den Aktionen begeistert sind. Auch nach Außen können Schulen ab sofort mit Ernährungsbildung werben und sich dadurch profilieren. Es gibt ein neues spannendes Thema, an dem sich die Kinder und Jugendliche ausprobieren können. Lehrer und Pädagogen werden entlastet und unterstützen das Projekt.

Auf die Internetseite von Alsterkids, die transparent mit vielen Informationen über das Projekt berichtet, werden Beteiligte aufmerksam. Sie nutzen die Interaktiv- gestaltete Plattform um Bilder zu betrachten, Rezepte, Wissenswertes und neue Termine zu bekommen. Alle können kommentieren, Vorschläge machen und ein Feedback geben. Ebenso finden sich auf der Plattform die aktuellen Speisepläne.

3.3 Langfristige Zielebene

Langfristig sollen durch das „Alsterkids“-Projekt folgende Ziele erreicht werden:

Der Schulspeiseplan wird mit seinen Kriterien nach DGE-Standards akzeptiert. Das Ernährungsverhalten bei Kindern und Jugendlichen wird verbessert. Die gesundheitsfördernden Lebensmittel nehmen positiven Einfluss auf die Konzentration und Leistungsfähigkeit im Unterricht. Handlungskompetenz für gesundheitsförderndes Essen und Trinken wird verbessert. Schulen heben sich gegenüber Mitbewerbern ab, haben durch mehr Angebote und Bildung ein besseres Image.

„Alsterkids“ weist eine hohe Qualität aus und wird mit seiner Ernährungsbildung fester Bestandteil der schulischen Abläufe. Der Essensanbieter setzt mit diesem Projekt neue Akzente in der Hamburger Schulverpflegung. Es folgen Mitarbeit und Unterstützung verschiedener Initiatoren.

Ein klarer Wettbewerbsvorteil liegt vor. „Alsterfood“ mit allen Mitarbeitern lebt das Projekt, die Verpflegungsqualität wird stark verbessert und gesichert.

Bestehende Kunden sind sehr zufrieden, werden auf lange Sicht gehalten und neue werden dazu gewonnen.

Durch regelmäßiges „Updaten“ der interaktiven Internetplattform mit Verknüpfung sozialer Netzwerke werden „Alsterfood“ und „Alsterkids“ „google-optimiert“ und bekommen so im Google-Ranking eine der obersten Positionen. Geht man z.B. auf www.google.de und gibt in das Suchfeld „Schulverpflegung Hamburg“ ein, landet man sofort auf „Alsterfood“.

Das Projekt ist ein erfolgreiches Marketing-Instrument.

4. Beteiligtenanalyse

4.1 Beteiligte Personen

An der praktischen Realisierung meines Projektes sind eine Vielzahl von Personen, Organisationen und Institutionen direkt oder indirekt beteiligt. Da eine textliche Darstellung den Rahmen dieser Arbeit sprengen würde, soll die folgende Tabelle einen Überblick über alle Beteiligten sowie deren Motivation, Potentiale, Interessen und Erwartungen sowie Maßnahmen liefern.

	Beteiligte(r)	Motivation und Potentiale	Interessen und Erwartungen	Maßnahmen der Beteiligten
Zielgruppe	Kinder und Jugendliche	Neues entdecken, alleine etwas herstellen (kochen, schneiden), moderne Mittel, aktuelle Trends (Internet, Flyer, Social Media, Merchandise etc.)	Bildung, Leistungssteigerung, Neues, Vielfalt, Anregung, Spannung, „cooler“ Auftritt, spektakuläre Themen, Vorbild, Wegweiser	Mitteilung an die Eltern und Pädagogen, Teilnahme an den Aktionen, diszipliniertes Verhalten, Evaluation und Feedback
Direkt beteiligte Personen	Alsterkids Projektbeauftragter (PB)	Erfolg, Anerkennung, Karriere, Akzente setzen, etwas bewegen, interessante Tätigkeit, Kreativität ganzheitlich ausleben (vielseitige Arbeit), Umsetzung eigener Ideale/Werte, (Selbst)-Verwirklichung	Reibungsloser Ablauf, Akzeptanz, Kooperationen schaffen, Ernährungssituation ändern	Organisation aller Abläufe, Kontaktaufnahme mit allen Beteiligten und Informationen liefern, aktive Kommunikation, transparente Gestaltung aller Abläufe und Prozesse, Meetings planen, Netzwerk aufbauen, Durchführung und Umsetzung aller Aktionen, Dokumentation
Hinzugezogene Personen	Küchenchef	Gemeinsam etwas bewegen und aufbauen, alternative spannende Tätigkeit gegenüber Großküchenalltag	Professionelles Arbeiten und Auftreten, Inspiration, Information, klare Ziele	Berücksichtigung im Dienstplan, Unterstützung des Projektbeauftragten
	Köche, Küchenmitarbeiter, Alsterfood Mitarbeiter	Mitbestimmung, Gemeinsam etwas bewegen und aufbauen, Teilhaben, Kreativpotenzial, alternative & spannende Tätigkeit gegenüber Großküchenalltag	Information, Inspiration, klare Vorgaben und Ziele	Alle Akteure müssen den Schülern Begeisterung vermitteln, informieren, bei Aktionen unterstützen
	Lehrer, Erzieher, Pädagogen, Eltern	Gemeinsam etwas bewegen und aufbauen, alternative spannende Tätigkeit, etwas Gutes für die Kinder	Professionelles Arbeiten und Auftreten, Inspiration, Information, Dokumentation	Feedback an Projektbeauftragten, Termine der Aktionen organisieren, Alle Akteure müssen den Schülern Begeisterung vermitteln, informieren, bei Aktionen unterstützen
Informierte Personen	Geschäftsführung	Besseres Image, positives Feedback, Kunden halten, Kundenzufriedenheit, neue Kunden gewinnen	Professionelles Auftreten und Arbeiten, Vorbildfunktion, Erfolg, längerfristiges Handeln	Genehmigung der Projektabläufe, Finanzierung, Freiraum für Projektbeauftragten

	Schulen, Schulleitungen, Lehrer, Erzieher, Pädagogen, Eltern	Besseres Image, positives Feedback, etwas gutes für die Kinder	Professionelles Auftreten und Arbeiten, Vorbildfunktion, Erfolg, längerfristiges Handeln	Terminabsprachen mit Projektbeauftragten, Integration des Projektes in den Schulalltag, Einwilligung zum Veröffentlichen entstandener Fotos (Eltern), Publikation des Projektes und der Aktionen, Werbung, Termine organisieren
Informierte Institutionen	IN FORM, HAG	Qualitätssicherung in der Schulverpflegung, Verbesserung Ernährungsverhalten Kinder und Jugendlicher	Korrektes Arbeiten, sinnvolles Umsetzen, Ernährungsbildung, Dokumentation, Lieferung Informationsmaterialien, Professionelles Auftreten und Arbeiten, Vorbildfunktion, Erfolg, längerfristiges Handeln	Publizierung der Informationsmaterialien kooperieren, PB unterstützen, inspirieren
Sponsoren	Regionaler Obst- und Gemüselieferant	Teil des Projektes, positives Image, langfristige Absatzsteigerung, Generierung Kundenstamm	Einsatz der gesponsorten Waren, Sponsor würdigen	Lieferung der vereinbarten Sponsorware an PB
Presse	Intranet, Hauszeitung	positives Image, News, Werbung	Interessante Pressemitteilungen, professionelle Texte und Material, wahrheitsgemäß	Informationsmaterialien publizieren
	Hamburger Presse und Fachzeitschriften	Lieferung interessanter Pressemitteilungen, Zufriedenstellen der Leserschaft	Interessante Pressemitteilungen, professionelle Texte und Material, wahrheitsgemäß	Informationsmaterialien publizieren
Öffentlichkeit	Fachkräfte, Experten	News, Gesprächsstoff, Identifikation, gleichgesinnt, neue Kooperationspartner	Professionalität, Richtigkeit, Inspiration, Interessante Pressemitteilung	Feedback an PB, Meinung, Interesse, Verbreitung der Informationen
	Bevölkerung	Neue Beiträge, interessante Themen	Interessante Pressemitteilung	Interesse, Verbreitung der Informationen
	Soziale Netzwerke	Zufriedenstellung der User, Erweiterung der Angebots- und Themenpalette, Steigerung der Klickzahlen	Interessante Mitteilungen, professionelle Texte und Material	Verfügbarmachung einer Plattform, Vernetzungsmöglichkeiten generieren

Tabelle 1: Beteiligtenanalyse

4.2 Motivation der Kinder und Jugendlichen

Wie bereits aus der Tabelle in Abschnitt 4.1 ersichtlich, gibt es einige Möglichkeiten, Kinder und Jugendliche für das Projekt zu motivieren.

Es kommt vor allem darauf an die Aktionen mit dem richtigen „Showeffekt“ vorzuführen. Es erscheint wichtig, mit eigener Begeisterung und einer gewissen „Coolness“ auf die Zielgruppe einzugehen, mit interessanten zielgerechten Themen mitbestimmen zu lassen und die Sinne zum „Geschmacksunterricht“ zu wecken.

Die Kombination des gesamten Projekts im ganzheitlichen Ansatz ist wichtig; angefangen mit der Planung („cooler“ Flyer, interessante Promotion/Werbung), über die Durchführung (Auftreten, Integration, moderne Methoden, Kooperation mit Lehrern, Eltern und Ernährungsfachkräften) bis hin zum Ergebnis der Aktionen (Geschmackserlebnis, Bildung, Ressourcenstärkung).

„Social Media“ ist keinesfalls nur eine Spielerei der jüngeren Generation. Der Megatrend ist zu einem sozialen Prozess herangewachsen und wirkt auch direkt auf das Ess- und Trinkverhalten. Neben der modernen „Spielerei“ mit „Apps“ und „Plugins“ motiviert man Kinder oder besser gesagt Jugendliche, die bereits ein Smartphone besitzen, Ernährungsthemen auszutauschen. So können Rezepte und Kochanleitungen in der digitalen Welt ausgetauscht oder heruntergeladen werden. [8, 10]

5. Strategische Phase - Projektplanungsübersicht

An dieser Stelle möchte ich nicht auf spezifische Details wie die Entwicklung, Gestaltung und Erstellung der Homepage oder anderer Werbemittel wie Flyer oder den QR-Code eingehen, um den Rahmen dieser Arbeit nicht zu überschreiten. Stattdessen sollen in tabellarischer Form die wesentlichen Eckpfeiler im Voranschreiten des Projektes benannt werden. Dazu ist anzumerken, dass bereits ab 2011 mit Schulen wie der Heidberg- und Bugenhagenschule in Hamburg Gespräche gesucht und Planungen für Kochkurse für das Jahr 2012 vorgenommen wurden. Es fanden schon in der Vergangenheit Veranstaltungen statt, auf denen Informationsmaterialien wie Fotos entstanden sind. Alle Rechte für Grafiken wie Fotos, Flyer und das „Alsterkids“-Logo besitzt der Projektbeauftragte bzw. die Alsterfood GmbH.

Datum	Beteiligte	Maßnahmen	Ort, Hilfsmittel	Aufwand
28.05.2012	GF, Assistentin GF, Küchenchef, PB, Veranstaltungsma- nager	„Alsterkids“ Besprechung, Logoentwicklung durch PB, Namenprüfung und Sicherung durch Veranstaltungsmanager, neuen Speiseplan besprechen; Verantwortung bei PB	Meeting, Besprechungsraum, GF	120 Min.
04.06.2012- 18.06.2012	PB, Grafikerin	Entwicklung verschiedener Logomöglichkeiten	Mac, Photoshop, Heim, E-Mail	300 Min.
19.06.2012	GF, Assistentin GF, Küchenchef, PB, PR- Beauftragter, Veranstaltungsma- nager	Verschiedene Logos präsentieren (PB) (<i>Anhang 1</i>), Projektziele und Mittel definieren (Webseite, Kochkurse Heidberg-Schule), Auftrag zur Flyerentwicklung an PB	Meeting, Besprechungsraum, GF	150 Min.
26.06.2012	PB	Flyerentwicklung, Textgestaltung	Mac, Photoshop, Word, Heim	180 Min.

27.06.2012	PB, PR-Beauftragter	Textkontrolle und -optimierung durch PR-Beauftragten, Nachbearbeitung Flyer (<i>Siehe Anhang 3</i>)	E-Mail, Heim	60 Min.
29.06.2012	PB, Assistentin GF	Flyer an Assistentin GF schicken, weitere Schritte besprechen	E-Mail	15 Min.
29.06.2012	Assistentin GF	Flyerversendung an Schulen, informieren	E-Mail	5 Min.
xx.xx.xxxx	PB, Ganztagskoordinatorin Heidberg Schule	Termin bei Heidberg-Schule organisieren, Projektinfo; Kochkurse an der Heidbergschule und Konzept besprechen, Equipment in der Lehrküche prüfen, Kooperationsvertrag besprechen	Meeting, Heidbergschule	60 Min.
05.07.2012 – 15.07.2012	PB	Verfügbarkeit Domain für Alsterkids auf www.strato.de prüfen, Domain für Alsterkids bei www.strato.de buchen, Alsterkids Blog/Internetseite über Strato einrichten Alsterkids-Blog mit Informationsmaterial gestalten, Ziele von Projekt einbauen, Mind-Map-Erstellung (<i>Anhang 6</i>) Wöchentliche Redaktionelle Updates (aktuelle Termine, Bilder)	Online, Kundenbereich Strato Mac/PC, Büro PB/Diätküche, Heim	40 Min. 20 € p. a. 300 Min. 60 Min./Woche
16.07.2012	PB, Chefkoch, Veranstaltungsmanager	Planung eines Teamfotos (<i>Anhang 7</i>), Termin festlegen (zeitnah), alle Mitarbeiter informieren, Schreiben aufsetzen zur Einwilligung: Veröffentlichen des Fotos (Bildrechte), Foto durch Veranstaltungsmanager Bilder entwickeln	E-Mail, Aushang, Persönlich, Mac/PC, Büro PB/Diätküche	60 Min. 5,00 €
18.07.2012	PB	Erstellung und Buchung eines QR-Code bei www.qrcode-generator.de (<i>Anhang 2</i>) QR-Code auf dem Alsterkids-Blog einbinden	Mac/PC, Online, E-Mail	30 Min. 59,50 € 10 Min.
20.07.2012	PB	Erstellen eines Führungszeugnisses für Kursleiterstelle in der Heidberg-Schule	Persönlich, Kundenzentrum Hamburg Nord	200 Min. 13 €
30.07.2012	PB, GF, Küchenchef, Köche, Küchenmitarbeiter	Informieren über Projekt und Ziele	Regelmäßige Meetings, Persönlich, Personalraum, GF	10 Min.
xx.xx.xxxx	PB	Kontakt mit IN FORM aufbauen, Unterstützer-Logo beantragen	Mac/PC, E-Mail, FAX	100 Min.
30.07.2012	-	Terminfestsetzung und Kooperationsvertrag für Kochkurse Heidbergschule	-	Meilen-Stein
Bis 15.08.2012	PB	IN FORM –Unterstützer Logo erhalten, Flyer für Kochkurse Heidbergschule entwerfen, senden an Ganztagsschulbüro (<i>Anhang 4</i>)	Mac/PC, Photoshop, Word, E-Mail	120 Min.
29.08.2012	PB	Kochkursstart an der Heidbergschule (wöchentlich) Dokumentation, Fotografie	Lehrküche Heidbergschule	Woche/ 120 Min.

xx.xx.xxxx	PB, Chefkoch	Termin Schulleitung, Information über Projekt, geplante Aktionen, Besprechung von Möglichkeiten der Ernährungsbildung	persönlich, Schulleitung Bugenhagenschule	60 Min.
xx.xx.xxxx	PB	Planung Halloween-Kochkurs, Flyerentwurf (Anhang 5)	Mac, Photoshop, Word, Heim, Büro PB	120 Min.
19.10.12	-	Termine für Sinnesschulungen in der Bugenhagen stehen fest Termin für Halloween-Kochkurs steht	-	Meilen-Stein
05.11.2012	PB	Start Sinnesschulungen	Persönlich, in den Klassen der Bugenhagenschule	60 Min./Woche
xx.xx.xxxx	PB	Informationsmaterialien sammeln, Presstext schreiben und an IN FORM senden	Mac, E-Mail	200 Min.
xx.xx.xxxx	PB	App planen für Smartphones, recherchieren über Möglichkeiten	Online	120 Min.
Bis 01.12.2012	PB	Planung Weihnachtsbäckerei (Kochkurs) bei Alsterfood	Mac/PC, Heim/PB Büro	120 Min.
xx.xx.xxxx	PB	Optimierung der Internetseite, neuen Blog aktivieren	Mac/Online, Heim	400 Min.
xx.xx.xxxx	PB	Social Network Verknüpfung; Twitter, Facebook, Google-Optimierung	Mac/Online, Heim	200 Min.
xx.xx.xxxx	PB	Anfragen auf Verlinkungen der Webseite (Institutionen)	Mac/PC, Online, Heim	200 Min.
xx.xx.xxxx	PB	Kochjacke und Kochmütze mit Logo-Druck organisieren, zeitlose Flyer-Info-Broschüre erstellen, Sticker, Jahreskalender 2013 mit Fotos & Rezepten erstellen, Fachartikel für Fachzeitschriften erstellen und publizieren		

Tabelle 2: Strategische Phase/Projektplanungsübersicht

Legende:

PB-Projektbeauftragter, GF-Geschäftsführung, PR-Public Relations (Englisch) „Öffentlichkeitsarbeit“, Mac-Macintosh Rechner, Strato-Anbieter Webhosting „Online-Speicher für Internetauftritte“, Mind-Map (Englisch) „Gedanken-Karte“

6. Operative Phase

Das eigentliche Projekt startete im Mai 2012. Dort reiften Überlegungen, verschiedene Aktionen zu einem Projekt zusammenzuführen. Wie in Abschnitt 1.3 erklärt, wurde „Alsterkids“ ins Leben gerufen.

Nach der Qualifizierung des Projektbeauftragten zum Verpflegungsmanager/DGE wurde im Juli 2012 das Projekt verstärkt fokussiert.

Im folgenden Schuljahr wird mit einem neuen Speiseplan gestartet. Damit eine bessere Akzeptanz gegenüber gesundheitsfördernden Lebensmitteln im Speiseplan von Eltern und Kindern erfolgt, muss zeitgleich mit dem Projekt begonnen werden.

Durch das Vertrauen der Geschäftsführer in die Kreativität und Fähig- und Fertigkeiten des PB, wird dieser das Projekt alleine steuern und mit ihm bekannten Mitteln aufbauen und leiten. Wie in Kapitel 4.1 in der Beteiligtenanalyse erwähnt, organisiert der Projektbeauftragte alle Abläufe selbst, hat aktiven Kontakt mit den Beteiligten und liefert der gesamten Zielgruppe Informationen aller Abläufe. Ebenso ist er verantwortlich für alle Durchführungen der Kurse. Unterstützung erhält er von hinzugezogenen Personen wie Köchen, Pädagogen oder Elternteilen. Im Krankheitsfall ist bisher keine Vertretung für den Projektbeauftragten vorgesehen. Die Kurse müssten zunächst ausfallen. Benachrichtigt werden in diesem Falle die beteiligten Personen durch den Küchenchef. Für Inspiration und Hilfe aller Art ist der Projektbeauftragte grundsätzlich gegenüber allen Agierenden stets offen.

Wichtig war eine Mind-Map-Ansicht, die der Projektbeauftragte regelmäßig als Basis und immer wieder zum „Brainstorming“ nutzte (*Anhang 6*).

In Zusammenarbeit mit einem Grafiker wurde das „Alsterkids“-Logo entwickelt. Hier erhielt der Projektbeauftragte jede Menge „Know-how“ und Anregungen. Das Logo musste professionell als EPS-Vektor-Datei gestaltet werden, damit es später ohne Qualitätsverluste bei sämtlichen Mitteln verwendet werden konnte.

Danach musste zeitnah nach einer verfügbaren Domain für das Projekt gesucht werden. Der Projektbeauftragte war beim Anbieter „Strato“ bereits mit anderen Projekten aktiv und es bot sich an, diesen ebenso als „Web-Hoster“ zu wählen. Die erstellte Webseite diente zuerst als „Beta-Version“ - ein einfach erstellter Blog, der im kommenden Jahr einer Web-Design-Firma als Vorlage dienen wird und durch eine professionelle Webseite ersetzt werden soll.

Mit Hilfe von „Plugins“ können alle Beteiligten auf der aktiven Webseite Feedback geben, Vorschläge einbringen, „mitvoten“ und durch "Ratings" mitbestimmen (Bspw. können Kinder und Jugendliche ihr Lieblingsessen wählen und auf einer Skala von 1 bis 10 bewerten).

Das Projekt wurde mit seinem Inhalt transparent gemacht. Informationen, Rezepte und Bilder wurden auf der Homepage veröffentlicht.

Mit einem Teamfoto der Firma „Alsterfood“ (*Anhang 7*) wurde für den Start des Projektes Vertrauen und gemeinsames Schaffen symbolisiert. Dieses wurde auf der Homepage unter der Rubrik „Unser Team“ präsentiert und als Foto-Entwicklung kostenfrei ausgehändigt. Als kleiner Nebeneffekt entstand ein Schub Motivation durch das stolze „Wir-Gefühl“. Das Team erschien offener für das Projekt und auch für die gleichzeitig geplante Zertifizierung nach DGE-Richtlinien.

Viele moderne Mittel sollten das Projekt begleiten; bspw. der QR-Code: Jugendliche und alle anderen Beteiligten können mit einem Smartphone (Handy), in Verbindung mit einem Code-Scanner als App den „Alsterkids“-Code auf Flyern oder Plakaten scannen und erreichen. So erhalten sie schnell alle aktuellen Informationen der Webseite auf einen Blick.

Für die Kochkurse in der Heidberg-Schule wird ein Führungszeugnis für die Kursleiterstelle beim Kundenzentrum in Hamburg Nord beantragt. Zwischen der Schule und der Firma „Alsterfood“ entstand ein Kooperationsvertrag, der zunächst auf ein Schuljahr begrenzt ist. „Alsterfood“ lieferte zu den Kochkursen benötigte Lebensmittel, teilweise Sponsorware von einem regionalen Obst- und Gemüselieferanten. Die Schule zahlte für die Kursleitertätigkeit pro Unterrichtsstunde (x 2) 16,70 € an „Alsterfood“.

Bei allen Aktionen, bei denen Fotos gemacht werden, wird eine schriftliche Genehmigung für die Bildrechte aufgesetzt.

Für die Kochkurse in der Heidberg-Schule braucht der Projektleiter ein Kraftfahrzeug der Firma „Alsterfood“, um die gesponserte Ware und Materialien zu transportieren.

Der Projektbeauftragte arbeitet im Interventionsfeld nach wissenschaftlichen Richtlinien der Deutschen Gesellschaft für Ernährung.

Der Projektverlauf wird in schriftlicher und digitaler Form dokumentiert.

Zu allen Aktionen im Projektverlauf und zur Projektentwicklung werden Expertenmeinungen eingeholt. Zu nennen sind bspw. Ernährungsberater, DGE-geschulte Ernährungsfachkräfte, Verpflegungsmanager/DGE, Diätassistenten, Ökotrophologen, Lehrkräfte und Pädagogen an den Schulen sowie Institutionen wie die HAG in Hamburg.

Die wissenschaftliche Evaluation zum Projektverlauf und Wirkung der Intervention wird ebenso durch den Projektbeauftragten durchgeführt.

Die Intention und Gestaltung des Projektes ist auf eine dauerhafte Veränderung angelegt.

7. Durchführungsphase

Erste Resonanz auf das Projekt fällt sehr positiv aus. Es ist eine Verbindung zu der Zielgruppe entstanden. Kontakte wurden geknüpft. Einst gravierende Probleme entpuppen sich als „Peanuts“; Eltern und Pädagogen sehen, dass etwas passiert.

Faktoren die das Projekt behindern sind vor allem die ständige Personalknappheit in der Firma. Durch nicht ausreichende oder fehlende Technik (bspw. Mac, Programme, schnelles Internet) muss vieles zu Hause nach der Arbeit geplant und erstellt werden. Die Arbeit im Projekt bedarf konzentrierter Abläufe und ist keine „Nebenher-Tätigkeit“. Zum Organisieren und Planen braucht man Ruhe. Diese findet man im Großküchenablauf leider nicht.

Schwierig ist auch der Stress und Zeitdruck in den Schulen und bei anderen Beteiligten. Eine E-Mail wird schon mal vergessen oder eine Antwort ist mit langer Wartezeit verbunden, so dass man nur schleppend vorankommt. Bei vielen Abläufen ist es besser, sie alleine in die Hand zu nehmen und umzusetzen.

8. Evaluation

Die ersten Durchführungen der Ernährungskurse im Rahmen des Projektes haben sehr erfreuliche Resultate gezeigt. Direkt nach den ersten Kochkursen haben zufriedene Kinder und Eltern das Kontaktformular der Webseite benutzt und ihren Dank und Spaß ausgedrückt. Ebenso wurden hochgeladene Fotos positiv kommentiert. In den Kursen wurde viel Begeisterung gezeigt und ein Dankeschön ausgesprochen. Pädagogen und Schulleitungen haben die Geschäftsführung des Unternehmens ihre Begeisterung berichtet.

Mütter haben sich mit E-Mails bei dem Projektbeauftragten über den Einsatz für die Kinder bedankt und das Projekt hoch gelobt.

Die bundesweite Initiative IN FORM für gesunde Ernährung und mehr Bewegung hat den Antrag auf ein Unterstützer-Logo zugesprochen. Auf deren Internetseite wird in naher Zukunft mit Informationsmaterialien gezielt auf das Projekt hingewiesen.

Links, die im Sozialen Netz wie Facebook oder Twitter „gepostet“ worden sind, erhielten viele „Likes“ und positive Kommentare.

Weitere Wirkungen des Projektes werden in Zukunft durch monatliche Ausschüsse mit Schulleitungen und Eltern festgestellt.

Es erfolgen Auswertungen auf der Homepage. Regelmäßig werden Bekanntheit, Akzeptanz und Wirkung des Projektes durch Schulungen der Sinne, das Ernährungsverhalten und die gewonnenen Kenntnisse mit Beobachtungen gemessen und dokumentiert.

Zur Erfolgfeststellung dient auch das erstellte Kontaktformular auf der „Alsterkids“-Webseite, mit dem Eltern und Schüler einfach ihr Feedback geben und den Projektbeauftragten schnell erreichen können.

Viele Möglichkeiten kommen aus der IT-Branche und dienen als Messinstrumente und elektronische Dokumentation. Es erfolgen Nachbefragungen bei den wiederholten Kursen und auf der Homepage durch „Plugins“ wie bspw. „Rating“ und „voten“.

9. Reflexionsphase - Projektabschluss

Das Projekt „Alsterkids“ mit seinen Aktionen ist als wachsender Prozess zu verstehen, der kontinuierlich Schritte zur Optimierung geht. Kreative Ideen und Vorschläge sowie die Erfahrungen aus den praktisch durchgeführten Kursen werden berücksichtigt und fließen fortwährend in die Gestaltung des Projektes ein. So soll die Zukunftsfähigkeit von „Alsterkids“ erhalten bleiben. Ein endgültiger Abschluss des Projektes ist derzeit weder vorgesehen, noch in naher Zukunft zu erwarten. Im Gegenteil: „Alsterkids“ bietet das Potential, die Verpflegungsqualität von „Alsterfood“ zu sichern, das Image des Unternehmens zu steigern und hierdurch auch langfristig von Wettbewerbsvorteilen zu profitieren.

Zu hoffen bleibt vor allem, dass es auch nachhaltige Effekte auf die Ernährungsgewohnheiten der teilnehmenden Kinder und Jugendlichen hat. Angesichts der einleitend beschriebenen Studienergebnisse wäre dies sehr wünschenswert.

Danksagung

Die vorliegende Arbeit entstand im Wesentlichen in der Zeit von Juli bis November 2012 als Mitarbeiter der Alsterfood GmbH.

Ich bedanke mich bei meinen Freunden für viele Anregungen. Ein besonderer Dank gilt Marcel Bohnert für Tipps zum Ausdruck und zur Rechtschreibung sowie Anita Rekewitz für die Unterstützung beim Erstellen des „Alsterkids“-Logos.

Ganz besonders danke ich meinen Eltern. Sie waren alle Jahre jederzeit für mich da und haben mich stets unterstützt.

An alle Kolleginnen und Kollegen geht mein ausdrücklicher Dank für die Akzeptanz der Projektinhalte. Ebenso ein großes Dankeschön an meinem Küchenchef für das große Interesse an meiner Tätigkeit.

Nicht zuletzt geht mein besonderer Dank der Geschäftsführung für die Unterstützung des Lehrganges zum Verpflegungsmanager/DGE.

Literaturverzeichnis

[1] Robert Koch-Institut: „Langzeitstudie zur gesundheitlichen Lage der Kinder und Jugendlichen in Deutschland“
<http://www.kiggs-studie.de/>
(eingesehen am 4.05.2012)

[2] Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZdA) zur Förderung der Gesundheit und Entwicklung von Kindern: „Themeninfo Ernährung“
<https://www.kindergesundheit-info.de/fuer-fachkraefte/hintergrundwissen/themeninfo-ernaehrung/studien-ernaehrung/eskimo-studie/>
(eingesehen am 5.07.2012)

[3] Freie Universität Berlin, Public Health:
„Prävention und psychosoziale Freie Gesundheitsforschung: Newsletter“
http://www.ewi-psy.fu-berlin.de/einrichtungen/arbeitsbereiche/ppg/service/newsletter/iPG-newsletter_archiv/iPG-NL-04-07/eskimo/index.html
(eingesehen am 5.07.2012)

[4] Vernetzungsstelle Schulverpflegung Hamburg: „Qualitätsstandard“
<http://www.hag-vernetzungsstelle.de/schulverpflegung/qualitaetsstandard>
(eingesehen am 19.08.2012)

[5] Zitat Ilsa Aigner, Bundesministerin für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz
Broschüre „DGE-Qualitätsstandards für die Schulverpflegung“
Deutsche Gesellschaft für Ernährung e. V.

[5] Robert Koch-Institut: „Gesundheitsberichterstattung, Übergewicht und Adipositas“
http://www.rki.de/DE/Content/Gesundheitsmonitoring/Studien/Kiggs/Basiserhebung/GPA_Daten/Adipositas.pdf?__blob=publicationFile
(eingesehen am 24.09.2012)

[6] Gesundheit.de „Ernährung, Übergewicht: „Jedes 5. Kind ist in Deutschland zu dick“
<http://www.gesundheit.de/ernaehrung/essstoerungen/hintergrund/uebergewicht-jedes-fuenfte-kind-in-deutschland-ist-zu-dick>
(eingesehen am 22.09.2012)

[7] Deutsches Ernährungsberatungs- und -informationsnetz:
„Ernährungsbotschaften: mit Erfolg zum Ziel“
<http://www.ernaehrung.de/blog/ernaehrungsbotschaften-mit-erfolg-zum-ziel/>
eingesehen am 03.08.2012

[8] Auswertungs- und Informationsdienst für Ernährung (aid) Presselounge: „Bis(s) zum Netzprofi – Ernährungskommunikation 2.0 – Essen wird digital“
<http://www.aid.de/presse/lounge.php>
(eingesehen am 10.10.2012)

[9] Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz:
„Ernährung, Gesunde Ernährung“
http://www.bmelv.de/DE/Ernaehrung/GesundeErnaehrung/gesunde-ernaehrung_node.html
eingesehen am 22.09.2012

[10] Kofahl, D, Ploeger, A: Deutsche Ernährungskultur: Trends und Veränderungen. Perspektiven einer modernen Kulturwissenschaft. Ernährungs-Umschau 2012;59:386-391

Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig angefertigt habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken wurden als solche kenntlich gemacht.

HH, 05.11.12 / J. Lal

(Ort, Datum, Unterschrift)

Anhang



Anhang 1: Alsterkids Logo



Anhang 2: Alsterkids QR-Code



AlsterKIDS

Neuer Speiseplan

Unsere Ziele

- Verpflegungsqualität verbessern und sichern
- Ernährungsbildung in den Schulalltag integrieren (Kochschule, Workshops)
- Ernährungsverhalten bei Kindern & Jugendlichen verbessern
- Überwiegend gesundheitsfördernde Lebensmittel einsetzen

-> mehr Konzentration und Leistung im Unterricht

Ab dem neuen Schuljahr gibt es einen neuen **Schulspeiseplan**.
Wir von der Alsterfood GmbH arbeiten ständig an einer Verbesserung unserer Produkte. Dabei ist es unsere Maßgabe, eine ernährungsphysiologisch ausgewogene Verpflegung zu liefern, die einen hohen Genusswert bietet, vielfältig und abwechslungsreich ist und dabei die Vorlieben und Abneigungen der Kinder berücksichtigt. Schon heute arbeiten wir nach den Richtlinien der **Deutschen Gesellschaft für Ernährung (DGE)** und streben deren Zertifizierung an, was strenge Prüfungen der Qualitätsstandards beinhaltet. Parallel zu der Einhaltung der Richtlinien für eine vollwertige Kost entwickeln wir unser Schulverpflegungskonzept „**AlsterKids**“ und bieten zum Thema gesunde Ernährung Aufklärung in Kochkursen und Workshops sowie Transparenz mit Informationen und Rezepten auf einer interaktiven Homepage.

AlsterFood
fresh & friendly

Anhang 3: Alsterkids-Flyer, Neuer Speiseplan



StadtteilSchule
Am Heidberg
Hamburg



KOCH
WERKSTATT

Sinne schulen

Rezepte

Geschmacksunterricht

Wissenswertes

Parcours

Regional & Saisonal

Kostproben

Fit für die Schule



Wie schmecken die Jahreszeiten? Kann man Blumen essen? Wie zaubert man gesunde Snacks und ein erfrischendes Getränk für die Schulpause? Mit diesen und vielen anderen spannenden Fragen und Themen rund um die Ernährung beschäftigen wir uns in der Kochwerkstatt.

Wir experimentieren, probieren, genießen und lernen leckere Speisen mit viel Spaß zu kochen!

Herr Loitz ist professioneller Koch und verrät Euch seine Tricks und Kniffe!



Unterstützt die Ziele von



Deutschlands Initiative für gesunde Ernährung und mehr Bewegung

Bilder, Infos & Rezepte unter www.AlsterKids.info

Anhang 4: Alsterkids-Kochwerkstatt, Flyer, Heidbergschule

Alsterfood.Kochschule

Halloween Kochkurs

Die Gruselküche für Kinder und Jugendliche!



Wir laden Euch
recht herzlich zum
Halloween-Kochkurs
am 25. Oktober 2012
in die Alsterfood GmbH
in der Elisabeth-Flügge Str. 12 ein.
Für Kochschürzen, Getränke
und gesunde Snacks ist gesorgt ☺

Wir freuen uns auf Euch!

Donnerstag, 25.10.2012 16 Uhr

Anmeldungen michael.loitz@alsterfood.de

Bei großer Nachfrage Zusatztermin
am Freitag den 26.10.12 !!

Unterstützt die Ziele von
in FORM
Deutschlands Initiative für gesunde Ernährung
und mehr Bewegung



Alles über Kürbis!

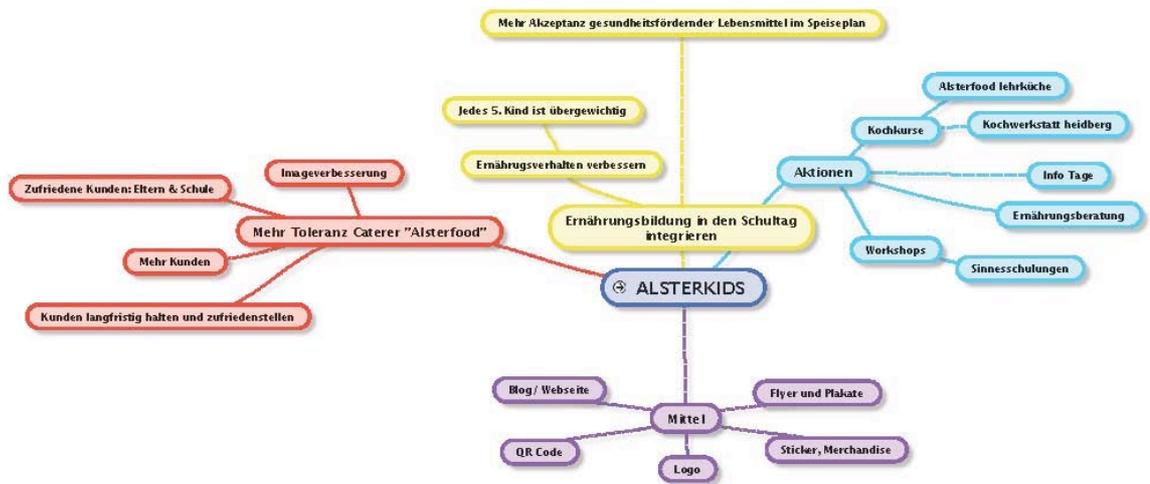
Halloween-Kürbis
schnitzen

Kürbis-
Muffins backen

Kürbis-
Kartoffelpuffer
braten



Infos, Bilder & Rezepte
unter www.alsterkids.info



Anhang 6: Mind-Map Alsterkids



Anhang 7: Team-Foto Alsterfood GmbH

Lehrgang zum Verpflegungsmanager/DGE Beurteilung der Projektarbeit

Name	Michael Loitz
Thema	ALSTERKIDS – Ein Projekt zur Integration von Ernährungsbildung in den Schulalltag
Kommentar	<p>Die Gesamtgestaltung entspricht den formalen Vorgaben.</p> <p>Die Gliederung ist schlüssig und gut strukturiert dargestellt.</p> <p>Der Umfang der Arbeit ist angemessen.</p> <p>Die Einleitung stellt eine sinnvolle Hinführung zum Thema dar.</p> <p>Die persönliche Motivation des Projektleiters wird sehr deutlich.</p> <p>In der Problemanalyse wird die "Nicht-Akzeptanz" gesunder Lebensmittel gut nachvollziehbar und mit Quellen belegt beschrieben. Die Zielanalyse enthält zahlreiche relevante Überlegungen und ist sehr gut gelungen.</p> <p>In der Beteiligtenanalyse werden die direkt und indirekt Beteiligten ausführlich in Tabellenform mit ihren Aufgaben und ihrer Motivation vorgestellt.</p> <p>Die Planung / der Aufbau der strategischen Phase ist ausführlich dargestellt und nachvollziehbar. Die Beschränkung auf Eckpfeiler des Projekts ist mit der gegebenen Begründung eine akzeptable Lösung.</p> <p>Eine detaillierte Bearbeitung eines Kochevents wäre ausreichend gewesen und hätte zur Übersichtlichkeit des Projekts beigetragen.</p> <p>Die Beschreibung der operativen Phase ermöglicht einen sehr ausführlichen und gut nachvollziehbaren Einblick in den Ablauf des Projekts.</p> <p>Die Evaluation ist mit den gewählten Mitteln gesichert.</p> <p>Der Abschluss lässt eine ausführliche und kritische Auseinandersetzung mit dem Thema erkennen.</p> <p>Die Anlagen sind vollständig und gut überlegt dargestellt, zudem ansprechend gestaltet.</p> <p>Das Projekt ist sehr engagiert und professionell geplant, sorgfältig bearbeitet und sehr übersichtlich präsentiert. Erste Erfolge sind bereits sichtbar. Das Projekt ist hinsichtlich der Zielsetzung bearbeitet.</p>
Benotung	Die Projektarbeit wird mit sehr gut bewertet.
Ergebnis	Bestanden



Dr. Ute Brehme
Leiterin DGE-Referat Fortbildung

Bonn, im November 2012