



## Modell- und Demonstrationsvorhaben zur Verpflegung in Ganztagschulen mit regionalen Produkten

### Projektbericht

Frankfurt am Main,  
September 2007



## **Projektbericht zum Modell- und Demonstrationsvorhaben**

**„Verpflegung in Ganztagschulen mit regionalen Produkten“**

**Projektnummer: 03MD006**

### **Auftraggeber**

Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE)

### **Auftragnehmer**

Institut für ländliche Strukturforschung und  
Verbraucherzentrale Hessen e.V.

### **Schirmherrschaft**

Jutta Ebeling,  
Bürgermeisterin der Stadt Frankfurt am Main

### **BearbeiterInnen**

Dipl.-Ing. agr. Armin Kullmann  
Dipl.-Ernährungswissenschaftler Hartmut König  
Dipl. oec. troph. Regina Scholz  
Dipl. Geogr. Kerstin Lehmann

### **Projektmitarbeit**

Dr.-Ing. Ulrich Gehrlein  
Dipl.-Betriebswirtin Johanna Fick M.Sc.

### **Laufzeit**

01.07.2005 bis 30.06.2007

### **ISBN-Nummer**

3-9809463-9-8

Das diesem Bericht zugrunde liegende Projekt wurde mit Mitteln des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz gefördert. Die Verantwortung für den Inhalt liegt beim Autor.

## Inhaltsverzeichnis

<b>Abbildungsverzeichnis .....</b>	<b>4</b>
<b>Tabellenverzeichnis.....</b>	<b>5</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis .....</b>	<b>6</b>
<b>1 Ziele und Aufgabenstellung .....</b>	<b>7</b>
<b>1.1 Ziele des Projekts .....</b>	<b>7</b>
<b>1.2 Ablauf des Projekts.....</b>	<b>8</b>
<b>1.3 Stand der Forschung .....</b>	<b>11</b>
1.3.1 Ernährung und Schulverpflegung .....	11
1.3.2 Ernährungs- und Verbraucherbildung.....	13
1.3.3 Regionalvermarktung allgemein .....	14
1.3.4 Regionale Produkte in der Schulverpflegung .....	16
<b>2 Vorgehensweise und Methoden.....</b>	<b>17</b>
<b>2.1 Bestandsaufnahmen .....</b>	<b>17</b>
2.1.1 Situation der Schulen in Frankfurt .....	17
2.1.2 Befragung von Frankfurter Cateringunternehmen .....	18
2.1.3 Regionale Lieferanten .....	20
<b>2.2 FrankFOOD-Partner.....</b>	<b>23</b>
2.2.1 Beteiligte Schulen.....	23
2.2.2 Beteiligte Cateringunternehmen, Lieferanten und Erzeuger.....	25
<b>2.3 Regionale Produkte und Markt.....</b>	<b>28</b>
2.3.1 Der Markt für Regionalprodukte .....	28
2.3.2 Modellkalkulationen .....	29
<b>2.4 Ernährungs- und Verbraucherbildung.....</b>	<b>29</b>
2.4.1 Angebote für Schulen .....	29
2.4.2 Überprüfung der Speisepläne und Beratung .....	30
2.4.3 Bildungsangebote für Lieferanten.....	31
<b>2.5 Begleitforschung .....</b>	<b>32</b>
2.5.1 Befragung der Schulen.....	32
2.5.2 Teilnehmende Beobachtung.....	32

---

<b>3</b>	<b>Ergebnisse des Projekts.....</b>	<b>34</b>
<b>3.1</b>	<b>Regionale Produkte und Markt.....</b>	<b>34</b>
3.1.1	Definition der Herkunftsregion .....	34
3.1.2	Homepage .....	34
3.1.3	Arbeit mit den Caterern.....	36
3.1.4	Modellkalkulationen .....	38
3.1.5	Schlussfolgerungen für die FrankFOOD-Strategie .....	47
3.1.6	Erfolgsfaktoren-Analyse (EFA) - fördernde und hemmende Faktoren ...	48
<b>3.2</b>	<b>Ernährungs- und Verbraucherbildung.....</b>	<b>53</b>
3.2.1	Angebote und Veranstaltungen für Schulen .....	53
3.2.1.1	Schulworkshops und Arbeitsgruppen .....	53
3.2.1.2	Unterrichtsmaterialien und Projektordner für Lehrkräfte .....	54
3.2.1.3	Lehrerfortbildungen.....	54
3.2.1.4	Angebote für Schulklassen und erlebnispädagogische Ansätze .....	55
3.2.1.5	Vernetzung der Bildungspartner .....	62
3.2.1.6	Elternarbeit .....	63
3.2.2	Eignung der schulischen Ernährungsbildung.....	65
3.2.3	Überprüfung der Speisepläne und Beratung .....	68
3.2.3.1	Angebote der Caterer .....	68
3.2.3.2	Zusammenfassende Bewertung und Empfehlungen .....	68
3.2.3.3	Beratung für Caterer / Küchen .....	77
3.2.4	Lieferantenworkshops und Informationsveranstaltungen.....	77
<b>3.3</b>	<b>Begleitforschung .....</b>	<b>78</b>
3.3.1	Schriftliche Befragung der Schulen.....	78
3.3.2	Teilnahme an der Schulverpflegung .....	78
3.3.3	Gründe für die Teilnahme oder Nicht-Teilnahme .....	79
3.3.4	Beurteilung und Zufriedenheit mit der Schulverpflegung .....	85
3.3.5	Verbesserungsvorschläge der Schüler, Eltern und Lehrkräfte.....	88
3.3.6	Einstellung und Zahlungsbereitschaft bzgl. regionaler Produkte .....	95
3.3.7	Kenntnisstand Ernährungsbildung .....	98
3.3.8	Regionale Landwirtschaft im Unterricht .....	99
<b>3.4</b>	<b>Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.....</b>	<b>101</b>
3.4.1	Resonanz .....	101
3.4.2	Aktionen.....	101
3.4.3	Materialien .....	105
<b>3.5</b>	<b>Geplante und durchgeführte Arbeitsschritte .....</b>	<b>105</b>

<b>4</b>	<b>Fazit und Empfehlungen .....</b>	<b>106</b>
4.1	Regionale Produkte und Markt.....	106
4.2	Ernährungsbildung .....	107
4.3	Schulverpflegung .....	109
<b>5</b>	<b>Zusammenfassung.....</b>	<b>114</b>
<b>6</b>	<b>Ausblick.....</b>	<b>119</b>
	<b>Literaturverzeichnis.....</b>	<b>120</b>
	<b>Anhang .....</b>	<b>125</b>

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Vorherrschende Verpflegungssysteme in Frankfurt .....	19
Abbildung 2: Startseite der Homepage www.FrankFOOD.net .....	35
Abbildung 3: Veränderung des Einkaufspreises (€) .....	41
Abbildung 4: Veränderung des Einkaufspreises (in % pro Preisschritt) .....	42
Abbildung 5: Veränderung des Einkaufspreises (in % kumuliert) .....	43
Abbildung 6: Gründe der SchülerInnen für die Teilnahme an der Mittagsverpflegung.....	80
Abbildung 7: Gründe der Eltern für die Teilnahme ihrer Kinder am Mittagessen .....	81
Abbildung 8: Gründe der SchülerInnen für die Nicht-Teilnahme an der Mittagsverpflegung .....	82
Abbildung 9: Gründe der Eltern für die Nicht-Teilnahme ihrer Kinder am Schulessen .....	83
Abbildung 10: Gründe der Lehrkräfte für die Nicht-Teilnahme am Schulessen .....	84
Abbildung 11: Beurteilung des Mittagessens seitens der SchülerInnen .....	85
Abbildung 12: Beurteilung des Mittagessens seitens der Eltern .....	86
Abbildung 13: Beurteilung des Mittagessens seitens der Lehrkräfte .....	87
Abbildung 14: Verbesserungsvorschläge der SchülerInnen bei der Mittagsverpflegung .....	90
Abbildung 15: Beurteilung des Preis-Leistungs-Verhältnisses durch die Eltern.....	95
Abbildung 16: Beurteilung von Aussagen zu regionalen Lebensmitteln durch die Eltern .....	97
Abbildung 17: Kenntnisstand der Schüler über kalorienreiche Lebensmittel .....	98

## **Tabellenverzeichnis**

Tabelle 1: Erfolgsfaktoren in der Regionalvermarktung.....	15
Tabelle 2: Organisationsformen von Frankfurter Cateringunternehmen .....	19
Tabelle 3: Rückmeldungen konventioneller Anbieter .....	21
Tabelle 4: Rückmeldungen ökologischer Anbieter .....	22
Tabelle 5: Beteiligte Schulen in Projektphase 1 .....	24
Tabelle 6: Neue Schulen in Projektphase 2.....	25
Tabelle 7: Preisstufen der Modellkalkulation .....	40
Tabelle 8: Kosten für bestimmte Prozentanteile von Regionalprodukten .....	45
Tabelle 9: Durchgeführte Lehrerfortbildungen .....	55
Tabelle 10: Angebote für Schulklassen .....	58
Tabelle 11: Bildungspartner für Schulen (Stand 11/2006).....	62
Tabelle 12: Angebote für Eltern.....	64
Tabelle 13: Durchgeführte Veranstaltungen und Medienresonanz .....	102

## Abkürzungsverzeichnis

Abb.	Abbildung
aid	aid infodienst Verbraucherschutz-Ernährung-Landwirtschaft
BLE	Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung
BMELV	Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz
BMBF	Bundesministerium für Bildung und Forschung
dpa	Deutsche Presseagentur
DGE	Deutsche Gesellschaft für Ernährung
DVL	Deutscher Verband für Landschaftspflege
EFA	Erfolgsfaktoren-Analyse
FAZ	Frankfurter Allgemeine Zeitung
FR	Frankfurter Rundschau
HR	Hessischer Rundfunk und Hessenfernsehen
IfLS	Institut für Ländliche Strukturforchung
IZBB	Investitionsprogramm „Zukunft Bildung und Betreuung“
LM	Lebensmittel
MGH	Marketing Gesellschaft GUTES AUS HESSEN GmbH
ÖGS	Ökologischer Großküchen Service – Rainer Roehl, Anja Erhart & Dr. Carola Strassner GbR
PLENUM	Projekt des Landes Baden-Württemberg zur Erhaltung und Entwicklung von Natur und Umwelt
RB	regional-biologisch
REVIS	Reform der Ernährungs- und Verbraucherbildung an allgemein bildenden Schulen
RK	regional-konventionell
Tab.	Tabelle
TK-Produkte	Tiefkühlprodukte
TN	Teilnehmende
ÜB	überregional-biologisch
ÜK	überregional-konventionell
vzbv	Verbraucherzentrale Bundesverband
VZH	Verbraucherzentrale Hessen e.V.



# 1 Ziele und Aufgabenstellung

## 1.1 Ziele des Projekts

Die regionale Vermarktung von Agrarprodukten ist eine zunehmend verbreitete Strategie im Rahmen der integrierten ländlichen Entwicklung. Bundesweit finden sich mehrere hundert regionale Vermarktungsinitiativen, die Bundesländer haben eigene Qualitätsprogramme aufgelegt. Die Absatzwege sind sehr unterschiedlich und reichen von Direktvermarktung und Bauernmärkten bis hin zum Absatz über Supermarktketten. Regionale Vermarktungsprojekte sind meist Verbundprojekte verschiedener gesellschaftlicher und wirtschaftlicher Interessengruppen, d.h. ein sozialer Organisationsprozess geht dem eigentlichen Marketing voraus. Regionalvermarktung stellt weiterhin eine Premium-Marketingstrategie dar. Sie setzt darauf, dass für höherwertige Produkte, d.h. für Regionalität mit ihren unterschiedlichen Facetten (Frische, Transparenz, kurze Wege, weniger Verkehr, regionale Arbeitsplätze) eine höhere Zahlungsbereitschaft besteht.

Der Ausbau von Ganztagschulen durch den Bund war Anlass für das Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz, untersuchen und erproben zu lassen, welche Absatzpotentiale sich dadurch für die Land- und Ernährungswirtschaft ergeben. Es sollte untersucht werden, ob und wie regionale Produkte verstärkt zur Schulverpflegung eingesetzt werden können und wie dies durch Bildungsmaßnahmen unterstützt werden kann.

Vor dem Hintergrund einer veränderten Bildungspolitik, die u. a. den Ausbau von Ganztagschulen als Schwerpunkt hat, wird die Schule für viele Kinder und Jugendliche zunehmend zu einem zentralen Lebensort. Das Angebot eines kindgerechten und vollwertigen Mittagessens hat in den Schulen einen hohen Stellenwert bekommen. Es besteht großer Unterstützungsbedarf bezüglich der Einrichtung eines Angebots sowie der Verbesserung der Qualität des Essens. Gleichzeitig erfordern umwelt- und klimarelevante Aspekte, dass das Schulessen nachhaltigen Kriterien entspricht.

Erfahrungen der Verbraucherzentrale Hessen der letzten Jahre mit Schulverpflegungsprojekten und Angeboten für Schulklassen und Lehrkräfte bestätigen, dass die Vermittlung von Kenntnissen und Kompetenzen, wenn es um Ernährung bzw. Essen und Trinken geht, sehr schulindividuell erfolgen muss. Nötig ist, neben einem höheren Stellenwert der Ernährungsbildung bei den SchülerInnen, auch eine entsprechende Qualifizierung von Lehrkräften und die Intensivierung der Elternarbeit. Die Aktivitäten sollten sich an der Alltagswelt der Kinder und Jugendlichen ausrichten und Lebensmittel aus der Region erlebbar machen.

Ein wesentlicher Schwerpunkt des FrankFOOD-Projekts lag daher auf der Ernährungs- und Verbraucherbildung der beteiligten Schulgemeinden. Ein weiterer Schwerpunkt war die Unterstützung der Schulen bei der qualitativen Verbesserung der Schulverpflegung. Ziel hierbei war es, den Einsatz regionaler Produkte in der Schulverpflegung zu untersuchen und auszubauen, um damit regionale Wirtschaftskreisläufe zu unterstützen. Bildungsmaßnahmen für die unterschiedlichen Zielgruppen sowie Beratung zu gesundheitlichen und qualitativen Aspekten der Schulverpflegung sollten die Akzeptanz des Essens erhöhen.

Das Projekt wurde vom Institut für ländliche Strukturforchung (IfLS) an der Johann Wolfgang Goethe-Universität und der Verbraucherzentrale Hessen (VZH), beide mit Sitz in Frankfurt am Main, entwickelt und durchgeführt. Schwerpunkte der Arbeit des IfLS lagen in den Bereichen Projektleitung, regionale Produkte, Homepagegestaltung, Markt und Begleitforschung. Die Verbraucherzentrale bearbeitete schwerpunktmäßig den Bereich der Ernährungs- und Verbraucherbildung sowie die qualitativen Anforderungen an die Schulverpflegung und organisierte die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.

## **1.2 Ablauf des Projekts**

### **Erste Projektphase**

Das Projekt wurde im Juli 2005 bewilligt. Zu Beginn der ersten Projektphase standen die Bestandsaufnahme und die Gewinnung von Projektpartnern im Vordergrund. Dazu gehörten eine Analyse der Verpflegungssituation der Frankfurter Ganztagschulen und eine Befragung der in Frankfurt tätigen Schul-Caterer. In Absprache mit dem Stadtschulamt Frankfurt wurden geeignete Schulen angeschrieben. Schließlich wurde mit drei, anstatt wie geplant mit zwei Schulen und deren Caterern die intensive Zusammenarbeit begonnen. In der zweiten Projektphase erhöhte sich die Anzahl der teilnehmenden Schulen auf fünf. Die ersten Schulworkshops fanden noch vor den Weihnachtsferien 2005 statt. Die Umsetzungsphase der gemeinsam geplanten Aktivitäten zur Ernährungsbildung in den Schulen startete zum Beginn des neuen Schulhalbjahres Anfang 2006 mit einer großen Auftaktveranstaltung.

Parallel dazu wurden eine Bestandsaufnahme der bisher eingesetzten (regionalen) Produkte auf der Catererseite begonnen und Kontakte mit potentiellen regionalen Erzeugerbetrieben, Händler und Verbänden aufgenommen. Im Februar 2006 fanden zwei Lieferantenworkshops zum Außer-Haus-Markt „Schule“ für regionale Erzeuger und Händler statt.

Zu Kommunikations- und Marketingzwecken wurde die Projektmarke FrankFOOD entwickelt. Auf Basis der Bestandsaufnahme wurde für das Projekt eine Herkunftsregion definiert.

### **Zweite Projektphase**

Zu Beginn der zweiten Projektphase ab September 2006 wurde die Homepage [www.FrankFOOD.net](http://www.FrankFOOD.net) online gestellt. Sie enthält u.a. eine regionale Produktdatenbank.

Zwei weitere Schulen und ein weiterer Caterer wurden zu diesem Zeitpunkt in das Projekt aufgenommen. Allen Schulen und Caterern konnte der fertig gestellte Projektordner mit Hintergrundinformationen und Angeboten überreicht werden.

Das IfLS führte Gespräche mit den beteiligten Catering-Unternehmen und stellte das regionale Produktangebot vor. Die bisherigen Anteile regionaler, teilweise auch ökologischer Regionalprodukte, wurden analysiert sowie Möglichkeiten der Erhöhung des Regionalanteils mit den Caterern erörtert. Die dabei schnell deutlich gewordene und bereits erwartete zentrale Frage des Produktpreises, im Vergleich zu Produkten ohne Herkunftsbedeutung, wurde aufgegriffen und eine Modellkalkulation der Speisepläne dreier Caterer vom September 2006 durchgeführt, mit der sich die Veränderung der Wareneinsatzkosten bei einem stufenweisen Mehreinsatz regionaler konventioneller und ökologischer Produkte berechnen ließ.

Um die langfristige Mitarbeit und tatsächliche Veränderung des Ernährungsangebotes für die verschiedenen Partner attraktiver zu machen, wurden u.a. Gespräche mit dem Vorstand der Vereinigung Hessischer Direktvermarkter sowie Erzeugern, Geschäftsführung und Vorständen der Marketinggesellschaft GUTES AUS HESSEN geführt. Diese konnten als offizielle Unterstützer von FrankFOOD gewonnen werden. Einzelne Betriebe wurden in die FrankFOOD-Produktdatenbank aufgenommen, drei davon beteiligten sich an der Erdbeer-Aktion im Juni 2007.

Die Ernährungsbildung und Unterstützung der Schulen durch die Verbraucherzentrale wurde bis Projektende fortgeführt. Neben den existierenden Angeboten konnten neue Maßnahmen entwickelt und erprobt werden wie beispielsweise das Kursangebot „Lebensmitteldetektive gesucht“ zur Integration in das Nachmittagsprogramm von Schulen oder die Aktion „Mein Lieblingsessen“. Daneben wurden weitere Angebote für Lehrkräfte realisiert: Exkursionen zu Erzeugern und Verarbeitungsbetrieben, ein Seminar zum Besser-Essen-Konzept des Umweltbildungszentrums Licherode sowie eine Fortbildung zu „Trinken im Unterricht“.

### **Fortlaufende Aktivitäten**

Im Verlauf des Projekts fanden drei Workshops in Kooperation mit der Universität Göttingen statt, die zeitgleich ein Projekt mit ähnlichen Zielsetzungen bearbeiteten. Sie dienten dem Erfahrungsaustausch, der Information interessierter Partner und teilweise wurden Ergebnisse der Begleitforschung vermittelt und diskutiert.

Im Rahmen der Begleitforschung fanden in den drei Partnerschulen Befragungen von Schülern, Lehrkräften und Eltern zur Zufriedenheit mit der Schulverpflegung und ihrer Einstellung und Zahlungsbereitschaft für regionale Qualitätsprodukte statt.

Über den ganzen Projektzeitraum wurden die verschiedenen Maßnahmen durch Presse- und Öffentlichkeitsarbeit begleitet. Die Resonanz der Medienvertreter und die Aufmerksamkeit auf das Projekt FrankFOOD waren sehr hoch.

Das Stadtschulamt Frankfurt hat im letzten Jahr intensiv an den Ausschreibungskriterien für die neu entstehenden Cafeterien gearbeitet. IfLS und VZH konnten in mehreren gemeinsamen Gesprächen beratend tätig werden. Der Stadtverordnetenbeschluss zu den Ausschreibungskriterien liegt nun vor und die Ausschreibungen laufen bereits. Die Kriterien beinhalten neben Vorgaben, die die ernährungsphysiologische Qualität betreffen, auch einen Mindestanteil von 10% Bio-Produkten und 25% regionale Produkten im Angebot der Caterer oder Pächter. Dies ist auch als großer Erfolg des FrankFOOD-Projekts zu werten (vgl. Anlage Stadtschulamt).

Vor dem Hintergrund, dass die Mehrzahl der Cafeterien erst im kommenden Schuljahr fertig wird und auch alle Gymnasien in absehbarer Zeit eine Mittagsverpflegung erhalten, entwickelt sich in Zukunft ein sehr großer potentieller Markt für regionale Qualitätsprodukte. Deshalb wäre es höchst empfehlenswert, das Modellprojekt fortzusetzen und auf die neu eingerichteten Schulküchen zu erweitern.

Die Erfahrungen und Ergebnisse des Projekts werden nach Vorlage dieses Berichts in einem Leitfaden zusammengefasst und für vergleichbare Ballungsräume verfügbar gemacht.

## 1.3 Stand der Forschung

### 1.3.1 Ernährung und Schulverpflegung

Der Ernährungsbericht 2000 der Deutschen Gesellschaft für Ernährung (DGE) zum Thema „Essverhalten und Ernährungszustand von Kindern und Jugendlichen“ in Deutschland zeigt, dass der besorgniserregende Trend zu ungesundem Ernährungsverhalten und damit auch zu Übergewicht seit etwa 20 Jahren anhält und sich in den letzten Jahren beschleunigt hat (DGE 2000).

Als Ursache kommen zahlreiche Faktoren in Frage: zunehmende körperliche Inaktivität als Ergebnis von langem Fernsehen und Computerspielen, allgemeiner Trend zu energiereichen Fertig-Lebensmitteln und soziale Zusammenhänge. Nach Angaben der Deutschen Adipositas-Gesellschaft sind in Deutschland je nach Definition 10-20% aller Schulkinder und Jugendlichen übergewichtig (Deutsche Adipositas-Gesellschaft 2005). Die Presseinformation des Hessischen Sozialministeriums vom 17.4.2007 bestätigten diese bundesweiten Ergebnisse auch für die hessischen Schülerinnen und Schüler. Zudem zeigen die aktuellen Schuleingangsuntersuchungen in Hessen, dass Kinder mit Migrationshintergrund ein um den Faktor 1,5 höheres Risiko für Übergewicht haben (Hessisches Sozialministerium 2007).

Laut Kindergesundheits- und Ernährungsbericht des Landes Baden-Württemberg frühstückt jedes sechste Kind gar nicht und ein Viertel der Kinder bekommt zu Hause kein warmes Mittagessen. Wie die DONALD-Studie zeigte, decken Mädchen im Alter von 10-18 Jahren die empfohlene Zufuhr an Milch und Milchprodukten lediglich zu 2/3. Der Gemüseverzehr erreicht bei Schulkindern insgesamt nur noch 40-50% der empfohlenen Mengen (Forschungsinstitut für Kinderernährung 2001).

Eine Bestandsaufnahme der Verpflegungssituation an offenen Ganztagschulen in NRW ergab, dass akuter Handlungsbedarf auch bei den Schulen besteht, was die Qualität des Essens betrifft. U. a. werden die Bedürfnisse der Kinder zu wenig berücksichtigt, mit der Folge einer geringen Akzeptanz des Mahlzeitenangebots. Die Möglichkeiten, das Essen mit Frischkost zu ergänzen, werden nicht genügend genutzt (Hofmann 2004).

Im Verbundforschungsprojekt „Ernährungswende“, einem umfangreichen mehrjährigen Projekt des BMBF, wurden vom Frankfurter Institut für sozial-ökologische Forschung die Ernährungsstile der Deutschen untersucht. Es wurde festgestellt, dass Fast Food vor allem bei Jugendlichen und jüngeren Erwachsenen sehr beliebt ist. Bei den 18- bis 25-Jährigen lassen sich knapp die Hälfte diesem Ernährungsstil zuordnen. Im Rahmen eines Expertenworkshops zu diesem Projekt am 4.3.2004 in Kassel wurde konkreter Hand-

lungsbedarf in der Entwicklung von Leitlinien und Qualitätskriterien für Fast Food in Schulen gesehen. Im Jahr 2006 wurde ebenfalls im Rahmen des Projekts Ernährungswende eine „Analyse der Rahmenbedingungen für die Mittagsverpflegung in Ganztagschulen“ veröffentlicht. In einer abschließenden Checkliste wird deutlich gemacht, dass an einer Vielzahl Stellschrauben gedreht werden muss, wenn Schulessen regionaler und gesünder werden soll ([www.ernaehrungswende.de](http://www.ernaehrungswende.de)):

Zusammenfassende Checkliste aus dem Projekt Ernährungswende (Lülfes/Lüth 2006):

- Höherer Stellenwert der Schulverpflegung im Schulalltag
- Erfahrungsaustausch mit erfolgreichen Praxisbeispielen
- Berücksichtigung der SchülerInnen- und LehrerInnenwünsche
- Partizipation der Schülerschaft am Schulverpflegungsalltag
- Behebung organisatorischer Unzulänglichkeiten (Raumsituation, Pausenzeiten etc.)
- Einsatz von qualifiziertem Personal
- Einbeziehung der Schulverpflegung/Ernährung in den Unterricht
- Stärkung und Nutzung der Vorbildfunktion der LehrerInnen
- Nutzung von externer Unterstützung durch bspw. Krankenkassen, Sponsoren etc.
- Verlässliche Absprachen mit den Anbietern der Schulverpflegung
- Abbau von bürokratischen Hemmnissen
- Stärkere Selbstbestimmung der Schulen im Verpflegungsbereich

Im Rahmen des zweijährigen Projekts FrankFOOD wurden einige der genannten Punkte in den Partnerschulen immer wieder angesprochen und Empfehlungen bzgl. einer Optimierung gegeben.

Die im Jahr 2005 im Rahmen des Bundesprogramms Ökologischer Landbau von der Deutschen Gesellschaft für Ernährung (DGE), dem Ökologischen Großküchen Service (ÖGS) und Verbraucherzentralen erarbeiteten Rahmenkriterien für das Verpflegungsangebot in Schulen waren Grundlage des FrankFOOD-Projekts. Sie enthalten sowohl Kriterien für die qualitative und quantitative Zusammensetzung von Speiseplänen und basieren u.a. auf aktuellen Empfehlungen des Forschungsinstituts für Kinderernährung in Dortmund mit dem optimix-Konzept (optimierte Mischkost). Dieses Konzept entspricht den heutigen wissenschaftlichen Erkenntnissen über die richtige Ernährung von Kindern und Jugendlichen und basiert auf den D-A-CH-Referenzwerten für die Nährstoffzufuhr (Forschungsinstitut für Kinderernährung 2005).

Im Rahmen des Projekts „Gesunde Schulverpflegung an Berliner Ganztagschulen“ haben die an der Schulverpflegung beteiligten Akteure (Schulträger, Schulen, Schüler/Eltern, Essensanbieter, Lieferanten und Erzeuger) eine „Vernetzungsstelle Schulverpflegung“ als Verein gegründet und die Netzwerkarbeit im Hinblick auf Information und Beratung zu Schulverpflegung erprobt. Bestandteil des Projekts war auch die Entwicklung der „Berliner Qualitätskriterien“ für Schulverpflegungsangebote in Berliner Ganztagschulen ([www.vernetzungsstelle-berlin.de](http://www.vernetzungsstelle-berlin.de)).

Im Rahmen der Kampagne „Besser Essen. Mehr Bewegen. KINDERLEICHT“ des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) wurden diverse Projekte zur Verbesserung der Schulverpflegung initiiert. Dazu gehörten das Projekt „Schule + Essen = Note 1“ der DGE. Dieses Projekt beinhaltet Infoveranstaltungen, Beratungen vor Ort in den Schulen und ein Internetangebot mit umfangreichen Hintergrundinformationen. Mittlerweile wurde im Rahmen dieser Kampagne die DGE beauftragt, bundesweite Qualitätsstandards für die Schulverpflegung vorzulegen. Diese werden voraussichtlich im September 2007 veröffentlicht ([www.schuleplusessen.de](http://www.schuleplusessen.de)).

Der Verbraucherzentrale Bundesverband legte zur Internationalen Grünen Woche (IGW) 2007 in Berlin eine Studie zur „Situation der Schulverpflegung in Deutschland“ vor. In dem vorliegenden Projekt wurden einige Kriterien aus dem Forderungskatalog bearbeitet (Verbraucherzentrale Bundesverband 2007) (vgl. Kap. 4.3). Prof. Arens-Azevedo machte auf der IGW-Fachtagung des Verbraucherzentrale Bundesverbands deutlich, dass es vor allem an der Überprüfung vorgegebener Qualitätsstands in der Schulverpflegung mangelt (Arens-Azevedo 2007).

### **1.3.2 Ernährungs- und Verbraucherbildung**

Schulen haben einen Erziehungs- und Bildungsauftrag, der zur Mitwirkung in der Gesundheitsbildung verpflichtet. In der Ernährungserziehung sind insbesondere Ganztagschulen gefordert, da dort - verursacht durch die veränderten Lern- und Lebensbedingungen – mehrere Mahlzeiten in der Schule eingenommen werden.

Die bundesweite Analyse und Evaluation der Ernährungsbildung in allgemein bildenden Schulen (EiS-Projekt) hat nachgewiesen, dass in den Bundesländern diesem Anspruch trotz vorhandener Lehrpläne nur lückenhaft entsprochen wird. Sowohl die curriculare Ausgestaltung der Ernährungs- und Verbraucherbildung sowie die Aus- und Fortbildung der Lehrkräfte und fachdidaktische Konzeptionen unterscheiden sich stark in ihrer Qualität und Quantität (Heseker 1999).

In den Jahren 1999-2000 wurde das europäische Kerncurriculum zum Fach Ernährungsbildung entwickelt, welches nun national umgesetzt werden soll. Das Verbundprojekt REVIS (Reform der Ernährungs- und Verbraucherbildung in allgemein bildenden Schulen) hat das Ziel, auf unterschiedlichen Ebenen Hilfestellungen zur Innovation und Weiterentwicklung der Ernährungs- und Verbraucherbildung in den Schulen anzubieten ([www.ernaehrungs-und-verbraucherbildung.de/revis.html](http://www.ernaehrungs-und-verbraucherbildung.de/revis.html)).

Gesundheitsförderung spielt allgemein an Schulen eine zunehmend größer werdende Rolle. Darunter fallen Bereiche wie Bewegungs- und Ernährungserziehung, Prävention von Abhängigkeit, Gewaltprävention u.a. Gesundheitsförderung wird zunehmend als Prozess der Schulentwicklung mit dem Ziel der Qualitätssteigerung und Qualitätssicherung gesehen.

Im Ernährungsbereich findet man bundesweit eine Vielzahl von Projekten, die z.T. von Bundes- oder Landesministerien gefördert werden. Kooperationen mit außerschulischen Organisationen wie Verbraucherzentralen, DGE, Krankenkassen, Landfrauenverbänden, Universitäten/Fachhochschulen oder weiteren Regionalpartnern etc. unterstützen die Schulen bei der Bildungsarbeit oder Durchführung von Aktionen.

Insbesondere die Ernährungs- und Gesundheitsprobleme von Schulkindern sind in den letzten Jahren verstärkt in das Licht der Öffentlichkeit gerückt. Mit dem Bundesprogramm „Besser essen – mehr bewegen“ haben das BMELV und die BLE sich dieser Thematik angenommen ([www.besseressenmehrbewegen.de](http://www.besseressenmehrbewegen.de)). Aus Sicht des IfLS sowie der VZH wäre das FrankFOOD-Projekt ein ideales Projekt, um in diesem Rahmen die Arbeit zu diesem Thema in der Stadt Frankfurt fortzusetzen. Die Bundesregierung könnte in Frankfurt modellhaft und bundesweit zeigen, wie sich eine kontinuierliche Struktur zum Thema „Gesunde Schullernährung und Bewegung“ entwickeln lässt. Dazu wurde bereits ein erstes Gespräch mit dem Vize-Vorsitzenden des Hessischen Sportbundes geführt. Um hierzu weitere Kooperationspartner zu gewinnen, wäre jedoch zunächst eine Fortführung des FrankFOOD-Projektes notwendig.

### **1.3.3 Regionalvermarktung allgemein**

Zurzeit entwickeln sich in Deutschland mehr und mehr Projekte zur Regionalvermarktung. In der Datenbank der Regionalinitiativen des Deutschen Verbandes für Landschaftspflege (DVL) finden sich bereits über 500 Regionalprojekte, mehr als die Hälfte davon im Handlungsfeld Landwirtschaft/Ernährung ([www.reginet.de](http://www.reginet.de)). Viele Projekte der nachhaltigen Regionalentwicklung und des nachhaltigen Wirtschaftens in Modellregionen, wie UNESCO-Biosphärenreservaten, PLENUM-Gebieten in Baden-Württemberg oder den



„Regionen Aktiv“ des BMELV arbeiten im Bereich Regionalvermarktung. Einige davon haben einen Schwerpunkt in der Belieferung von Großküchen oder auch der gehobenen Gastronomie mit regionalen Produkten. Zwei Beispiele davon sind z.B. das Projekt Tafelfreuden Bodensee sowie das Landzunge-Projekt in Oberschwaben.

In der Regionalvermarktung ist es in zunehmendem Maße üblich, ökologische und konventionelle Produkte gemeinsam zu vermarkten. Daher wurden auch in die FrankFOOD-Datenbank Produkte ökologischer und konventioneller Qualitäten aufgenommen.

Die an verschiedenen Projekten wissenschaftlich entwickelten und erprobten „Erfolgsfaktoren regionaler Vermarktungsprojekte“ des IfLS lagen der FrankFOOD-Konzeption zugrunde. Eine Erläuterung und Visualisierung der Erfolgsfaktoren findet sich im Anhang.

Tabelle 1: Erfolgsfaktoren in der Regionalvermarktung

<b>Erfolgsfaktoren des Projektmanagements</b>	<b>Erfolgsfaktoren des Marketingmanagements</b>
Eigenmotivation regionaler Akteure	Marketingstrategien zur Abhebung vom Wettbewerb
Engagierte Schlüsselpersonen	Sinnvoll abgegrenzte Herkunftsregion
Prozesskompetenz der Schlüsselpersonen	Marketingkompetenz von Akteuren und Personal
Starke Partner (Verbundprojekt)	Besondere Produktionsrichtlinien
Gute Beziehungen (Fürsprecher, Sachbearbeiter)	Effektives, transparentes Kontrollsystem
Aufgabengerechte Organisationsstruktur	Top-Qualität der Produkte und Dienstleistungen
Zugang zu Ressourcen (Finanzen, Arbeitszeit)	Abnehmergerechtes Preis-Leistungsverhältnis
Erfolg (auch ökonomischer Art)	Problemlose Distribution
Win-Win-Situation für versch. Interessengruppen	Professionelle Kommunikation

Mit Hilfe der Erfolgsfaktoren-Analyse (EFA) lässt sich in Projekten heraus arbeiten, durch welche suboptimal erfüllten Faktoren der Erfolg begrenzt wird (Kullmann 2003, 2005, 2007c). Diese Analyse wurde abschließend auch für das Projekt FrankFOOD durchgeführt (vgl. Kapitel 3.1.5).

### **1.3.4 Regionale Produkte in der Schulverpflegung**

In den letzten Jahren gab es mehrere Modellvorhaben im Bereich der Außer-Haus-Verpflegung von Kindern und Jugendlichen, die im Rahmen des Bundesprogramms Ökologischer Landbau finanziert wurden. Ergebnisse und Erfahrungen wurden auf vielfachem Wege in Umsetzungs- und Forschungsprojekten verbreitet, erprobt und weiterentwickelt. Informationen und Unterstützungsangebote für alle Interessierten an der Außer-Haus- und Großküchenversorgung mit Öko-Produkten finden sich auf den Großverbraucher- und Gastronomie-Seiten des Portals [www.oekolandbau.de](http://www.oekolandbau.de).

Hervorzuheben ist besonders das Modellprojekt „Regional-ökologische Schulverpflegung“ aus dem nordhessischen Schwalm-Eder-Kreis. In diesem Projekt hatten sich die Akteure zum Ziel gesetzt, ein regional-ökologisches Schulverpflegungskonzept einzuführen sowie einen Praxisleitfaden zu den Maßnahmen und pädagogischen Konzepten zu entwickeln. Ergebnis war u.a. das Besser-Esser-Konzept des Umweltbildungszentrums Licherode, welches darauf abzielt, in den Schulen mit Ganztagsangeboten ein positives Klima für die Einführung einer regional-biologischen Schulverpflegung zu schaffen (Poppinga 2007).

Die bundesweite Informationskampagne „10 % Bio - Das kann jeder!“ u.a. für Ganztagschulen, hinter der ein bundesweites Netzwerk regionaler Experten steht, informiert auf Veranstaltungen und Workshops über den Einsatz von Bio-Produkten ([www.biokannjeder.de](http://www.biokannjeder.de)).

Das Projekt „Regionale Verpflegung in Ganztagschulen“, durchgeführt durch Prof. Dr. Spiller, Institut für Agrarökonomie der Universität Göttingen, untersucht ebenso wie das Projekt FrankFOOD den Einsatz regionaler Lebensmittel in der Schulverpflegung von Ganztagschulen. Die Ergebnisse beider Projekte werden anlässlich der geplanten gemeinsamen Abschlusskonferenz im September 2007 vorgestellt.

Ein weiteres, in der Praxis offensichtlich ganz erfolgreiches Projekt betreibt der Regionalbauernverband Starkenburg in Südhessen. Dort hat der Geschäftsführer des Bauernverbandes es übernommen, die Schulen über beauftragte Cateringunternehmen zu beliefern. Der Bauernverband ordert auch die Produkte und organisiert das Bestell- und Abrechnungswesen, die Kontakte zu den Schulen und Eltern sowie die Warenausgabe ([www.agrarpower.de](http://www.agrarpower.de)).

## 2 Vorgehensweise und Methoden

### 2.1 Bestandsaufnahmen

#### 2.1.1 Situation der Schulen in Frankfurt

Bei Projektbeginn gab es in Frankfurt/M. 25 anerkannte ganztägig arbeitende Schulen. In Hessen werden generell drei Typen von Ganztagschulen unterschieden: pädagogische Mittagsbetreuung, kooperative Ganztagschule mit offener Konzeption, Ganztagschulen mit gebundener Konzeption. Ganztagschulen sind gemäß der Richtlinie für ganztägig arbeitende Schulen in Hessen vom 01. August 2004 verpflichtet, den Schülern eine warme Mittagsmahlzeit anzubieten (Land Hessen 2004).

Das Stadtschulamtsamt Frankfurt führte im Jahr 2002/2003 (Nacherhebung Nov. 2005) eine standardisierte Befragung aller öffentlichen Schulen zur Essensversorgung in Frankfurt durch. An der Befragung beteiligten sich 86 Schulen. Ein Teil der erhobenen Daten des Stadtschulamts wurden bereits im 1. Zwischenbericht zum FrankFOOD-Projekt dargestellt.

Zum damaligen Zeitpunkt verfügten rund 26 % der Schulen mindestens über eine Cafeteria, in der Getränke und Snacks angeboten wurden und 48 % der Schulen hatten eine Kantine mit dem Angebot eines warmen Mittagessens. Die Anzahl der Schüler, die die Cafeteria täglich nutzten, lag bei den befragten Schulen insgesamt bei ca. 2.200 Schüler/innen. Ein warmes Mittagessen boten die befragten Schulen für ca. 3.700 Schüler/innen an (Stadtschulamtsamt Frankfurt 2002/2003 und 2005).

Laut Magistratsbeschluss der Stadt Frankfurt vom Frühjahr 2005 sollten bis 2007 insgesamt 14 Frisch- und Mischküchen gebaut werden und damit die Mittagsversorgung an 17 Schulen verbessert werden (Stadt Frankfurt 2005). Nach Auskunft des Stadtschulamts wurden Anfang 2007 die ersten beiden Cafeterien fertig gestellt, im laufenden Jahr werden sieben weitere Cafeterien folgen und 2008 nochmals sechs bis acht Cafeterien. Weiterhin ist der Umbau von Schulen, die keine Ganztagschulen sind, in der Planungsphase. Bei diesen Schulen wird die Essensversorgung laut Stadtschulamtsamt bereits mitbedacht. Darüber hinaus werden voraussichtlich in den nächsten Jahren alle 22 Frankfurter Gymnasien eine Essensversorgung erhalten, da die gymnasiale Schulzeit auf 8 Jahre verkürzt wurde und das Land Hessen hierfür Gelder angekündigt hat (Stadtschulamtsamt Frankfurt 2007).

Qualitätsorientierte und regionale Ausschreibungskriterien gab es zu Beginn des Projekts noch nicht. Der politische Wille bestand jedoch von Beginn an. Deshalb konnte die Schuldezernentin als Schirmherrin gewonnen werden.

Nach Auskunft des Schuldezernats soll es auch ermöglicht werden, dass alle Schüler ein hochwertiges Essen für 3,- Euro erhalten. Damit dies erreicht werden kann, wird der Essenpreis auf verschiedenen Ebenen subventioniert. Für Familien mit geringem Einkommen plant die Stadt ab 2008 zusätzlich eine Subvention zum Schulessen.

### **Zertifikat „Gesundheitsfördernde Schule“ des Hessischen Kultusministeriums**

Alle hessischen Schulen sollen sich nach der Maßgabe des Hessischen Kultusministeriums bis 2008 auf den Weg zu einer „Gesundheitsfördernden Schule“ gemacht haben und Teilzertifikate in verschiedenen Bereichen erwerben, u.a. im Bereich Ernährung.

In Zusammenarbeit mit dem Staatlichen Schulamt in Frankfurt und der Sektion Hessen – DGE e.V. hat die Verbraucherzentrale Hessen im Jahr 2007 eine Lehrerfortbildung zur Mittagsverpflegung an Schulen in Frankfurt angeboten (37 TN) und auch über die Zertifizierung informiert. Zu den Zielen des Teilzertifikats Ernährung gehören u.a. die Aspekte, die mit den Zielen des FrankFOOD-Projekts sehr gut übereinstimmen: regionale und saisonale Produkte verwenden, ökologische Zusammenhänge bei der Nahrungsmittelauswahl und Zubereitung beachten, Mitarbeit in regionalen Netzwerken. Die FrankFOOD-Partnerschulen wurden auch in weiteren Veranstaltungen über das Teilzertifikat Ernährung informiert ([www.schuleundgesundheit.hessen.de](http://www.schuleundgesundheit.hessen.de)).

### **2.1.2 Befragung von Frankfurter Cateringunternehmen**

Die Organisation der Schulverpflegung ist nicht nur in Frankfurt, sondern deutschlandweit nahezu schulindividuell unterschiedlich und nicht immer professionell organisiert. Hauptakteure sind dabei Cateringunternehmen, Fördervereine, Hausmeister, Schüler/Eltern/Lehrer-Modelle, Pächter und soziale Unternehmen. In Frankfurt dominieren die Cateringunternehmen mit 41%. Um Auskunft über Organisationsform, Verpflegungssystem und den Einsatz regionaler Produkte sowie das Einkaufsverhalten bei Caterern zu bekommen, wurden zu Beginn des Projekts im Herbst 2005 17 Caterer der Frankfurter Schulverpflegung mittels eines schriftlichen, halbstandardisierten Fragebogens befragt.

Tabelle 2: Organisationsformen von Frankfurter Cateringunternehmen (2005)

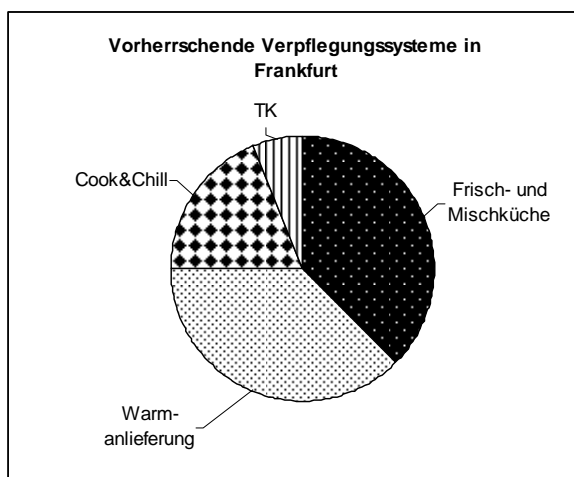
Organisation	Anzahl	Prozent
Catering-Unternehmen	7	41
Eltern/Schüler/Lehrer-Modelle	5	29
Soziale Catering-Unternehmen	3	18
Pächter	2	12

### Organisation der Schulverpflegung an Frankfurter Ganztagschulen

Hinsichtlich der Anzahl der verkauften Schulessen lassen sich bei den Caterern vor allem zwei Unternehmensgrößen unterscheiden. Einerseits Verpflegungsunternehmen, welche bis zu 100 Portionen in der Schulverpflegung absetzen und andererseits Unternehmen mit mehr als 500 Portionen, durchschnittlich werden 342 Portionen pro Caterer an den Frankfurter Ganztagschulen verkauft.

Betrachtet man die Verpflegungssysteme an Frankfurter Ganztagschulen, so dominieren die Frisch- und Mischküche mit 37,5% sowie die Warmanlieferung mit 38%. Cook & Chill liegt an dritter Stelle mit 19% und ein überwiegend TK-basiertes Konzept wird nur von 6% der Caterer verwendet. Bei anderen Untersuchungen wurde festgestellt, dass es keine Korrelation zwischen einem bestimmten Verpflegungssystem und der Zufriedenheit der Schüler gibt, da auch eher suboptimale Rahmenbedingungen optimal genutzt werden können (Lülfs/Spiller 2006) (vgl. Abb. 1). Erfahrungsgemäß wünscht sich die Mehrheit der Eltern eine Frisch- und Mischküche, in der vor Ort gekocht werden kann.

Abbildung 1: Vorherrschende Verpflegungssysteme in Frankfurt (N = 17; Angaben in %, Daten s. Tab. 2)



## **Einstellung der Caterer gegenüber regionalen Produkten**

Die Einstellung der Caterer gegenüber dem Einsatz regionaler Produkte war im Allgemeinen durchweg positiv und offen. Tatsächlich werden regionale Produkte aber nur im geringen Maße bei Frankfurter Caterern eingesetzt. Es gaben zwar 12 der 17 Caterer an, regionale Produkte einzusetzen, jedoch ist dieser Einsatz in der Regel sehr sporadisch und von geringem prozentualen Anteil. Am häufigsten werden regionale Kartoffeln und saisonales regionales Obst und Gemüse eingesetzt, wobei jedoch der Markt bzw. Preis den Einsatz reguliert und weniger der Aspekt der Regionalität. Dieser scheint nach Aussage einiger Caterer auch noch schwierig an den Konsumenten vermittelbar zu sein.

Der Preis und die Logistik sind neben der Qualität die ausschlaggebenden Aspekte beim Einkauf. Dies zeigte sich daran, dass die Caterer zwar generell bereit wären, regionale Produkte zu verwenden, aber nur, wenn diese mindestens genauso günstig sind wie das bisher eingesetzte Produkt. Ein weiterer hemmender Aspekt für den Einsatz regionaler Produkte ist die Logistik, da die Caterer ihre Produkte in der Regel von wenigen Lieferanten beziehen. Der logistische Aufwand ist ihnen zu groß, zusätzlich bei noch kleinen regionalen Anbietern zu bestellen. Nur vereinzelt gibt es bereits Lieferbeziehungen zwischen den Caterern und regionalen Erzeugern, wobei diese dann gleichzeitig meist auch ökologische Erzeuger sind. Für die großen Caterer sind häufig die lieferbare Verarbeitungsstufe und die gelieferten Mengen zu niedrig.

### **2.1.3 Regionale Lieferanten**

Um das Angebot regionaler Produkte im Umland von Frankfurt zu erfassen, wurde eine Recherche gestartet, bei der sowohl konventionelle als auch ökologische Erzeuger, Anbauverbände und Verarbeiter angeschrieben und nach ihrem Angebot für Großküchen gefragt wurden. Insgesamt wurden 53 Akteure informiert und ggf. um Weiterleitung an ihre Mitglieder gebeten.

Die gemeldeten regionalen Produkte wurden in einer regionalen Produktdatenbank erfasst. Zum einen wurden sie so auf der Homepage für alle Interessierten verfügbar gemacht und zum anderen allen vier Partner-Caterern als Bestellgrundlage für regionale Produkte zur Verfügung gestellt.

Tabelle 3: Rückmeldungen konventioneller Anbieter

Rückmeldungen	Keine Rückmeldung
<p>Mitglieder des hessischen Bauernverbands e.V.                      Mitglieder der Hessischen Marketinggesellschaft MGH GUTES AUS HESSEN GmbH                      Mitglieder der Vereinigung der Hessischen Direktvermarkter VHD e.V.                      Mitglieder des Hessischen Gärtnerverbands (inkl. Obst- und Gemüsebauern)                      ARGE Naturmühlen GmbH (Eiterfeld)                      Bauer Bill Rindfleisch (Beselich-Obertiefenbach)                      Beerenobstgemeinschaft Rhön-Vogelsberg (Hosenfeld-Schletzenhausen)                      Firma Hohmann (Bad Homburg)                      Förstina Getränke (Eichenzell)                      Großhandel Singh (Frankfurt)                      Hassia Mineralwasser und Landapfelschorle (Bad Vilbel)                      Hüttenthaler Molkerei (Mossautal)                      Metzgerei und Party-Service Schäuffler (Frankfurt/Main)                      Obst-Betrieb Leister (Kriftl)                      Obstbau Ruths (Asbach)                      Odenwälder Regional Produkte e.V. (Bad König)                      Schlachthof Brensbach (Odenwald)                      Weidenhof Milchprodukte (Wächtersbach)</p>	<p>Mitglieder der Regionalen Kreisbauernverbände                      Erbacher Müsli (Kleinheubach)                      Bäcker- und Metzgerinnung Frankfurt (Frankfurt)                      Fa. Luisen-Brunnen (Bad Vilbel)                      Rosbacher Getränke (Rosbach)                      Allia Landwirtschaftliche Obst- und Gemüseanbau GmbH (Lamperthein)</p>
	<p><b>Kein regionales Angebot</b></p>
	<p>Schwälbchen-Frischedienst (Mainz)                      Röhnsprudel (Ebersburg)                      Fa. Eidmann, Fleischgroßhandel (Bruchköbel)</p>

Tabelle 4: Rückmeldungen ökologischer Anbieter

Rückmeldungen	Keine Rückmeldung
Mitglieder des hessischen Bioland- und Demeterverbands Alsfelder Biofleisch (Alsfeld)	Biobäckerei Heinz (Steinbach)
Ackerlei (Bruchköbel) Bioland-Erzeugergemeinschaft (Ditzingen)	<b>Kein regionales Angebot</b>
Biolieferdienst Querbeet mit eigenem Anbau auf dem Pap- pelhof (Reichelsheim) Biomarkt Tollgrün mit eigenem Anbau auf dem Hof Tollgrün (Hüttenberg) Bionade (Ostheim) Berghof (Schöllkrippen) Denningers Mühlenbäckerei (Frankfurt/M.) Dottenfelder Hof (Bad Vilbel) Hephata Biofleisch (Alsfeld) Hofgut Friedelhausen (bei Marburg) Josef Stapf GmbH & Co KG, GV-Service (Frankfurt/Main) Kaiser Vollkornbäckerei (Mainz-Kastel) Mühltalwerkstatt Sonnenhof BIO (Mühltal) Mulinbeck Vollkornbäckerei (Büdingen Düdelsheim) Obsthof Michel (Otzberg-Hering) Phönix Naturkostgroßhandel (Rosbach) RoBerts Geflügelprodukte (Schöneck) Roter Hamm Getränke (Frankfurt) Selgenhof (Ulrichstein) St. Antoniusheim (Fulda) Upländer Bauernmolkerei (Willingen-Usseln) Vita Verde, Kelterei Elm, (Flieden) Werkstatt Frankfurt Bioland Gärtnerei e.V. (Frankfurt)	keine

Die größere Anzahl an aufgenommenen ökologisch wirtschaftenden Anbietern im Vergleich zu konventionellen Anbietern lässt darauf schließen, dass Regionalität bei Ökobe-  
trieben eine höhere Bedeutung hat. Gespräche ergaben, dass ökologische Händler und  
Verarbeiter in der Regel besser wissen, woher ihre Produkte kommen. Eine Nachvollzieh-  
barkeit bis zum Erzeuger war bei ihnen in der Regel möglich. Ökologischen Anbietern und  
ihren Kunden ist Regionalität im Allgemeinen wichtiger. Bei konventionellen Händlern und  
Betrieben war die Herkunft oft nicht genau nachvollziehbar. Daher wurden meist regionale  
konventionelle Erzeuger aufgenommen, die keine oder wenige Produkte zukaufen. Ver-



schiedene regionale Anbieter, vor allem Direktvermarkter und kleinere Verarbeiter (Metzger, Bäcker, Molkereien) sind teilweise nicht darauf eingerichtet bzw. nicht darauf aus, Groß- bzw. Schulküchen zu beliefern. Mit den Mitgliedern der hessischen Marketinggesellschaft Gutes aus Hessen und den Landmarktbetrieben (Hessische Direktvermarkter) konnten einige regionale Erzeuger aufgenommen werden, die schon den Großhandel beliefern und einen Herkunftsnachweis inkl. Kontrolle aufweisen.

Die Recherche nach eindeutig regionalen Produkten war sehr zeitintensiv und wurde bei weitem nicht ausgeschöpft. Ein Ausbau der Datenbank wäre bei Projektfortsetzung sinnvoll.

## **2.2 FrankFOOD-Partner**

### **2.2.1 Beteiligte Schulen**

Zu den Partnerschulen zählten fünf Schulen aus unterschiedlichen Gebieten im Frankfurter Stadtgebiet. Insgesamt waren alle üblichen Schulformen (drei Grundschulen, davon eine mit Förderstufe, eine kooperative Gesamtschule und ein Gymnasium) mit rund 4.000 SchülerInnen im Projekt vertreten. Die Sozialstruktur der Schulen unterschied sich sehr stark. Sowohl Schulen mit einem hohen Anteil an MigrantInnen als auch eine Privatschule nahmen an dem Projekt teil. Im Einzelnen waren es folgende Schulen:

Tabelle 5: Beteiligte Schulen in Projektphase 1

**Adolf-Reichwein-Schule**

<b>Schulform</b>	Grundschule mit Förderstufe
<b>Form der Ganztags-schule</b>	Offene Nachmittagsangebote an 5 Nachmittagen pro Woche; Antragstellung zur anerkannten Ganztagschule läuft derzeit.
<b>Anzahl der Schüler</b>	380 (Migrationshintergrund ca. 50 %)
<b>Verpflegungsangebote in der Schule</b>	Frühstück in den Klassen (1-2. Klasse), Pausenkiosk 2 mal wöchentlich geöffnet, täglich Mittagsverpflegung
<b>Caterer</b>	Werkstatt Frankfurt (Warmverpflegung)
<b>Anzahl Essen</b>	Stand 07/2005: täglich ca. 45-50 Portionen Stand 05/2007: täglich ca. 65 Portionen

**Heinrich-Kraft-Schule**

<b>Schulform</b>	Kooperative Gesamtschule
<b>Form der Ganztags-schule</b>	Offene Nachmittagsangebote an 4 Nachmittagen pro Woche; Antrag zur anerkannten Ganztagschule läuft
<b>Anzahl der Schüler</b>	550 (Migrationshintergrund ca. 70 %)
<b>Verpflegungsangebote in der Schule</b>	Cafeteria mit Pausenkiosk und Mittagsverpflegung (Frisch- bzw. Mischküchensystem)
<b>Caterer</b>	Cafeteria Kellert
<b>Anzahl Essen</b>	Ca. 45 Portionen

**Anna-Schmidt-Schule**

<b>Schulform</b>	Regelgrundschule, Montessori-Grundschule und Gymnasium bis Jahrgang 13 (Privatschule)
<b>Form der Ganztags-schule</b>	täglich Nachmittagsbetreuung für Kl. 4-7. Hausaufgabenbetreuung und vielfältige Arbeitsgemeinschaften
<b>Anzahl der Schüler</b>	1250
<b>Verpflegungsangebote in der Schule</b>	Cafeteria, Mittagsverpflegung Zwischenverpflegung am Nachmittag in der Betreuung
<b>Caterer</b>	Frankfurter Party- und Veranstaltungsservice (Warmverpflegung, Cook & Chill)
<b>Anzahl Essen</b>	Ca. 230 Portionen

Ab der 2. Projektphase kamen folgende Schulen hinzu:

Tabelle 6: Neue Schulen in Projektphase 2

**Münzenbergerschule**

<b>Schulform</b>	Grundschule
<b>Form der Ganztags-schule</b>	Offene Nachmittagsangebote an 5 Nachmittagen pro Woche
<b>Anzahl der Schüler</b>	440 (Migrationshintergrund ca. 70 %)
<b>Verpflegungsangebote in der Schule</b>	Täglich Mittagsverpflegung
<b>Caterer</b>	Werkstatt Frankfurt (Warmverpflegung)
<b>Anzahl Essen</b>	Ca. 30 Portionen

**Wöhlerschule**

<b>Schulform</b>	Gymnasium (G8)
<b>Form der Ganztags-schule</b>	Anerkennung auf Ganztagsschule mehrfach beantragt. Unterricht am Nachmittag (G 8) und diverse Arbeitsgemeinschaften z.B. Ökohaus, Bienen, Internet, Fechten.
<b>Anzahl der Schüler</b>	1360
<b>Verpflegungsangebote in der Schule</b>	Täglich Mittagsverpflegung Zusätzlich Pausenverpflegung durch zwei Hausmeister
<b>Caterer</b>	Bärenstark (Warmverpflegung)
<b>Anzahl Essen</b>	Ca. 20 Portionen

**2.2.2 Beteiligte Cateringunternehmen, Lieferanten und Erzeuger**

Nachstehend werden die am Projekt beteiligten Cateringunternehmen sowie deren Lieferanten und Erzeuger vorgestellt.

**1.) Frankfurter Party- und Veranstaltungsservice GmbH & Co. KG**

Der Frankfurter Party- und Veranstaltungsservice GmbH & Co. KG existiert bereits seit über 40 Jahren. Inhaber ist Herr Markus Spengler. Das Unternehmen beliefert die Anna-Schmidt-Schule, eine Privatschule mit Grundschule, Montessori-Zweig und Gymnasium in der Frankfurter Innenstadt. Das Schulessen kostet 3,05 € (brutto).

### Lieferanten

Neben dem regionalen Naturkostgroßhändler (Phönix in Rosbach) beliefern den Frankfurter Party- und Veranstaltungsservice mehrere ökologische Zulieferer, z.B. die Behinderteneinrichtung St. Antoniusheim in Fulda mit angeschlossenen landwirtschaftlichen Bio-Betrieb, Gemüsebau und Verarbeitung (Bioland Betrieb). Sie beliefert täglich Frankfurter Großküchen mit selbst angebauten und gehandelten, regionalen und überregionalen Bio-Produkten. Ein Vertreter des Unternehmens war auf einer FrankFOOD-Fortbildung anwesend. Eine Exkursion mit Lehrkräften einer FrankFOOD-Schule führte u.a. auf den Hof des Unternehmens in Fulda.

### **2.) Werkstatt Frankfurt e.V.**

Die Werkstatt Frankfurt e.V. ist im sozialen Bereich tätig. Das Unternehmen bietet im Auftrag der Stadt Frankfurt/M., der Arbeitsagentur Frankfurt/M. und der Rhein-Main-Jobcenter GmbH qualifizierende Beschäftigung und Ausbildung von arbeitssuchenden Menschen in verschiedenen Berufszweigen an. Einer der fünf Sparten der Werkstatt Frankfurt e.V. ist der Bereich Servicebetriebe, zu dem auch die Schulverpflegung zählt. Die Werkstatt Frankfurt beliefert die beiden FrankFOOD-Partnerschulen Adolf-Reichwein-Schule und Münzenbergerschule. Das Essen der Werkstatt Frankfurt kostet 2,60 € (brutto).

### Lieferanten

Der Bezug der Produkte wechselte während der Projektlaufzeit. Das zunächst liefernde Unternehmen hatte keinerlei Regionalprodukte im Angebot. Bio-Produkte werden aus wirtschaftlichen Gründen nicht eingesetzt. Der Einkauf erfolgt seit Mitte 2006 über die Firma Singh GmbH, die nach eigenen Angaben alle ihre Kartoffeln und Feldgemüsearten (Möhren, Rote Beete, Sellerie, Kohlarten, Lauch, Zwiebeln) sowie in der Saison auch Salate, Spargel und Obstsorten von sechs genannten Betrieben in der FrankFOOD-Region bezieht, die angeschrieben und in die Datenbank aufgenommen wurden.

### **3.) Cafeteria Kellert**

Herr Alexander Kellert betreibt mit seiner Schwester seit etwa fünf Jahren die Schulkantine der Heinrich-Kraft-Schule in Frankfurt-Fechenheim (kooperative Gesamtschule). Neben der Schulkantine wird auch der Schulkiosk von den Kellerts geführt. Derzeit werden ca. 45 Schulessen täglich frisch produziert. Das Mittagsmenü, bestehend aus Hauptgang und Vorspeise oder Nachtisch, kostet 2,70 € für Schüler und 3,00 € für Lehrer. Neben

SchülerInnen der Heinrich-Kraft-Schule werden auch Schüler der benachbarten Freiligrath-Grundschule täglich mitverpflegt. Die Produkte werden bisher überwiegend vom Großmarkt oder Discounter bezogen. Fleisch wird bei einem lokalen Metzger eingekauft.

Nachweislich regionale Produkte werden nur anlässlich besonderer Aktionen eingesetzt und ab 2007 wurden regionale Kartoffeln in der Mittagsverpflegung eingesetzt. Ökologische Produkte werden aus Kostengründen nicht eingesetzt.

#### **4.) Bärenstark**

Bärenstark ist ein privatwirtschaftliches Unternehmen, dessen Geschäftsführerin über langjährige Erfahrungen im sozialen Bereich verfügt. Anfang 2007 wurde im Zuge des Auf- und Ausbaus eine neue Küche bezogen, der Personalstock verändert und der Lieferant gewechselt.

Im Mai 2007 produzierte Bärenstark täglich 950 Essen, davon 300 für 6 Schulen, zum Preis von 2,65 (brutto). Die übrigen 550 Essen werden an Kitas geliefert. Bärenstark bietet für den Preis Vorspeise, Hauptspeise und Nachtisch mit 10% Bio-Anteil, der dadurch erreicht wird, dass Kartoffeln und Möhren grundsätzlich in Öko-Qualität sind.

##### Lieferanten

Die konventionellen Obst- und Gemüseprodukte liefert die Fa. Singh (s. Werkstatt Frankfurt). Die ökologischen Produkte liefert die soziale Einrichtung Antoniushof, Fulda. (s. Partyservice). Dadurch erreicht das Unternehmen, neben dem Frankfurter Partyservice, den höchsten Anteil regionaler Produkte unter den vier beteiligten Cateringunternehmen.

Daten zur gegebenen und möglichen Regionalität der eingesetzten Produkte bei drei der vier Partner-Cateringunternehmen finden sich in den Kalkulationen eines Modellspeiseplans in Kapitel 3.1.3.

##### **Weitere interessierte Cateringunternehmen:**

Die intensive Öffentlichkeitsarbeit begleitend zu den Aktionen des FrankFOOD-Projekts bewirkte, dass die Bekanntheit und das Interesse am FrankFOOD-Projekt stark gewachsen sind. Dies zeigte sich auch in verstärkter Präsenz weiterer Caterer bei den Veranstaltungen sowie telefonische Anfragen für Gespräche. Mit fünf weiteren Caterern wurden entsprechende Gespräche geführt. Es waren dies die Unternehmen:

- Hits für Kids
- Internationaler Bund
- Frankfurter Verein – Reha Werkstatt Niederrad
- OPAL-Catering
- Sodexho

Neben Bärenstark und der Werkstatt Frankfurt beteiligten sich die Unternehmen Internationaler Bund, Niederräder Werkstatt, Hits für Kids sowie OPAL an der FrankFOOD-Erdbeeraktion im Juni 2007. Bei Fortführung des FrankFOOD-Projekts wäre eine Aufnahme als FrankFOOD-Caterer sehr wahrscheinlich. Ein Abschlussgespräch mit den Cateringunternehmen sowie den Schulen steht für September 2007 aus.

## **2.3 Regionale Produkte und Markt**

### **2.3.1 Der Markt für Regionalprodukte**

Die Zusammenarbeit mit den Cateringunternehmen, Händlern, Verarbeitern und Erzeugern regionaler Produkte war schwerpunktmäßig Aufgabe des IfLS. Projektziel war festzustellen, inwiefern ein verstärkter Einsatz regionaler Produkte in der Schulverpflegung möglich ist, und dies möglichst auch umzusetzen. Dazu müssen neben den Schulen (Schüler, Lehrer, Eltern), als Kunden der Schulverpflegung, vor allem die Caterer gewonnen werden. Da in der Regionalvermarktung die Transparenz der Herkunft sowie die faire Partnerschaft in einer Wertschöpfungskette, auch aus Marketinggründen, wichtig ist, sollten auch die Zwischenstufen sowie die Erzeuger eingebunden werden.

Folgende Schritte wurden unternommen:

- Schulung der Erzeuger und Lieferanten
- Installation eines Internetauftritts mit einer Produktdatenbank und deren kontinuierlicher Ausbau
- Auswertung vorhandener regionaler Anbieterverzeichnisse
- Adressanfrage bei einschlägigen Verbänden und Institutionen
- Mailingaktionen an deren Mitglieder
- Systematische Ansprache aller in Frage kommenden Unternehmen

- Aufnahme im Projektzeitraum kennen gelernter oder selbst aktiver Unternehmen und landwirtschaftlichen Vermarktern

Ziel war es, Unternehmen aus allen Stufen der Wertschöpfungskette anzusprechen und einige davon möglichst unmittelbar in das Projekt, und ggf. eine spätere Projektträgerschaft, mit einzubinden.

### **2.3.2 Modellkalkulationen**

Die Diskussion um Mehrkosten beim verstärkten Einsatz regionaler Produkte in der Mittagsverpflegung wurde in allen Schulen und mit den Caterern intensiv geführt. Zur Unterstützung dieses Prozesses erschien es angebracht, anhand von Kostenkalkulationen zu zeigen, ob und in welcher Höhe Mehrkosten beim Einsatz regional-konventioneller und regional-biologischer Produkte entstehen.

Dank der Unterstützung und Bereitstellung von Speiseplandaten seitens drei der vier beteiligten Caterer konnten Speisepläne für den Monat September 2006 hinsichtlich des Einsatzes regional-konventioneller und regional-biologischer Lebensmittel kalkuliert werden. Dazu wurden die Speisepläne mit Mengen und Preisangaben in eine Excelkalkulation eingegeben. Für jedes verwendete Produkt wurde außerdem der prozentuale und absolute Mengenanteil mit Herkunft errechnet und angegeben (regional-biologisch RB, überregional-biologisch ÜB, regional-konventionell RK, überregional-konventionell ÜK).

## **2.4 Ernährungs- und Verbraucherbildung**

### **2.4.1 Angebote für Schulen**

Die Einführung einer regionalen, vollwertigen und gesunden Verpflegung an Schulen kann nur gelingen und wird auf Dauer akzeptiert, wenn alle Beteiligten dahinter stehen (Schüler, Schulleitung, Lehrkräfte, Eltern, Schulträger, Hausmeister etc.), d.h. alle müssen „mit ins Boot“ genommen werden. Die Bedürfnisse der einzelnen Gruppen müssen mit den Empfehlungen für die Schulverpflegung verbunden werden. Diese Diskussion ist mit jeder neuen Schulgeneration und deren Eltern wieder neu zu führen. Deshalb ist es grundsätzlich wichtig, dass langfristige Strukturen geschaffen werden, die von den Schulen aktiv mitgetragen werden.

Die Schulverpflegung bietet neben den gesundheitlichen Aspekten eine gute Möglichkeit, Kinder und Jugendliche an eine nachhaltige Ernährungsweise heranzuführen. Dazu ist es nötig, das Thema in den Schulalltag zu integrieren und auf verschiedenen Ebenen praktisch und individuell erfahrbar zu machen. Die Realität in vielen Schulen wird den Ansprü-

chen jedoch nur ansatzweise gerecht. In den Naturwissenschaften ist allgemein ein rascher Wissenszuwachs zu verzeichnen und neue Forschungsergebnisse klären Ernährungsirrtümer auf, die sich über Jahrzehnte gehalten haben. Untersuchungen belegen, dass Schulbücher häufig veraltet sind und die Aus- und Fortbildung von Lehrkräften revidiert werden müsste. Es besteht zudem die Forderung nach methodisch-didaktisch aufbereiteten Informationen für Lehrkräfte (Heseker 2000).

Vor diesem Hintergrund hat die Verbraucherzentrale Hessen im Rahmen des Projekts FrankFOOD Angebote konzipiert, die möglichst breitgefächert auf verschiedene Bedürfnisse von Schulen zugeschnitten sein sollten. Es umfasst die Bereitstellung aktueller und zielgruppengerechter Unterrichtsmaterialien, Veranstaltungen für Lehrkräfte und Schulklassen sowie eigens im Verlauf des Projekts neu konzipierte Konzepte. Ziel war es, Unterstützungsstrukturen zu schaffen und das Erleben und „Selbst tun“ von Schülern, Lehrkräften und Eltern in den Vordergrund zu stellen, um so nachhaltige Veränderungsprozesse anzustoßen. Im Einzelnen wurden den Schulen folgende Angebote vorgeschlagen: Schulworkshops und Arbeitsgruppen mit den beteiligten Akteuren

- Bereitstellung von Unterrichtsmaterialien und einem Projektordner mit Hintergrundinformationen
- Angebot Lehrerfortbildungsveranstaltungen
- Angebote für Schulklassen, erlebnispädagogische Ansätze
- Ansätze zur Elternarbeit

#### **2.4.2 Überprüfung der Speisepläne und Beratung**

Mit der verstärkten Einrichtung von Ganztagschulen und der Notwendigkeit eines warmen Mittagessens für die SchülerInnen rückte das Thema „Ernährung und Schule“ seit 2003 stärker in den Blickpunkt. Fachgesellschaften für Ernährung und neu eingerichtete Arbeitsgruppen erarbeiteten Empfehlungen für das Verpflegungsangebot in Schulen, welche auf Internetplattformen präsentiert werden. Informationsmaterialien und bundesweite bzw. landesweite Veranstaltungen sollen die Einführung eines gesundheitsorientierten Verpflegungsangebots unterstützen.

Die Verbraucherzentrale Hessen führt seit 2003 für Lehrkräfte Fortbildungsveranstaltungen zur Mittagsverpflegung an Schulen durch. Erfahrungen zeigen, dass viele Schulen und Caterer für Mittagessen konkrete Umsetzungshilfen und ggf. Vor-Ort-Beratung benötigen, um die Empfehlungen zum Verpflegungsangebot in der Praxis zu erfüllen. Nötig ist zudem die Absicherung der ernährungsphysiologischen Qualität des Angebots in den Schulen. Denn die für Gemeinschaftsverpflegung zuständigen Behörden (Veterinärbehör-



den, Gesundheitsämter) sichern lediglich gesetzliche Vorgaben ab, die insbesondere den Hygienebereich betreffen.

Im FrankFOOD-Projekt wurde ein Caterer intensiv durch einen externen Küchen-Experten beraten. In der zweiten Projekthälfte wurde das existierende Verpflegungsangebot (Speisepläne) aller Caterer und Pächter von einer Ernährungsexpertin untersucht und es wurden Empfehlungen und Tipps für die Gestaltung des Angebots gegeben.

Zur Bewertung der Speisepläne entwickelte die Verbraucherzentrale ein Bewertungsschema in Form einer Checkliste. Grundlage bildeten die aktuellen Empfehlungen des Instituts für Kinderernährung mit dem optimix-Konzept, die Bremer Checkliste und DGE-Empfehlungen, ergänzt durch fachliche Konkretisierungen durch die Verbraucherzentrale Hessen.

Mittels eines Ist-Soll-Vergleichs wurde von den teilnehmenden Cateringunternehmen jeweils ein 6-Wochenspeiseplan vom Zeitraum Januar bis März 2007 beurteilt. Auf Grundlage der Ergebnisse der Bewertung wurden Empfehlungen zur Veränderung der Speiseplangestaltung gegeben. Die Ergebnisse dienten dazu, die beteiligten Caterer mit Hilfe der gewonnenen Ergebnisse bezüglich ihres Speisenangebots zu beraten. Damit soll zu einer qualitativen Verbesserung des Angebots beigetragen werden. Die Checklisten mit schriftlichen Ausführungen werden den Caterern zur Verfügung gestellt und im Rahmen von Feedbackgesprächen Veränderungen angeregt.

### **2.4.3 Bildungsangebote für Lieferanten**

Der Außer-Haus-Markt für Bio-Produkte wächst stetig und auch die Regionalität der eingesetzten Produkte spielt für die Tischgäste eine immer größere Rolle. Die Belieferung von Schulen / Schulcaterer ist für viele Lieferanten jedoch Neuland.

Ziel war es, bei den regionalen Lieferanten im Rhein-Main-Gebiet Interesse am Frankfurter Schulverpflegungsmarkt zu wecken und Kontakt zu potentiellen Lieferanten für FrankFOOD zu bekommen. Es erschien deshalb bereits in der ersten Phase des Projekts angebracht, eine Fortbildungsveranstaltung zur Außer-Haus-Verpflegung für regionale Erzeuger, Hersteller, Händler und regionale Markenvertreter anzubieten, um über die Potentiale und Anforderungen des Schulverpflegungsmarktes und über FrankFOOD zu informieren. Außerdem wurde über die Möglichkeit einer Qualitätszertifizierung informiert.

Im Rahmen weiterer Informationsveranstaltungen im Laufe des Projekts für Direktvermarkter und regionale Erzeuger wurde über die Fortschritte und Potentiale des FrankFOOD-Projekts berichtet und versucht, neue Partner einzubinden (vgl. Kapitel 1.2 ).

## **2.5 Begleitforschung**

### **2.5.1 Befragung der Schulen**

Um die Ist-Situation bzgl. Zufriedenheit mit der Schulverpflegung analysieren zu können, wurde eine schriftliche Befragung von Schülern, Lehrern und Eltern mittels eines standardisierten Fragebogens durchgeführt. Die Analyse der Ist-Situation sollte als Grundlage für die Verbesserung der Schulverpflegung dienen. Der Fragebogen enthielt neben einem Anschreiben 19 Fragen für Schüler und Lehrer sowie 26 Fragen für die Eltern. In einem ersten Teil wurden Schüler, Eltern und Lehrer nach der Teilnahme an der Schulverpflegung und ihrer Zufriedenheit gefragt, sowie, welche Aspekte sie beim Schulmittagessen wichtig finden, was sie gut finden und in welchen Bereichen Verbesserungsbedarf besteht.

Daneben wurden in einem zweiten Teil Fragen zur Zahlungsbereitschaft für regionale Produkte gestellt, um herauszufinden, wie der Einsatz regionaler Produkte bei den Eltern noch besser kommuniziert werden kann, Verständnis für evtl. Mehrkosten für regionale Produkte geweckt wird und ihre Zahlungsbereitschaft erhöht werden kann. Da die Verbraucherzentrale Hessen ihren Schwerpunkt in der Ernährungs- und Verbraucherbildung hat und viele Aktionen in den Schulen durchgeführt wurden, enthielt der zweite Teil des Schülerfragebogens außerdem Fragen zur Ernährungsbildung und regionalen sowie biologischen Lebensmitteln, um einen Eindruck über den Wissenstand hierzu zu bekommen.

Ein Befragungsschwerpunkt bei den Lehrern war das Thema Ernährung und regionale Landwirtschaft im Unterricht. Ob und wie werden diese Themen von den Lehrern in den Unterricht integriert und welche Hilfestellungen wünschen sich die Lehrer bei diesen Themen? Die Ergebnisse sollten vor allem dazu beitragen, die ernährungspädagogischen Angebote der Verbraucherzentrale Hessen noch besser auf die Bedürfnisse der Lehrkräfte abzustimmen zu können.

### **2.5.2 Teilnehmende Beobachtung**

Einige der von der Verbraucherzentrale Hessen durchgeführten ernährungspädagogischen Aktionen wurden mittels einer teilnehmenden Beobachtung durch das IfLS auf ihre Konzeption und Effizienz hinsichtlich Ernährungsbildung und Vermittlung des Themas „regionale Produkte / regionale Landwirtschaft“ untersucht. Die Schwerpunkte der teilnehmenden Beobachtung lagen darin, Rückmeldung über die im Rahmen des Frank-FOOD-Projekts durchgeführten Veranstaltungen zu bekommen und die ernährungspäda-

gogischen Aktionen zu bewerten. Die Teilnahme an diesen Aktionen war geleitet durch drei Kernfragen:

- a) Über welche Themen und Inhalte wurde informiert?
- b) In welcher Form kommen regionale Produkte / regionale Landwirtschaft zum Einsatz und wie wird dies kommuniziert und von den Schülern aufgenommen?
- c) Welche Veränderungen (vorher/nachher) lassen sich feststellen und steigt die Akzeptanz des Schulessens?

Die Teilnehmende Beobachtung fand bei Aktionen von drei Partnerschulen statt. Die Ergebnisse flossen in die Einschätzung der Eignung der Zielgruppenarbeit durch die VZH ein.

## **3 Ergebnisse des Projekts**

### **3.1 Regionale Produkte und Markt**

#### **3.1.1 Definition der Herkunftsregion**

Als Herkunftsregion im Rahmen des FrankFOOD-Projekts wurde ein Radius von maximal 150 Kilometern rund um Frankfurt festgelegt. Dies ermöglicht es, sowohl Produkte aus ganz Hessen, als auch aus den unmittelbar angrenzenden Teilen Niedersachsens, Thüringens, Badens, der Pfalz und Rheinhessens einzubeziehen. Die Größenordnung dieser Kulisse entspricht auch empirischen Erfahrungen des IfLS (Kullmann 2007a) und wurde von allen Projektbeteiligten als sinnvoll akzeptiert.

Die Neuheit und „Eingängigkeit“ des Begriffes FrankFOOD war von Beginn an ein Erfolgsfaktor. So meinte einer der Caterer: „Die Namensidee ist genial. Schade, dass ich nicht drauf gekommen bin“. Allerdings gab es auch immer wieder Assoziationen wie „Frankenstein Food“ bzw. Fast Food. Diese standen dem Projekt nie im Wege.

Der Begriff umfasste jedoch nicht, wie in anderen regionalen Vermarktungsprojekten üblich, einen Begriff für eine Herkunftskulisse, die sich auf eine Landschaft oder einen alten Kulturraum bezieht, der bereits in den Köpfen seiner Einwohner, bzw. der Frankfurter, eine positive Assoziation auslöst. Der Kunstbegriff FrankFOOD musste also immer wieder neu kommuniziert werden. Gegen Projektende war er in den Schul- und Elternkreisen der Stadt jedoch schon recht bekannt und die Projekthomepage häufig besucht.

#### **3.1.2 Homepage**

Im Rahmen des Projektes wurde im Juni 2006 die Homepage [www.FrankFOOD.net](http://www.FrankFOOD.net) freigeschaltet. Die Homepage diente als Informationsmedium zum Projekt und bot die Möglichkeit, auch überregional zu informieren. Neben allgemeinen Informationen über Ziel, Konzept und Beteiligte des Projekts enthält sie Hintergrundinformationen zu regionalen Produkten, Ernährungsbildung und Schulverpflegung sowie die Angebote der Verbraucherzentrale Hessen für Schulen. Hinweise zu aktuellen Events und Veranstaltungen wurden veröffentlicht.

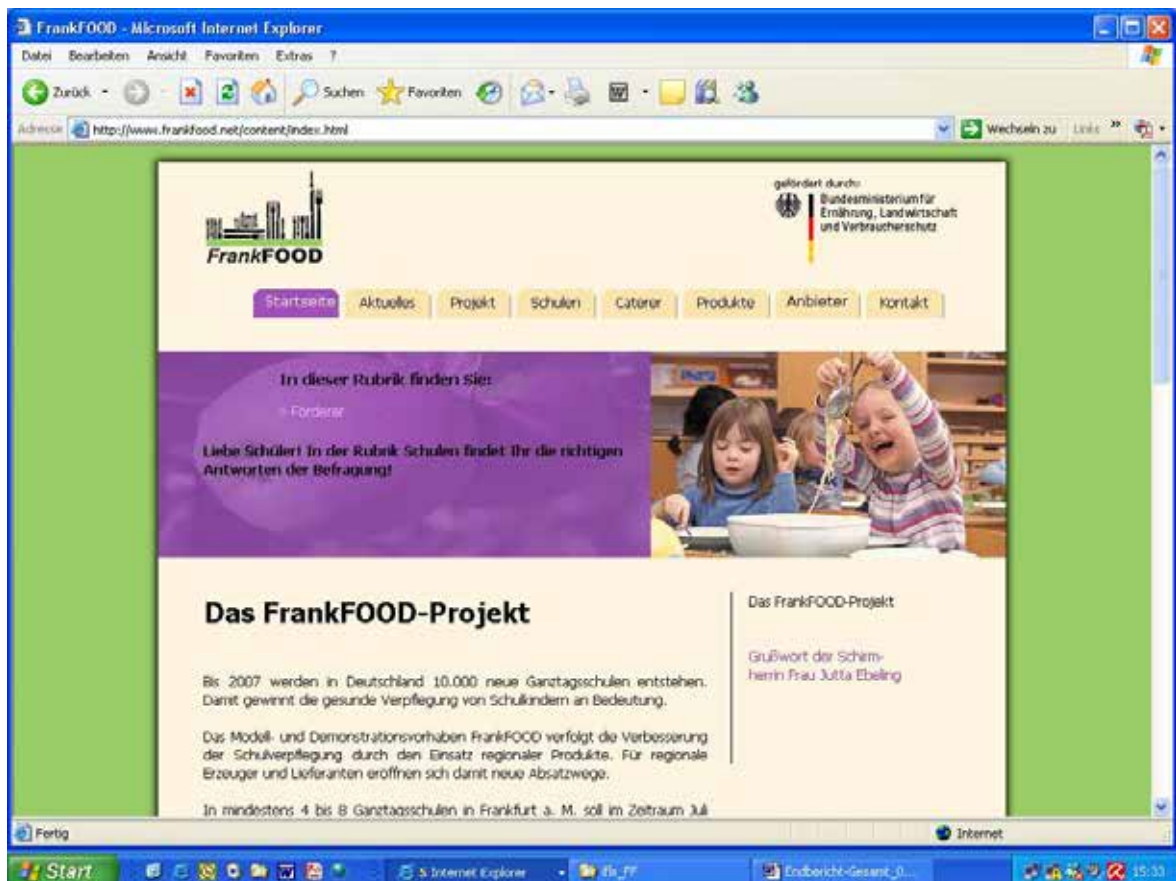
Die regionale Produktdatenbank, erstellt durch das Institut für ländliche Strukturforchung, war und ist weiterhin auf der Homepage online einsehbar. Sie bietet Caterern die Möglichkeit, sich über Anbieter regionaler Produkte wie Kartoffeln, Obst und Gemüse, Milchprodukte, Eier, Fleisch- und Wurstwaren, Back- und Teigwaren, Öle und Trockenprodukte sowie Getränke zu informieren. Anhand eines Codes gelangt man von jedem Produkt über den entsprechenden Händler zum Verarbeiter (bei verarb. Produkten) und letztend-

lich zum regionalen Erzeuger des Produkts. Damit wird eine Rückverfolgbarkeit bis zum Erzeuger möglich. Die Datenbank wurde nach und nach erweitert und führt mittlerweile über 1000 regionale Produkte. Insgesamt weist sie jetzt rund 200 Erzeuger, 16 mittelständische Verarbeiter und 25 Händler aus den Regionen rund um Frankfurt auf.

Die Schulseiten sind über die Angabe des Caterers ebenfalls mit der Produktdatenbank verlinkt. Es wurde angestrebt, dass die Herkunft einzelner regionaler Produkte vom Caterer bis zum Erzeuger nachvollzogen werden kann.

Der Bekanntheitsgrad von FrankFOOD als Marke wurde durch die Homepage verbessert. Von Seiten der Caterer, regionalen Erzeuger und Lieferanten, aber auch von Schulen gab es ein gutes Feedback zur Homepage.

Abbildung 2: Startseite der Homepage www.FrankFOOD.net



### 3.1.3 Arbeit mit den Caterern

Das IfLS nahm von Beginn an den Kontakt mit den städtischen Cateringunternehmen auf, insbesondere mit den zunächst drei, später vier FrankFOOD-Caterern der Partnerschulen. Diese wurden in mehreren Gesprächen in ihren Unternehmen über das Projekt und seine Anliegen informiert, die Projektziele und das regionale Produktangebot erläutert sowie konkrete Gespräche über die Möglichkeit der Einlistung regionaler Produkte geführt. Die bisherigen Anteile regionaler, teilweise auch ökologischer Regionalprodukte wurden analysiert sowie Möglichkeiten der Erhöhung des Regionalanteils mit den Caterern erörtert.

Der **Frankfurter Party- und Veranstaltungsservice** baute seit Mai 2005 neben dem klassischen Veranstaltungsservice mit der Mittagsverpflegung von Schulen und Kindertagesstätten ein zusätzliches Standbein auf. Nach Angaben des Unternehmens werden Bio-Menüs mit 70% Bio-Anteil zu einem Preis von 3,05 € angeboten. Der Bio-Anteil wird im Speiseplan produktweise oder gelegentlich als 100% Bio-Gericht dargestellt.

Im Mai 2007 wurden etwa 1.800 Schul- und Kita-Essen täglich in Frankfurt produziert. Es werden 8 Schulen und rund 35 Kindertagesstätten beliefert. Ein Mittagsmenü besteht aus einem Hauptgang mit Salat oder Dessert (nicht täglich). Das Unternehmen ist nach EG-Bio-Verordnung zertifiziert und legt bei Bio-Produkten nach eigenen Angaben großen Wert auf regionale Verbandsware (Demeter, Bioland) (s. 2.2.3 Lieferanten).

Das Thema des höheren Preises zog sich durch alle Gespräche wie ein roter Faden. Nur ein minimal höherer Preis würde akzeptiert werden, um regionale Ware noch stärker einzusetzen. Da das Unternehmen selbst stark im Markt vertreten und offensichtlich wirtschaftlich erfolgreich ist, konnte bis zum Projektabschluss keine zusätzliche Erhöhung des schon hohen regionalen bzw. Bio-Anteils erreicht werden.

Bei der **Werkstatt Frankfurt e.V.** existiert der Bereich Schulverpflegung seit 1994. Momentan werden täglich 400 Portionen gekocht und an 10 Schulen in Frankfurt/M. warm ausgeliefert. Das Mittagessen kostet 2,60 € und beinhaltet Vorspeise (Suppe/Salat), Hauptgang und Dessert. Bio-Produkte werden nicht eingesetzt.

Die Küche der Werkstatt Frankfurt zog im Laufe des Projekts in 2006 in ein neues Gebäude um, in dem wie zuvor das Kochen für die Schulverpflegung nur in der Zeit ab 1 Uhr nachts bis morgens 9 Uhr möglich ist. Ein Wachstum des Unternehmenszweiges sowie wesentliche Optimierungen der Arbeitsprozesse, Organisation und Rentabilität der Schulverpflegung scheinen durch die Gegebenheiten für die Zukunft begrenzt zu sein. Die soziale Organisation der Werkstatt Frankfurt ermöglicht jedoch eine Quersubvention der

Arbeits- und Herstellungskosten, die das Angebot eines vollwertigen konventionellen Schulessens zu einem relativ günstigen Preis ermöglicht.

Die Offenheit der „Werkstatt“ für das FrankFOOD-Projekt war grundsätzlich gegeben. Ein Problem ist immer die hohe Arbeitsbelastung der Mitarbeiter und die daher begrenzte Zeit für Gespräche, Meetings etc.. Eine Veränderung der Regionalanteile des Essen fand vor allem durch den Wechsel des Obst- und Gemüselieferants statt (s. Lieferant Fa. Singh).

Die **Cafeteria Kellert** in der Heinrich-Kraft-Schule in Fechenheim produziert nur eine geringe Anzahl an Essen von ca. 45 pro Tag. Dadurch ist das Angebot kaum wirtschaftlich zu betreiben. Die Betreiber leben im Wesentlichen auch vom Kioskbetrieb und leisten viele unbezahlte Überstunden. Die wirtschaftliche und organisatorische Situation sowie die zu Beginn sehr schlechte Kommunikation mit der Schulleitung machten die Zusammenarbeit schwierig. Das FrankFOOD-Team bemühte sich sehr um eine kontinuierliche Kommunikation mit den Pächtern und der Schule. Mit dem Betreiber wurde intensiv kommuniziert sowie eine Küchenberatung zur Optimierung des Angebots durchgeführt. Im Rahmen der Ernährungsbildung der VZH wurde das Pächterpaar in verschiedene Aktionen, wie z.B. die Aktion „Mein Lieblingsessen“ eingebunden.

Der Caterer **Bärenstark** befand sich während der Projektlaufzeit in einer Ausbau- und Konsolidierungsphase. Die Geschäftsführerin, die auf 20-jährige Berufserfahrung im sozialen Bereich zurückgreifen kann, investierte erhebliche Anteile ihrer Arbeits- und Freizeit in den Neubau einer Küche sowie die Neuakquisition von Kunden (Schulen und Kitas). Bärenstark engagierte sich stark im FrankFOOD-Projekt, insbesondere durch aktive Diskussion des Preisgefüges am Beispiel der durchgeführten Modellkalkulationen. Dabei zeigte sich, dass das Unternehmen als einziger der beteiligten Caterer für Vor-, Haupt- und Nachspeise sowie 10% Bio-Anteil und bereits rd. 15% regionale Produkte (im September 2006) anbot, dass dies jedoch zum damals aktuellen Preis von 2,65 € (ohne Ausgabe) nur schwer bzw. nicht kostendeckend angeboten werden kann, rechnet man die insgesamt eingesetzte Arbeitszeit an.

### **Zentrales Thema Preis**

In den Gesprächen mit den Caterern wurde immer wieder schnell die bereits erwartete zentrale Frage des Produktpreises deutlich. Dazu muss zunächst gesagt werden, dass nur einer der Partner-Caterer (Frankfurter Partyservice) unter rein marktwirtschaftlichen Bedingungen arbeitet. Bei den anderen drei Unternehmen werden die Arbeitskosten durch unbezahlte Überstunden (Cafeteria Kellert und Bärenstark) oder, im Fall der Werkstatt Frankfurt, durch soziale Zuschüsse subventioniert.

Das heißt, drei der Unternehmen bieten schon heute ihr Schulessen, in der Regel aus Vor-, Haupt- und Nachspeise, zu subventionierten Preisen an. Bei Bärenstark und Werkstatt Frankfurt mittlerweile mit ca. 10% Gemüseprodukten von regionalen Lieferanten der Fa. Singh, im Falle von Bärenstark mit zusätzlich 10%-Bio-Anteil. Der Frankfurter Party-service kann nur durch den Verzicht auf mindestens eine Beilagenkomponente, bei einem Bio-Anteil von ca. 70%, bei einem Preis unter 3,- € bleiben.

Die Bereitschaft der Cateringunternehmen, verstärkt regionale Produkte einzusetzen, ist bei höherem Beschaffungs-, Lagerungs- und Verarbeitungs- und Kommunikationsaufwand relativ gering. Das FrankFOOD-Projekt hat Vorschläge zur Kompensation der höheren Kosten durch Veränderungen am Menü (mehr günstige regionale Produkte wie Äpfel und Kohlarten, Milchprodukte aus Direktvermarktung, optionale Beilagen) gemacht, um hierzu eine Handlungsbereitschaft der Caterer zu erreichen. Mit FrankFOOD wurde versucht, die Grundlage für ein umfassendes Marketingkonzept zu entwickeln.

#### **3.1.4 Modellkalkulationen**

Damit erfasst werden kann, wie viel teurer der Einsatz regionaler Bestandteile tatsächlich wird, wurden Modellkalkulationen durchgeführt. Berechnet wurde die Veränderung der Wareneinsatzkosten bei einem stufenweisen Mehreinsatz regionaler konventioneller und ökologischer Produkte. Ziel war es, aufbauend auf einer Basiskalkulation mit aktuellem Produkt- und Preismix, Stufe um Stufe bestimmte Produkte mit regionalen Produkten zu ersetzen und die Veränderung des Preises, d.h. des Anteils der Wareneinsatzkosten, zu berechnen.

Die beteiligten Cateringunternehmen wurden gebeten, Speisepläne für den Monat September 2006, ihre zugrunde liegenden Rezepte inkl. Mengenabgaben sowie die Preise der eingesetzten Produkte bereit zu stellen. Es spricht für die hohe Motivation der Caterer sowie die gute Beziehung zum FrankFOOD-Team, dass drei der vier Caterer ihre Daten vollständig bereitstellten. Für ein Unternehmen mussten Basispreise angenommen werden, da diese nicht bekannt gegeben wurden. Für die drei größten Unternehmen wurden die Preise kalkuliert.

Im September 2006 wurde von den Caterern an 20 Wochentagen Schulverpflegung gekocht. Die Mengenangaben in den Rezepten der Speisepläne wurden für jeden Tag einzeln in MS Excel eingegeben. Die Preise aller Produkte wurden in einer anderen Tabelle erfasst, getrennt nach (nicht-) regionalen und (nicht-) ökologischen Produkten. Erfasst wurden die konkreten Preise aus den Rechnungen der Lieferanten oder aus Aufzeichnungen der Caterer. Zur späteren Kalkulation mit anderen, regionalen und ökologischen



Produkten, wurden alle zu diesem Zeitpunkt in der FrankFOOD-Produktdatenbank gelisteten Produkte herangezogen.

Zunächst erfolgte die Basiskalkulation. Diese berücksichtigte bereits den aktuellen Produktmix des jeweiligen Caterers. Wurden also bereits regionale und ökologische Produkte eingesetzt, so wurden diese bei der späteren Simulation nicht mehr ausgetauscht.

Die **Basiskalkulation** der Caterer setzte sich wie folgt zusammen:

Caterer 1: über 50% Öko-Anteil, davon Kartoffeln, Möhren, Feldgemüse u.a. regional

Caterer 2: Regionalanteil ca. 10%, davon Kartoffeln, Möhren, Feldgemüse u.a.

Caterer 3: Regional konv. 10% (wie 2), zzgl. 10% Ökoanteil regional (Kartoffeln, Möhren)

Die **Modellkalkulation** mit folgenden Varianten:

- Austausch nur mit Produkten (und Preisen) aus der FrankFOOD-Produktdatenbank (Stand 09/06)
- Austausch mit regionalen Produkten mit dem jeweils günstigsten Preis
- Kein Ersatz überregionaler Öko-Produkte mit konventionellen Regionalprodukten

Die o.g. Regeln führten dazu, dass eine Reihe von Produkten aus den Rezepten nicht ersetzt werden konnte, so waren z.B. Strauchtomaten, Gurken, Auberginen, Paniermehl, Fleischbrühe, Gewürze, Popcorn, Kuchen, Fladenbrot und Fertigwaffeln aus konventioneller Produktion nicht aus der Region verfügbar bzw. in der Datenbank gelistet. Dies galt ebenso für Nudeln, Mozzarella, Fruchtojoghurt, Brokkoli, Blumenkohl und Erbsen aus ökologischer regionaler Erzeugung. Im Schnitt konnten Veränderungen für jeweils 350g eines durchschnittlichen 500g-Menüs berechnet werden.

Die Modellkalkulation wurde für 12 Produkt-/Preis-Kombinationen, hier Preisstufen genannt, durchgeführt. Die Preisstufen zeigt Tabelle 7.

Tabelle 7: Preisstufen der Modellkalkulation

Regionale Produkte	Preisstufen	Preisstufen
	konventionell	ökologisch
Basis Caterer	0	
Kartoffeln, Nudeln + Backwaren	1	7
Salate und Feldgemüse	2	8
Gemüse komplett	3	9
Milchprodukte + Eier	4	10
Nachspeisen: Obst, Eis etc.	5	11
Fleisch- und Wurstwaren	6	12

Die Preisstufen zeigen, dass zunächst preiswerte Stärkebeilagen und Backwaren ausgetauscht wurden (Preisstufe 1 bzw. 7), dann Salate und Feldgemüse (Preisstufe 2 bzw. 8), dann Obst und Gemüse komplett (Preisstufe 3 bzw. 9).

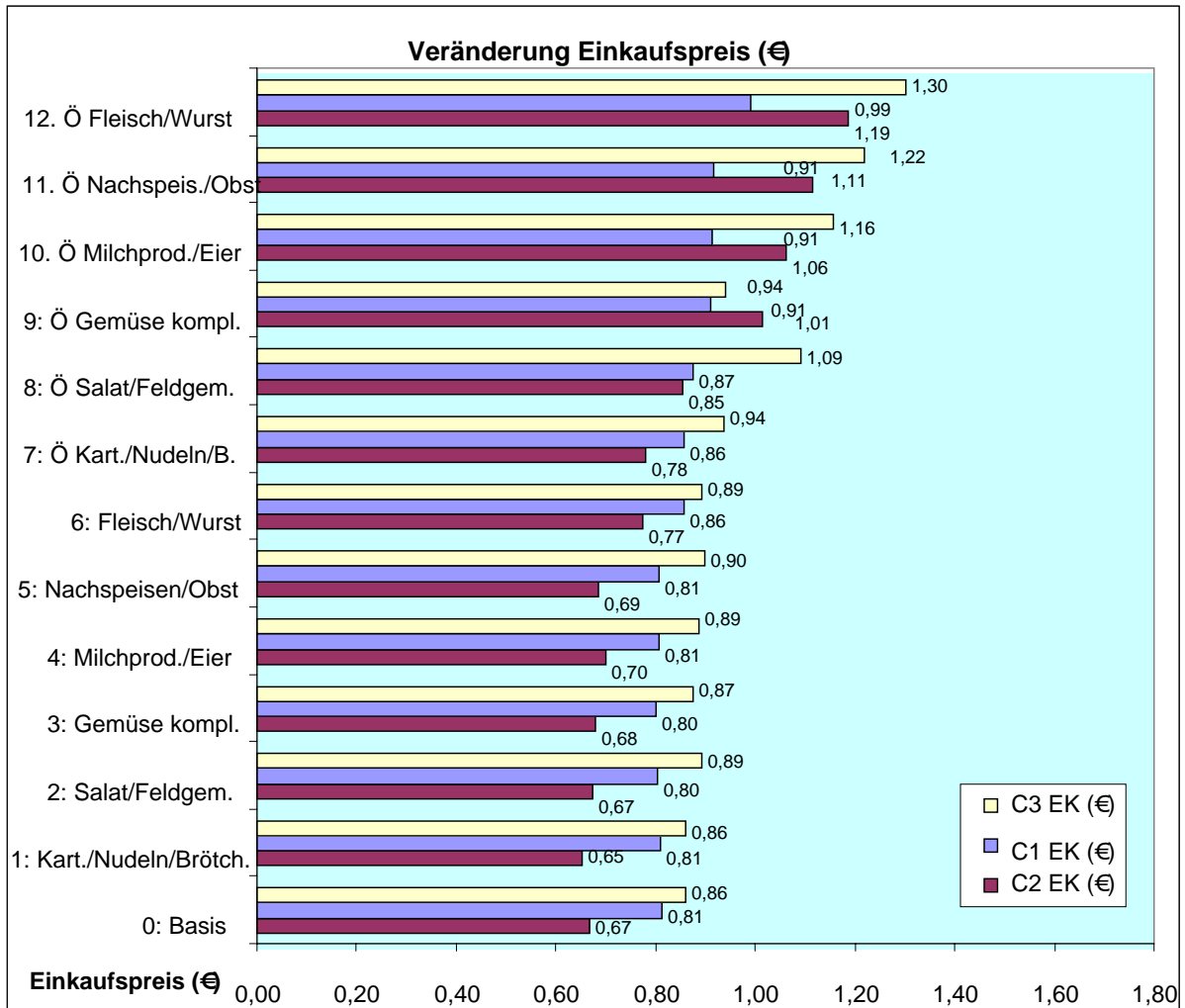
Diese Unterscheidung wurde gemacht, da die Stufen 2 bzw. 8 bei den Caterern Realität waren, und daher die Stufen 3 bzw. 9 eine tatsächliche Veränderung bedeuteten (sofern entsprechende regionale Ersatzprodukte verfügbar waren). Dies war nicht immer der Fall. So wurde z.B. als Alternative zu einem Obstsalat aus Südfrüchten ein Mix aus saisonalem Obst kreiert, der jedoch einen hohen (preiswerten!) Apfelanteil hatte. Die übrigen Stufen sprechen für sich.

### Ergebnisse

Die folgenden Schaubilder zeigen die unterschiedlichen Effekte der kalkulierten Preisstufen. Abbildung 3 zeigt die Effekte auf den absoluten Einkaufspreis in € (für 350g = 70% eines 500g-Menüs). Abbildung 4 zeigt die Preiseffekte der kalkulierten Preisstufen in den jeweiligen Einzelschritten (in %, in Bezug zum Ausgangspreis). Abbildung 5 zeigt diese Preisschritte als kumulierte Mehrkosten (in %, Bezug Ausgangspreis).

Die Ergebnisse zeigen, dass der Einsatz regionaler Produkte in der Regel etwas teurer ist, nicht jedoch zwingend in jedem Fall. In Einzelfällen zeigt sich in den Schaubildern, dass der Mehreinsatz regionaler Produkte in manchen Fällen preisneutral oder sogar kostengünstiger machbar ist, wenn bestimmte Produkte aus der FrankFOOD-Datenbank gewählt werden.

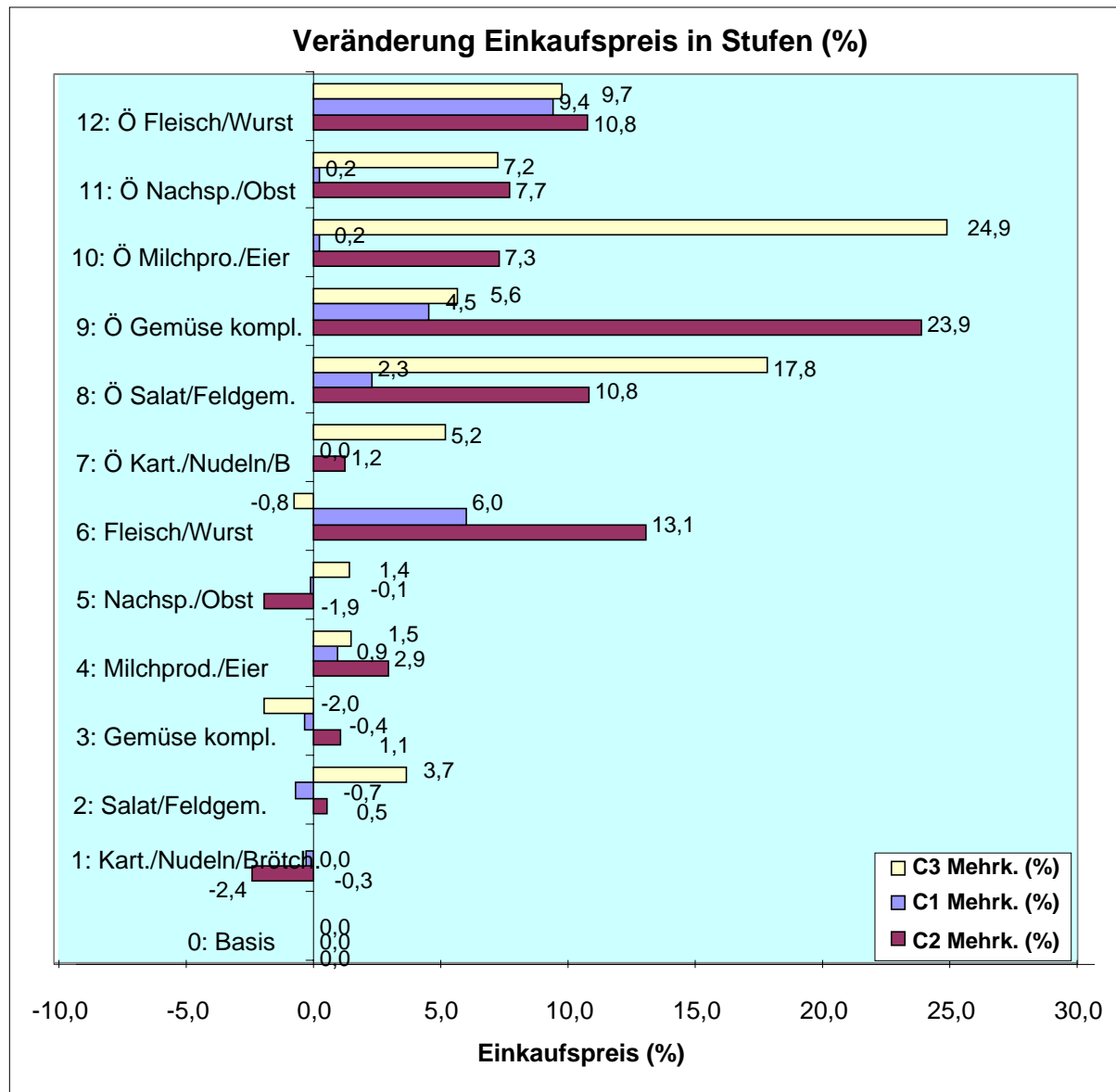
Abbildung 3: Veränderung des Einkaufspreises (€)



So hätten vor allem durch den Einsatz regionaler Salate, Eier und Äpfel (statt Südfrüchte) sowie von regional-konventionellem Fruchtjoghurt (statt Speiseeis) sowie regional-ökologischem Joghurt (beides aus Direktvermarktung) günstige Kosteneffekte erreicht werden können. Dies zeigt jedoch auch, dass zur Abminderung des generellen Mehrpreises für regionale Produkte vor allem auch der Speiseplan einer Revision und stärkeren Regionalisierung unterworfen werden sollte. Die Wiederentdeckung und Modernisierung alter Rezepte, insbesondere bzgl. des Einsatzes von Äpfeln, Kartoffeln, Möhren, Kohlar-ten, anderen Feldgemüsen und Milchprodukten, wäre hierzu sinnvoll und notwendig.

Die vorliegende Modellkalkulation bezog sich auf den Monat September 2006. Zu berücksichtigen ist, dass zu diesem Zeitpunkt alle saisonalen deutschen Obst- und Gemüsearten sehr gut verfügbar waren. Gleichzeitig war die FrankFOOD-Produktdatenbank noch im Aufbau und hatte noch nicht viele Anbieter gelistet. Bei kontinuierlichem Ausbau der Datenbank und aktuelleren Angeboten wären weitere positive Preiseffekte erreichbar.

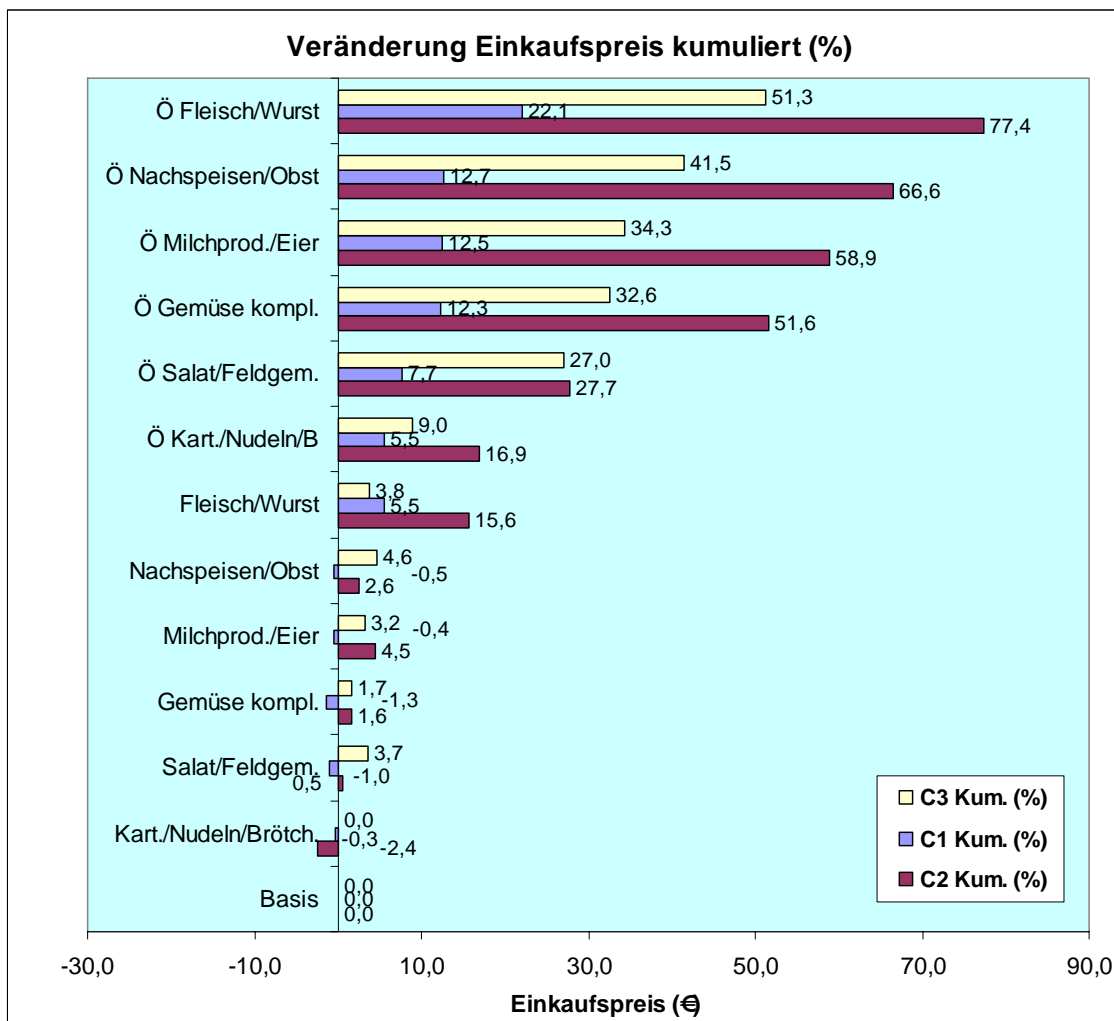
Abbildung 4: Veränderung des Einkaufspreises (in % pro Preisschritt)



Die von der Stadt Frankfurt getroffene Neuregelung für die Ausschreibung neuer Schulkantinen sieht einen Regionalanteil von mindestens 25% sowie einen Öko-Anteil von mindestens 10% vor. Daher wurde kalkuliert, ab welchen Preisstufen (Tabelle 8) die Caterer einen Anteil von 25 bzw. 30% Regionalität erreicht hätten. Aus den Abbildungen 3 bis 5 lassen sich dafür die jeweiligen Preiseffekte ablesen.

Diese Anteile sollen jedoch im ganzjährigen Durchschnitt erreicht werden. Von Mai bis Oktober, wenn regionale Produkte saisonbedingt günstig angeboten werden, müssten daher eher 40 bis 50% Regionalanteil realisiert werden, um im Jahresdurchschnitt 25% zu erreichen. Daher wurden die Ergebnisse darauf hin analysiert, wie hoch die Mehrkosten für 20, 30, 40 und 50% Regionalanteil im September 2006 gewesen wären. Daraus lassen sich Abschätzungen ableiten, wie hoch die zusätzliche Kostenbelastung im Jahresdurchschnitt wäre. Eine höhere Sicherheit könnte durch die Kalkulation der Speisepläne aus den Monaten Dezember, März und Juni erreicht werden.

Abbildung 5: Veränderung des Einkaufspreises (in % kumuliert)



Wie die Abbildungen 3 bis 5 zeigen, würden sich für **Caterer 1**, mit einem hohen Öko-Anteil im Basiskonzept, durch die Preisstufen 1 bis 5 keine Preiseffekte ergeben. Bei komplett regionaler Versorgung mit Obst, Gemüse und Milchprodukten, zusätzlich konventionell zum gegebenen Öko-Anteil, wäre kein Mehrpreis zu verzeichnen, rein kalkulatorisch sogar eine Einsparung von -0,5%. Damit hätte Caterer 1 ohne Mehrkosten einen Regionalanteil von 40% erreicht (25% und 30% inklusive). Ein Regionalanteil von 50%

durch den Einsatz regional konventionelle Fleisch- und Wurstwaren (Stufe 6) hingegen würde mit einem Mehrpreis von 5,5% (0,05 € pro Menü) zu Buche schlagen. Alternativ könnte Caterer 1 für diesen Mehrpreis jedoch auch Obst und Gemüse komplett regional ökologisch beziehen. Umgerechnet auf ein 500g-Menü (Effekte für 350 g x 1,42) wäre für Caterer 1 40% Regionalität für 0 € Aufpreis, 50% Regionalität für 0,07 € Aufpreis zu erreichen gewesen (reiner Einkaufspreis, ohne höhere Beschaffungs- und Logistikkosten).

**Caterer 2** startet mit einem Basiskonzept von 18% konventionellen Regionalprodukten. In den Preisstufen 1 bis 4 würden teilweise höhere Wareneinsatzkosten, z.B. bei Gemüse, durch den Einsatz regionaler Milchprodukte in Stufe 5 teilweise wett gemacht werden. Ein Anteil von 25% Regionalprodukten (Stufe 2) hätte kalkulatorisch 0,01 €, 30% Regionalität (Stufe 4) 0,03 € Mehrpreis gekostet. Aufgrund von Einsparungen durch den Ersatz von Speiseeis durch regionalen Fruchtojoghurt hätte für einen Aufpreis von nur 0,02 € pro Menü (+2,6%) ein Anteil an konventionellen Regionalprodukten von über 50% erreicht werden können. Für ein 500g-Menü wäre dies also für nur 3 Cent Mehrpreis möglich gewesen.

Das Basiskonzept von **Caterer 3** beinhaltete 6% regionale Öko-Produkte. Ein Regionalanteil von 30% wäre mit Preisstufe 4 zu einem Mehrpreis von 0,03 € (3,2%) möglich gewesen. Über 40 % Regionalprodukte, davon 35% konventionell, könnten nach den Berechnungen mit Stufe 5 mit Mehrkosten von 0,04 € (4,6%) erreicht werden, 50% (Stufe 6, inkl. Fleisch und Wurst) sogar nur für 0,03 € (3,8%) Mehrkosten. Offensichtlich wäre regionales Fleisch an einer Stelle günstiger gewesen. Solche positiven Preiseffekte waren bei einigen wenigen Produkten zu verzeichnen. Umgerechnet auf ein 500g-Menü müsste für Caterer 3 50% Regionalität für max. 0,05 € Mehrkosten möglich gewesen sein. Einen Überblick über die Ergebnisse bzgl. der einzelnen Prozentanteile gibt Tabelle 8.

Tabelle 8: Kosten für bestimmte Prozentanteile von Regionalprodukten (eigene Berechn.)

<b>%-Anteil</b>	<b>20%</b>	<b>25%</b>	<b>30%</b>	<b>40%</b>	<b>50%</b>
<b>Caterer 1</b>	Stufe 0 +/- 0 €	Stufe 2 +/- 0 € - 1%	Stufe 4 +/- 0 € - 0,4%	Stufe 4 +/- 0 € - 0,4%	Stufe 6 + 0,05 € + 5,5%
<b>Caterer 2</b>	Stufe 1 - 0,01 € - 2,4%	Stufe 3 + 0,01 € + 1,6%	Stufe 4 + 0,03 € + 4,5%	Stufe 5 + 0,02 € + 2,6%	Stufe 5 + 0,02 € + 2,6%
<b>Caterer 3</b>	Stufe 3 + 0,01 € + 1,7%	Stufe 4 + 0,03 € + 3,2%	Stufe 4 + 0,03 € + 3,2%	Stufe 5 + 0,04 € + 4,6%	Stufe 6 + 0,03 € + 3,8%

(Angaben bezogen auf reine Wareneinsatzkosten für 350g/500g-Menü).

### Fazit der Modellkalkulationen

Nimmt man an, dass die Kalkulation eines Regionalanteils von 50% im Monat September 2006 ein Indikator dafür sein kann, welche Mehrkosten ein Regionalanteil von 25% im Jahresdurchschnitt mit sich bringen würden, so müsste dies für die Caterer 2 und 3 für 5 Cent pro Menü, inkl. geringer Mehrkosten für Beschaffung etc., möglich sein. Caterer 1, mit ohnehin hohem Ökoanteil, könnte einen Regionalanteil von 40% ohne höhere Warenkosten erreichen. Soll der Regionalanteil auf 50% steigen, könnte dieser Caterer für einen Mehrpreis von 0,075 € (6-7%) zwischen der Regionalisierung von Fleisch und Wurst oder der regionalen Ökologisierung des kompletten Obst- und Gemüseanteils wählen.

Die Modellkalkulationen bezogen sich auf den September 2006, einen Monat mit reichhaltigem regionalem und saisonalem Angebot. Geht man von einem geringeren bzw. teureren Angebot regionaler Produkte in anderen Monaten aus, so könnten die genannten Mehrkosten für den Wareneinsatz ausreichen, um im Schnitt 25% Regionalanteil zu erreichen. Eine weitere Näherung an die tatsächlichen Kosten könnten weitere Kalkulationen bringen.

Mehrkosten für einen höheren Aufwand für Bestellung, Lagerung und Kontrolle der Regionalprodukte wurden hierbei bisher nicht berücksichtigt. Damit wäre jedoch ebenfalls zu

rechnen. Von den Caterern kann ein höherer Einsatz regionaler Produkte folglich nur erwartet werden, wenn auch dieser Mehraufwand vergütet wird.

Die Ergebnisse wurden mit den drei Cateringunternehmen diskutiert. Laut Caterer 1 würden die errechneten Mehrkosten von 6-7% die notwendige Spanne des Unternehmens im Produktbereich Schulverpflegung komplett aufzehren (unter den gleichen Bedingungen für alle anderen Faktoren wie Personalkosten etc.). Dies wird für die beiden anderen Caterer ähnlich sein. Daher liegt auf der Hand, dass die Mehrkosten und auch ein geringer Mehraufwand über den Essenspreis gedeckt werden müsste. Rechnet man die höheren Beschaffungskosten in gleicher Höhe wie die Wareneinsatzkosten, so müsste pro Menü mit Mehrkosten von 0,10 € bis 0,15 € kalkuliert werden. Dies wäre ein Preis, der sowohl die Mehrkosten von Caterer 1 (hohes Ausgangsniveau), als auch für die Caterer 2 und 3 decken müsste, deren Essenpreise ohnehin durch soziale und private Subvention nicht zu Marktpreisen bzw. als Vollkosten kalkuliert waren.

Angesichts von Preisen von 2,60 bis 2,65 brutto für Vor-, Haupt- und Nachspeise, wäre es für die Caterer 2 und 3 kein Problem, unter dem von der Stadt Frankfurt gewünschten Preis für ein Schulessen von maximal 3,- € (frei Rampe) zu bleiben. Allerdings sind die genannten Preise bereits sozial bzw. durch erhebliche Überstunden subventioniert, so dass eher ein Vollkostenpreis von 2,80 bis 3,- € sinnvoll erscheint. Die Essenausgabe müsste separat abgerechnet und ggf., wie von der Stadt in Aussicht gestellt, subventioniert werden. Caterer 1, mit einem Öko-Anteil von > 50%, müsste einen Essenspreis von mind. 3,20 brutto nehmen, um die Mehrkosten für 50% Regionalität zu decken. Dieser realisiert bereits einen Brutto-Preis von 3,05,- € (bei 50% Öko-Anteil) und findet dafür bisher wachsende Kundschaft.

Höherer Beschaffungsaufwand wurde bei den o.g. Kalkulationen zunächst nur in sehr geringem Umfang berücksichtigt. Es wurde davon ausgegangen, dass die gesamte Logistik nahezu ähnlich unkompliziert wäre wie bisher. Dies ist jedoch in der Realität nicht der Fall. Eine kontinuierliche Logistik regionaler Produkte, die über günstige Angebote in der Hochsaison einzelner Obst- und Gemüsesorten hinaus geht, besteht in Frankfurt derzeit nur durch Bio-Großhändler, die teilweise regionale, aber vor allem überregionale Bio-Lebensmittel vermarkten. Für regionale konventionelle und ökologische Produkte gibt es kaum gebündelte Vermarktungswege. Die Caterer wünschen jedoch den Bezug regionaler Produkte möglichst aus einer Hand, ohne zusätzlichen Aufwand. Dies wäre nur möglich, wenn einer oder mehrere GV-Lieferanten (Händler) ein regionales Angebot bereithalten würden. Eine Koordinationsstelle für regionale Produkte könnte dazu sinnvoll sein.



Die Ergebnisse der Modellkalkulationen wurden auf einem wissenschaftlichen Workshop zusammen mit dem Partnerprojekt der Universität Göttingen im Februar 2007 vorgestellt sowie anschließend die Konsequenzen und Spielräume mit den Caterern diskutiert. Deren Bedenken bzgl. der Preisproblematik konnten jedoch nicht ausgeräumt werden. Es konnte aber im Rahmen des Projekts eine höhere Transparenz der bereits gelisteten Regionalanteile hergestellt werden.

Im Rahmen von Aktionstagen und -wochen mit regionalen Produkten konnte die Aufmerksamkeit für das Segment verbessert werden. Ob damit eine dauerhafte Erhöhung der Regionalanteile erreicht werden kann, konnte bis Projektende nicht ermittelt werden.

Mit Mehrkosten von 0,10 bis 0,20 € pro Menü muss bei einem Regionalanteil von 25%, inklusive 10% Öko-Anteil gerechnet werden. Ob das unter betriebswirtschaftlichen Aspekten für 3,- € brutto machbar ist, hängt von der Anzahl der ausgegebenen Essen sowie den übrigen betriebswirtschaftlichen Kennzahlen der Cateringunternehmen ab. Die Kosten der Essensausgabe, Raumreinigung etc. müssten separat berechnet und finanziert werden.

### **3.1.5 Schlussfolgerungen für die FrankFOOD-Strategie**

Die Projektphilosophie von FrankFOOD setzte, dem Modell vieler Regionalprojekte folgend, von Beginn zum einen auf ein breites gesellschaftliches Bündnis (Vernetzung der Akteure) zum Thema. Zum anderen war klar, dass nur eine betriebs- und marktwirtschaftliche Lösung auf Dauer tragfähig wäre. Damit die Cateringunternehmen „sich bewegen“, müssten auch deren Kunden, die Schulen, eine verbindliche Verpflichtung eingehen, von ihren Cateringunternehmen einen höheren Regionalanteil einzufordern. Eine diesbezügliche Kooperationsvereinbarung zwischen Schulen, Caterern und FrankFOOD-Team wurde entwickelt und mit einzelnen Projektpartnern diskutiert. Dies hätte jedoch für die Schulgemeinde (Essenspreis) sowie die Caterer (Kalkulation der Menüs für alle Abnehmer) deutliche Konsequenzen gehabt, über die noch keine Einigung erzielt werden konnte. Eine Unterzeichnung der Vereinbarung konnte aufgrund des sich abzeichnenden Projektendes, trotz positiver Signale der Partner, nicht mehr erreicht werden.

Parallel wurde versucht, weitere starke Partner für den Aufbau eines dauerhaften FrankFOOD-Netzwerks zu gewinnen. Dies wurde u.a. angestrebt, um die langfristige Mitarbeit und tatsächliche Veränderung des Ernährungsangebotes für die verschiedenen Partner attraktiver zu machen. Dazu wurden Gespräche mit dem Vorstand der Vereinigung Hessischer Direktvermarkter sowie Erzeugern, Geschäftsführung und Vorständen der Marketinggesellschaft Gutes aus Hessen geführt. Diese konnten als offizielle Unterstützer von FrankFOOD gewonnen werden und einzelne Betriebe beteiligten sich z.B. an der Erdbeer-Aktion im Juni 2007.

### 3.1.6 Erfolgsfaktoren-Analyse (EFA) - fördernde und hemmende Faktoren

Anhand der „Erfolgsfaktoren der Regionalvermarktung“ (s. Anhang) lassen sich wesentliche Stärken und Schwächen des FrankFOOD-Projekts zum Zeitpunkt des Projektendes Mitte 2007 bewerten, soweit dies als Projektverantwortliche selbst möglich ist:

#### Erfolgsfaktoren des Projektmanagement

- Die **Eigenmotivation** der beteiligten Akteure war hoch, jedoch auch begrenzt. Die Schulen zeigten in der Regel großes Interesse an den angebotenen Maßnahmen der Ernährungs- und Verbraucherbildung. Die Caterer arbeiteten meistens aktiv mit dem FrankFOOD-Team zusammen. Es kam zu keiner Übereinkunft zwischen Schule und Caterer für den Mehreinsatz von regionalen Produkten. Derartige Voraussetzungen sind über Ausschreibungen und vertragliche Anforderungen an Caterer zu lösen.
- Die **Schlüsselpersonen** von IfLS und VZH waren sehr motiviert, die anvisierten Projektziele zu erreichen. Es war jedoch nicht möglich in der kurzen Projektlaufzeit von 2 Jahren – andere regionale Vermarktungsprojekte brauchen 3 bis 5 Jahre oder mehr bis zur Marktreife – durch ein Mehr an Arbeitszeit auch wesentlich mehr zu erreichen.
- Die **Prozesskompetenz** der Schlüsselpersonen war jeweils fachspezifisch gegeben, wie viele erfolgreiche Projekte bisher gezeigt haben. Die Strategien von IfLS und VZH ließen sich jedoch nicht immer einfach in Deckung bringen. Aus der Retrospektive ergänzten und befruchteten sich die unterschiedlichen Herangehensweisen.
- **Starke Partner:** Die Schuldezernentin und Bürgermeisterin der Stadt Frankfurt konnte als Schirmherrin gewonnen werden. Im Bildungsbereich konnten Partner gefunden werden, die Aktivitäten mit Schulklassen unterstützen oder selbst durchführen. Ebenso wurden für die Lehrerfortbildungen im Ernährungsbereich maßgebliche Kooperationspartner gefunden. Eine Produktdatenbank mit Erzeugern, Verarbeitern und Vermarktern wurde aufgebaut. Wichtige Verbände und Organisationen wie MGH Gutes aus Hessen und Landmarkt haben ihre Unterstützung zugesagt. Die Unterstützung führte aber nicht soweit, dass die notwendigen Mittel für die Projektförderung zur Verfügung gestellt wurden.
- Die **Beziehungen zu Fürsprechern und Ansprechpartnern**, auf verschiedenen Ebenen von Politik, Verwaltung, Wirtschaft und Hochschulen im Rahmen des Projektverlaufs waren durchweg meist positiv.
- Aufgabengerechte **Organisationsstruktur:** Der Aufbau einer kontinuierlichen Organisationsstruktur für das FrankFOOD-Projekt konnte im Laufe der bisherigen Projektlaufzeit noch nicht umgesetzt werden.

- Der Zugang zu **Zeit- und Geldressourcen** war in der Projektlaufzeit ausreichend. Die Förderung war angemessen.
- **Erfolge:** Die viel genutzten und öffentlichkeitswirksamen Aktivitäten, Veranstaltungen und Bildungs-Aktionen sowie die daraus entstandenen Netzwerkansätze, die gute Zusammenarbeit mit den Partnern, die Bekanntheit von Projekt und Homepage in der Stadt sowie insbesondere die Aufnahme von 25% Regional- und 10% Öko-Anteil für die Neuausschreibung städtischer Schulküchen, die Aktionen mit regionalen Produkten (z.B. Erdbeeren) sind als die bisherigen Erfolge des FrankFOOD-Projektes zu werten.
- Eine **Win-Win-Situation** für die verschiedenen Interessengruppen konnte erreicht werden, so lange eine externe Finanzierung gegeben war.

### **Erfolgsfaktoren des Marketingmanagements**

- Die **Marketingstrategien und Bildungsangebote** des FrankFOOD-Projektes waren so attraktiv, dass sich fünf Schulen sowie vier Caterer als Projektpartner fanden. Vier bis fünf weitere Cateringunternehmen wären an einer Zusammenarbeit interessiert.
- Die **Herkunftsregion** erscheint sinnvoll abgegrenzt. Die Wort-Bild-Marke FrankFOOD erfreut sich der Akzeptanz und Anerkennung.
- Die Marketingkompetenz der Schlüsselpersonen von IfLS, VZH sowie der Cateringunternehmen und sonstigen Marktpartner war hoch.
- **Besondere Produktionsrichtlinien** wurden in dem Projekt bisher nicht beachtet. Anliegen von IfLS und VZH war es, vor allem Produkte mit eindeutigen Herkunftsnachweis verstärkt in den Schulen einzusetzen.
- Ein **unabhängiges Kontrollsystem** für den Nachweis von 10% Öko- und 25% Regionalanteil konnte bisher nicht entwickelt werden. Auf Basis der EU-weiten Öko-Kontrolle sowie der hessischen Qualitätsmarke der MGH Gutes aus Hessen wäre dies jedoch sicher effizient organisier- und bezahlbar.
- Die **Qualität der „Dienstleistungen“** zur Ernährungsbildung für Partnerschulen zur Akzeptanz von regionalem Schulessen sowie der Produkte und Dienstleistungen für Partner-Caterer war in den meisten Fällen hoch bis sehr hoch. Das gleiche gilt für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zum Projekt.
- **Abnehmergerechtes Preis-Leistungsverhältnis:** Grundsätzlich war bei allen Befragungen das Interesse an regionalen Produkten hoch, insbesondere wenn es sich um Produkte besonderer Qualität handelt. Gleichzeitig hatten die Akteure in den Schulen

Bedenken, dass der steigende Essenpreis von den Eltern nicht mehr getragen werden kann. Die abgefragte Bereitschaft der Eltern, einen höheren Essenpreis für regionale Produkte zu zahlen, war trotzdem vorhanden (abgestuft nach den ökonomischen Möglichkeiten, z.B. Gymnasien 3-4 €/Essen, Gesamtschule bis max. 3,- €; s. Besondere Aspekte).

- Die Logistik **regionaler Produkte** lässt die Kosten in den Höhe schnellen, durch Mehraufwand beim Transport sowie Verarbeitung kleiner Mengen. Darüber hinaus müsste die Verfügbarkeit sichergestellt, die Prozesse von Nachfrage und Angebot aufeinander abgestimmt, das Bestellsystem optimiert werden etc. Dies alles lässt sich organisieren, wie andere erfolgreiche Projekte zeigen (s. Besondere Aspekte). Entscheidend sind und bleiben das Zeitbudget, die Zahlungsbereitschaft und das dafür gebotene Gesamtkonzept.
- Die **Kommunikation** für das FrankFOOD-Projekts war durchweg professionell. Die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit wurde von der Verbraucherzentrale Hessen durchgeführt. Die hohe Akzeptanz der (Presse-) Aktionen sowie der Homepage sprach für sich. Die **Kommunikation des Projektansatzes** in den Schulen und mit den Caterern bedurfte vor allem zu Beginn intensiver Bemühungen, um sie nach der Projektbewilligung kurzfristig als Partner zu gewinnen. Die Einrichtung fester Arbeitsgruppen und Ansprechpartner erleichterte die Kommunikation.

### **Besondere Aspekte**

Als ein Ergebnis des Projektes bleibt festzuhalten werden, dass die **Sozialstruktur** der Eltern einer Schule unmittelbare Auswirkungen auf Projekte dieser Art, auf den Einsatz regionaler und ökologischer Produkte hat. Regionalprodukte sind Premiumprodukte, für die Erzeuger und Caterer ein Preispremium realisieren müssen, damit der höhere Bezugs-, Verarbeitungs- und Marketingaufwand gerechtfertigt wird. Während Eltern mit geringem Einkommen oft weniger Ernährungskompetenz besitzen und das verfügbare Budget geringer ist, war dies in den beiden Gymnasien deutlich anders. Die Bereitschaft und Möglichkeit z.B. für einen hohen Ökoanteil Preise von über 3,- € pro Menü zu zahlen, ist dort vorhanden.

In dem Projekt des Regionalbauernverbandes Starkenburg in Südhessen werden drei Kleinstadtgymnasien beliefert, die von Beginn an einen Preis von 3,50 € (inkl. Ausgabe) akzeptiert haben – ein Preis, der in den meisten Frankfurter Schulen, in der Elternschaft und Stadtpolitik für ein Standardmenü nicht durchsetzbar wäre. Betriebswirtschaftlich erscheint der Preis, nach den Modellkalkulationen des IfLS, sinnvoll und richtig, so dass

sich auch die Organisationskosten für den Bauernverband rechnen. Zu diesem Preis wären sicher auch alle Frankfurter Caterer zu einem hohen Regionalanteil bereit.

Zu ähnlichen Einschätzungen kommt man durch den Vergleich mit dem Partnerprojekt in Göttingen, in dem 3 Gymnasien einbezogen wurden.

Andererseits muss abgewartet werden, ob die **Subventionsabsichten** der Stadt Frankfurt bei der Essensausgabe, Betriebskostenübernahme etc. nicht einen ähnlichen Effekt haben.

Gleichzeitig wurde dort festgestellt, dass die **Abnahmemenge an Essen** einen entscheidenden Einfluss auf die Kosten für das Schulessen hat. Je höher die Teilnehmerzahlen am Mittagessen, desto eher kann der Mehrpreis für regionale Ware kompensiert werden.

Unsere Erfahrungen in Frankfurt gezeigt, dass **verschiedene Voraussetzungen** von Bedeutung sind, um höhere Essenzahlen zu erreichen. Wenn die Umwandlung in eine Ganztagschule noch nicht vollzogen ist, wenn Nachmittagsangebote freiwillig sind und die Schüler nicht auf das Mittagessen angewiesen sind, wenn die Essensangebote und deren Qualität nicht den Erwartungen entsprechen etc., sind die Voraussetzung für ein regionales und ökologisches Angebot sehr ungünstig. Bei Schulen mit derartig schlechteren Voraussetzungen muss deshalb sehr viel intensiver gearbeitet werden.

### **Fazit und Schlussfolgerungen zu den Erfolgsfaktoren**

Das FrankFOOD-Projekt war als Modell- und Pilotvorhaben erfolgreich. Die beantragten und beauftragten Leistungen wurden erfüllt und zu vielen Punkten sehr positive Ergebnisse erzielt. Das Projekt erfreute sich großer Akzeptanz und Nachfrage. Eine dauerhafte Erhöhung des Regionalanteils am Schulessen konnte zwar unmittelbar nur in einigen Aktionen erreicht werden. Andererseits hatten alle beteiligten Caterer schon einen gewissen Anteil von regionaler bzw. Bio-Ware (10-40%) im Angebot. Dies konnte im Rahmen des Projekts transparent gemacht werden.

Die Aufnahme eines 25%-Anteils an Regionalprodukten in den Anforderungskatalog zum Betrieb neuer Schulküchen in Frankfurt durch das Stadtschulamt muss als zentraler Projekterfolg gewertet werden, der im Falle einer konsequenten Umsetzung in Zukunft bedeutenden Einfluss auf die Regionalität der eingesetzten Produkte haben wird.

Die Strategie des FrankFOOD-Projekts ging, analog zu vielen regionalen Vermarktungsprojekten davon aus, dass nur ein breites Bündnis politischer, sozialer, ökologischer und wirtschaftlicher Kräfte ein solches Projekt in den ersten Jahren tragen kann, bevor es viel-

leicht, ab einer gewissen Größenordnung und Professionalität, seine organisatorische und wirtschaftliche Eigenständigkeit erreicht. Dazu muss ein Projekt ausreichend öffentlichkeitswirksam, aber auch wirtschaftlich attraktiv sein, damit sich für die verschiedenen Interessengruppen eine Win-Win-Situation entwickelt. Dies konnte für FrankFOOD im Rahmen des Pilot- und Modellvorhabens erreicht werden. Das weitere Ziel des Aufbaus einer kontinuierlichen Organisationsstruktur konnte während der kurzen Laufzeit bisher nicht realisiert werden. Potentielle Träger und Partner wurden angesprochen, konnten jedoch bisher nicht zur Finanzierung des Projekts motiviert werden.

Auf den Erfolgen könnte aufgebaut und aus den bisherigen Erfahrungen gelernt werden, um das Thema weiter zu bearbeiten und möglichst dauerhaft in Frankfurt zu verankern.

## **3.2 Ernährungs- und Verbraucherbildung**

### **3.2.1 Angebote und Veranstaltungen für Schulen**

#### **3.2.1.1 Schulworkshops und Arbeitsgruppen**

Zu Beginn der Zusammenarbeit wurden schulinterne Workshops durchgeführt. Ziel war es, die Situation in den beteiligten Schulen und die Bedürfnisse der Akteure zu erfassen sowie Ideen bezüglich der Verbesserung der gesamten Essenssituation und Ernährungs- bildung zu entwickeln. Die eingerichteten Arbeitsgruppen „Ernährung/FrankFOOD“, bestehend aus Schulvertretern, Eltern, FrankFOOD-Team und idealerweise dem Caterer, analysierten die Situation in der Schule und entwickelten gemeinsam nächste Schritte, einen handlungsbezogenen Aktionsplan. Auch der Einsatz von regionalen Produkten, die Finanzierung der Verpflegung und die Essensqualität wurden diskutiert. In fast allen Schulen bildete sich eine Arbeitsgruppe unter Beteiligung von VZH/IfLS, die sich in unterschiedlicher Frequenz traf, im Durchschnitt zwei bis vier Mal pro Halbjahr. Die Zeit wurde genutzt, sich auszutauschen sowie Maßnahmen und Termine gemeinsam abzustimmen. Die Verbraucherzentrale unterstützte die Planung und Umsetzung der Maßnahmen. Auffällig war, dass jede Schule individuelle Schwerpunkte setzte, z.B. Schwerpunkt Frühstücksaktionen zur Unterstützung der geplanten Einführung eines Schulkiosks, Schwerpunkt Nachmittagsangebot zur Unterstützung des Ganztagsangebots, Schwerpunkt Kochaktionen, um die älteren Schüler zu erreichen.

Wichtig für die Zusammenarbeit mit der Schule war es, verbindliche Ansprechpartner zu benennen, damit eine zielgerichtete Kommunikation auch außerhalb der Treffen möglich war.

Bezüglich der Terminfindung und Teilnahme an Treffen wurden unterschiedliche Erfahrungen gemacht: Lehrkräfte sind häufig in schulinterne Arbeitsgruppen eingebunden und müssen zusätzliche schulinterne Termine am Nachmittag wahrnehmen. Vorgaben des Kultusministeriums zur verstärkten Qualitätssicherung oder zur Unterrichtsgarantie für die SchülerInnen schränken den Handlungsspielraum zusätzlich ein, so dass häufig terminliche Engpässe bei Lehrkräften entstehen, besonders vor den Ferien und vor der Ausgabe von Zeugnissen zum Schuljahresschluss. Berufstätige Eltern können z.T. an Treffen am Nachmittag nicht teilnehmen. In einigen Fällen fanden AG-Treffen am Abend nach 18 Uhr statt. Die Kommunikation der Arbeitsergebnisse in die Schulgemeinde ist schwieriger, je größer das Kollegium ist (vgl. 2.2.1 Beteiligte Schulen).

### 3.2.1.2 Unterrichtsmaterialien und Projektordner für Lehrkräfte

Zur Unterstützung der Unterrichtsgestaltung wurden den Schulen Unterrichtsmaterialien bereitgestellt, die einen Theorie-Praxisbezug im Themenfeld Ernährung/Landwirtschaft herstellen sollten. Diese neuen Impulse unterstützten, dass die Ernährungsthemen von Lehrkräften im Unterricht oder von BetreuerInnen im Nachmittagsbereich ohne großen Aufwand behandelt werden können. Die Literaturübersicht der Materialordner für die Klassenstufen 1-4 bzw. für Sekundarstufe 1 befindet sich im Anhang.

Weiterhin wurde bis Oktober 2006 ein Projektordner für Lehrkräfte erarbeitet und überreicht. Dieser besteht aus Hintergrundinformationen und Begleitmaterialien zu den Themenbereichen Essen und Trinken in der Schule, Ernährungs- und Verbraucherbildung, Regionalität und Qualität. Darüber hinaus enthält er sowohl die Angebote der Verbraucherzentrale für FrankFOOD-Schulen als auch eine Übersicht weiterer Bildungspartner im Frankfurter Raum und deren Angebote. Eine Auswahl der Texte wurde auch auf der Projekt-Homepage eingestellt.

Die zusammengestellten Unterrichtsmaterialien waren den Lehrkräften zum Großteil noch unbekannt. Bis Projektende konnte nicht ermittelt werden, wie intensiv von dem Material Gebrauch gemacht wurde.

### 3.2.1.3 Lehrerfortbildungen

Um mögliche Defizite auszugleichen und den Lehrkräften neue wissenschaftliche Erkenntnisse und deren methodisch-didaktische Umsetzung zugänglich zu machen, wurden vier verschiedene Fortbildungsthemen angeboten und durchgeführt.

Die Fortbildungen konnten dazu beitragen, dass zum einen aktuelles Ernährungswissen, die Vorteile einer regionalen Lebensmittelproduktion und Materialien für den Unterricht bekannt gemacht werden konnten. Gleichzeitig trug der Austausch der Teilnehmenden wesentlich dazu bei, Ansatzpunkte für die Umsetzung der Themen in die eigene Unterrichtspraxis voranzubringen.



Lehrkräfte beim Rundgang durch den Sinnesparcours.



Tabelle 9: Durchgeführte Lehrerfortbildungen

<b>Lehrerfortbildungen</b>				
<b>Thema</b>	<b>Anzahl</b>	<b>TN</b>	<b>Zielgruppe</b>	<b>Kooperationspartner</b>
Fortbildung „Gesund Essen mit allen Sinnen“ am 18.2.2006	1	13	Grundschule, ErzieherInnen	-
Lehrerfortbildung am Pädagogischen Tag: Exkursion zu Bioland-Hof und Fleischverarbeitungsbetrieb am 2.2.2007	1	10	Lehrkräfte Grundschule	Antoniushof und kff Fulda (Betriebe beliefern Schulcaterer)
Lehrerfortbildung zum BESSER-ESSER-Konzept am 11.6.2007	1	13	Lehrkräfte Klassen 3-6	Umweltbildungszentrum Lichero-de
Lehrerfortbildung „Trinken im Unterricht“ am 5.6.2007	1	19	Lehrkräfte alle Schulstufen	Sektion Hessen - DGE e.V.

#### **3.2.1.4 Angebote für Schulklassen und erlebnispädagogische Ansätze**

Im Projektzeitraum wurden 55 Veranstaltungen mit 1247 beteiligten SchülerInnen von der Verbraucherzentrale oder Kooperationspartnern in den beteiligten Schulen durchgeführt. Die Angebote richteten sich sowohl an GrundschülerInnen als auch an ältere SchülerInnen und folgten der Schwerpunktsetzung durch die Arbeitsgruppen Ernährung/FrankFOOD und den Interessen einzelner Lehrkräfte.

Neben der eher kognitiven Bildungsarbeit kommt erlebnispädagogischen Ansätzen insbesondere in der Arbeit mit Schulen generell eine zentrale Bedeutung zu. Erlebnisse sind besondere Ereignisse, die die SchülerInnen vor Herausforderungen stellt und neue Erfahrungen ermöglicht. Dabei stehen das „Selbst tun“, die Handlungsorientierung und ganzheitliches Erleben im Vordergrund. „Leben heißt nicht Atmen, leben heißt Handeln“ (J.-J. Rousseau). In Zusammenarbeit mit Lehrkräften oder AG's wurden deshalb einige neue zielgruppengerechte Aktionsformen entwickelt. Im Vordergrund standen die Herkunft regionaler Produkte und der Bezug zum Essen in der eigenen Schulmensa.

Weiterhin führten die Schulen unabhängig davon selbständig Bauernhofbesuche oder themenbezogene Aktivitäten durch. Diese wurden jedoch nicht quantitativ erfasst. Gerade Grundschulen haben die Möglichkeit, Ernährungsthemen fächerübergreifend aufzuarbei-

ten. Im Nachmittagsbereich sind Koch-AG's oder die Gestaltung des Schulgartens (Kräuteranbau, Gemüseanbau) bei SchülerInnen sehr beliebt.



Gruppenspiel „Powerkauer auf Gemüsejagd“ zur Herkunft von Lebensmitteln und die Station HÖREN aus dem Sinnesparcours: Wie knackt was?

### **Kartoffelprojekt „Ernährungsbildung auf dem Kartoffelacker“**

Schüler pflanzten, pflegten und ernteten über einen Zeitraum von ca. 5 Monaten ihre eigenen Kartoffeln auf landwirtschaftlichen Betrieben in der Region. Eltern wurden beispielsweise bei der Kartoffelernte einbezogen.

Diese Aktion war besonders gut geeignet, den regionalen Ansatz zu stärken und das Wachstum und die regionale Herkunft der Kartoffel transparent zu machen. Die praxisorientierte Vermittlung von Fachwissen und die sinnlich wahrnehmbaren Erfahrungen und Erlebnisse im Umgang mit der Natur trugen dazu bei, das Verständnis der Kinder für gesunde Lebensmittel zu fördern. Dabei war es sehr wichtig, dass die Schüler in einer ernsthaften Situation, also auf einem richtigen landwirtschaftlichen Betrieb, im Kontakt mit dem Landwirt gearbeitet haben.



Eine Schülerin beim Häufeln der Kartoffeln und Sammeln von Kartoffelkäfern.



SchülerInnen begutachten das Wachstumsstadium der Kartoffelpflanze.

### Exkursionen zu Lieferanten / zum Caterer des Mittagessens

Schüler, Eltern und Lehrkräfte von zwei Schulen besuchten ihren Caterer und überzeugten sich vor Ort von der Herkunft des Mittagessens. Wünsche für den Speiseplan und Kritik konnten direkt im Gespräch mit den KöchInnen besprochen werden. Gemeinsam bereiteten die Schüler einen Obstsalat für den Nachtisch zu. Zurück in der Schule präsentierten sie im Anschluss als FrankFOOD-Scouts den „Daheimgebliebenen“, was sie erlebt hatten. In allen Klassen wurde dazu eine Fotocollage zur Aktion aufgehängt.

Nach Auskunft der Schule hat die sehr gelungene Exkursion dazu beigetragen, dass sich die Essenszahlen weiter stabilisiert haben und eine positive Grundstimmung herrschte. Der Caterer berücksichtigte in den Folgewochen im neuen Menüplan die Kinderwünsche, was zusätzlich zur besseren Akzeptanz des Essens beigetragen hat. Der Küchenbesuch hat in besonderer Weise dazu beigetragen, Einblick in die Produktion und Herkunft des Essens zu gewähren und durch den persönlichen Kontakt auch Einfluss auf die Essensqualität zu nehmen.



Rundgang durch Küchenbereich der Werkstatt Frankfurt. Die Kinder bestaunen die großen Töpfe.



Gemeinsames Mittagessen im Restaurant der Werkstatt Frankfurt.

Tabelle 10: Angebote für Schulklassen

<b>Maßnahme und Zielgruppe</b>	<b>Anzahl Veranstaltungen</b>	<b>TN</b>	<b>Durchgeführt in Klassenstufe</b>	<b>Kooperationspartner</b>
Sinnesparcours mit regionalen Lebensmitteln	5	125	1 und 2	-
„Powerkauer auf Gemüsejagd“ – Jahreszeitenspiel rund um die Herkunft von Obst und Gemüse	3	62	3 und 4	-
Frühstücksaktionen	9	210	1 bis 5	-
„Schokologie“ – Stationen lernen zu Fairem Handel am Beispiel der Schokolade	3	75	4 und 6	-
Knochenstarke Frühstücksaktion	2	50	4 und 5	Landesvereinigung Milch Hessen e.V.
Projekttag „Das ist Milch“	1	25	5	Landesvereinigung Milch Hessen e.V.
Ernährungsbildung auf dem Kartoffelacker (gefördert durch die MGH Gutes aus Hessen)	19	481	3	BUNDjugend Hessen, Dottenfelderhof, Biolandhof Pfeifer
Lebensmitteldetektive gesucht	6	84	Klassen 3 und 4	-
Trendgetränke – Was ist dran? Was ist drin? (Stationen lernen)	4	75	7	-
Fit für den Sport? – Ernährungs-Checkup	1	24	9	-
Kochworkshops „Korrekt kochen“	2	36	9	Powerbreak e.V., Berufliche Schulen Berta-Jourdan

### Kochworkshops „Korrekt kochen“ für Jugendliche

Im Rahmen der Kochworkshops „Korrekt kochen“ mit dem Ziel der Verbesserung der Alltagskompetenz besuchten zwei Klassen der Heinrich-Kraft-Schule die Beruflichen Schulen Berta-Jourdan und kochten zusammen mit den angehenden Assistenten der Systemgastronomie zwei 2-Gänge-Menüs unter Einsatz regionaler und saisonaler Zutaten. Die Aktion wurde in Kooperation mit Powerbreak e.V. durchgeführt ([www.powerbreak.de](http://www.powerbreak.de)).

Besonderheit der Kochworkshops ist der „Peer-group-education-Ansatz“ – von Jugendlichen für Jugendliche. Das Vorbild der jungen Experten sollte die SchülerInnen einer Gesamtschule zu einer Veränderung ihres Ernährungsverhaltens motivieren. Neben dem gemeinsamen Kochen wurde anhand von fünf Lernstationen Grundwissen über Ernährung und Hauswirtschaft vermittelt. Die Arbeit in kleinen Teams förderte darüber hinaus soziale Kompetenzen und soziokulturelle Integration. In den Kochworkshops lernten die Jugendlichen Produkte aus der Region und Einkaufsmöglichkeiten für diese Produkte kennen.

Die Kochworkshops stellten für die beruflichen Schüler eine besondere Herausforderung dar, da sie sich speziell in mehrwöchiger Zusammenarbeit auf den Event vorbereiten mussten (Vorbereitung Stationen lernen, Menüplanung, Probekochen etc.). Nach Auskunft der Lehrkräfte waren die Motivation und der Lerneffekt bei den beruflichen Schülern durch die praktische Anwendung ihres Know-hows sehr hoch. Die Gesamtschüler profitieren zukünftig noch stärker von dem eintägigen Workshop, wenn von den Lehrkräften geplant ist, die Inhalte anschließend beispielsweise im Arbeitslehre-Unterricht aufzugreifen und zu vertiefen.



Schüler kochen unter Anleitung der angehenden Assistenten der Systemgastronomie ein 2-Gänge-Menü.



Beim Stationen lernen wurden Äpfel aus regionalem Anbau und von Übersee verkostet.

### **Kurs im Nachmittagsangebot „Lebensmitteldetektive gesucht“**

Über einen Zeitraum von sechs Wochen haben die teilnehmenden Kinder Inhaltsstoffe von Lebensmitteln spielerisch entdeckt, die Herkunft von Lebensmitteln untersucht und durch die Zubereitung von leckeren und gesunden Snacks Kompetenzen für den Umgang mit Lebensmitteln erworben. An zwei Terminen wurden außerschulische Lernorte einbezogen (Bauernhofbesuch, Supermarktralley) und die Herkunft der Lebensmittel thematisiert. Alle Kinder, die am Programm teilnahmen, erhielten nach Abschluss einen Detektivausweis.

Das neu von der VZH konzipierte Programm „Lebensmitteldetektive gesucht“ ist geeignet für die Umsetzung im Nachmittagsangebot von Ganztagschulen, insbesondere für die Klassen 3 bis 5.



Schüler erkunden einen Bauernhof.

### **Umfrage und Kochaktion „Mein Lieblingsessen“**

In der Gesamtschule Heinrich-Kraft wurde das Projekt „Mein Lieblingsessen“ gestartet. Es sollte dazu beitragen, dass die Akzeptanz für das Menssaessen verbessert wird und die SchülerInnen Gestaltung- und Mitwirkungsmöglichkeiten stärker wahrnehmen können.

Nach Durchführung einer Umfrage, an der sich 227 SchülerInnen und Lehrkräfte beteiligten, konnten die „Top 20 Gerichte“ ermittelt werden. Besonders gut schnitten erwartungsgemäß Nudelgerichte, Kebap à la Heinrich-Kraft oder der FrankFOOD-Burger mit Countrypotatoes ab.

Ab März 2007 bis zu den Sommerferien wurden die Gerichte, die am höchsten bewertet wurden, in der Mensa an einem Tag in der Woche angeboten. Jeweils vier SchülerInnen aus allen Altersstufen wurden an diesem Vormittag an der Zubereitung der Speisen betei-

ligt. Im Vorlauf wurde in den Klassen Werbung für einzelne Gerichte gemacht und Essensmarken verkauft, was die Aufmerksamkeit auf das Schulessen förderte.

Das Fazit einer Lehrkraft: Je nach Angebot haben die Schüler und Lehrkräfte das Essen besser angenommen. Bei dem „Wunschköner“ mit Putenfleisch und frischem Salat und dem FrankFOOD-Burger stiegen die Essenzahlen („Die Pausenhalle war voll“). Teilweise meldeten sich für diese besonderen Angebote ganze Schulklassen zum Essen an. Für den Caterer bedeutet es allerdings eine Zusatzbelastung. Dazu muss er motiviert sein und die Zusammenarbeit mit den Schülern wollen. Besonders geeignet ist die Mitarbeit für die jüngeren Klassen (Klassen 5 bis 7). Sie sind meist mit viel Eifer bei der Sache.

Ob die Akzeptanz des Schulessens durch die Aktion längerfristig verbessert wurde, kann zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht gesagt werden. Sicherlich hat sie dazu beigetragen, dass manche SchülerInnen das Angebot überhaupt wahrgenommen und probiert haben. Für das neue Schuljahr ist die Umwandlung der Heinrich-Kraft-Schule in eine Integrierte Gesamtschule geplant. Der sich dann verändernde Stundenplan mit verbindlichem Nachmittagsunterricht kann dazu beitragen, dass die Schüler mehr Angebote der Cafeteria wahrnehmen und damit die Wirtschaftlichkeit der Betreiber steigt. Eine weitere Einbindung von SchülerInnen bei der Speisenproduktion oder dem Verkauf, z.B. im Arbeitslehreunterricht, wird empfohlen.



### 3.2.1.5 Vernetzung der Bildungspartner

Zur Unterstützung der Schulen durch außerschulische Partner konnten bisher 31 Partner gewonnen werden. Die Zusammenstellung der Angebote für SchülerInnen, Lehrkräfte, Eltern und Caterer wurde den FrankFOOD-Schulen zur Verfügung gestellt.

Tabelle 11: Bildungspartner für Schulen (Stand 11/2006)

Partner	
Arbeitskreis Jugendzahlpflege für Frankfurt am Main und den Main-Taunus-Kreis	Ökologisches Schullandheim Licherode
BUND-Jugend Hessen e.V.	Powerbreak e.V.
Bioland Landesverband Hessen, Thüringen, Sachsen-Anhalt, Sachsen e.V.	Regionalbauernverband Starkenburg e.V.
Demeter Hessen e.V.	Schulbauernhof Hutzelberg Ökologische Hofherberge gGmbH
Deutsche Gesellschaft für Ernährung – Sektion Hessen e.V.	UGB Verband für Unabhängige Gesundheitsberatung e.V.
Frankfurter Zentrum für Ess-Störungen gGmbH	Umweltamt der Stadt Frankfurt am Main
HAGE Hessische Arbeitsgemeinschaft für Gesundheitserziehung e.V.	Umweltlernen in Frankfurt e.V.
Hessischer Bauernverband e.V.	Umweltforum Rhein-Main e.V. mit den Partnern: Denningers Mühlenbäckerei, Grundhöfer GmbH, Kaiser Bio-Bäckerei GmbH, Phönix Naturprodukte GmbH, , Querbeet – Bio Frischvermarktung GmbH, Upländer Milchmuhseum, Weltladen Bornheim GmbH
Landesvereinigung für Milch und Milchzeugnisse Hessen e.V.	Unesco-Geopark Bergstraße-Odenwald
Landratsamt Hochtaunuskreis - Amt für den ländlichen Raum	Verein Programm Klasse 2000 e.V.
Naturland e.V.	Verbraucherzentrale Hessen e.V.
Naturschutzzentrum Weilbacher Kiesgruben	
ÖGS Roehl Erhart & Dr. Strassner GbR	



### **3.2.1.6 Elternarbeit**

Ernährungserziehung beginnt im Elternhaus, denn in der Familie wird bereits in frühen Jahren das Essverhalten der Kinder entscheidend geprägt. Erfolgversprechende Konzepte zur Ernährungsbildung setzen deshalb bereits möglichst früh an, um diese entscheidenden Phasen zu begleiten. Viele junge Eltern sind durch die Fülle von Ernährungsinformationen und Ratschlägen in den Medien und Zeitschriften verunsichert und benötigen unabhängigen Rat von ErnährungsexpertInnen.

In der Schule kümmern sich Elternvereine verstärkt um die Mittagsverpflegung oder das Angebot im Schulkiosk. Sie finanzieren durch Eigenmittel beispielsweise die Einrichtung von Mensen, den Kauf von Geschirr oder das Personal für die Essensausgabe.

Schwierigkeiten bei der Elternarbeit liegen häufig darin, dass bei den üblichen Elternabenden Eltern in schwierigen Lebenssituationen nicht erreicht werden oder Sprachbarrieren überwunden werden müssen. Zudem brauchen Lehrkräfte Hilfestellung, wie sie Eltern die Grundlagen einer gesunden Ernährung nachhaltig vermitteln können und sie motivieren können, den Kindern ein entsprechendes Pausenfrühstück mitzugeben. Deshalb ist es erforderlich, niedrigschwellige Angebote zu schaffen, die das Interesse der Eltern wecken und die Vorbildfunktion von Eltern stärken.

#### **Beteiligung an Aktionen**

Im FrankFOOD-Projekt konnten Eltern zur Mitarbeit in den Arbeitsgruppen und zur Unterstützung an bestimmten Projekttagen oder Aktionen mit ihren Kindern motiviert werden. Gut gelungen ist die Einbeziehung von Eltern beispielsweise bei der Betreuung von Stationen des Sinnesparcours, beim Catererbesuch oder im Rahmen des Kartoffelprojekts, bei dem Eltern beim Kartoffelernten selbst Handanlegen konnten.

#### **Kochtreff für Eltern**

Als weiteres Angebot für Eltern konnte in einer Schule mit hohem Migrantenanteil ein Kochtreff für Eltern und Lehrkräfte initiiert werden. Dabei handelt es sich um regelmäßige Treffen über ein ganzes Schuljahr im 4-Wochen-Rhythmus zum Kochen und zum Austausch von Rezepten. Die Mitarbeiterin der Verbraucherzentrale informierte die Teilnehmenden in themenbezogenen kurzen Theorieeinheiten beispielsweise über geeignete Getränke, eine kindgerechte Ernährung oder die Bewertung von Kinderlebensmitteln. Angestrebt wird, dass sich der Kochtreff verselbstständigt und an der Schule über längere Sicht etabliert. Als besonders attraktiv hat sich der Kochtreff für MigrantInnen erwiesen, die den Termin auch dazu nutzten, die deutsche Sprache zu praktizieren und Kontakte zu

deutschen Müttern zu bekommen. Gegen Ende des Schuljahres wurde der Wunsch formuliert, einen Kochkurs für Eltern anzubieten.

Tabelle 12: Angebote für Eltern

<b>Exkursionen</b>				
	Anzahl	TN	Zielgruppen	
Exkursion zum Caterer ZG: Grundschüler, Eltern, Lehrkräfte	2	57	Klassen 1 bis 6 Eltern und Lehrkräfte	Werkstatt Frankfurt e.V., Frankfurter Party- u. Veranstaltungsservice
<b>Weitere Angebote für Eltern</b>				
Kochtreff für Eltern	8	69		
Beteiligung von Eltern an Schüleraktionen	8	55		



Zubereitung des Menüs in der Schulküche und anschließender Austausch beim Essen.

### 3.2.2 Eignung der schulischen Ernährungsbildung

Die Eignung der Angebote der Zielgruppenarbeit für die Projektziele wurde nach Ende des Schuljahres 2006/2007 beurteilt. Die Bewertung beruht auf persönlichen Rückmeldungen der Lehrkräfte in den AG's, Rückmeldung mittels Fragebogen (Lehrerfortbildungen), Ergebnisse der teilnehmenden Beobachtung durch das IfLS und/oder Einschätzungen der VZH. Mit eigens aufgestellten Kriterien wurde jedes Angebot beurteilt: 0 – weniger geeignet; 1 - gut geeignet; 2 – sehr gut geeignet. Die Darstellung erfolgte in Tabellenform (siehe Anhang).

Die Bewertung erfolgte mit dem Ziel, inwieweit die Kenntnisse im Bereich Ernährung/regionale Landwirtschaft und die Stärkung der Aufmerksamkeit für regionale Lebensmittel in der eigenen Schulverpflegung erweitert werden konnten.

#### SchülerInnen

Besonders geeignet waren Angebote, die einen außerschulischen Lernort einbeziehen und bei denen die Schülerinnen vor Ort selbst aktiv werden und praktische Fertigkeiten erwerben können. Diese Angebote stärkten die eigenen Fähigkeiten und waren somit besonders alltagstauglich. Dazu zählten vor allem die folgenden Angebote (vgl. Kap. 3.2.1.4 und Steckbriefe sh. Anhang):

**Ernährungsbildung auf dem Kartoffelacker:** Neben den praktischen Erfahrungen beim Pflanzen, Pflegen und Ernten der Kartoffeln, wurden Kenntnisse und Wertschätzung für regionales Obst und Gemüse gefördert. Idealerweise sollte man mit dem Kartoffellieferanten der Schulcaterer für die Mittagsverpflegung zusammenarbeiten, so dass die Kinder den direkten Bezug herstellen können.

**Lebensmitteldetektive gesucht:** In dem mehrwöchigen Kurs wurde u.a. über die Herkunft von Lebensmitteln gesprochen, praktisch in Verkaufsstätten vertieft und gesunde Snacks zubereitet. An einem Termin kam das Spiel „Powerkauer auf Gemüsejagd zum Einsatz (s.u.). Ein Bauernhofbesuch und die Supermarktralley machten allen Kindern Spaß und motivierten weiter, auf detektivische Entdeckungstour zu gehen.

**Exkursion zum Caterer für Schüler, Eltern, Lehrkräfte:** Von jeder Schulklasse nahmen 1-2 Schüler teil, die Mitschülern anschließend die Erlebnisse präsentieren konnten. Wünsche der Schüler wurden persönlich mit der Köchin besprochen, die ihrerseits über die eingesetzten Produkte und Lieferanten berichtete. Eine Folgeveranstaltung mit allen Beteiligten zu einem landwirtschaftlichen Erzeuger, der die Schulküche beliefert, würde die Aktion abrunden.

Auch das **Besser-Esser-Konzept** des Umweltbildungszentrums Licherode eignet sich sehr gut für die Umsetzung in den Schulen. Es wurde im FrankFOOD-Projekt bislang nur

als Lehrerfortbildung vorgestellt und soll zukünftig angeboten werden. Es eignet sich für Projektwochen und Schullandheimaufenthalte.

Bei der Aktion „**Mein Lieblingessen**“ sind viele SchülerInnen und Lehrkräfte in Zusammenarbeit mit dem Caterer eingebunden wie z.B. bei der Erstellung der Liste mit Wunsch-Gerichten für die Umfrage in der Schule, bei der Zubereitung der Speisen oder dem Essenmarkenverkauf. Auf Saisonalität und Regionalität wird durch Rezepturumstellung geachtet. Falls es nicht möglich ist, dass die Schüler mitkochen, werden sie ggf. bei der Essensausgabe beteiligt. Dem Caterer bleibt überlassen, welche Lebensmittel er durch regionale Ware ersetzt. Die regionale Herkunft sollte im Speiseplan oder durch einen Aushang dargestellt werden.

Im Rahmen der **Kochworkshops** mit Peer-group-education-Ansatz (Kooperation mit Powerbreak e.V.) wurde mit regionalen Lebensmitteln gekocht (Äpfel, Weißkohl, Champignons, Feldsalat, Milch, Eier, Putenfleisch) und es gab auch eine Lernstation zu regionalen und überregionalen Äpfeln (Geschmackstest, Herkunft, Vorteile regionaler Angebote). Die Wahrnehmung des IfLS und einer Lehrkraft war, dass für die Schulklasse das gemeinsame Kochen mit den Berufsschülern im Vordergrund stand und das Thema Regionalität in der Nachbereitung des Workshops erneut aufgegriffen werden sollte.

Bei dem Jahreszeitenspiel **Powerkauer auf Gemüsejagd** können die SchülerInnen zwar keine praktischen Fähigkeiten erwerben. Laut der Teilnehmenden Beobachtung durch eine Mitarbeiterin des IfLS eignet sich das Angebot sehr gut dazu, *„dass SchülerInnen spielerisch und mit Hilfe von Quizfragen vieles über die Saisonalität von Obst und Gemüse erfahren, sowie die Herkunft von Lebensmitteln und deren Transportwege kennen lernen. Die visuelle und spielerische Darstellung ist eine gute Form, um mit den Schülern dieses Thema zu erarbeiten. Die Schüler schienen einiges behalten zu haben, wann welche Obst- und Gemüsesorten wachsen bzw. wann die Erntezeiten sind. Sie schnitten bei der Beantwortung der Wissensfragen der Schüler-Befragung besser ab, als die anderen Grundschulen, in denen das Spiel nicht durchgeführt wurde“* (vgl. Abbildung 26 bis 30 Materialband).“

Bei weiteren Angeboten standen ernährungsphysiologische Aspekte, sensorische Beurteilungen und das Wahrnehmen von Qualitätsunterschieden im Vordergrund, z.B. beim **Sinnesparcours mit regionalen Lebensmitteln** und den **Frühstücksaktionen**. Es wurden jeweils regionale Lebensmittel eingesetzt.

Insbesondere die Frühstücksaktionen wurden in einer Schule sehr stark nachgefragt. Die Schüler lernten Bestandteile für ein gesundes Frühstück kennen. Über die eingesetzten Lebensmittel wurde ausführlich gesprochen und ein Buffet mit saisonalen und regionalen Bestandteilen zusammen vorbereitet. *„Diese Thema bietet gute Möglichkeiten, relativ einfach, aber praxisgerecht, über Lebensmittel und gesunde Ernährung zu sprechen“*, so die

Bewertung des IfLS. Weiterhin wurde der zum Projektstart eingeführte Schulkiosk des Fördervereins unterstützt, welcher mittlerweile an fünf Tagen in der Woche geöffnet ist und von den SchülerInnen sehr gut angenommen wird.

Die Angebote **Fit für den Sport–Ernährungs-Checkup** und das **Stationen lernen zum Thema Trendgetränke** eignen sich besonders für die zielgruppengerechte Umsetzung in den Klassen 7-10 von weiterführenden Schulen. Ernährungsphysiologische Inhalte stehen im Vordergrund. Beispielsweise kann das Getränkeangebot im eigenen Schulkiosk untersucht werden und regionale Alternativen können geprüft werden.

### **Lehrkräfte**

Von den angebotenen Lehrerfortbildungen waren die **Fortbildungen zum Besser-Esser-Konzept** des Umweltbildungszentrums Licherode und die **Exkursionen zu Betrieben** am besten geeignet, um für den Einsatz von regionalen Produkten zu sensibilisieren. Die Fortbildungen zu **Trinken im Unterricht**, **Essen mit allen Sinnen** und das **Besser-Esser-Seminar** vermittelten konkrete Informationen, Konzepte und Materialien, die direkt im eigenen Unterricht der Teilnehmenden umgesetzt werden konnten.

### **Eltern**

Die **Beteiligung der Eltern an Exkursionen und Schüler-Aktionen** sowie der **Kochtreff für Eltern** waren ebenfalls erfolgreich. Zukünftig sollten alle Angebote weitergeführt und ausgebaut werden, um die Anzahl der beteiligten Eltern zu erhöhen. Da der Kochtreff vom Engagement einer Ansprechpartnerin in der Schule abhängig ist, die persönliche Kontakte zu den Eltern hat und an die Termine erinnert, sollte das Konzept etwas modifiziert werden. Die Durchführung einer Auftaktveranstaltung für Eltern (z.B. zum Thema „multikulturelle Esskultur“, Sammeln von Rezepten der Eltern und Anpassen an ernährungsphysiologische Vorgaben durch eine Ernährungsexpertin, zentraler Einkauf, langfristige Ankündigung von Terminen, regelmäßige Theorieeinheiten z.B. Kochen mit regionalen und saisonalen Produkten, Supermarktführung „Einkaufsfallen“, geeignete Getränke, Kinderlebensmittel, Pausenfrühstück etc. sind Bestandteile eines Gesamtkonzepts für Eltern.

Eltern-Kind-Aktionen eignen sich für Grundschulklassen. Insbesondere für Schulen mit hohem Anteil an Migranten oder sozial Benachteiligten sollte es weitere erlebnisorientierte niedrigschwellige Angebote geben, um mehr Eltern zu erreichen.

### 3.2.3 Überprüfung der Speisepläne und Beratung

#### 3.2.3.1 Angebote der Caterer

Die Angebote der Caterer unterscheiden sich in der Anzahl der Gerichte pro Tag und dem Angebot von Vor- und Nachspeisen. Zusätzlich zum Mittagessen werden bei drei Caterern weitere Snacks, Brötchen, Salate etc. angeboten.

- Ein Caterer hat nur ein Hauptgericht (ohne Vorspeise, ohne Nachspeise) im Angebot. In der Cafeteria können zusätzlich Snacks und ein Salatteller erworben werden. (Preis: 3,20 bis 3,50 Euro).
- Ein Caterer bietet ausschließlich ein Hauptgericht mit täglicher Nachspeise an. Durchschnittlich 3 Mal pro Woche wird auch eine Vorspeise gereicht (Preis: 2,60 Euro).
- Ein Caterer bietet ein Hauptgericht und gelegentlich ein weiteres Wahlgericht an. Abwechselnd enthalten die Gerichte entweder Vor- oder Nachspeise. Zusätzlich werden Snacks wie Würstchen und Pommes frites angeboten. (Preis: 2,70 Euro)
- Ein Caterer hat zwei Wahlgerichte zur Auswahl incl. täglicher Vorspeise und Nachspeise. Zusätzlich können in einer Cafeteria weitere kleine Gerichte/Snacks erworben werden. (Preis: 3,00 Euro)

#### 3.2.3.2 Zusammenfassende Bewertung und Empfehlungen

##### Hauptgerichte

##### Empfehlungen (5 Tage Speiseplan)<sup>1</sup>

- ✓ Fleischhaltige Gerichte sollten nur 1-2 Mal pro Woche angeboten werden.
- ✓ Ganze unpanierte Fleischstücke und magere Fleischsorten sind zu bevorzugen.
- ✓ Paniertes Fleisch, Würstchen und Gehacktes max. 1 Mal pro Woche anbieten
- ✓ Auf Formfleisch sollte verzichtet werden.
- ✓ Vegetarische Gerichte sollten 2-3 Mal pro Woche angeboten werden.
- ✓ Fisch sollte 1 Mal pro Woche auf dem Speiseplan stehen (vorzugsweise Seefisch und auf nicht überfischte Arten achten) (WWF/Verbraucherzentrale).

---

<sup>1</sup> Die Empfehlungen gelten für das Angebot von 1 Gericht täglich. Wenn zwei Wahlessen angeboten werden, können die Angaben verdoppelt werden.

### Auswertung

Alle untersuchten Speisepläne enthielten zu viele Fleischgerichte, bei einem Caterer deutlich zu viel (zum Teil 4 Mal pro Woche). Der Caterer mit zwei Wahlgerichten täglich hatte jeweils ein Fleischgericht und ein vegetarisches Gericht im Angebot. Dabei kann es passieren, dass SchülerInnen 5 Mal pro Woche zu einem fleischhaltigen Essen greifen.

Das angebotene Fleisch wird überwiegend als zu fett beurteilt, da drei der vier Caterer häufig paniertes Fleisch, Würstchen oder Gehacktes angeboten haben. Gleichzeitig wurden vegetarische Gerichte und Fisch nach den Empfehlungen des optimix-Konzepts zu wenig eingesetzt. Die Fischgerichte bestehen zudem hauptsächlich aus paniertem Fisch oder Fisch im Backteig. Die Möglichkeit, zur Abwechslung einen Eintopf oder Auflauf anzubieten, wurde nicht ausgeschöpft.

### Verbesserungsmöglichkeiten: mehr vegetarische Angebote und Fisch

- Beim Angebot von mehreren Wahlessen sollte es Tage geben, an denen es nur vegetarische Angebote und Fisch gibt. Alternativ kann der Fleischanteil z.B. in Aufläufen oder Eintöpfen stark reduziert werden.
- Wünschenswert wären vor allem weniger paniertes Fleisch, Würstchen oder Gehacktes, zugunsten von ganzen unpanierten Fleischstücken.
- Immer mehr SchülerInnen, insbesondere ältere Schülergruppen und muslimische SchülerInnen, bevorzugen vegetarische Angebote oder schweinefleisch- bzw. schweinefettfreie Gerichte. Es wird empfohlen, dies zu berücksichtigen.
- Fischgerichte sollten bevorzugt mit unpaniertem oder gedünstetem Fisch versehen sein, bevorzugt sollte Seefisch eingesetzt werden.

### **Gemüsebeilagen, Hülsenfrüchte und Salat**

#### Empfehlungen

- ✓ Empfohlen wird mindestens eine Frische- bzw. Gemüsekomponente pro Mahlzeit
- ✓ (Salat, Gemüse oder Obst), möglichst saisongerecht
- ✓ Rohkost oder frischer Salat mindestens 2 Mal pro Woche
- ✓ Gegartes Gemüse mindestens 2 Mal pro Woche
- ✓ Hülsenfrüchte 1 Mal pro Woche

### Auswertung

In der Gruppe Gemüse, Hülsenfrüchte und Salate fiel auf, dass bei zwei Caterern zu wenig gegartes Gemüse als Beilage angeboten wurde und von allen Caterern kaum Hülsenfrüchte eingesetzt wurden. Häufiger wurde Gemüse „versteckt“ oder in Kombination mit Getreidebeilagen als Gemüse-Reis oder Gemüse-Nudeln, Gemüsemaultaschen, Gemüsefrikadelle oder vegetarische Frühlingsrolle angeboten. Es ist daher zu erwarten, dass die Gemüseportionen pro Schüler unter der empfohlenen Menge lagen. Bei Gerichten wie Curry-Gemüse-Pfanne, Rahmgemüse oder Thai-Pfanne wurden die Gemüsearten nicht explizit benannt.

Diese Angebotsformen haben einen realistischen Hintergrund. SchülerInnen nehmen schieres Gemüse als Beilage schlechter an und die Caterer überlegen sich „Strategien“, wie sie Gemüse schmackhafter machen können. Die Vorlieben für bestimmte Gemüsesorten sind im Schulalter sehr unterschiedlich.

Wenn Gemüsebeilagen angeboten wurden, kamen Karotten, Erbsen, z.T. Blumenkohl oder Tomaten als Soße zum Einsatz. Weniger eingesetzt wurden Kohlgemüse wie Wirsing, Kohlrabi, Rosenkohl oder Weißkohl, wobei gerade diese bei saisongerechtem Einsatz ggf. kostengünstiger aus der Region bezogen werden können und zudem einen hohen ernährungsphysiologischen Wert haben.

Als Salat wurden am häufigsten Blattsalate, gemischte Salate oder Möhren-Rohkost angeboten. Zwei Caterer liefern regelmäßig Gemüserohkost als Stücke ohne Dressing oder zum Dippen. Bei den beiden anderen Caterern wurde nicht zu jeder Mahlzeit eine Rohkost-Komponente (Salat, Rohkost oder Obst angeboten). Keiner der vier Caterer hatte eine Salatbar im Angebot.

### Verbesserungsmöglichkeiten: Gemüse, Hülsenfrüchte und Salat offensiver anbieten

- Durch das Angebot von Eintöpfen oder Aufläufen einmal wöchentlich kann der Gemüseanteil erhöht werden, damit reduzieren sich auch der Wareneinsatz und die Kosten, da Fleisch eingespart wird.
- Eine Salatbar zum Selbstbedienen mit einer abwechslungsreichen und ansprechenden Auswahl an Salaten und Gemüsen wird von SchülerInnen gut angenommen. Sie können selbst bestimmen, was sie essen mögen. Voraussetzung: entsprechende Kühlmöglichkeiten für die Salate, idealerweise eine Salattheke aus dem professionellen Gastrohandel mit „Spuckschutz“.



- Insbesondere weiterführende Ganztagschulen könnten bei entsprechender Schülerzahl eine Salatbar und gesunde vegetarische Snacks einführen. In Grundschulen kommt ein bunter Rohkostteller mit Knabbergemüse sehr gut an.
- Grüne Blattsalate, die keine speziellen Wintersalate sind und im Gewächshaus aufgezogen werden, weisen in den Wintermonaten meist höhere Nitratwerte auf. Eine stärkere Orientierung am saisonalen Angebot und der Einsatz von regionaler Bio-Ware hilft dies zu vermeiden. Die Vielfalt an Rohkostsalaten sollte ausgenutzt werden.
- Eine entsprechende handlungsorientierte Ernährungsbildung im Unterricht oder in Projekten kann dazu beitragen, dass SchülerInnen unbeliebte oder unbekannte Gemüse- oder Obstsorten kennen lernen, probieren und die Akzeptanz des Schulessens verbessert wird.

## **Stärkebeilagen**

### Empfehlungen

- ✓ Frische zubereitete Kartoffeln (gekocht, gebacken) oder Gerichte daraus (Kartoffelsalat, Kartoffelgratin - fettarm zubereitet) sollten mindestens 2 Mal pro Woche angeboten werden.
- ✓ Verarbeitete Kartoffelprodukte (Kroketten, Kartoffeltaschen oder Pommes frites etc.) sollten nur gelegentlich angeboten werden.
- ✓ Reis oder sonstige Getreidebeilagen wie Cous Cous, Bulgur, Polenta etc. sollten 1-2 Mal pro Woche eingesetzt werden.
- ✓ Hartweizennudeln und Teigwaren können 1-2 Mal angeboten werden.
- ✓ Brot oder Brötchen sollten einen Vollkornanteil von mindestens 50% haben.

### Auswertung

Als Stärkebeilage wurden bei fast allen Caterern zu wenig frische Kartoffeln als Beilage angeboten. Es wurden stattdessen mehr Reis, Nudeln und Kartoffelprodukte wie Kartoffelpuffer und Kroketten eingesetzt. Zu Eintöpfen wurden auch Brötchen als Stärkebeilagen gereicht, insgesamt aber mit geringem Anteil an Vollkorn. An Getreidesorten wurden von zwei Caterern Bulgur oder Cous Cous eingesetzt.

Verbesserungsmöglichkeiten: Stärkebeilagen - Vielfalt ausnutzen, Vollkornanteil erhöhen

- Reis und Nudeln sollten hin und wieder auch als Vollkornvariante eingesetzt werden.
- Empfohlen wird der vermehrte Einsatz von Getreide in ansprechenden Gerichten (Cous Cous, Bulgur, Hirse, Polenta etc.) Dies erhöht die Vielfalt der Speisen und die Vollwertigkeit der Gerichte wird aufgewertet.
- Anstatt eines Brötchens als Stärkebeilage könnte zur Abwechslung auch ein gutes, frisches Brot mit mind. 50% Vollkornanteil angeboten werden.

**Vorspeisen und Nachspeisen**

Empfehlungen

- ✓ Als Vorspeise eignen sich u.a. Suppen, Salate oder Rohkost.
- ✓ Ein Nachtisch rundet das Essen ab und unterstützt, dass manche Schüler ihren Süßhunger direkt nach dem Essen nicht mit Süßigkeiten stillen.
- ✓ Empfohlen werden frisches Obst, selbst zubereitete Nachspeisen mit frischen Milchprodukten und frischem Obst, selbstgemachter (Obst)kuchen, Pudding etc.
- ✓ Sehr süße Nachspeisen wie Eis sind - gelegentlich angeboten - erlaubt.

Auswertungen

Drei der vier Caterer haben Vorspeisen wie Salate, Rohkost oder Suppen relativ häufig angeboten. Bei den Nachspeisen fiel positiv auf, dass der empfohlene Anteil an Obst- und Milchnachspeisen gut erfüllt wurde. Süßigkeiten wie Eis und Dessertfertigmischungen wurden erfreulicherweise selten angeboten.

Verbesserungsmöglichkeiten

- Im Winter erlangt man durch die unterschiedliche Verarbeitung des Obstes zu mehr Abwechslung, z.B. Apfelschaum, Apfelquark, Apfelkompott mit Vanillesoße, Apfelkuchen etc., da die Vielfalt an verschiedenen Obstarten abnimmt.

**Wiederholungen im Speiseplan und Darbietung**

Empfehlungen

- ✓ Der Geschmack des Essens und der Genuss stehen für die kleinen und großen Tischgäste im Vordergrund. Ein gutes Aussehen der Gerichte auf dem Teller und eine

schmackhafte Zusammenstellung der Einzelkomponenten steigern die Attraktivität der Gerichte.

- ✓ Empfohlen wird ein Menüzyklus von mind. 6 Wochen ohne Wiederholung im Speiseplan.

#### Auswertung

Insgesamt gab es nur wenige Wiederholungen in den Speiseplänen, z.B. bei den Vor- oder Nachspeisen oder Nudelgerichten. Die Angebote konnten im Großen und Ganzen bis auf einige Ausnahmen als kindgerecht bewertet werden.

Bei Angaben im Speiseplan wie „Tagessuppe“ oder „Joghurt“ war nicht ersichtlich, um welche Art oder Geschmacksrichtung es sich handelte. Dadurch wirkten die betroffenen Speisepläne eines Caterers etwas eintönig.

Bei einer Umfrage der VZH zum Lieblingsessen in einer Schule zeigte sich, dass Lehrkräfte sich andere Gerichte oder Komponenten wünschen als Schüler. Lehrkräfte würden zu einem hochwertigeren Angebot greifen: Bio-Produkte, edlere Fleischteile (Steak mit Bratkartoffeln), Lachslasagne mit Salat, asiatische Gemüsepfanne oder mehr Salate und leichte Snacks wie Salatwraps.

Die optische Darbietung der Gerichte und der Geschmack konnten anhand der Speisepläne nicht überprüft werden.

#### Verbesserungsmöglichkeiten

- Grundschüler bevorzugen einen milderen Geschmack, während ältere Schüler in der Regel eine kräftigere Würzung wünschen.
- In den Schulen sollten regelmäßig (jährlich) Akzeptanzbefragungen durchgeführt werden. In der Befragung der fünf Schulen im Rahmen der Begleitforschung wurde dies ansatzweise geleistet (vgl. Kapitel. 3.3).
- Bei der Zusammenstellung der Menüs sollte darauf geachtet werden, dass die Gerichte optisch ansprechen, z.B. durch verschiedene Farben, frische Kräuter. Ein fade aussehendes Gericht wie Kartoffelpüree mit Blumenkohl und Käsesoße, sollte vermieden werden.

## **Kennzeichnung von Zutaten und Zusatzstoffen**

### Empfehlungen

- ✓ Die Verwendung von kennzeichnungspflichtigen Zusatzstoffen muss gemäß § 9 der Zusatzstoff-Zulassungsverordnung im Speiseplan angegeben werden. Entweder auf dem Speiseplan oder in einem sonstigen Aushang.

### Auswertung

Bei drei der vier Anbieter war die vorgeschriebene Deklaration von kennzeichnungspflichtigen Zusatzstoffen erfüllt. Zusätzlich machten zwei Caterer freiwillig weitere Zutaten kenntlich, von denen bekannt ist, dass einige SchülerInnen dagegen allergisch reagieren könnten, z.B. Ei, Nüsse/Erdnüsse, Sellerie, Milch, Getreide, Soja.

### Verbesserungsmöglichkeiten

- Vollständige Deklaration der kennzeichnungspflichtigen Zusatzstoffe, wo es noch nicht vorgenommen wurde.
- Inwieweit Zutaten mit allergenem Potential zusätzlich ausgewiesen werden, bleibt jedem Anbieter überlassen. Für die Tischgäste (SchülerInnen, Lehrkräfte) ist es eine hilfreiche Information und sollte mit der Schule abgesprochen werden.

## **Getränke**

### Empfehlungen

- ✓ Als Getränke sollten beim Mittagessen täglich ungesüsste Getränke wie Wasser, Kräuter- oder Früchtetee kostenfrei zur Verfügung gestellt werden.
- ✓ Gelegentlich können selbstgemachte Saftschorlen (1 Teil Saft : 2 Teile Wasser) gereicht werden.

### Auswertung

In drei Schulen steht beim Mittagessen Leitungswasser in Karaffen zum Trinken zur Verfügung. In den beiden anderen Schulen müssen Getränke gekauft werden.

### Verbesserungsmöglichkeiten

- Es sollte geprüft werden, inwiefern in der Cafeteria ein professionelles Gerät zum Sprudeln von Wasser aufgestellt werden könnte, um das Trinken von Leitungswasser attraktiver zu machen.

### **Sonstige Empfehlungen**

- ✓ Auf eine fettsparende Zubereitung achten
- ✓ Rapsöl und Olivenöl verwenden
- ✓ Auf gehärtete Fette verzichten
- ✓ Auf Formfleisch verzichten
- ✓ Geschmacksverstärker, synthetische Konservierungsstoffe, synthetische Farbstoffe und künstliche Aromen möglichst vermeiden
- ✓ Auf gentechnisch hergestellte Produkte verzichten

### **Einsatz und Kennzeichnung von Bio-Produkten ([www.biokannjeder.de](http://www.biokannjeder.de))**

#### Empfehlung

- ✓ Mind. 10 % Einsatz ökologisch produzierter Lebensmittel (Wareneinsatz)
- ✓ Wird mit Bio z.B. auf dem Speiseplan oder an der Essensausgabe geworben, müssen Caterer nach der EG-Öko-Verordnung Nr. 2092/91 zertifiziert sein und sich einer regelmäßigen Kontrolle durch entsprechende Kontrollinstitute unterziehen.

#### Auswertung

Der Einsatz von Bio-Produkten wurde bei zwei Caterern im Speiseplan angegeben, entweder pauschal „Kartoffeln und Karotten nur aus kontrolliert biologischem Anbau“ oder mit dem Hinweis „Bio“ im Speiseplan vor der Zutat. Diese zweite Form der Deklaration vor der Zutat ist jedoch nur bei unverarbeiteten Zutaten möglich, z.B. Bio-Kartoffeln. Zusammengesetzte Produkte wie Kartoffelsalat können den Zusatz Bio nicht tragen, wenn nur die Kartoffeln aus Bio-Anbau stammen.

#### Verbesserungsmöglichkeiten:

- Einzelne Produkte komplett in Bio einkaufen. Größere Abnahmemengen verringern den Preis.
- Bio-Lebensmittel mit geringem Preisabstand in großen Mengen kaufen, z.B. Nahrungsmittel wie Nudeln und Teigwaren, Kartoffeln.
- Regelmäßig Bio-Produkte kaufen. Kontinuität schafft Verhandlungsspielräume.

## **Einsatz und Kennzeichnung von regionalen Produkten**

### Empfehlung

- ✓ 25 % Einsatz regionaler Ware, d.h. höheres regionales Angebot in der Sommersaison, (ggf. incl. regionale Bio-Ware).

### Auswertung

In den Speiseplänen wurden die eingesetzten regionalen Produkte nicht extra ausgewiesen.

Die Herkunft der regionalen Produkte wurde bei drei Caterern mit einem separaten Infoblatt in der Schule ausgehängt oder an die Eltern weiter gegeben.

Die Analyse der Speisepläne diente demnach nicht dazu, den Anteil an regionaler Ware zu erfassen. Die Herkunft der eingesetzten regionalen Produkte wurde vom Institut für ländliche Strukturforschung im Rahmen des Projekts erfasst (vgl. Kap. 2.2.2).

### Verbesserungsmöglichkeiten

- Rein regionaler Bezug einzelner Produktgruppen wie Kartoffeln, Möhren etc. (Vorteile in Bezug, Kalkulation und Kommunikation)
- Verstärkter Einsatz von Äpfeln, Kartoffeln, Feldgemüse sowie Kohllarten, da diese auch im Winterhalbjahr preislich wettbewerbsfähig sind.
- Revision und Überarbeitung der Speisepläne, Wiederentdeckung und Modernisierung alter Rezepte und Variationen, z.B. für Äpfel, Kartoffeln, Kohl etc.
- Ersatz von Eis und Kuchen durch regionale Milchprodukte, wenn preislich attraktiv
- Direktbezug von Direktvermarktern und Kleinverarbeitern, z.B. von regionalen Milchprodukten, ggf. Bildung von Einkaufsgemeinschaften mit anderen Kunden.

## **Regionale Produkte im Speiseplan**

Nach der Erfassung des regionalen Angebots der Caterer durch das IfLS konnten die tatsächlichen Anteile regionaler Komponenten pro Woche erfasst werden. Die durchschnittliche Anzahl schwankte von zwei regionalen Komponenten (Einsatz regionaler Kartoffeln) bis 7 regionale Komponenten pro Woche (Kartoffeln, Möhren, Äpfel, verschiedene Gemüse, Hackfleisch).

In den Wintermonaten ist das Angebot an regional verfügbaren Obst- und Gemüsesorten sehr eingeschränkt. Lagerware wie Kartoffeln, Möhren, einige Kohlgemüse, Kürbis und Äpfel u.a. dominieren das Angebot. Kohlgemüse sind je nach Zubereitung bei SchülerInnen

nen mehr oder weniger beliebt und können den Anteil an regionaler Ware im Winter erhöhen.

Exemplarisch wurden alle Speisepläne der Caterer auf das Angebot von Gerichten mit Kohl und Äpfeln in den Nachspeisen untersucht. Dabei fiel auf, dass nur zwei Caterer 5 bzw. 7 Mal innerhalb des 6-Wochenplans ein Kohlgemüse angeboten haben. Dies Caterer hatten auch 6 bzw. 7 Mal eine Nachspeise mit Apfel im Speiseplan und konnten den Anteil an regionaler Ware dadurch erhöhen. Die beiden anderen Caterer lagen darunter. Der Anteil regionaler Produkte kann durch mindestens ein Gericht mit Kohlgemüse pro Woche und einen Nachtisch mit Apfel pro Woche erhöht werden.

### **3.2.3.3 Beratung für Caterer / Küchen**

Die Checklisten mit schriftlichen Ausführungen der Speiseplanbewertung werden den Caterern zur Verfügung gestellt und im Rahmen von Feedbackgesprächen Veränderungen angeregt. Weiterhin hat bereits in der ersten Projektphase eine qualifizierte Beratung durch einen Oecotrophologen und Koch in einer Schule stattgefunden. Überprüft wurden der Küchenbereich (Räumlichkeiten, Ausstattung, Hygienemanagement etc.) und das Verpflegungsangebot. Als Resultat wurden dem Pächter und der AG der Schule Empfehlungen für die Optimierung des Angebots vorgestellt und gemeinsam diskutiert. Der Pächter hat sich daraufhin bereit erklärt, einige Änderungen im Angebot vorzunehmen. Die Liste der erarbeiteten Empfehlungen befindet sich im Anhang.

### **3.2.4 Lieferantenworkshops und Informationsveranstaltungen**

Für regionale Lieferanten und Erzeuger wurden im Februar 2006 zwei Workshops angeboten. Das Themenspektrum erstreckte sich von Außer-Haus-Verpflegung über Beispiele aus dem Bereich der Schulverpflegung bis zu Anforderungen, die an Lieferanten gestellt werden. Das FrankFOOD-Projekt wurde jeweils vorgestellt und um eine Beteiligung am Projekt geworben. Insgesamt haben 35 Personen an den beiden Workshops teilgenommen. Zu den Teilnehmenden zählten vornehmlich regionale Erzeuger von konventioneller oder Bio-Ware sowie GV-Service-Unternehmen. Einige konnten auf der Homepage des Projekts mit Produktangeboten der Region erfasst werden.

Bei weiteren Informationsveranstaltungen zum Schulverpflegungsmarkt und FrankFOOD mit Mitgliedern der Vereinigung Hessischer Direktvermarkter und Mitgliedsbetrieben der MGH Gutes aus Hessen konnten weitere Betriebe für die Produkt-Datenbank gewonnen werden.

### **3.3 Begleitforschung**

#### **3.3.1 Schriftliche Befragung der Schulen**

Bei der ersten Befragungsrunde im März 2006 wurden die drei ersten Partnerschulen Anna-Schmidt-Schule (Grundschule und Gymnasium), Adolf-Reichwein-Schule (Grundschule) und Heinrich-Kraft-Schule mit einer Grundgesamtheit von  $N_{ges1} = 420$  ( $N_{Schüler1} = 240$  und  $N_{Eltern1} = 139$ ;  $N_{Lehrer1} = 41$ ) befragt.

Im Januar 2007 wurden in den neu dazu gekommenen Schulen, Wöhlerschule (Gymnasium) und Münzenbergerschule (Grundschule), ebenfalls Schüler, Lehrkräfte und Eltern befragt. Dazu wurde der bereits bestehende Fragebogen leicht modifiziert. Die Gründe für die Teilnahme und Nichtteilnahme am Schulmittagessen sowie die Zahlungsbereitschaft sollten noch stärker herausgearbeitet werden. Aufgrund dessen sind die Ergebnisse der Befragungen aus der ersten und zweiten Phase nicht komplett vergleichbar. Fragen zur Essensteilnahme und Beurteilung waren bei allen Befragungen gleich und wurden daher auch gemeinsam ausgewertet:  $N_{ges} = 1329$  ( $N_{Schüler} = 810$ ;  $N_{Eltern} = 452$ ;  $N_{Lehrer} = 67$ ).

Eine hohe Aussagekraft der Ergebnisse wird vor allem durch die große Grundgesamtheit bei der Befragung im Januar 2007 erreicht:  $N_{ges2} = 909$  ( $N_{Schüler2} = 570$ ;  $N_{Eltern2} = 313$ ;  $N_{Lehrer2} = 26$ ).

Das Alter der befragten SchülerInnen lag zwischen dem 8. und 16. Lebensjahr, da in der Grundschule die 3. und 4. Klassen und auf den beiden weiterführenden Schulen die 5.-7. Klassen sowie eine 10. Klasse bei der Befragung berücksichtigt wurden. Die Geschlechterverteilung war bei den Schülern sehr ausgeglichen (Mädchen: 46,0%; Jungen: 50,5%; k. A.: 3,5%), bei den Eltern hingegen haben wesentlich mehr Mütter geantwortet (vgl. Abb. 2 und 3 Materialband).

#### **3.3.2 Teilnahme an der Schulverpflegung**

##### **SchülerInnen**

Von den insgesamt 810 befragten Schülern der fünf Schulen nehmen 50,1% mittags an der Schulverpflegung teil. Die Mehrheit davon geht 1 bis 2 Mal in der Woche oder 1 bis 2 Mal im Monat in der Schule essen. An einer fast täglichen Mittagsverpflegung nehmen nur etwa ein Viertel aller Schüler teil; dies sind vor allem Grundschüler der Münzenbergerschule und Anna-Schmidt-Schule (vgl. Abb. 5 und 6 Materialband).

Diese Angaben spiegeln die Situation in Deutschland wider. Bundesweite Untersuchungen ergaben, dass nur etwa 20% der Schüler an der Schulmittagsverpflegung teilnehmen



(Verbraucherzentrale Bundesverband 2007). Die Anzahl der regelmäßig essenden SchülerInnen schwankt von Schule zu Schule von nur 45 Essen in der Heinrich-Kraft-Schule (zuzügl. Nachbarschule) bis 230 in der Anna-Schmidt-Schule. Die Häufigkeit der Teilnahme hängt unter anderem von der Organisation der Schule und den Nachmittagsangeboten ab. An Schulen, an denen (fast) täglichen verpflichtender Nachmittagsunterricht besteht, ist der Bedarf nach einer täglichen Schulmittagsverpflegung höher als an Schulen, die nur 1-3 Mal in der Woche Angebote am Nachmittag anbieten.

### **Lehrkräfte**

Gut ein Drittel der befragten Lehrkräfte nehmen in den Schulen an der Mittagsverpflegung teil. Im Durchschnitt tun sie dies nur 1 bis 2 Mal im Monat. Nähere Gründe für die geringe Teilnahme der Lehrkräfte werden in Kap. 3.3.3 angegeben.

### **3.3.3 Gründe für die Teilnahme oder Nicht-Teilnahme**

Die Gründe für die Teilnahme bzw. Nicht-Teilnahme am Schulmittagessen wurden in zwei Schulen erfragt. Die Grundgesamtheit bezieht sich hier auf  $N_{ges2} = 909$  ( $N_{Schüler2} = 570$ ;  $N_{Eltern2} = 313$ ;  $N_{Lehrer2} = 26$ ). Die Antworten umfassen nicht nur die Angaben der Esser oder Nichtesser, sondern aller Befragten (Schüler, Eltern, Lehrkräfte), weil sowohl Eltern, deren Kinder an der Schulverpflegung teilnehmen, als auch Schüler angegeben haben, warum sie an den anderen Tagen nicht in der Schule zu Mittag essen.

### **Gründe für die Teilnahme am Schulessen**

#### **SchülerInnen**

Der Hauptgrund der Schüler, warum sie das Mittagsangebot der Schule nutzen, ist der Wunsch nach einer warmen Mahlzeit. Dieser Grund wird von den Schülern des Gymnasiums (80,3%) wesentlich häufiger genannt als von den Grundschulern (35,3%). Damit steht die Bedeutung des Verpflegungsaspekts weit vor dem Geschmack des Essens. Nur 40,3% der Wöhlerschüler (Gymnasium) und 35,3% der Münzenbergerschüler (Grundschule) gehen in der Schule essen, weil es ihnen schmeckt (vgl. Abbildung 6). Die Mensa ist demnach nicht unbedingt ein Ort, an den man gerne geht, weil man etwas Leckerer, sondern weil man etwas Warmes essen möchte.

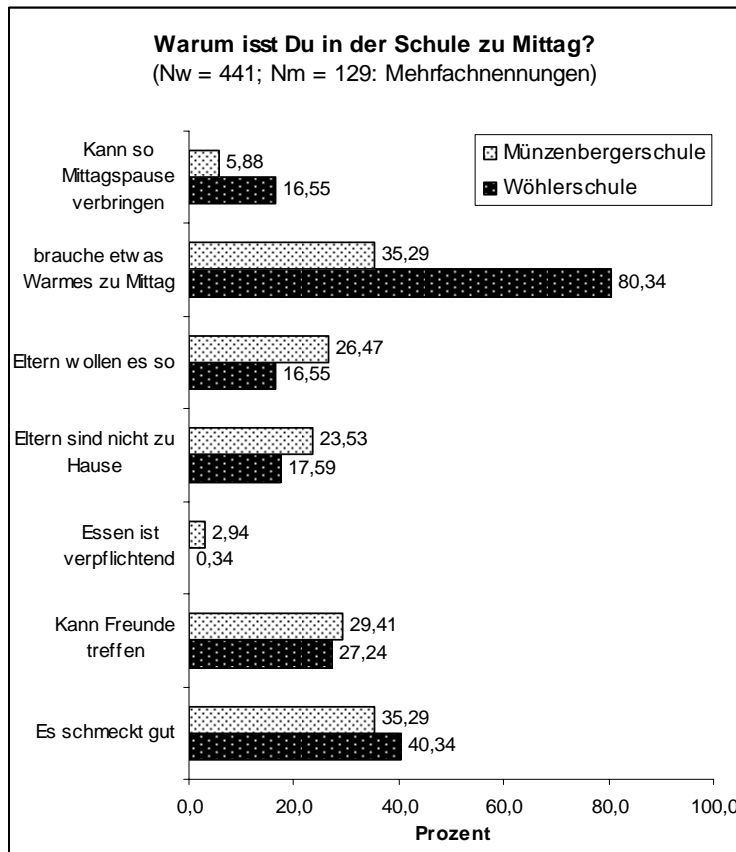
Von fast einem Drittel der SchülerInnen wird das Mittagessen als Möglichkeit gesehen, gemeinsam mit Freunden Essen und diese dort treffen zu können.

Interessant ist hier die Korrelation zwischen der Beurteilung des Essens und dem Grund der Essensteilnahme. So geben auch in der Schule, wo das Essen besser bewertet wird

(Wöhlerschule) mehr Schüler an, dass sie in der Schule essen, weil es ihnen schmeckt, als in der Schule (Münzenbergerschule), wo das Essen etwas schlechter bewertet wird.

Der Anteil der SchülerInnen, die in der Schule essen, weil es die Eltern wollen (26,5%) oder wo die Eltern nicht zu Hause sind (23,5%), ist bei der Grundschule etwas höher. Gerade für Grundschüler ist ein beaufsichtigter Ort, an dem sie Essen können, wichtig.

Abbildung 6: Gründe der SchülerInnen für die Teilnahme an der Mittagsverpflegung



### Eltern

Auch seitens der Eltern ist die Versorgung mit einer warmen Mahlzeit in der Mittagspause ein sehr wichtiger Grund, warum das Kind in der Schule essen soll. Besonders deutlich war dieses Ergebnis bei den Eltern der Gymnasiasten. Über 90% der befragten Eltern des Gymnasiums nannten dieses Argument.

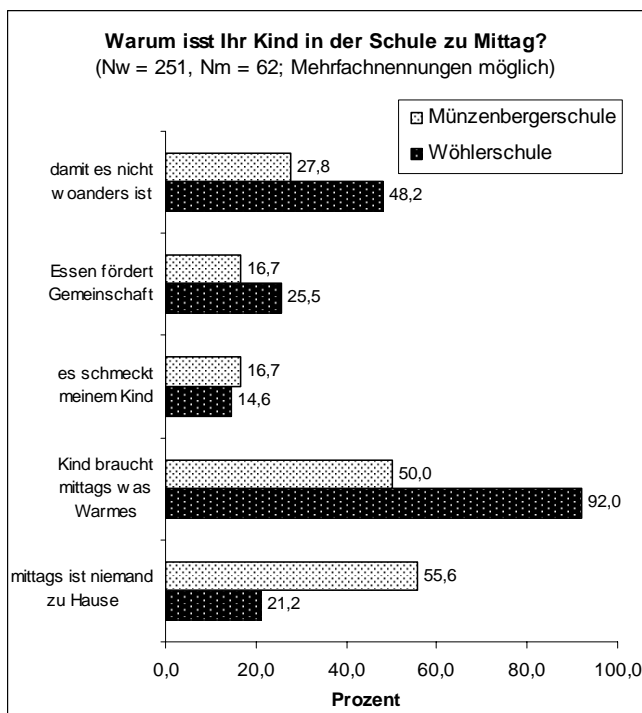
Für die Eltern der Grundschüler hat der Versorgungsaspekt noch einen weiteren Hintergrund: Da 55,6% der Eltern der Grundschule mittags nicht zu Hause sind, ist es für sie wichtiger, dass ihre Kinder eine Möglichkeit haben, regelmäßig in der Schule zu essen (vgl. Abbildung 7). Der Wunsch nach einer warmen Mittagsverpflegung für das Kind folgte direkt an zweiter Stelle.

Die Sorge, dass das Kind außerhalb der Schule etwas Ungesünderes isst, scheint bei den Eltern der Gymnasiasten höher zu sein (48,2%). Weniger als ein Drittel (27,8%) der Eltern der Grundschule gab diesen Grund an.

Die Förderung der Gemeinschaft bei der Schulverpflegung wird nur von wenigen als expliziter Grund für die Teilnahme genannt, aber von fast zwei Dritteln der Eltern als wichtig empfunden (Grafik im Materialband).

Erstaunlicherweise meinen nur ca. 16% der Eltern, dass ihre Kinder in der Schule essen, weil es ihnen schmeckt (vgl. Abbildung 7). Beim Geschmack gibt es also noch einigen Verbesserungsbedarf. Die Bedeutung des Mittagessens liegt für die Eltern mehr in der Versorgung ihrer Kinder mit Essen. Sie wollen darüber Gewissheit haben. Die sozialen Aspekte wie Freunde treffen oder geschmacklichen Genuss erleben, ist für die Eltern zweitrangig. Bei den Schülern haben diese Aspekte hingegen mehr Bedeutung.

Abbildung 7: Gründe der Eltern für die Teilnahme ihrer Kinder am Mittagessen



## Gründe für die Nicht-Teilnahme am Schulessen

### SchülerInnen

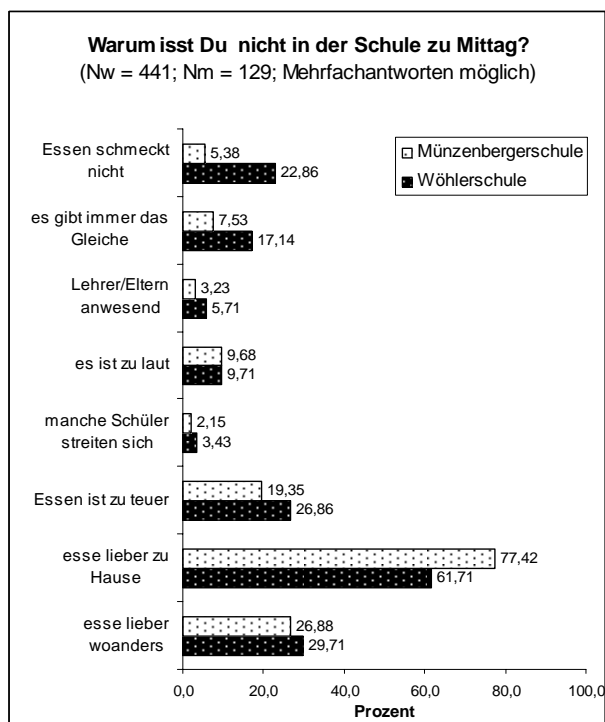
Das Schulessen hat bei den befragten Schülern bei weitem keinen so hohen Beliebtheits- und Akzeptanzgrad wie das Essen zu Hause. Gerade viele Grundschüler (77,4%) essen lieber zu Hause als in der Schule (vgl. Abbildung 8). Das ist nicht hauptsächlich so, weil es ihnen in der Schule nicht schmeckt (5,38), sondern weil sie lieber bei ihren Eltern oder Großeltern essen.

Auch die Mehrheit der Gymnasiasten isst lieber zu Hause oder woanders zu Mittag. Dies ist auch bei den meisten möglich, da nur 21,2% der Elternangaben, dass ihr Kind in der Schule essen soll, weil sie mittags nicht da sind. Bestände für die Schüler die Wahlmöglichkeit, ob sie zu Hause oder in der Schule essen wollen, würden viele, obwohl sie in der Schule Freunde treffen können, anscheinend doch lieber zu Hause essen.

Verpflegungsmöglichkeiten außerhalb der Schule, wie Bäcker, Metzger, Schnellimbiss oder Supermarkt bevorzugen immerhin fast ein Drittel der Befragten, wenn sie nicht in der Schule oder im Hort essen.

Erstaunlicherweise beurteilen mehr Schüler des Gymnasiums als in der Grundschule das Essen mit „gut“ und gleichzeitig geben hier auch mehr Schüler als Grund an warum sie nicht an der Schulverpflegung teilnehmen, dass es ihnen nicht schmeckt (22,9%).

Abbildung 8: Gründe der SchülerInnen für die Nicht-Teilnahme an der Mittagsverpflegung

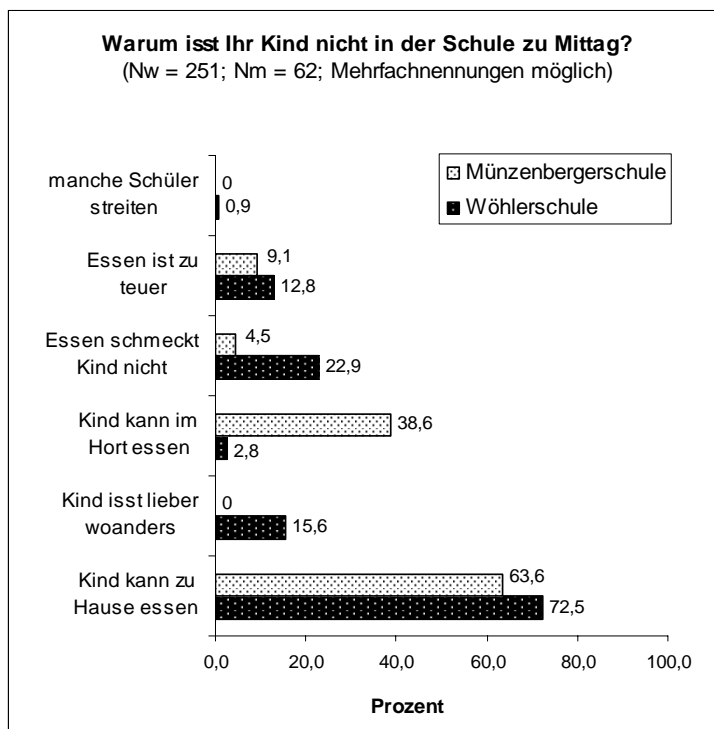


## Eltern

Auch seitens der Eltern scheint an der Schulverpflegung kein besonderer Bedarf zu bestehen, wenn ihr Kind zu Hause essen kann. Die am häufigsten genannte Antwort der Eltern ist mit denen der Schüler identisch, wobei hier etwas mehr Eltern des Gymnasiums angaben, dass ihr Kind lieber zu Hause esse (72,5%) als Eltern der Grundschule (63,6%). Einige Grundschüler (38,6%) haben außerdem die Gelegenheit, im Hort zu essen (vgl. Abbildung 9). Diese Alternative scheint gern und relativ häufig von Grundschulern genutzt zu werden. Ältere Schüler essen gerne woanders, wie beim Bäcker oder Schnellimbiss. Jedoch geben diesen Grund nur halb so viele Eltern wie Schüler an. Dies kann daran liegen, dass die Eltern es nicht wissen und/oder es nicht wollen, dass ihr Kind sich mittags etwas beim Imbiss kauft.

Schlechter Geschmack des Essens geben 22,9% der Eltern des Gymnasiums als Grund dafür an, das ihr Kind nicht in der Schule isst. Damit spiegeln sie die Aussage ihrer Kinder wieder. Vor allem der Geschmack des Essens sollte also verbessert werden. Neben der Verbesserung des Geschmacks als Rahmenbedingung sollte auch der Preis für alle bezahlbar sein oder subventioniert werden, denn ca. 10% essen nicht in der Schule, weil der Preis zu hoch ist (vgl. Abbildung 9).

Abbildung 9: Gründe der Eltern für die Nicht-Teilnahme ihrer Kinder am Schulessen

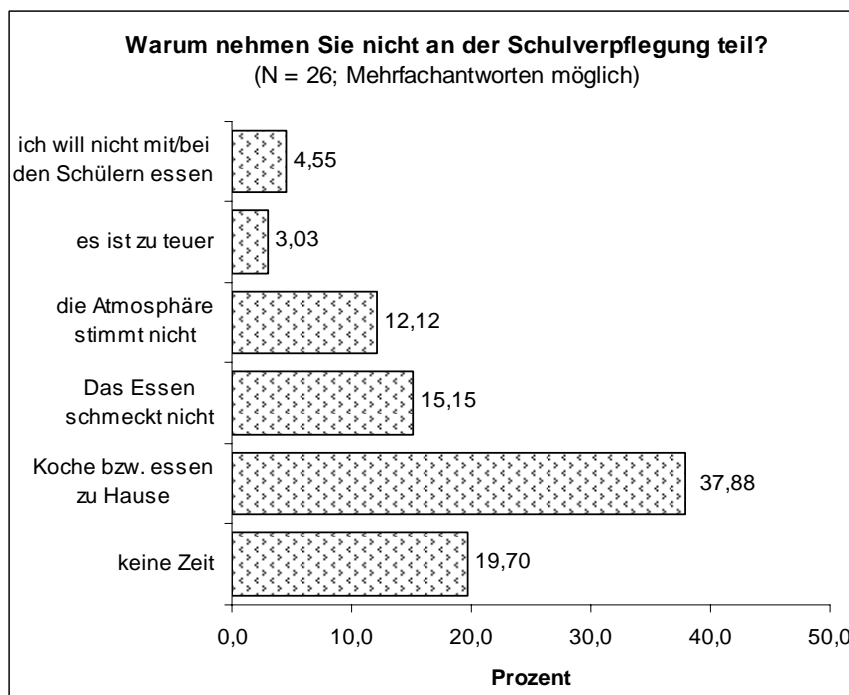


### Lehrkräfte

Wie die geringe Anzahl der Lehrer, die überhaupt an der Schulverpflegung teilnehmen, gezeigt hat, gehört für die meisten Lehrer ein Mittagessen in der Schule nicht mit zum Schulalltag. Sie kochen und essen lieber nach der Schule mit der eigenen Familie (37,9%). Dort schmeckt es ihnen auch besser, denn der Geschmack des Essens wird von ihnen am schlechtesten beurteilt und ist bei einigen Lehrkräften auch der ausschlaggebende Grund, warum sie nicht in der Schule essen wollen. Den Anforderungen der Lehrer wird das Schulessen demnach nur im geringen Maße gerecht. Wenn Lehrer in der Schule essen, dann möchten sie in der Regel leichte Snacks und Salate, diese werden aber bei den befragten Schulen nicht einzeln angeboten. Teilweise fehlt ihnen auch einfach die Zeit, in der Schule zu essen. Mehr Zeit in der Mittagspause und die Verbesserung des Schulessens wie Geschmack, leichte Kost und Salate würden demnach dazu führen, dass mehr Lehrer in der Schule mittags essen gehen. (vgl. Abbildung 10).

Um die Akzeptanz des Mittagessens zu erhöhen, ist das gemeinsame Essen der SchülerInnen (im Klassenverband) zusammen mit Lehrkräften von großer Bedeutung. Lehrkräfte nehmen eine Vorbildfunktion ein. Das gemeinsame Essen trägt dazu bei, die Gemeinschaft zu stärken und das Schulessen im Schulalltag zu ritualisieren.

Abbildung 10: Gründe der Lehrkräfte für die Nicht-Teilnahme am Schulessen



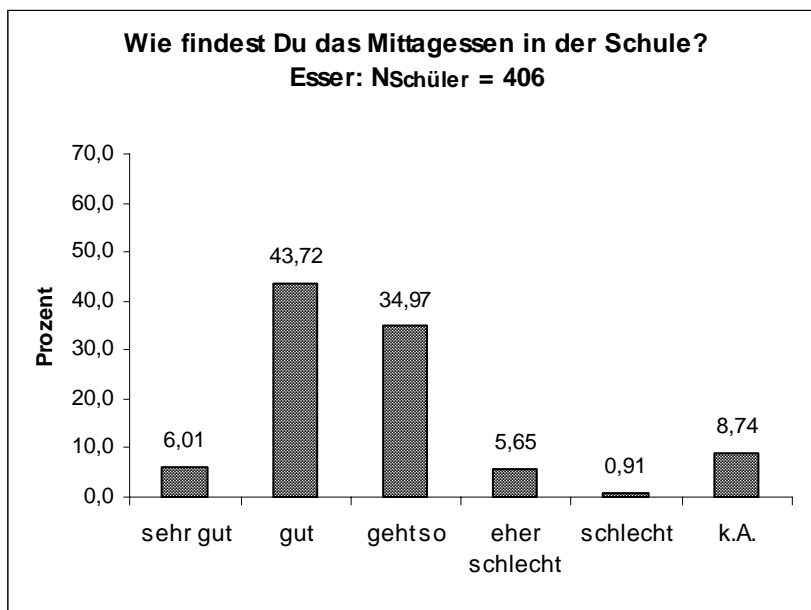
### 3.3.4 Beurteilung und Zufriedenheit mit der Schulverpflegung

#### SchülerInnen

Insgesamt wird von den Schülern das Schulessen mehrheitlich in etwa so beurteilt, wie im bundesdeutschen Vergleich, nämlich mit „gut bis geht so“ (43,7% der Schüler „gut“ und 35% „geht so“). Nur etwa je 6,0% der SchülerInnen finden das Essen sehr gut oder eher schlecht (vgl. Abbildung 11).

Betrachtet man die Ergebnisse der Schulen differenziert, sind sie ähnlich wie das Gesamtergebnis. Die Zufriedenheit bei den Schülern schwankt zwischen gut und durchschnittlich. Bei keiner Schule schnitt das Mittagessen richtig schlecht ab. Dennoch wünschen sich etliche Schüler ein besser schmeckendes Essen (vgl. Abbildung 7 Materialband).

Abbildung 11: Beurteilung des Mittagessens seitens der SchülerInnen



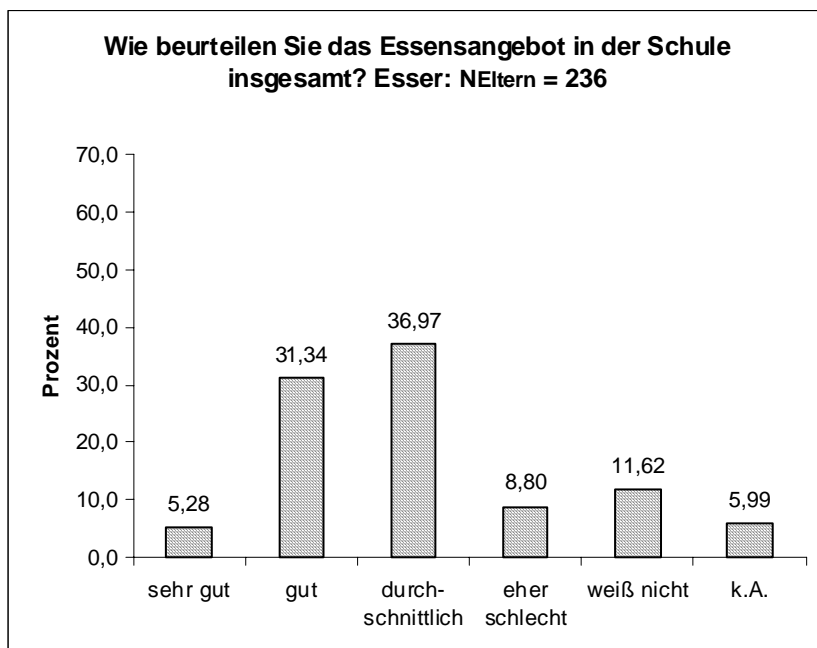
#### Eltern

Bemerkenswert war, dass die Eltern, deren Kinder in der Schule zu Mittag essen, die Schulverpflegung schlechter beurteilen als ihre Kinder. Die Mehrheit beurteilt das Essensangebot in der Schule mit „**durchschnittlich**“ (36,9%) und mit „**gut**“ (31,4%). Es sind ebenfalls nur sehr wenige Eltern, die das Essen als „sehr gut“ (5,3%) oder „eher schlecht“ (8,8%) einstufen (vgl. Abbildung 12).

Bei der Betrachtung der einzelnen Schulen differieren auch hier die Angaben; so gibt es eine Schule (Münzenbergerschule), bei der über die Hälfte der Eltern das Essen als „gut“

bezeichnet (vgl. Abbildung 8 Materialband) und etwas über 50% der Eltern der Gesamtschule (Heinrich-Kraft-Schule) das Schulessen sogar mit „sehr gut“ bis „gut“ beurteilen. Die Beurteilung des Essens hat aber nicht automatisch etwas mit der Anzahl der abgegebenen Schulessen zu tun. So essen in der Heinrich-Kraft-Schule, in der das Schulessen die beste Beurteilung seitens der Eltern bekommen hat, mit Abstand am wenigsten Schüler. Zu berücksichtigen ist, dass nur sehr wenige Eltern der Schule überhaupt geantwortet haben und daher einzelne Stimmen der Bewertung wesentlich mehr Gewicht geben.

Abbildung 12: Beurteilung des Mittagessens seitens der Eltern



Es gilt festzuhalten, dass die SchülerInnen mit dem Essen in der Schule zufriedener sind als die Eltern. Dies kann verschiedene Gründe haben, die nicht genau untersucht wurden, aber sich teilweise aus den Ergebnissen ableiten lassen:

- Den Eltern fehlen Informationen über das Essen
- Die Kinder erzählen eher, wenn es ihnen nicht geschmeckt hat, als wenn es geschmeckt hat
- Die Schüler finden Pizza, Pommes und Spaghetti gut, ihre Eltern nicht
- Es sind nicht genau dieselben Eltern, deren Kinder auch geantwortet haben.



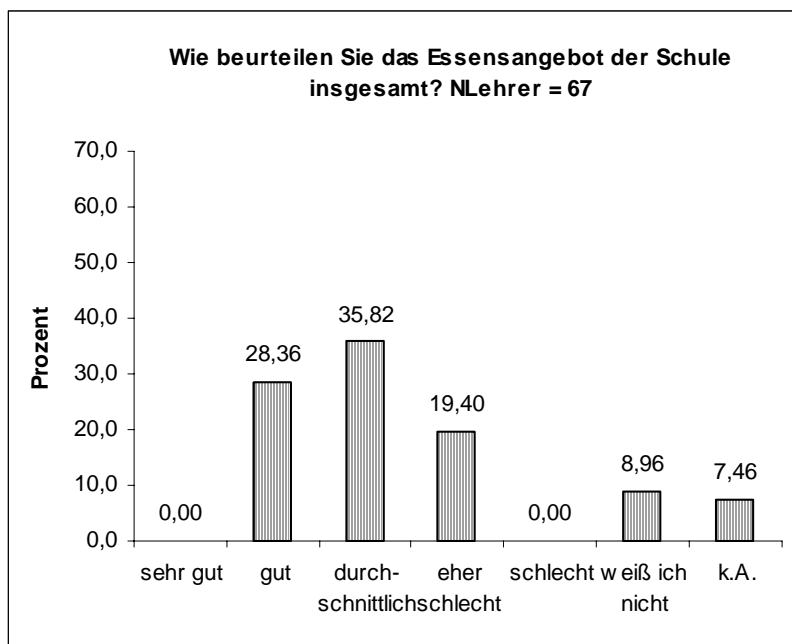
### Lehrkräfte

Die Lehrer scheinen bei der Beurteilung des Essens am kritischsten zu sein. Insgesamt betrachtet fällt ihre Beurteilung am schlechtesten aus. So beurteilen 28,4% der Lehrkräfte das Essen als „gut“ und über die Hälfte „durchschnittlich“ bis „eher schlecht“ (vgl. Abbildung 13).

Betrachtet man die individuellen Schulauswertungen, fällt auf, dass die Bewertungen in den einzelnen Schulen unterschiedlich ausfallen. In dem Gymnasium beurteilt die Mehrheit der Lehrer das Essen als „eher schlecht“ und in der privaten Grundschule als „eher gut“. Die Mehrheit der Lehrer der anderen Schulen beurteilt das Mittagsangebot als „durchschnittlich“.

Wichtig wäre, die genauen Hintergründe für die schlechtere Bewertung zu kennen. Bei den Gründen für die Nicht-Teilnahme am Essen wurde bereits der schlechte Geschmack an dritter Stelle genannt (vgl. Abbildung 10).

Abbildung 13: Beurteilung des Mittagessens seitens der Lehrkräfte



### 3.3.5 Verbesserungsvorschläge der Schüler, Eltern und Lehrkräfte

Nicht nur die Zufriedenheit der Schüler, Eltern und Lehrer an sich ist wichtig, sondern auch die Gründe dafür. Sowohl bei der Frage danach, was ihnen am Schulessen gefällt, als auch bei der Frage nach Verbesserungsvorschlägen waren die Antworten der Schüler, Eltern und Lehrer sehr ähnlich. Die Antworten umfassten Aspekte, die das Essensangebot direkt betreffen, aber auch soziale Aspekte und Aspekte, die sich auf die Atmosphäre beim Essen und die Räumlichkeiten beziehen.

Im folgenden Abschnitt werden die von den drei befragten Gruppen angegebenen Kritikpunkte mit den jeweils von ihnen dazu passenden Verbesserungsvorschlägen aufgezeigt. Die Ergebnisse beruhen auf freien Antworten aus den Fragebögen (vgl. Tabelle mit der Anzahl der Nennungen im Materialband).

#### Beurteilung des Essensangebots

##### Geschmack

##### SchülerInnen

Der Geschmack des Essens ist ein ebenso zentraler Punkt bei der Schulverpflegung, denn wenn das Essen nicht gut schmeckt, wird nicht gerne gegessen. Etwa ein Drittel der Schüler gibt den guten Geschmack des Essens als Grund dafür an, dass es in der Schule isst. Die Kunst liegt darin, sowohl den Geschmack der Schüler zu treffen als auch ernährungsphysiologische Aspekte zu beachten. Der Geschmack des Essens ist leider einer der Punkte, der am meisten verbesserungswürdig ist. Über ein Drittel der Schüler aller befragten Schulen wünschen sich ein leckeres Essen und 20% der Gymnasiasten geben sogar an, dass sie nicht in der Schule essen, weil es ihnen nicht schmeckt. Neben dem Geschmack des Essens ist vielen Schülern aber auch das *appetitliche Aussehen* wichtig.

##### Eltern und Lehrkräfte

Die Antworten der Eltern und Lehrer bezogen sich weniger auf den Geschmack des Essens allgemein als mehr auf konkrete Punkte, die sie am Essen zu bemängeln haben. Ein zu *fettes und verkochtes Essen* ist einer der am häufigsten genannten Kritikpunkte sowohl der Lehrer als auch der Eltern. Dies ist ein Problem, das oft in Großküchen zu finden ist. „Selbst die Nudeln schwimmen im Fett“ war beispielsweise die Aussage einer Mutter bei einem Gespräch.

Neben der Auswahl der Produkte und der Zusammenstellung des Menüs entscheiden die *Würzungen* über den Geschmack und die Beliebtheit des Essens. Eltern aller Schulen

kritisierten eine zu starke oder geringe Würze des Essens. Sowohl bei der schriftlichen Befragung als auch in Gesprächen stellte sich heraus, dass, die Erwachsenen exotische Gewürze in der Regel lecker finden, aber besonders von einigen Grundschulern als eher ungewohnt und nicht lecker empfunden wurden. *„Es sollte mehr auf die Geschmacksrichtungen von Kindern eingegangen werden. Häufig gibt es typische Erwachsenen-Gerichte“* so die Aussage einer Mutter. Ältere Schüler mögen in der Regel dagegen auch gerne mal exotisch gewürzte Gerichte.

### Abwechslungsreicheres Essen

#### **SchülerInnen**

Die Zufriedenheit mit dem Essensangebot ist bei den Schülern eher mittelmäßig. Es gibt oft Wiederholungen im Speiseplan und besonders die älteren Schüler wünschen sich eine größere Auswahl. Wobei hier die Wünsche einer Gesamtschule mit hohem Migrantanteil, die sich mehr Burger und Döner wünschen, von den Wünschen der Schüler des Gymnasiums (mit Ökologieschwerpunkt) stark unterschieden. Letztere wünschten sich eine größere Auswahl an Salaten, Snacks, Biolebensmitteln und vegetarischen Gerichten.

#### **Eltern und Lehrkräfte**

Neben dem Geschmack des Essens ist vor allem auch bei den Lehrern die Auswahl entscheidend, ob sie in der Schule essen werden oder nicht. Denn mit steigender Auswahl steigt die Chance, dass Gerichte dabei sind, die sie mögen. Von vielen Eltern und Lehrern wird ein abwechslungsreicheres Essen gewünscht. Das heißt zum einen, dass es nicht so oft Wiederholungen im Speiseplan geben soll, aber zum anderen vor allem auch, dass das Angebot größer sein soll. Die Caterer sollten ihrer Meinung nach mindestens zwei Gerichte zur Auswahl haben, von denen eines vegetarisch sein sollte. Gerade auch die älteren Schüler sowie die Lehrer wünschten sich kleine Snacks und Salate zur Auswahl, da sie häufig nicht so „mächtige“ Sachen essen wollen.

Einige der Aussagen müssen aber auch kritisch betrachtet werden, so beklagten sich beispielsweise Eltern des Gymnasiums über das Essen, weil es im Winter zwei Mal in der Woche Kohl gab (Wirsing und Blumenkohl). Aus regional-ökologischen Gründen sollten jedoch die verschiedenen heimischen Kohllarten regelmäßig und häufiger in den Speiseplan integriert werden.

Ökologische und regionale Lebensmittel

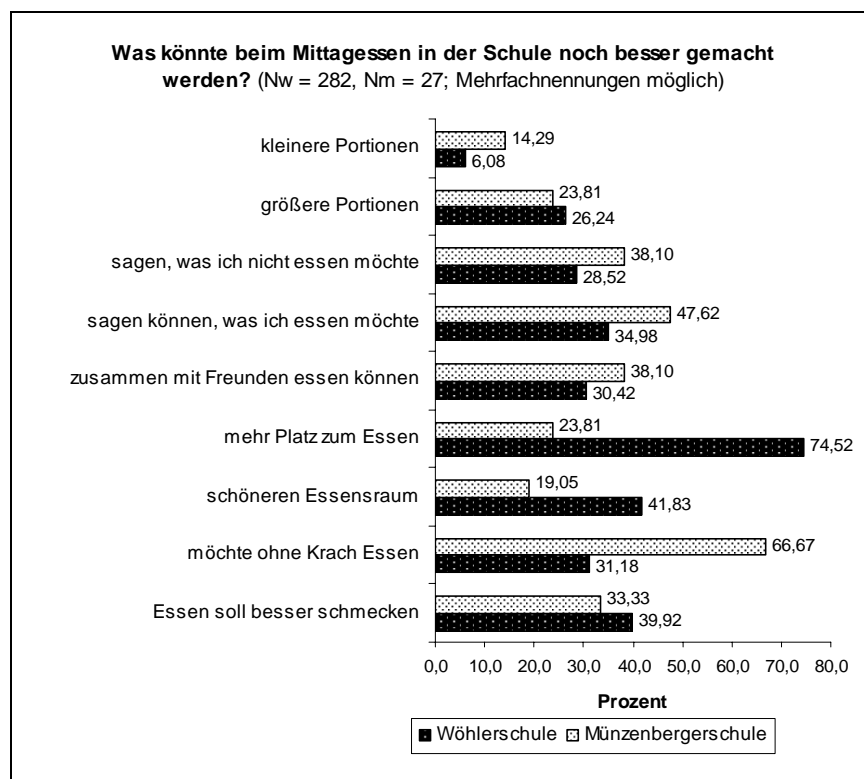
**SchülerInnen**

Was das Essensangebot angeht, so wünschten sich 33,8% der insgesamt 441 befragten Gymnasiasten mehr ökologische Lebensmittel. Eine Aussage dazu ist bei den anderen Schulen nicht möglich, weil die Frage nach einem höheren Einsatz von ökologischen und regionalen Lebensmitteln bei der ersten Befragung nicht gestellt wurde und die Schüler der Grundschule der zweiten Befragung zu jung für diese Frage waren. Neben einem hohen Bewusstsein für ökologische Produkte werden von 21% der Schüler ebenfalls einen höherer Einsatz *regionaler Lebensmittel* sowie mehr *vegetarische Gerichte* gefordert. Dieser doch relativ hohe Anteil an Schülern der 5.-7. und 10. Klasse mit einem hohen Umweltbewusstsein ergibt sich wahrscheinlich aus dem Ökologieschwerpunkt der Schule sowie dem wahrscheinlich höheren Bildungsniveau der Eltern und Schüler.

**Eltern und Lehrkräfte**

Auch Eltern und Lehrer äußerten den Wunsch nach verstärktem Einsatz von ökologischen und regionalen Lebensmitteln. Dieser Wunsch kam von allen Schulen, ebenfalls am häufigsten aus dem Gymnasium.

Abbildung 14: Verbesserungsvorschläge der SchülerInnen bei der Mittagsverpflegung



## **Atmosphäre/Räumlichkeit**

Nicht nur die Qualität und der Geschmack des Essens sind den Schülern, Eltern und Lehrern bei der Mittagsverpflegung wichtig, sondern sie legen auch viel Wert auf eine ruhige und schöne Atmosphäre beim Essen, bei der man auch die Kommunikation und Gemeinschaft pflegen kann.

### Ruhiger Essensraum

#### **SchülerInnen**

Situation und Ansprüche hinsichtlich der Lautstärke im Essensraum unterscheiden sich von Schule zu Schule, je nach Anzahl der Esser, Aufsichtspersonen, Aufteilung und Lage des Essensraums und natürlich den Aktivitäten der Schüler. Einen ruhigen Essensraum wünschen sich besonders die Schüler einer Grundschule, die derzeit auf die Fertigstellung eines Cafeterianeubaus wartet. Dort antworteten 66,7%, dass sie sich weniger Krach beim Essen wünschen. In den anderen Schulen äußerten jeweils ca. 30%, dass sie mehr Ruhe im Essensraum wünschen.

#### **Eltern und Lehrkräfte**

Ein ruhiger Essensraum ist für die Erholung der Schüler von großer Bedeutung, da sie in der Essenspause neue Energie für den Nachmittagsunterricht tanken sollen. Die Mehrheit der Eltern findet es wichtig, dass ihre Kinder in einem ruhigen Essensraum ohne Krach Essen können. Dieser Aspekt wird mit den Schülern geteilt, und womöglich gaben die Eltern dies an, weil ihre Kinder sich zu Hause über den Lärm beim Essen beklagen. Häufig scheint die Lautstärke beim Essen jedoch zu hoch zu sein. Das kann entweder an fehlenden Aufsichtspersonen liegen oder auch an der Raumgestaltung und Raumaufteilung. Beispielsweise war der Essensraum in einer Schule direkt neben dem Pausenraum. Durch eine einfache Trennwand und Schaukästen konnte die Lautstärke reduziert und der Raum etwas abgeschirmt werden.

### Mehr Platz

#### **SchülerInnen**

In drei FrankFOOD-Schulen werden in den nächsten Monaten Neubauten und Cafeterien fertiggestellt. Die derzeitigen Essensräume sind daher teilweise provisorisch und unzureichend. Alle Betroffenen klagen häufig über Platzmangel und zu lange Warteschlangen

beim Essen. In manchen Schulen essen die Schüler aus Platzmangel in Schichten. Dabei kann es dazu kommen, dass sich einige Schüler beim Essen gehetzt fühlen, weil sie nicht genug Zeit haben.

### **Eltern und Lehrkräfte**

Ebenfalls beklagten sich einige Eltern und Lehrer über Platzmangel im Essensraum. Daher wurde ein größerer Essensraum mit mehr Platz im Bereich der Essensausgabe gefordert. Auch diesen Kritikpunkt werden die Eltern wahrscheinlich von ihren Kindern weitergeleitet bekommen haben, denn in Gesprächen mit Lehrkräften wird häufig erwähnt, dass Eltern den Essensraum gar nicht kennen.

### Schöne Gestaltung

#### **SchülerInnen**

Die Beurteilung des Essensraums fällt bei den Schülern eher schlecht aus. Zwei Drittel sagen, dass ihnen der Essensraum nur teils/teils oder gar nicht gefällt und wünschen sich eine schönere und freundlichere Gestaltung.

#### **Eltern**

Eine schöne Gestaltung des Essensraumes wird auch von den Eltern am häufigsten genannt und als am verbesserungswürdigsten angesehen. Immerhin geben 20 von 312 befragten Eltern als Verbesserungsvorschlag an, dass der Essensraum netter gestaltet sein sollte. Sie wünschten sich zum einen Tischdecken und Servietten, aber auch Bilder und Tischdekorationen. Die Vorschläge gingen soweit, dass der Essensraum gemeinsam mit den Schülern gestaltet und als Ausstellungsraum genutzt werden könnte (vgl. Materialien). Dieser Diskussionspunkt kam auch bei einigen Lehrern gut an, weil sie auch schon diese Idee hatten. In den Schulen wurde dies teilweise auch schon umgesetzt.

### Freundliches Personal

#### **SchülerInnen**

Ein nettes Ausgabepersonal ist für die Akzeptanz des Essens von großer Bedeutung. Bei der zweiten Befragung (Wöhlerschule, Münzenbergerschule) wurde daher auch danach gefragt, ob das Ausgabepersonal nett ist. Von den 570 befragten Schülern gaben immerhin 137 an, dass sie das Essenspersonal nicht nett oder nur teilweise nett finden.

Es sollte darauf geachtet werden, dass eine gute Verbindung und Kommunikation zwischen den Schülern und dem Ausgabepersonal herrscht. Ergebnisse anderer Studien

zeigen, dass sich weniger über das Essen beklagt wird, wenn das Personal gemocht wird. Noch weniger ist das der Fall, wenn die Schüler bei der Essensausgabe mithelfen. Negative Kritik würde in diesem Fall an die eigenen Mitschüler gehen und diese beziehen sofort Stellung, ob die Kritik berechtigt ist.

### Mitbestimmung

In diesem Zusammenhang ist auch die Entscheidungsfreiheit und Mitbestimmung der Schüler wichtig. Schüler fühlen sich ernst genommen, wenn sie sagen können, was sie mögen oder nicht mögen. Das Personal sollte daher bei der Essensausgabe flexibel auf die Vorlieben der Schüler eingehen und die Portionen anpassen. In einer FrankFOOD-Partnerschule können die Schüler sagen, wie viel sie wovon möchten. Dies ist natürlich nur im bestimmten Maße möglich, da sonst stark nachgefragte Komponenten nicht für alle ausreichend verfügbar sind, aber es bietet eine gute Möglichkeit, den Schülern nur das auf die Teller zu geben, was sie auch mögen und essen. Spätere Klagen können dadurch verringert werden.

## **Soziale Aspekte**

### Gemeinsames Essen

#### **SchülerInnen**

Das Schulessen ist nicht nur eine Einrichtung, um den „knurrenden Magen zu füllen“, sondern auch ein soziales Ereignis. Gemeinsam mit Freunden essen zu können, ist neben gutem Geschmack der wichtigste Grund, warum Schüler das Essen in der Schule gut finden. Daher wird auch von einem Drittel der Schüler gewünscht, mehr im Klassenverband bzw. mit Freunden essen gehen zu können. Denn alleine haben die Schüler häufig keine Lust dazu. Es sollte daher darauf geachtet werden, dass diese Möglichkeiten gegeben sind. Des Weiteren fördert das gemeinsame Essen in der Schule auch die soziale Kompetenz.

#### **Eltern**

Die Gemeinschaft und Kommunikation durch gemeinsames Essen zu fördern, finden auch viele Eltern wichtig (vgl. Ab. 12 und 13 Materialband). Das gemeinsame Mittagessen bietet im Gegensatz zum Unterricht, wo die Schüler sich nicht unterhalten dürfen und den eher kurzen Pausen, die Gelegenheit, mit den Freunden und Klassenkameraden länger zu reden und sich auszutauschen. Außerdem ist das gemeinsame Essen in der Familie immer seltener und die Schule kann mit der Schulverpflegung familiäre Aufgaben über-

nehmen. Soziale Kompetenzen können beim gemeinsamen Mittagessen durch die Mithilfe bei der Essensausgabe oder dem Verhalten in einer Gruppe ebenfalls gefördert werden (Lülf u. Lüth: 2006; Meyer-Mansour: 2004).

### **Weitere Verbesserungsvorschläge**

#### Mehr Informationen

##### **Eltern**

Einige Eltern fühlen sich nicht ausreichend über das Mittagsangebot informiert und hätten gern mehr Informationen zu Angebot, Preis und Inhaltsstoffen. Engagierte Eltern des Gymnasiums und der privaten Schule wünschten sich sogar eine Mitbestimmung bei der Ausgestaltung des Speiseplans. Das Interesse und Engagement an der Mittagsverpflegung scheint demnach bei Eltern mit einem höheren sozialen Status stärker zu sein. An der Wöhlerschule ist dies zumindest außergewöhnlich stark.

#### (Unflexible) Essensbestellung

##### **Eltern**

Bisher müssen sich die Schüler aller fünf Partnerschulen vorher zum Mittagessen anmelden, indem sie beispielsweise mindestens einen Tag vorher die Essensmarken kaufen oder in Listen eintragen. Diese Unflexibilität wird von vielen Eltern bemängelt, weil dadurch häufig Essensmarken verfallen, wenn das Kind doch nicht in der Schule zu Mittag isst, weil beispielsweise der Nachmittagsunterricht ausfällt oder es etwas zu essen gibt, was das Kind nicht mag oder worauf es heute keine Lust hat. Eine Umfrage der ZMP/CMA 2005 unterstützt dieses Ergebnis, bei der drei Viertel der Ganztagschulen angaben, dass eine vorherige Anmeldung zum Mittagessen notwendig ist (ZMP/CMA 2005). Geringe Auslastung der Mensen und eine dadurch bedingte noch engere Kalkulation der Caterer trägt hauptsächlich zu dieser Unflexibilität bei. Eine bessere Auslastung der Mensen und die frische Zubereitung vor Ort würden dieses Problem abmildern. Der fehlenden Planungssicherheit der Caterer steht die Chance gegenüber, dass sich durch eine flexiblere Regelung mehr Schüler für eine Teilnahme am Essen entscheiden (ZMP/CMA 2005).



### 3.3.6 Einstellung und Zahlungsbereitschaft bzgl. regionaler Produkte

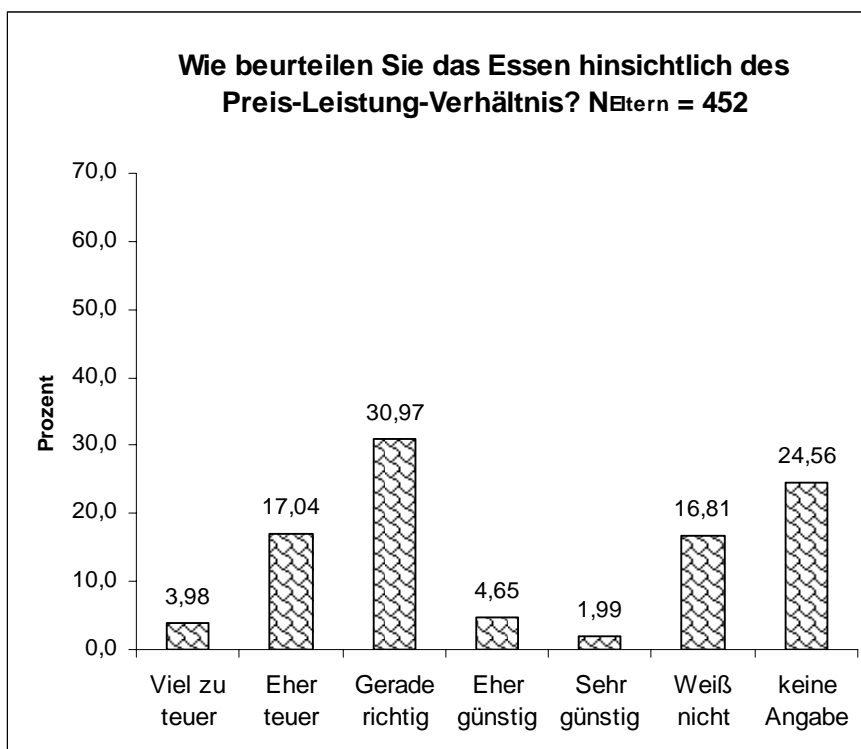
Der Preis des Schulessens in den befragten Schulen schwankt zwischen 2,75 und 3,20 Euro. Die Angebote der Caterer unterscheiden sich in ihrer Zusammensetzung (Hauptspeise mit/ohne Vor-/Nachspeise, Einsatz Bio-Produkte, Einsatz frische Produkte etc. (vgl. Kapitel 3.2.2)

Die Befragungen der Eltern ergaben, dass der weitaus größte Anteil der Eltern in etwa den Preis des Schulessens einzuschätzen bzw. einzuordnen weiß.

Die Frage nach dem Essenspreis ist vor allem in Zusammenhang mit der Zufriedenheit mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis interessant. Auffällig ist der hohe Anteil der Eltern, die sich kein Urteil über das Preis-Leistungs-Verhältnis bilden können (41,4% „weiß ich nicht und keine Antwort“). Von den übrigen Eltern beurteilen 31% das Preis-Leistungs-Verhältnis als gerade richtig und 17% als eher teuer (vgl. Abbildung 15).

In der Schule mit dem höchsten Essenspreis wurde von den wenigsten Eltern eine Angabe gemacht, wie sie das Preis-Leistungsverhältnis finden.

Abbildung 15: Beurteilung des Preis-Leistungs-Verhältnisses durch die Eltern



### Mehrzahlungsbereitschaft

Bei der zweiten Befragung wurde der Schwerpunkt noch stärker auf die Zahlungsbereitschaft der Eltern und Lehrer hinsichtlich regionaler und biologischer Produkte gelegt. Auf die Frage „Um welchen Mehrbetrag dürfte Ihrer Meinung nach ein Mittagessen teurer sein, wenn es in seinen Hauptkomponenten überwiegend aus regionalen ( $\geq 50\%$ ) und teilweise (10-50%) aus biologischen Produkten besteht?“, antwortete etwa die Hälfte der befragten Eltern und Lehrer sowohl der Münzenbergerschule als auch der Wöhlerschule, dass sie bereit wären, einen Mehrbetrag von 30 Cent bis zu einem Euro zu bezahlen.

Für alle fünf Schulen konnte festgestellt werden: Der Maximalpreis für ein gutes, gesundes Schulmittagessen mit Vorspeise, Hauptgericht und Nachspeise liegt bei zwei Dritteln der Eltern des Gymnasiums und der Privatschule zwischen 3 und 4 Euro, bei den Eltern der Grund- und Gesamtschule weit darunter bei 1,75 bis 3 Euro (vgl. Abb. 14 und 15 Materialband). Es gibt demnach eine große Diskrepanz bezüglich der Zahlungsbereitschaft für regionale und ökologische Lebensmittel bei Schulen mit einem überdurchschnittlichen Anteil Familien mit geringem Einkommen oder einem hohen Migrantenanteil, gegenüber Schulen, deren Eltern ein überdurchschnittliches Einkommen haben. Dieses Ergebnis bestätigt vorherige Erwartungen.

Mehr frische Lebensmittel und weniger Tiefkühl-Produkte wünschen sich die Eltern aller Schulen und sind dementsprechend auch bereit, dafür mehr zu bezahlen.

Wissen über die Erzeuger der Lebensmittel ist hingegen nur für wenige wichtig und ein Grund für das Schulessen mehr zu bezahlen. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Eltern bei den Aspekten, die sie beim Mittagessen sehr wichtig oder wichtig finden, auch bereit sind, mehr für das Essen zu zahlen.

Erstaunlicherweise trifft eine Mehrzahlungsbereitschaft teilweise auch auf Aspekte zu, die nicht die Qualität des Essens betreffen, sondern soziale Aspekte. Eine Mehrzahlungsbereitschaft bei 50% der Eltern der Gesamtschule besteht beispielsweise dafür, wenn es ein Ritual ist, gemeinsam in der Schule Mittag zu essen (vgl. Abb. 16 bis 20 Materialband).

Mehr Frische ist das Hauptargument für eine der Mehrzahlungsbereitschaft der Eltern aller Schulen. Es stimmten 74,2% der Eltern der Aussage zu „regionale Lebensmittel sind frischer als andere“. Regionale Lebensmittel werden von den Eltern also hauptsächlich mit Frische assoziiert.

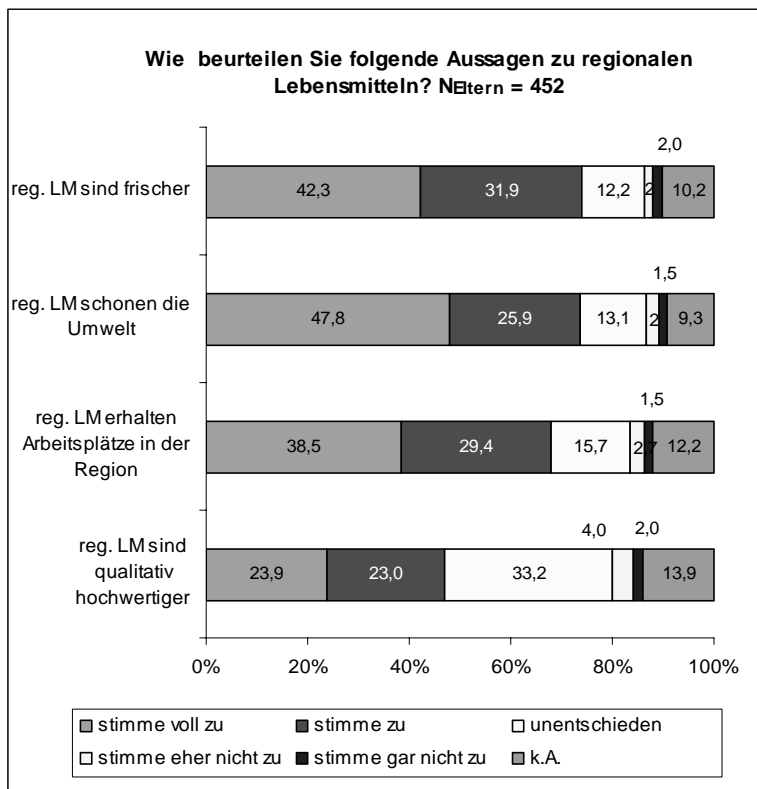
Die Einstellung gegenüber regionalen Lebensmitteln ist bei der Mehrheit positiv. Jedoch ist eine Mehrzahlungsbereitschaft beim verstärkten Einsatz von regionalen Lebensmitteln noch eher gering. Hier besteht demnach Kommunikationsbedarf und ein noch auszuschöpfendes Potenzial, um eine Verbindung zwischen Frische und regionalen Lebensmit-

teln auch bei eventuellen Mehrkosten durch regionale Lebensmittel herzustellen. Eine Mehrzahlungsbereitschaft besteht bei den Eltern vor allem beim Einsatz von

- mehr frischen Lebensmitteln
- mehr Bioprodukten
- mehr regionalen Produkten
- mehr unabhängig kontrollierten Lebensmitteln
- weniger TK-Produkten

Wie Abbildung 16 zeigt, rechnen Eltern regionalen Produkten vor allem eine höhere Frische und positive Umwelteffekte als Eigenschaften zu, gefolgt vom Erhalt regionaler Arbeitsplätze. Eine allgemein bessere Qualität wird von regionalen Produkten jedoch nur in geringerem Maße erwartet.

Abbildung 16: Beurteilung von Aussagen zu regionalen Lebensmitteln durch die Eltern

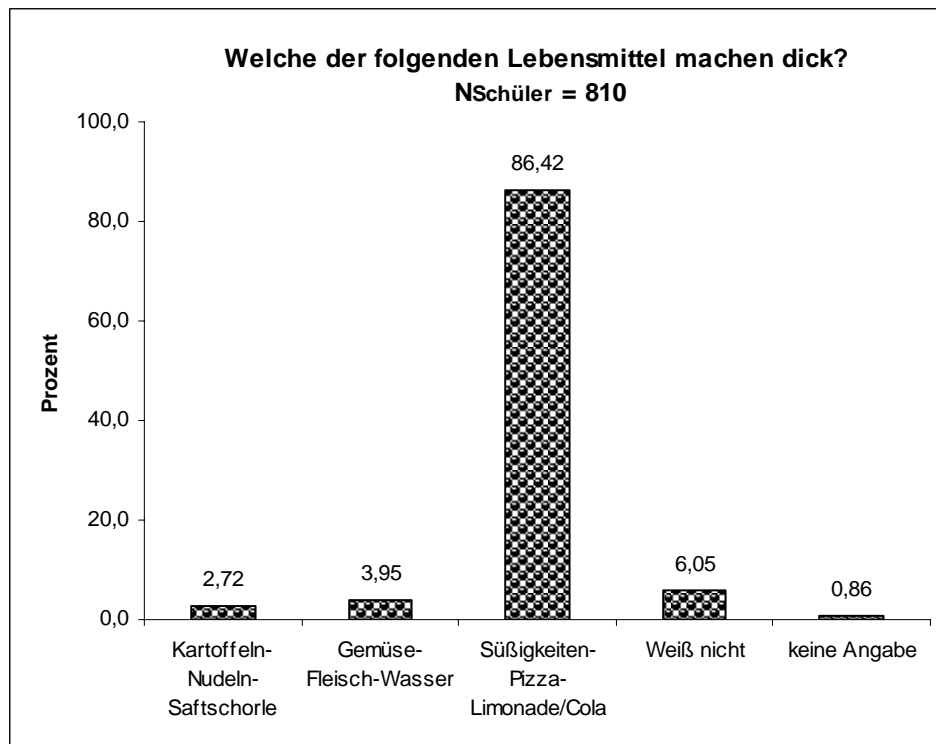


### 3.3.7 Kenntnisstand Ernährungsbildung

#### Kaloriengehalt bestimmter Lebensmittel

Trotz Meldungen über einen schlechten Ernährungsstand und Übergewicht bei Kindern und Jugendlichen, ist Wissen über dick machende und kalorienreiche Lebensmittel vorhanden. Sowohl bei der ersten als auch bei der zweiten Befragung wurde nach kalorienreichen Lebensmitteln gefragt. Das Ergebnis war sehr erfreulich, weil sowohl fast alle Grundschüler als auch Gymnasiasten und Gesamtschüler die richtige Antwort Süßigkeiten/Pizza/Limonade nannten (vgl. Abbildung 17).

Abbildung 17: Kenntnisstand der Schüler über kalorienreiche Lebensmittel



#### Herkunft und Erntezeit von Obst und Gemüse

Fragen zur Herkunft bestimmter Obst- und Gemüsearten konnten von den Schülern im Allgemeinen recht gut beantwortet werden. Über zwei Drittel aller Schüler wussten, dass Äpfel, Erdbeeren, Birnen und Kartoffeln in Hessen wachsen. Mit der Herkunft von exotischem Obst taten sich die Schüler etwas schwerer. So gab rund die Hälfte aller Schüler an, dass die Orange in Deutschland wachsen würde. Bei der Aubergine war sich die deutliche Mehrheit einig, dass sie nicht in Deutschland wächst. Auberginen werden zwar nicht im großen Stil in Deutschland angebaut, sie wachsen aber im Garten. Etwas schwieriger fiel den Grundschulern die Aussage zur Herkunft der Kiwi. Fast die Hälfte ist der Meinung,

dass Kiwis in Deutschland wachsen. Da alle diese Obst- und Gemüsesorten problemlos in jedem Supermarkt zu kaufen sind, scheint es für Schüler teilweise schwierig zu unterscheiden, ob die Produkte hier wachsen oder nicht (vgl. Abb. 26 bis 30 Materialband).

Die Antworten bezüglich der Erntezeit von Kirschen, Kohl, Lauch, Erdbeeren, Kartoffeln und Karotten waren etwa bei der Hälfte der Befragten richtig.

#### Regionale und ökologische Produkte

Eine Zusatzfrage nach den Besonderheiten regionaler und ökologischer Lebensmittel wurde nur bei dem Gymnasium gestellt. Ein Vergleich mit den anderen Schulen ist daher hier, aus den in Kapitel 2.5.1 genannten Gründen, nicht möglich.

Vielen der Gymnasiasten war klar, dass regionale Lebensmittel aus einer bestimmten Herkunftsregion kommen und durch kurze Transportwege die Umwelt schonen sowie Arbeitsplätze in der Region erhalten. Auch Unterscheidungsmerkmale zwischen ökologischen und konventionellen Produkten waren vielen Schülern bekannt. Die Gymnasiasten der ökologiebewussten Wöhlerschule besitzen einen guten Kenntnisstand über die Vorteile regionaler und ökologischer Produkte und setzen sich daher für deren vermehrten Einsatz im Schulleben ein (vgl. Abbildung 30 und 32 Materialband).

### **3.3.8 Regionale Landwirtschaft im Unterricht**

Nach Auskunft der Lehrkräfte waren die bisher am meisten angebotenen Themenfelder „Gesundes Frühstück“ und „Gesunde Ernährung“. Das Thema Landwirtschaft wurde selten behandelt, meist an einem Projekttag oder in einer Projektwoche, z.B. mit dem Schwerpunkt ökologische Landwirtschaft. Regionale Landwirtschaft wurde als eigenständiges Thema nicht behandelt; jedoch im Zusammenhang mit Themen zu Lebensmitteln wie Äpfel, Obst und Gemüse, Kartoffeln, Korn oder Milch. Einige Schulen haben einen eigenen Schulgarten, bei dessen Pflege über regionale Lebensmittel gesprochen wird. Für eine Akzeptanzsteigerung für gesunde Lebensmittel in der Schulverpflegung sowie um mehr Bewusstsein für die Herkunft der Produkte zu erreichen, ist eine verstärkte Einbindung der Themen in den Unterricht unerlässlich.

Bisher findet die Einbindung der Themen fast ausschließlich im Biologie- oder Sachkundeunterricht statt. Aber auch in Fächern wie Erdkunde, Gemeinschaftskunde oder Kunst lassen sich ernährungsbezogene Themen ansprechen.

Die Befragung zeigte, dass bei Lehrkräften, die einen fachlichen Bezug zu den Themen Ernährung und regionale Landwirtschaft haben, weiteres Interesse besteht, die Themen noch zu vertiefen. So antwortete fast die Hälfte aller befragten Lehrer (46,2%), dass sie Interesse an weiteren Materialien zu den Themen Ernährung und regionale Landwirt-

schaft haben. Der größte Anteil der Lehrer, die dies verneinten, tat es mit der Begründung, es würde nicht zu ihren Fächern passen (z.B. Deutsch, Musik, Sport).

Eine fächerübergreifende Umsetzung der Themen im Unterricht, und nicht nur an Projekttagen, erfordert veränderte Rahmenbedingungen. Lehrkräfte der FrankFOOD-Schulen wünschen sich mehr Unterstützung und mehr Spielräume, die Integrationsmöglichkeiten seitens der Schule bieten. Weiterhin sind die Lehrkräfte an fachlichen Fortbildungen oder Lehrmaterialien interessiert.

## **3.4 Presse- und Öffentlichkeitsarbeit**

### **3.4.1 Resonanz**

Die folgende Tabelle gibt einen Überblick über die durchgeführten Veranstaltungen und die Medienresonanz in der Projektlaufzeit. Es wurden neun Veranstaltungen durchgeführt und 10 Pressemitteilungen herausgegeben. Insgesamt folgten 25 Medienvertreter den Einladungen zu sieben Presseaktionen. Einschließlich der beiden Fachartikel und der zwei Hörfunkbeiträge, die unabhängig von Veranstaltungen erschienen, wurden insgesamt 41 Beiträge veröffentlicht.

Die Medienvertreter zeigten sich sehr interessiert am FrankFOOD-Projekt und den begleitenden Aktionen. Insgesamt war eine sehr gute Präsenz in den Printmedien, dem Hörfunk, dem Fernsehen und auch in Online-Redaktionen zu verzeichnen. Sowohl lokal und regional tätige als auch große überregionale hessische Medien, wie Hessischer Rundfunk und Hessenfernsehen (HR), Frankfurter Rundschau (FR), Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ), RTL Hessen und Deutsche Presseagentur (dpa) Hessen, begleiteten einzelne oder mehrere Veranstaltungen. Auch Vertreter der bundesweiten Fachpresse GV-Praxis und des Fachmagazins Schulverpflegung berichteten ausführlich über das Projekt.

### **3.4.2 Aktionen**

Als öffentlichkeitswirksam erwiesen sich vor allem die Presseaktionen, bei denen Schülerinnen und Schüler der FrankFOOD-Partnerschulen selbst aktiv mitwirkten. Die Entscheidung, die prominente Frankfurter Bildungsdezernentin und spätere Bürgermeisterin, Jutta Ebeling, als Projekt-Schirmherrin zu benennen, wirkte sich ebenfalls öffentlichkeitswirksam und positiv auf die Projektergebnisse aus. So war die Projekt-Auftaktveranstaltung mit der Schirmherrin am 10.2.2006 in der Heinrich-Kraft-Schule in Fechenheim mit acht Medienvertretern und 15 Medienbeiträgen ein überregionales Highlight. Auch folgten die Medienvertreter gerne den Einladungen zu erlebnisorientierten Bildungsmaßnahmen des FrankFOOD-Projektes.

Die Kartoffelpflege- und -ernteaktionen mit FrankFOOD-Schülern am 23.6.06 auf dem Biolandhof Pfeifer und am 31.8.06 auf dem Dottenfelderhof übten durch den außerschulischen und ungewöhnlichen „Lernort Kartoffelacker“ hohe Anziehungskraft auf Journalisten aus.

Tabelle 13: Durchgeführte Veranstaltungen und Medienresonanz

Datum	Art der Veranstaltung	Pressemitteilungen	Medienvertreter	Medienresonanz
07.12.05	Workshop für Multiplikatoren	1	(keine Einladung)	2 x Online-Red.
10.02.06	Auftaktveranstaltung mit Pressekonferenz	1	8	10 x Print 2 x Hörfunk 3 x TV
23.06.06	Kartoffelpflegeaktion auf Biolandhof-Pfeifer mit Pressegespräch	1	3	4 x Print
31.08.06	Kartoffelernte mit Schülern auf dem Dottenfelderhof mit Pressegespräch	1	4	1 x Print 2 x Hörfunk 1 x TV 1 x Online-Red.
20.09.06	Pressegespräch zur Fotoaktion mit FrankFOODer – REGIONALLECKER-BESSERESSER	1	1	1 x Print
12.12.06	Kochworkshop von Schülern für Schüler mit Pressekonferenz	1	6	2 x Print 1 x Hörfunk 3 x TV
09.02.07	Workshop für Multiplikatoren	1	Keine Einladung	1 x Print
11.05.07	Lehrerfortbildung Besser-Esser-Konzept	2	1	1 x Online-Red.
04.06.07	Regionale Erdbeeraktion	1	2	2 x Print
<b>Gesamt</b>	<b>9 Veranstaltungen</b>	<b>10 Pressemitteilungen</b>	<b>25 Medienvertreter</b>	<b>41 Veröffentlichungen</b> <b>davon:</b> <b>21 x Print</b> <b>2 x Fachartikel</b> <b>4 x Online-Red</b> <b>7 x Hörfunk</b> <b>7 x TV</b>

Die Gesamtliste der Veröffentlichungen und der Medienresonanz findet sich im Anhang.



Auch der Kochworkshop „Korrekt Kochen“ in Kooperation mit dem Verein Powerbreak fand hohes Interesse bei den Medien. Sechs Medien, darunter drei Fernsehteams, waren am 12.12.2006 in der Berta-Jourdan-Schule vertreten. Hier weckte das effektive Konzept der Peer-group-education (von Jugendlichen für Jugendliche) das öffentliche Interesse. Berufsfachschüler der Berta-Jourdan-Schule vermittelten 9. Klässlern der Heinrich-Kraft-Schule das Kochen mit regionalen Lebensmitteln.

Zum Frankfurter Erntefest am 20.9.2006 startete eine 3-tägige FrankFOOD-Fotoaktion mit einem Infostand zu regionalen Lebensmitteln auf der Zeil. Verbraucher konnten durch ein Foto mit dem neu kreierten, lebensgroßen „FrankFOODER–REGIONALLECKER-BESSER-ESSER“ bestätigen, dass sie die Bemühungen um mehr regionale Produkte in Frankfurter Schulkantinen begrüßen. Ergänzend wurden Postkarten mit dem lustigen Eyecatcher und der Internetadresse an Passanten verteilt. Die Fotos wurden auf der FrankFOOD-Homepage veröffentlicht. Die Aktion fand großen Anklang bei Verbrauchern und ermöglichte, direkt mit Interessierten ins Gespräch zu kommen und über das Projekt zu informieren.



Foto mit Verbrauchern und FrankFOODER

Im Rahmen der Internationalen Grünen Woche 2007 in Berlin wurde das FrankFOOD-Projekt im Bühnenprogramm der BMELV-Halle präsentiert. Unter dem Motto „Welcher Burger schmeckt am besten?“ bereiteten Jugendliche verschiedene Burger zu und wählten das beste Rezept aus.

Den Abschluss der öffentlichkeitswirksamen Aktionen im FrankFOOD-Projekt bildete die regionale Erdbeeraktion am 4.6.07 in der Münzenbergerschule in Frankfurt Eckenheim. An fünf Aktionstagen boten sechs Schulcaterer für 37 Frankfurter Schulen und für verschiedene Kitas regionale Erdbeercreations wie Erdbeershakes oder Erdbeer-Milchreis

als Nachtisch an. Circa 600 Kilogramm der süßen Früchte wurden durch die drei an der Aktion beteiligten Landwirte im Aktionszeitraum geliefert. Bei den Landwirten handelte es sich um den Biolandbetrieb Ackerlei aus Bruchköbel-Oberissigheim (Bioland), den Obst- und Gemüsehof Wurbs (Geprüfte Qualität - HESSEN) aus Hanau sowie Paul's Bauernhof (Landmarkt / Vereinigung Hessischer Direktvermarkter), Hofheim/Wallau.

Im Anschluss an das Pressegespräch hatten die Medienvertreter Gelegenheit zum Fototermin mit den Projektinitiatoren, den Vertretern der Landwirte, der Caterer und der Schule. Mit umgebundenen FrankFOOD-Schürzen verteilten der Referent der FrankFOOD-Schirmherrin Jutta Ebeling, Dr. Michael Damian, Erdbeeren an die Grundschüler, die zur Mittagspause in der Mensa eintrafen. Den Kindern wurde mit den Erdbeeren auch der für die Aktion entwickelte Erdbeerflyer überreicht. Dieser informierte über Erdbeeren und die regionale Herkunft der Früchte und lud zum Selbstpflücken auf den Bauernhöfen ein.

Zu den Kooperationspartnern der Erdbeeraktion gehörten nicht nur am FrankFOOD-Projekt bereits beteiligte Caterer und Partnerschulen, sondern auch weitere Lieferanten für Schulessen, die sich für die Partnerschaft interessieren. Dies wurde als Erfolg und als Möglichkeit einer Ausweitung des Projekts gesehen. Damit könnten zukünftig nicht nur größere Mengen Erdbeeren für die regionale Schulverpflegung eingesetzt werden. Auch der Bekanntheitsgrad von FrankFOOD bei Schülern, Eltern und Lehrern könnte so vergrößert werden – wenn das Projekt fortgeführt würde. Die beteiligten Cateringunternehmen haben daran von sich aus schon Interesse gezeigt und werden dazu im September erneut zu einem Treffen eingeladen.



Bühnenprogramm IGW 2007

### **3.4.3 Materialien**

Zur Unterstützung der diversen Aktionen wurden im Laufe des Projekts verschiedene Werbematerialien produziert bzw. entwickelt:

- Luftballons, Schürzen, Pinboards, Banner und Aufkleber mit FrankFOOD-Aufdruck
- Projektfaltblatt, Postkarten mit FrankFOODER und Flyer zur Erdbeeraktion mit Nennung der regionalen Lieferanten.
- Stellfigur/Eyecatcher FrankFOODER
- Projektordner für Schulen und Caterer

Die Giveaways waren insbesondere bei den jüngeren Schülerinnen und Schüler beliebt, die Schürzen bei älteren Schülern, Lehrkräften und Küchenpersonal. Die Luftballons, Schürzen, Pinboards und Banner stachen auf Pressefotos immer ins Auge und erwiesen sich als gute Werbeträger.

## **3.5 Geplante und durchgeführte Arbeitsschritte**

Eine Darstellung des Arbeitsprogramms des Projekts findet sich im Anhang. Ein Vergleich von Programm und Aktivitäten zeigt, dass alle geplanten Aufgaben bearbeitet wurden. Bisher nicht erreicht werden konnte eine Organisationsentwicklung zur dauerhaften Etablierung des Projekts.

VZH/IfLS hatten sich bis Ende Juni noch sehr darauf konzentriert, vor Ort Partner für eine Anschlussfinanzierung zu gewinnen. Der Abschlussbericht wurde im August fertig gestellt. Der Leitfaden wird anschließend erarbeitet. Am 24. September 2007 wird die wissenschaftliche Abschlusstagung an der Universität Göttingen stattfinden, gemeinsam mit dem Partnerprojekt. Ein Tagungsband wird von der Arbeitsgruppe Göttingen erstellt.

## 4 Fazit und Empfehlungen

Das Thema „Gesunde Schulverpflegung mit regionalen Produkten“ wurde in fünf Partnerschulen sowie mit vier Partner-Cateringunternehmen durchgeführt. In Workshops, Arbeitsgruppen, Bildungsveranstaltungen und Einzelgesprächen wurden alle beteiligten Akteure motiviert, über eine gesunde und regionale Schulverpflegung informiert und Wege für den vermehrten Einsatz ermittelt. Aus den erreichten Ergebnissen lassen sich für vergleichbare Projekte folgende Schlüsse ziehen:

### 4.1 Regionale Produkte und Markt

Im Verlauf des Projekts hat sich gezeigt, dass bei Caterern, die schon länger vertraglich an Schulen gebunden sind, durch ihre festgefühten Lieferbeziehungen und wenig definierten Kriterien für die eingesetzten Produkte kaum Veränderungen im Angebot durchzusetzen waren (Mehraufwand für Bestellung, Zubereitung, höhere Preise). Demgegenüber waren die Schulen generell aufgeschlossener gegenüber regional-ökologischen Angeboten, mit den bereits genannten Einschränkungen bezogen auf Preiserhöhungen des Schulessens.

Am ehesten erfolgversprechend erscheinen vergleichbare Projekte, in denen sich alle wesentlichen Partner auf kommunaler Ebene, wie Kommune(n), Schulträger/Schulämter, landwirtschaftliche Verbände, Landesmarketinggesellschaft und/oder andere starke Akteure von Beginn an aktiv am Aufbau einer entsprechenden Partnerschaft und dauerhaften Organisationsform beteiligen. Dies könnte bei vergleichbaren Projekten über die Finanzierung einer Vorklärungsphase von 3 Monaten erreicht werden, in der zunächst die Handlungsbereitschaft von potentiellen Partnern abgeklärt wird. Im FrankFOOD-Projekt waren die Akteure am Ende der zweijährigen Förderungsphase soweit motiviert, dass an eine Strukturbildung (z.B. Vereinsgründung) und Kooperationsvereinbarung gedacht werden konnte.

Unterstützend hierfür kann eine frühzeitig abgeschlossene und gemeinsam erarbeitete Kooperationsvereinbarung sein, in der die Leistungen, Vorteile und Pflichten der Projektpartner deutlich werden. Verbunden mit einem finanziellen Eigenbeitrag zur Projektfinanzierung stärkt sie die Eigenmotivation. Für professionelle Kommunikation sollten ausreichende Mittel eingeplant werden.

Grundlagen für einen gesicherten Einsatz regionaler oder ökologischer Produkte müssen in vertraglichen Vereinbarungen mit Caterern festgeschrieben werden. Deshalb war ein Schwerpunkt des FrankFOOD-Projekts, die Ausschreibungskriterien der Stadt Frankfurt

für die Schul-Caterer entsprechend zu beeinflussen. Dies ist bisher durch die Festschreibung der Anteile von 10% Bio- und 25% regionalen Produkten gelungen.

Beteiligten Schulen und Cateringunternehmen sollte dabei bewusst sein, dass eine dauerhafte Veränderung des Regionalanteils der Produkte mit einer Erhöhung des Essenspreises um mindestens 0,10 bis 0,20 € pro Menü verbunden sein kann. Nur so kann für die Cateringunternehmen, die Händler, Verarbeiter und Erzeuger die Wirtschaftlichkeit auf Dauer erreicht werden.

In Frankfurt ist geplant, dass für Eltern/Schüler mit geringem Einkommen die Hälfte des Essenspreises von der Stadt getragen wird. Durch die Deckelung des Essenpreises auf max. 3,- Euro, verbunden mit weiteren Subventionen (Betriebskosten, Essensausgabe) und ergänzt mit der genannten sozialen Ausrichtung, kann gewährleistet werden, dass alle Schüler an einem gesunden und regional-ökologischen Essen teilnehmen können. Für eine städtische Region mit großen sozialen Unterschieden kann dieses Modell eine zukunftsfähige Perspektive eröffnen.

## **4.2 Ernährungsbildung**

Die von der Verbraucherzentrale Hessen konzipierten Angebote sollten die Schulen bei der Ernährungsbildung und Schulverpflegung unterstützen und speziell die Wertschätzung für regional-ökologische Lebensmittel fördern. Methodischer Ansatz war, das „Erleben und Selbst tun“ von Schülern, Lehrkräften und Eltern in den Vordergrund zu stellen und die Produktion von der Erzeugung bis zum fertigen Produkt erfahrbar zu machen.

Die Angebote waren möglichst breitgefächert und auf verschiedene Bedürfnisse von Schulen zugeschnitten. Sie umfassten die Bereitstellung aktueller und zielgruppengerechter Unterrichtsmaterialien, Bildung von Arbeitsgruppen, Lehrerfortbildungsveranstaltungen, Angebote für einzelne Schulklassen und Eltern sowie eigens im Lauf des Projekts neu erarbeitete Konzepte.

In der schulischen Ernährungsbildung wurden von den fünf Schulen 1870 SchülerInnen, Lehrkräfte und Eltern aktiv an 83 Angeboten zur Ernährungsbildung beteiligt, wie gesundes Frühstück, Ernährungsbildung auf dem Kartoffelacker, Lebensmitteldetektive, Kochworkshops, Bauernhofbesuche und Exkursionen zu Caterern. Alle Angebote wurden je nach Schule mehr oder weniger intensiv in Anspruch genommen, da die Schwerpunkte in den Schulen unterschiedlich waren. Deshalb ist die Vielfalt der Ansatzpunkte für eine Zusammenarbeit mit Schulen in einem ähnlichen Projektzusammenhang und dauerhaft zu empfehlen.

Das Thema „regionale Produkte“ wurde in fast allen Angeboten für Schulklassen integriert und, abhängig von der Konzeption und dem Ziel des Angebots, mehr oder weniger intensiv aufgenommen. Besonders gut haben sich handlungsorientierte Angebote geeignet, die einen außerschulischen Lernort einbeziehen (Authentizität), praktische Ansätze integrieren und zur Erweiterung der Alltagskompetenz beitragen.

Wichtig wäre es, zukünftig mehr zielgruppengerechte Angebote für weiterführende Schulen zu erarbeiten, die interessante und aktuelle Themen aufgreifen (z.B. Essen für den Klimaschutz). Einige bereits vorhandene Unterrichtsmaterialien wurden den Schulen zur Verfügung gestellt.

Die Durchführung von Veranstaltungen von außerschulischen Partnern wird von Lehrkräften generell gerne in Anspruch genommen und meist als Entlastung empfunden. Deshalb muss darauf geachtet werden, dass eine Vor- und Nachbereitung der Angebote durch die Lehrkraft im Unterricht erfolgt, damit ein nachhaltiger Lerneffekt zurückbleibt. Außerdem sind zukünftig zur Erweiterung der Reichweite Aktionen wichtig, die schnell und einfach durch Lehrkräfte in den Unterricht einbezogen werden können.

Es konnte auch im FrankFOOD-Projekt die Erfahrung gemacht werden, dass die Projektergebnisse abhängig sind von der Aktivität der Ansprechpartner/innen in den Schulen (z.B. Schulleitung, Pädagogische Leitung), die die Themen schulintern voranbringen können und dem Engagement der Lehrkräfte. In diesem Zusammenhang sind feste Schularbeitsgruppen, Kooperationsvereinbarungen und Infobriefe/Mails von Bedeutung.

Eine fächerübergreifende Umsetzung der Themen im Unterricht, und nicht nur an Projekttagen, erfordert veränderte Rahmenbedingungen. Lehrkräfte der FrankFOOD-Schulen wünschten sich mehr Unterstützung und mehr Handlungsspielraum für die Integration der Themen. Weiterhin sind die Lehrkräfte an fachlichen Fortbildungen oder Lehrmaterialien interessiert. Nötig sind entsprechende Curricula, die dies zulassen und Angebote zur Qualifizierung der Lehrkräfte in Zusammenarbeit mit Lehrerbildungseinrichtungen. Eine Aufwertung des Schulfaches Hauswirtschaft oder Arbeitslehre zum Fach Ernährung und Verbraucherschutz, nach Vorbild des Projekts REVIS, ist sehr zu begrüßen.

Das Projekt hat gezeigt, dass die Themen Ernährung und regionale Landwirtschaft stärker in den Unterricht integriert werden können und zur Akzeptanzförderung eines hochwertigen Schulessens sehr wichtig sind. Im Unterricht oder in Projekten sollte stärker auf eine Verzahnung mit der eigenen Schulverpflegung geachtet werden (Beteiligung von Schülern bei der Speisenherstellung oder im Verkauf, Untersuchen der Angebote, z.B. Getränke im Schulkiosk, Umfragen zum Essensangebot – Mein Lieblingsessen).

Wichtig ist zukünftig, dass Schulen die Ernährungsbildung und Anforderungen an eine nachhaltige Schulverpflegung, u.a. mit regionalen und ökologischen Produkten, im Schul-

programm verankern, und dass Schulträger in den Ausschreibungen die entsprechenden Weichen stellen.

Funktionierende Netzwerke und eine gemeinsame Plattform für Schulen, außerschulische Partner (Bildungspartner, landwirtschaftliche Betriebe und regionale Hersteller, Verbände) und zuständige Behörden (Staatliche Schulämter, Lehrerbildungseinrichtungen, Schulträger) tragen dazu bei, feste Strukturen für eine nachhaltige Weiterentwicklung zu schaffen.

Im FrankFOOD-Projekt wurde die Netzwerkbildung bereits begonnen. Eine Zusammenstellung von Bildungsangeboten im Frankfurter Raum wurde erarbeitet und soll allen Frankfurter Schulen zugänglich gemacht werden. Die Vernetzungsbestrebungen im FrankFOOD-Projekt haben gezeigt, dass es eine Vielzahl von Partnern gibt, die geeignete Bildungsangebote für Schulen anbieten.

### **4.3 Schulverpflegung**

Aus den Ergebnissen des FrankFOOD-Projekts lassen sich einige Empfehlungen für die zuständigen Akteure bei der Schulverpflegung ableiten, wenn sie die gesundheitliche Qualität des Essens verbessern und vermehrt regionale Produkte aufnehmen wollen.

#### **Empfehlungen für Schulen**

- Es muss ausreichend Platz zu Verfügung stehen, insbesondere bei der Essensausgabe. In weiterführenden Schulen sollten abgetrennte Bereiche für ältere und jüngere Schüler geschaffen werden. Die Raumsituation sollte überprüft werden und mit dem Schulträger geklärt werden, ob und wie vorhandene Räume ausgenutzt oder neue Räumlichkeiten geschaffen werden können.
- Eine geeignete Pausenregelung sowie ausreichend Zeit zum Essen und Erholen sollten eingeführt werden, ggf. Essen im Schichtbetrieb.
- Es sollte auf eine schöne, freundliche und ruhige Gestaltung der Cafeteria geachtet werden, z.B. durch ansprechende Farben, Stoffe, Tischdekoration, Pflanzen, Ausstellung von Bildern. Damit wird das Bedürfnis der Schüler nach einer gemütlichen Atmosphäre erfüllt, ein wichtiges Ergebnis aus den Befragungen im FrankFOOD-Projekt. Außerdem wird dadurch die Akzeptanz des Essens entscheidend erhöht. Die Gestaltung des Speisesaals ließe sich auch sehr gut als regelmäßiges, wiederkehrendes Projekt in der Schule umsetzen.

- Für SchülerInnen und Lehrkräfte, die Ganztagsunterricht oder Nachmittagsangebote anbieten, sollten Rahmenbedingungen geschaffen werden, die das gemeinsame Mittagessen zum Bestandteil des Schullebens werden lassen. Eine Verpflichtung zum Essen bei Nachmittagsunterricht oder zur Teilnahme an Nachmittagsangeboten sollte geprüft werden und mindestens bis zur 6. Klasse gelten. Rituale wie das (gelegentliche) gemeinsame Essen mit dem Lehrer im Klassenverband können dazu beitragen, dass Schüler, die bisher nicht essen gehen, das Essen kennen lernen und Vorurteile abbauen.
- Bei der Suche eines Caterers/Pächters sollte ein Leistungsverzeichnis genutzt werden, welches Anforderungen an den Caterer enthält. Die aktuellen Empfehlungen für die Mittagsverpflegung sollten Bestandteil der Ausschreibung sein. Sie sollten mit dem Angebot in der Pausenverpflegung abgestimmt sein und den gleichen gesundheitlichen Zielsetzungen entsprechen.
- Ebenso sollten vom Caterer in der Ausschreibung ein Mindestanteil von 10% Bio-Produkten und der Einsatz regionaler Produkte eingefordert werden. Es sollten regelmäßig und mind. alle zwei Jahre Kontrollen dieser Regelungen erfolgen.
- Der Mehrwert und die Vorteile regionaler und ökologischer Produkte müssen in den Schulen zwischen Lehrern, Eltern und Schülern zusammen mit dem Caterer intensiv kommuniziert werden, damit sie handlungswirksam bleiben.
- Auf einen regelmäßigen Austausch mit dem Betreiber der Küche/Schulmensa ist zu achten (z.B. alle 4-6 Wochen). Die Einbindung aller schulischen Gruppen in eine Arbeitsgruppe, die sich mit dem Thema Ernährung/Schulverpflegung beschäftigt, ist sehr zu befürworten. Gegenseitige Verpflichtungserklärungen können qualitative Veränderungen flankieren.
- Der Caterer sollte über Termine und Planungen der Schule rechtzeitig informiert und eingebunden werden, damit er sein Angebot entsprechend anpassen oder sich an Aktionen beteiligen kann. Besonders beim Einstieg eines neuen Caterers, ist es in den Anfangsphasen erforderlich, diesem eine Rückmeldung zu seinem Angebot zu geben, über Wünsche zu informieren und an Defiziten zu arbeiten. Caterer, die in der Regel mehrere Schulen beliefern, müssen sich auf die Bedürfnisse neuer Schulen erst einstellen. Es muss von den Schulen berücksichtigt werden, dass bei geringen Essenzahlen die ökonomischen Handlungsspielräume der Caterer sehr stark eingeschränkt werden.



- Für Kinder aus einkommensschwachen Familien sollte eine gesonderte Finanzierungsmöglichkeit des Schulessens gesucht werden, z.B. über den Schulträger, einen Förderverein, die Einrichtung eines sozialen Fonds etc.
- Die Schulverpflegung bietet eine gute Möglichkeit, Kinder und Jugendliche an eine gesunde und nachhaltige Ernährungsweise heranzuführen. Dazu ist es nötig, das Thema in den Schulalltag zu integrieren und auf verschiedenen Ebenen praktisch und individuell erfahrbar zu machen.

### **Empfehlungen für Caterer**

- Eine gute Kommunikation und regelmäßige Gespräche mit Vertretern der Schulen sind sehr wichtig für die Zufriedenheit mit dem Angebot, für die Unterstützung durch die Schule und für die Verankerung neuer Ideen.
- Schüler sollten als Kunden ernst genommen werden. Regelmäßige Befragungen zur Akzeptanz des Essens, zu Wünschen, Geschmack und zur Anpassung des Angebots sollten automatisch, jährlich durchgeführt werden. Caterer sollten bereit sein, sich an Aktionen zu beteiligen und die Umsetzung von Wünschen der Essenteilnehmer zu prüfen und, wenn möglich, darauf einzugehen.
- Caterer sollten die aktuellen Empfehlungen für die Schulverpflegung berücksichtigen und einhalten, dazu gehört auch die Abstimmung der Angebote im Pausenverkauf. Allgemein ist auf ein abwechslungsreiches Angebot, eine altersgerechte Würzung und eine fettarme Zubereitung sowie die Einhaltung der Standzeiten zu achten (maximal 3 Stunden nach Fertigstellen der Speisen). Insbesondere sollten mehr attraktive vegetarische Gerichte angeboten werden sowie mehr Hülsenfrüchte, Fisch und Rohkostkomponenten zum Einsatz kommen (vgl. Kapitel 3.2.3).
- Wenn möglich, sollten Schüler bei der Essensausgabe hinzugezogen werden. Dies könnte außerdem zur Steigerung der Essenszahlen vor allem bei Lehrern und älteren Schülern beitragen. Wie in der allgemeinen Gastronomie kommen Aktionswochen mit speziellen Essensangeboten gut bei kleinen und großen Tischgästen an.
- Das Bestellsystem sollte so flexibel wie möglich gestaltet sein, um dem Verfall von Essensmarken vorzubeugen und auch spontanen Entscheidern die Essensteilnahme zu ermöglichen.
- Das Ausgabepersonal, gleichgültig ob Schüler oder Angestellte, sollte gut geschult und freundlich sein sowie auf Wünsche seitens der Schüler nach Möglichkeit eingehen.

- Der Einsatz nachhaltiger Produkte (regionale Produkte, ökologische Produkte) wird von vielen Schulen explizit gewünscht. Der Anteil des Einsatzes regionaler Produkte gelingt am besten durch den vollständigen Bezug definierter Produkte (Kartoffeln etc.) aus der Region, den Direktbezug regionaler Rohstoffe sowie einen saisonalen Speiseplan. Dazu sollten ggf. klassische Rezepturen verändert und angepasst werden. Dies kann dazu beitragen, die Wareneinsatzkosten der Caterer zu senken.
- Die Caterer sollten über den Einsatz regionaler und ökologischer Produkte und deren Lieferanten sowie die evtl. entstehenden Mehrkosten offensiv kommunizieren und diese begründen. Der Mehrwert und die Vorteile regionaler und ökologischer Produkte müssen in den Schulen zwischen Lehrern, Eltern und Schülern zusammen mit dem Caterer intensiv kommuniziert werden, damit sie handlungswirksam bleiben.
- Besondere Zertifizierungssysteme überprüfen die Schulverpflegung und geben nützliche Hinweise zur Verbesserung der Qualität. Zudem können sie genutzt werden, um sich von anderen Mitbewerbern am Markt abzuheben, z.B. Deutsche Gesellschaft für Ernährung, Hochschule Niederrhein.

### **Empfehlungen für Eltern**

- Essverhalten und Vorlieben für bestimmte Produkte werden bei Kindern in sehr frühen Jahren geprägt. Eltern sollten sich ihrer Vorbildfunktion bewusst sein. Ernährungserziehung beginnt deshalb ab den frühesten Kinderjahren im häuslichen Umfeld.
- Je mehr die Kinder außer Haus sind, die Schulzeiten länger werden und Essen außer Haus eingenommen wird, desto intensiver wird das Ernährungsverhalten von außen beeinflusst. Eltern sollten deshalb auch in der Schule ihren Einfluss geltend machen, auf gesunde Pausenverpflegung und geeignete Getränke achten und den Kindern entsprechende Lebensmittel mitgeben.
- Eine Mehrzahlungsbereitschaft besteht bei den Eltern vor allem beim verstärkten Einsatz frischer und ökologisch erzeugter Produkte. Regionale Lebensmittel weisen diese Eigenschaft auf.
- Der noch akzeptierte Höchstpreis für das Schulessen lag im FrankFOOD-Projekt bei vielen Eltern bei max. 2,75 Euro (Hauptgericht mit Vorspeise und Nachspeise). Nach Kalkulation des IfLS liegt der wirtschaftliche Preis für ein 3-Komponenten Menü mit regionalen und ökologischen Produkten eher höher, bei mind. 2,80 bis 3,00 €, bei einem Regionalanteil über 25% und Öko-Anteil über 10% eher noch höher (bis 3,50 €).

- Die festgestellte Mehrzahlungsbereitschaft der Eltern kann nur mobilisiert werden, wenn die gesundheitliche und regionale Qualität des Essens gegeben ist und aktiv kommuniziert wird.

#### **Empfehlungen für Kommunen / Länderbehörden**

- Länder sollten in ihren Schulgesetzen die Verpflichtung der Schulträger für eine gesundheitsförderliche Ernährung aufnehmen. Sie sollten dies mit dem Erziehungsauftrag verbinden, um eine Deckungsgleichheit von Bildungsinhalten und tatsächlichen Lebensmittelangeboten zu erreichen (vzbv 2007).
- Schulen dürfen in der Organisation einer gesunden Schulverpflegung nicht alleine gelassen werden. Auf einer Plattform für Schulverpflegung der Länder und Kommunen müssen Informationen, Erfahrungsaustausch und Beratung zur Verfügung stehen (vzbv 2007).
- Die Ausschreibungskriterien der zuständigen Schulträger müssen gesundheitliche und ökologische Kriterien aufnehmen, die regelmäßig kontrolliert werden müssen.
- Länder und Kommunen müssen in die Verantwortung genommen werden bei der Finanzierung des Schulessen für einkommensschwache Familien.
- Die Situation der Schulverpflegung muss regelmäßig evaluiert werden.

## 5 Zusammenfassung

Der Ausbau von Ganztagschulen durch das Investitionsprogramm „Zukunft Bildung und Betreuung“ war Anlass für das Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV), das Modell- und Demonstrationsvorhaben „Verpflegung in Ganztagschulen mit regionalen Produkten“ auszuschreiben. Dabei sollte untersucht werden, ob und wie regionale Produkte verstärkt zur Schulverpflegung eingesetzt werden können und wie hoch die Mehrzahlungsbereitschaft für regionale Produkte in den Schulen ist. Auf der Basis betriebswirtschaftlicher Kalkulation sollten etwaige Mehrkosten abgeschätzt werden.

Bildungsmaßnahmen zu Ernährung und regionaler Landwirtschaft in den beteiligten Schulen sollten die Kompetenzen von Schülern, Lehrkräften und Eltern erweitern, für die eigene Schulverpflegung sensibilisieren und zur Akzeptanzverbesserung beitragen. Ein weiterer Schwerpunkt war die Unterstützung der Schulen bei der qualitativen Verbesserung der Schulverpflegung.

Im Rahmen der Begleitforschung wurden in den Partnerschulen Befragungen von Schülern, Lehrkräften und Eltern zur Zufriedenheit mit der Schulverpflegung und ihrer Einstellung und Zahlungsbereitschaft für regionale Qualitätsprodukte durchgeführt.

Das Projekt wurde vom Institut für ländliche Strukturforchung (IfLS) an der Johann Wolfgang Goethe-Universität und der Verbraucherzentrale Hessen (VZH), beide mit Sitz in Frankfurt am Main, entwickelt und durchgeführt. Schwerpunkte der Arbeit des IfLS lagen in den Bereichen regionale Produkte, Kalkulationen, Markt, Aufbau einer Homepage und Begleitforschung. Die Verbraucherzentrale Hessen war vor allem den Bereich der Ernährungs- und Verbraucherbildung, die gesundheitlichen Anforderungen an die Schulverpflegung sowie die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zuständig.

Über die Projektlaufzeit von zwei Jahren arbeiteten die Partner intensiv mit fünf Schulen und 4 Cateringunternehmen zusammen (01.07.2005 bis 30.06.2007).

### **Regionale Produkte und Markt**

Zu Kommunikations- und Marketingzwecken wurde die Projektmarke FrankFOOD entwickelt. Die Herkunftsregion wurde mit einem Radius von 150 km um Frankfurt definiert, so dass die typischen Vermarktungswege aus den Regionen um Frankfurt einbezogen wurden. Die Homepage [www.FrankFOOD.net](http://www.FrankFOOD.net) diente als Informationsmedium und enthält neben Hintergrundinformationen eine regionale Produktdatenbank, die nach und nach erweitert wurde und mittlerweile über 1000 regionale Produkte führt.

Die zentrale Frage des höheren Produktpreises für regionale Lebensmittel wurde im Gespräch mit den Caterern und Schulen aufgegriffen und diskutiert. Ergebnisse der Modellkalkulation der Speisepläne dreier Caterer zeigen, dass Anteile von 25 bis 40% regionaler Produkte im kalkulierten Modellmonat nur zu geringen oder z.T. ohne Mehrkosten möglich sind, wenn nur die reinen Produktpreise betrachtet werden ohne den Mehraufwand für die Beschaffung.

Danach ist ein durchschnittlicher Regionalanteil von 25% erreichbar, wenn vor allem im Sommerhalbjahr der Einsatz regionaler Obst- und Gemüseprodukte deutlich erhöht wird, z.B. auf 40 bis 50% von Mai bis Oktober. Dazu müssten lt. den IfLS-Kalkulationen Mehrkosten von mind. 0,10 bis 0,20 € pro Menü (frei Schule, ohne Mehraufwand für Beschaffung etc.) einkalkuliert werden. Ein Gesamtpreis von rund 3,- € für ein Menü aus Vor-, Haupt- und Nachspeise erscheint dann gerechtfertigt. Bei höherem Regional- und Ökoanteil sowie bei Ausgleich des Mehraufwandes wird der Mehrpreis eher 0,50 € betragen bzw. der Menüpreis Richtung 3,50 € tendieren (incl. Kosten für die Essensausgabe). In Frankfurt soll der Essenpreis (Vor- oder Nachspeise und Hauptgericht) für ein Menü mit 10% Bio-Anteil und 25% regionale Produkte durch die Subventionierung der Essensausgabe und Übernahme weiterer Kosten (Energie) 3,- € nicht übersteigen.

### **Ernährungsbildung**

In der schulischen Ernährungsbildung wurden von den fünf Schulen 1870 SchülerInnen, Lehrkräfte und Eltern aktiv an 83 Angeboten zur Ernährungsbildung beteiligt. Neue Maßnahmen wurden entwickelt und erprobt, wie beispielsweise das Kursangebot „Lebensmitteldetektive gesucht“, welches sich besonders zur Integration in das Nachmittagsprogramm von Schulen eignet oder die Umfrage- und Kochaktion „Mein Lieblingsessen“ für weiterführende Schulen.

Die durchgeführten Bildungsmaßnahmen zu den Themen Ernährung und regionale Landwirtschaft eignen sich sehr gut für den Unterricht oder für Projekte. Praktische handlungsorientierte Ansätze und das Einbeziehen außerschulischer Lernorte (landwirtschaftliche Betriebe, Verarbeiter, Küchen des Caterers) stärken die Alltagskompetenz der Schüler und eignen sich besonders für die Akzeptanzförderung des eigenen Schulessens. Insbesondere das gemeinsame Kochen und die selbständige Zubereiten von Speisen unterstützen die Theorie und Praxis, eine gesunde Ernährung erlebbar zu machen.

## Speisepläne

Zur Bewertung der Speisepläne der beteiligten Caterer entwickelte die Verbraucherzentrale ein Bewertungsschema in Form einer Checkliste. Grundlage bildeten das optimix-Konzept, die Bremer Checkliste und DGE-Empfehlungen, ergänzt durch fachliche Konkretisierungen durch die Verbraucherzentrale Hessen. Auf Grundlage der Ergebnisse wurden Empfehlungen zu ernährungsphysiologischen Optimierungen der Speiseplangestaltung gegeben und im Rahmen von Feedbackgesprächen Veränderungen angeregt.

Generell ist auf eine fettarme Zubereitung, Reduzierung der Fleischgerichte sowie die Einhaltung der Standzeiten zu achten. Mehr attraktive vegetarische Gerichte, Hülsenfrüchte, Fisch und Rohkostkomponenten sollten zum Einsatz kommen und die Vielfalt an saisonal verfügbaren Gemüsen ausgeschöpft werden. Eine Salatbar mit einer abwechslungsreichen Auswahl an Salaten und Gemüsen wird von SchülerInnen gut angenommen.

Empfohlen wird ein Menüzyklus von mind. 6 Wochen ohne Wiederholung im Speiseplan. Caterer oder Schulen sollten jährlich Akzeptanzbefragungen zum Essen durchführen. Die Herkunft der eingesetzten regionalen oder ökologischen Produkte könnte z.B. im Speiseplan oder durch einen Aushang transparent gemacht werden.

## Begleitforschung

Im Zuge der Begleitforschung wurden in zwei Intervallen insgesamt 810 SchülerInnen und Schüler, 452 Eltern und 67 Lehrerinnen und Lehrer befragt (Nges = 1329). Das Alter der befragten SchülerInnen lag zwischen dem 8. und 16. Lebensjahr. Es wurden Schüler der 3. bis 7. sowie einer 10. Klasse befragt.

Von den befragten SchülerInnen nahmen nur 25% täglich und 50% wöchentlich an der Schulverpflegung teil. Dies entspricht in etwa vergleichbaren Erhebungen in den alten Bundesländern. Von den 67 Lehrkräften nehmen rund 30% am Schulessen teil und dies im Schnitt nur einmal monatlich. Im Durchschnitt beurteilen die SchülerInnen die Qualität mit gut bis mittelmäßig („geht so“). Sie sind jedoch im Durchschnitt zufriedener mit dem Essen als ihre Eltern. Die Lehrkräfte beurteilten das Essen am kritischsten.

„Etwas Ordentliches und Warmes zu Mittag“ ist der **Hauptgrund der Essensteilnahme** der meisten SchülerInnen und Eltern. Von fast einem Drittel der SchülerInnen wird das Mittagessen als Möglichkeit gesehen, gemeinsam mit Freunden zu essen und diese dort treffen zu können. Bei jüngeren SchülerInnen spielt der Betreuungsaspekt über die Mittagszeit eine große Rolle für die Teilnahme am Verpflegungsangebot.

Als **Grund für die Nichtteilnahme** am Essen war bei SchülerInnen und Eltern die Möglichkeit, zu Hause essen zu können, besonders bedeutend (62-78%). Verpflegungsmöglichkeiten außerhalb der Schule wie Bäcker oder Schnellimbiss bevorzugen fast ein Drittel der befragten Schüler.

Zur **Verbesserung des Essens und der Akzeptanz** wurde eine Reihe von Ansätzen deutlich. Im Vordergrund standen die Verbesserung der Qualität und des Geschmacks: bessere, leckerere Menüs, gesunde Snackangebote und Salate, geringe Standzeiten und appetitliches Aussehen. Weitere Maßnahmen wären, das Mittagessen stärker im Schulalltag zu integrieren und ggf. klassenweise mit Lehrkräften essen zu gehen. Eine gute Atmosphäre, schön gestaltete Räumlichkeiten und soziale Aspekte wie die Trennung älterer und jüngerer Schüler, freundliches Personal sowie ausreichend Platz und Ruhe beim Essen wirken sich deutlich positiv auf die Akzeptanz des Essens aus.

Der verstärkte **Einsatz regionaler und ökologischer Produkte** wird in gestützten Abfragen stets mehrheitlich begrüßt. Die damit verbundenen Argumente sind vor allem Frische und Umweltaspekte, die Förderung regionaler Arbeitsplätze steht dahinter zurück. Der Einsatz von frischem Obst und Gemüse aus der Region ist besonders gewünscht. Weniger als die Hälfte der Befragten ist jedoch der Meinung, dass regionale Produkte per se hochwertiger sind.

Die **Mehrzahlungsbereitschaft** für ein Essen mit 50% Regionalanteil und 10% Bio-Anteil liegt bei Befragungen zwischen 0,30 € und 1 €, unterscheidet sich nach Schulformen und sozialem Hintergrund der Schulen. Der akzeptierte Preis für ein Essen schwankt zwischen 1,75 und 3 € bei Grund- und Gesamtschulen sowie 3 bis 4 € an Gymnasien. Dies stellt für den Mehreinsatz regionaler Produkte Eckpunkte dar, die in der zu wählenden Gesamtstrategie jeweils Berücksichtigung finden müssen.

Eine **fächerübergreifende Umsetzung** der Themen Ernährung und Landwirtschaft im Unterricht - und nicht nur an Projekttagen - erfordert veränderte Rahmenbedingungen. Lehrkräfte wünschen sich mehr Spielräume für die Integration im Unterricht und mehr Unterstützung in Form von Fortbildungen und Lehrmaterialien.

### **Presse- und Öffentlichkeitsarbeit**

Die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ist gerade für ein Projekt von zentraler Bedeutung, das die Akzeptanz für etwas andere und evtl. teurere Produkte in der Schulverpflegung erhöhen und eine gesündere Zusammensetzung des Angebots unterstützen soll. Sie kommuniziert die gemeinsame Klammer - die Marke FrankFOOD - in der Öffentlichkeit, transportiert die Projektidee in die Region und bewirkt bei den beteiligten Akteuren eine

Aufwertung der Aktivitäten durch die öffentliche Meinung. Durch Fernseh- und Hörfunkbeiträge zu unterschiedlichen Anlässen (14) und eine Vielzahl von erschienenen Presseartikeln (27) konnten diese Ziele erreicht werden.

Die Erfahrungen und Ergebnisse des Projekts werden nach Vorlage dieses Berichts in einem Leitfaden zusammengefasst und für vergleichbare Ballungsräume verfügbar gemacht. Nach einer wissenschaftlichen Tagung, gemeinsam mit dem Partner-Projekt an der Universität Göttingen im September 2007, wird ein Tagungsband mit den Projektergebnissen erscheinen.



## 6 Ausblick

Vor dem Hintergrund, dass in Frankfurt die Mehrzahl der Cafeterien erst zum Schuljahr 2007/2008 fertig gestellt wird und auch alle Gymnasien (durch die Verkürzung der Schulzeit von 13 auf 12 Jahre) in absehbarer Zeit eine Mittagsverpflegung erhalten, entwickelt sich in Zukunft ein sehr großer potentieller Markt für regionale Qualitätsprodukte. Dies ermöglicht dem FrankFOOD-Projekt erstmals, gemeinsam mit den Betreibern dieser Schulkantinen, von Beginn an ein neues Verpflegungskonzept umzusetzen und zu begleiten.

Darüber hinaus sollten auch Schulen, die bereits eine Verpflegung haben, auf die Bedingungen in der neuen Ausschreibung umgestellt werden (mind. 10% Öko, 25% regionale Produkte sowie gesundheitliche Standards). Die Festlegung auf diese klaren Kriterien durch die Stadt Frankfurt ist ein sehr zu begrüßender Schritt zur langfristigen Verbesserung der Schulverpflegung. Erfahrungen zeigen, dass Kriterien erst wirksam sind, wenn sie auch kontrolliert werden. Deshalb ist es wichtig, ein Kontrollsystem für die gesundheitlichen und regional-ökologischen Anforderungen einzuführen.

Bei der Verbraucherzentrale Hessen und dem Institut für ländliche Strukturforschung sind Nachfragen von weiteren Schulen, KITAS und Caterer zu verzeichnen, die gerne eine gesunde Verpflegung nach den oben genannten Kriterien hätten bzw. anbieten würden. Der Aktionsradius von FrankFOOD könnte dadurch in den nächsten Jahren deutlich wachsen. An die dargestellten Erfolge und ermutigenden Ergebnisse dieses FrankFOOD-Projekts könnte nahtlos angeknüpft werden. Nächste Schritte wären:

- Unterstützung und Beratung der Caterer, die nach den neuen Ausschreibungskriterien arbeiten oder Cafeterien betreiben.
- Konzeption eines Kontrollsystems bzgl. den gesundheitlichen und regional-ökologischen Anforderungen.
- Entwicklung einer zuverlässigen Logistik zur Belieferung mit regionalen und ökologischen Produkten.
- Gründung eines Vereins zu Vernetzung der Vermarktung und Ernährungsbildung.

## Literaturverzeichnis

aid infodienst und Deutsche Gesellschaft für Ernährung (Hrsg.)(2006). Essen und Trinken in Tageseinrichtungen für Kinder. Ringordner. 2. überarbeitete Auflage

aid infodienst, DGE e.V. (Hrsg.) (2005): optimix – Empfehlungen für die Ernährung von Kindern und Jugendlichen des Forschungsinstituts für Kinderernährung

Arens-Azevedo (2007): Schulverpflegung in Deutschland – und bei Deutschlands Nachbarn. Vortrag im Rahmen des Verbrauchpolitischen Forums am 25.1.2007, IGW Berlin.

Brendle, U. (1999): Musterlösungen im Naturschutz. Bundesamt für Naturschutz (Hrsg). Bonn. Deutsche Adipositasgesellschaft (2005): Prävention und Therapie der Adipositas.

Deutsche Gesellschaft für Ernährung e.V. (Hrsg.) (2000): Ernährungsbericht 2000

Geschäftsstelle Bundesprogramm Ökologischer Landbau in der BLE, Bonn (Hrsg.): Bio für Kids und Teens in Schulen.

[http://www.schuleplusessen.de/cms/upload/pdf/Bio\\_in\\_Schulen.pdf](http://www.schuleplusessen.de/cms/upload/pdf/Bio_in_Schulen.pdf)

Hamm, U. (1991): Landwirtschaftliches Marketing. UTB. Stuttgart.

Heseker, Dr. H. (2000): Ernährung in der Schule (EiS), [www.evb-online.de](http://www.evb-online.de),  
<http://fb6www.uni-paderborn.de/evb/forschung/eis/index.html>

Hoffmann, F. (2004): Die offene Ganztagsgrundschule in NRW – eine Untersuchung der Verpflegungssituation, Diplomarbeit

Klamt, B. (2004): Ernährung und Migration. In: Ernährungsumschau 51 Heft 12

Kullmann, A. (2007a): Regionalvermarktung in deutschen Biosphärenreservaten. Abschlussbericht zum FuE-Vorhaben. Bundesamt für Naturschutz (Hrsg.). 180 S.

Kullmann, A. (2007b): Regionalvermarktung in deutschen Biosphärenreservaten 2007. In: UNESCO heute 2/2007. S. 41-45.

Kullmann, A. (2007c): Regionalvermarktung und Regionalentwicklung in Modellregionen – Synergien und Handlungsbedarf. In: Antoni-Komar, I., Pfriem, R., Raabe, T., Spiller, A. (Hrsg.)(2007): Ernährung, Kultur, Lebensqualität – Wege regionaler Nachhaltigkeit. Metropolis. Marburg.

Kullmann, A. (2005): Erfolgsfaktoren-Analyse regionaler Vermarktungsprojekte. Methodik und Ergebnisse im Rahmen der Halbzeitbewertung des PLENUM-Programms Baden-Württemberg. Institut für ländliche Strukturforschung (Hrsg.). Frankfurt/Main. 85 S.

Kullmann, A. (2003): Erfolgsfaktoren der Regionalvermarktung. 1. Zwischenbericht zum FuE-Vorhaben „Regionalvermarktung in Biosphärenreservaten“. Institut für ländliche Strukturforschung (Hrsg.). Frankfurt/Main.

Land Hessen. Richtlinie für ganztägig arbeitende Schulen in Hessen nach § 15 Hessisches Schulgesetz Erlass vom 1. August 2004.

Lülf, F. u. Lüth, M. (2006): Ernährungsalltag in Schulen. Eine theoretische und empirische Analyse der Rahmenbedingungen für die Mittagsverpflegung in Ganztagschulen.

- Lülf, F. u. Spiller A. (2006): Kunden(un-)zufriedenheit in der Schulverpflegung: Ergebnisse einer vergleichenden Schülerbefragung.
- Meier-Ploeger, A., Goetze, A., Lange M. (1999): Fühlen wie´s schmeckt – Sinnesschulung für Kinder und Jugendliche. food media, Fulda.
- Meyer-Mansour, A. et al. (2004): Schule ist mehr: Impulse für Gesundheitsbildung, Ernährungsbildung und Alltagskompetenz.
- Poppinga, O./Groß, D (2007): Projektbericht Regional-biologische Schulverpflegung im Schwalm-Eder-Kreis.  
[http://p1749.typo3server.info/uploads/media/Abschlussbericht\\_Regional-biologische\\_Schulverpflegung\\_02.pdf](http://p1749.typo3server.info/uploads/media/Abschlussbericht_Regional-biologische_Schulverpflegung_02.pdf)
- Pressemeldung des Hessischen Sozialministeriums vom 17.4.2007, Schuleingangsuntersuchung 2006, [www.sozialministerium.hessen.de](http://www.sozialministerium.hessen.de)
- Sozialministerium Baden-Württemberg (Hrsg.) (2002): KinderErnährung in Baden Württemberg.
- Sichert-Hellert, W. u. Alexy, U., Kersting M. (2001): Verzehr von Milch und Milchprodukten. In: Ernährungsumschau Heft 48
- Simshäuser, U. (2005): Appetit auf Schule - Leitlinien für eine Ernährungswende im Schulalltag.
- Stadtschulamt Frankfurt 2002/2003 und Nacherhebung 2005: Befragung zur Essenversorgung an Schulen.
- Stadtschulamt Frankfurt (2007): Information vom 2.8.2007.
- Statistisches Bundesamt (2005): Statistisches Jahrbuch 2005.
- Verbraucherzentrale Bundesverband 2007: Situation der Schulverpflegung in Deutschland.
- Vernetzungsstelle Schulverpflegung Berlin e.V. (Hrsg.) (2005): Leistungsverzeichnis zur Vergabe der Verpflegungsorganisation von Ganztagschulen an externe Dienstleister. [www.vernetzungsstelle-berlin.de](http://www.vernetzungsstelle-berlin.de)
- Winkler, G. (2003): Ernährungssituation von Migranten in Deutschland - was ist bekannt? In: Ernährungsumschau 50 Heft 6
- WWF und Verbraucherzentrale (2003): Einkaufsführer Fisch. WWF Deutschland, Frankfurt.
- ZMP/CMA (2005): Marktstudie: Die Schulverpflegung an Ganztagschulen, Bonn.

## Internetadressen

aid - infodienst Verbraucherschutz – Ernährung – Landwirtschaft e.V.

<http://www.aid.de>

Artenreiches Land Lebenswerte Stadt

<http://www.artenreiches-land.de>

Bundeswettbewerb „Regionen Aktiv“ des BMELV

<http://www.modellregionen.de>

Bundesinitiative „Lernen auf dem Bauernhof“

<http://www.lernenaufdembauernhof.de>

Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung

<http://www.bzga.de>

<http://www.gutdrauf.net>

Datenbank der Regionalinitiativen

<http://www.reginet.de>

Deutsche Gesellschaft für Ernährung e.V.

<http://www.dge.de>

<http://www.schuleplusessen.de>

Ernährungswende

<http://www.ernaehrungswende.de>

Forschungsinstituts für Kinderernährung Dortmund

<http://www.fke-do.de>

Forschungsprojekt in Göttingen „Regionale Verpflegung in Ganztagschulen“

<http://www.uni-goettingen.de/de/sh/28882.html>

FrankFOOD

<http://www.frankfood.net>

Gutes vom See

<http://www.gutes-vom-see.de>

Hessisches Kultusministerium, Schule & Gesundheit

<http://www.schuleundgesundheit.hessen.de>

Hessisches Ministerium für Umwelt, ländlichen Raum und Verbraucherschutz

<http://www.hmulv.hessen.de>

<http://www.bauernhof-als-klassenzimmer-hessen.de>

<http://www.verbraucherfenster.de>

Informationskampagne für Bio in der Außer-Haus-Verpflegung

<http://www.biokannjeder.de>

Investitionsprogramm „Zukunft Bildung und Betreuung“

<http://www.bmbf.de/de/1125.php>

Modellregion Ostfriesland

<http://www.modellregion-ostfriesland.de>

Plattform zum Projekt „Besser Essen. Mehr Bewegen. KINDERLEICHT“ des BMELV

<http://www.besseressenmehrbebewegen.de>

PLENUM Programm des Landes Baden-Württemberg

<http://www.plenum-bw.de>

Regionalbauernverband Starkenburg

<http://www.agrarpower.de>

Regionalmarke Eifel

<http://www.regionalmarke-eifel.de>

REVIS (Reform der Ernährungs- und Verbraucherbildung an allgemeinbildenden Schulen)

<http://www.ernaehrungs-und-verbraucherbildung.de/revis.html>

Unser Land

<http://www.unser-land.info>

Vernetzungsstelle Schulverpflegung Berlin e.V.

<http://www.vernetzungsstelle-berlin.de>

## Anhang

- A 1 Information des Stadtschulamts vom 02.08.2007
- A 2 Arbeits- und Zeitplan 07/2005 bis 09/2007
- A 3 Erläuterung der Erfolgsfaktoren der Regionalvermarktung
- A 4 Erfolgsfaktoren und externe Einflussfaktoren der Regionalvermarktung
- A 5 Graphische Darstellung einer Erfolgsfaktoren-Analyse (Beispiel)
- A 6 Veranstaltungen und Aktionen zu Ernährungs- und Verbraucherbildung
- A 7 Zusätzliche Veranstaltungen / Angebote
- A 8 Bewertungsschema für die Eignung der Zielgruppenarbeit
- A 9 Unterrichtsmaterialien für FrankFOOD-Schulen (Primarstufe)
- A 10 Unterrichtsmaterialien für FrankFOOD-Schulen (Sekundarstufe)
- A 11 Bilderauswahl
- A 12 Pressemitteilungen (Auswahl)
- A 13 Veröffentlichungen / Medienresonanz
- A 14 Presseresonanz (Auswahl)

## A 1 Information des Stadtschulamts vom 02.08.2007

**Von:** Andes, Jutta [mailto:jutta.andes@stadt-frankfurt.de]

**Gesendet:** Donnerstag, 2. August 2007 14:44

**An:** Hartmut König (koenig@verbraucher.de)

**Betreff:** Schulcafeterien

Die Ausschreibung für den Betrieb von Schulcafeterien in der Stadt Frankfurt am Main befindet sich derzeit im laufenden Verfahren, deshalb können wir die Verdingungsunterlagen nicht zur Verfügung stellen.

Grundsätzlich ist jedoch geplant:

Dem Einsatz ökologischer und regionaler Produkte kommt auch im Rahmen des Betriebs der Frankfurter Schulcafeterien eine besondere Bedeutung zu.

Es ist beabsichtigt, ein tägliches Essensangebot mit zwei vollwertigen Mittagessen und einem Dessert, das sich an der Bremer Checkliste orientiert, den Schülerinnen und Schülern anzubieten. Des Weiteren sollen regionale und saisonale Produkte mit mind. 25% und Öko-Lebensmittel mit mind. 10% Bestandteil des Essens sein. Dies soll durch Bezugsquellen nachvollziehbar sein.

Des Weiteren ist beabsichtigt, den Essenspreis so zu gestalten, dass jedes Kind und jeder Jugendliche die Möglichkeit hat ein Mittagessen zu sich zu nehmen. Auch wird derzeit geprüft, inwieweit Familien mit geringem Einkommen, wie Frankfurt-Pass-Besitzer, Hartz-IV-Empfänger finanziell unterstützt werden können. Dies obliegt jedoch der alleinigen Entscheidung des Stadtparlamentes, die im Herbst herbeigeführt werden soll.

Jutta Andes  
Stadt Frankfurt am Main  
Stadtschulamt  
40.51.3 Pädagogische Aufgaben des Schulträgers  
Seehofstr. 41  
60594 Frankfurt am Main  
Tel. 069/212-48909, Fax 069/212-46346  
E-mail: jutta.andes@stadt-frankfurt.de



## A 2 Arbeits- und Zeitplan 07/2005 bis 09/2007

Leitung	Institut für ländliche Strukturforschung		Verbraucherzentrale Hessen	Gemeinsame Maßnahmen
Bereiche	Projektleitung/ Umsetzung der Versorgung	Begleitforschung	Ernährung- u. Verbraucherbildung	
Juli 05	Bestandsaufnahme und Konzeption	Bestandsaufnahme, Konzept und Begleitung	Bestandsaufnahme und Konzeption	
Aug. 05	Auswahl Verpflegungssysteme/ Caterer	Aufbereitung der Literatur zur RV an Großküchen und Schulen	Ansprache Schulen Allgemeine Bestandsaufnahme Projekte/Konzepte für Ernährungsbildung/ regionale Produkte	Kontaktaufnahme Kooperationspartner
Sept. 05	Verpflegungssituation an Frankfurter GTS			Auswahl Partnerschulen
Okt. 05	Vergabe Auftrag Agentur Logo/CD etc. Planung Workshop	Befragung der beteil. Akteure (Erwartungen)	Recherche Unterrichtsmaterialien und Bereitstellung für alle FrankFOOD-Schulen	
Nov. 05	Analyse Versorgungsstruktur Frankfurt/M.,		Bestandsaufnahme in den Schulen	
Dez. 05			Workshops m. zwei Partnerschulen u. Aktionsplan für Bildungsmaßnahmen	7.12.05 Workshop und Projekttreffen mit Uni Göttingen, Hr. Spiller
	<b>1. Zwischenbericht</b>		<b>1. Zwischenbericht</b>	
Jan. 06	Aufbau regionale Struktur, Konzept Warenstrom Markenschutz	Befragung der beteil. Akteure (Erwartungen)	Information u. Beratung für Küchen/Caterer, Optim.-Maßnahmen	
Feb. 06	<b>Einführung 1</b>	Teilnehmende Beobachtung	<b>Einführung 1</b> Lehrerfortbildung „Gesund Essen mit allen Sinnen“ am 18.02.06 21./24.02.06 Zwei Workshops für Lieferanten (regional bio u. konventionell)	10.02.06 Auftaktaktion u. Presse-/ Öffentlichkeitsarbeit in einer Partnerschule
Mrz. 06	Erstellung Produkt- und Mengenliste geeigneter Produkte aus der Region	Befragung von Schülern und Eltern an den Projektschulen (Akzeptanz regionaler Produkte Preise, Zahlungsbereitschaft, Zufriedenheit)	Durchführung diverser Bildungsmaßnahmen mit Schülern, Lehrern, Eltern fortlaufend bis Juli 06 in drei Schulen	

## Fortsetzung: Arbeits- und Zeitplan 07/2005 bis 09/2007

Leitung	Institut für Ländliche Strukturforschung		Verbraucherzentrale Hessen	Gemeinsame Maßnahmen
Bereiche	Projektleitung/ Umsetzung der Versorgung	Begleitforschung	Ernährungs- u. Verbraucherbildung	
Apr. 06	Ausweitung von Produktgruppen	Begleitung der pädagogischen Maßnahmen / teilnehmende Beobachtung fortlaufend bis 07/06 in drei Schulen	Betreuung der Caterer/ Küchen fortlaufend bis Projektende	Fertigstellung Homepage
	<b>Sachstandsbericht</b>		<b>Sachstandsbericht</b>	
Mai 06	Controlling und Optimierung der Distribution	Kalkulationen, Subventionsmodelle	Treffen mit AG's der Partnerschulen Konzepterstellung für die Ausweitung der Bildungsmaßnahmen auf bis zu fünf weitere Schulen	Vorbereitung Ausweitung Kontaktaufnahme mit weiteren Schulen und Caterern Recherche Kooperationspartner
Jun. 06	Auswertung Erfahrungen Prozessoptimierung	Mitarbeit bei Erstellung Leitfaden	Auswertung Erfahrungen Entwicklung Projektordner für Schulen	23.6.2006 Presseinvitation zur Kartoffelpflege einer Schulklasse auf Biolandhof
Jul. 06		10.7.06 Feedbacktreffen mit beteiligten Schulen und Caterern zur Zwischenevaluation am	Planung weiterer Bildungsmaßnahmen mit den Schulen	4.7.06 Arbeitstreffen in Göttingen
	<b>2. Zwischenbericht</b>		<b>2. Zwischenbericht</b>	
Aug. 06	<b>Einführung 2</b> Ausweitung Produktlisten, Produktlisten und Herkunfts-Transparenz regionaler Produkte der Caterer auf Homepage	Diskussion von Subventionsmodellen	Ausarbeitung des Konzepts für die Ausweitung Erstellung Projektordner und Texte Homepage	31.8.06 Presseinvitation zur Kartoffelpflege einer Schulklasse auf Demeterhof
Sept. 06		Befragung der beteiligten Akteure (Erwartungen) Projektphase 2 Befragung von Schülern und Eltern an den Projektschulen (Akzeptanz regionaler Produkte Preise, Zahlungsbereitschaft, Zufriedenheit)	<b>Einführung 2</b> Ansprache weiterer Schulen für die Ausweitung des Projekts Fertigstellung des Projektordners und Weitergabe an Partnerschulen/Projektbeteiligte	20.-22.9.2006 Fotoaktion und Öffentlichkeitsarbeit durch die Verbraucherzentrale Hessen im Rahmen des Erntefests auf der Zeil in Frankfurt

## Fortsetzung: Arbeits- und Zeitplan 07/2005 bis 09/2007

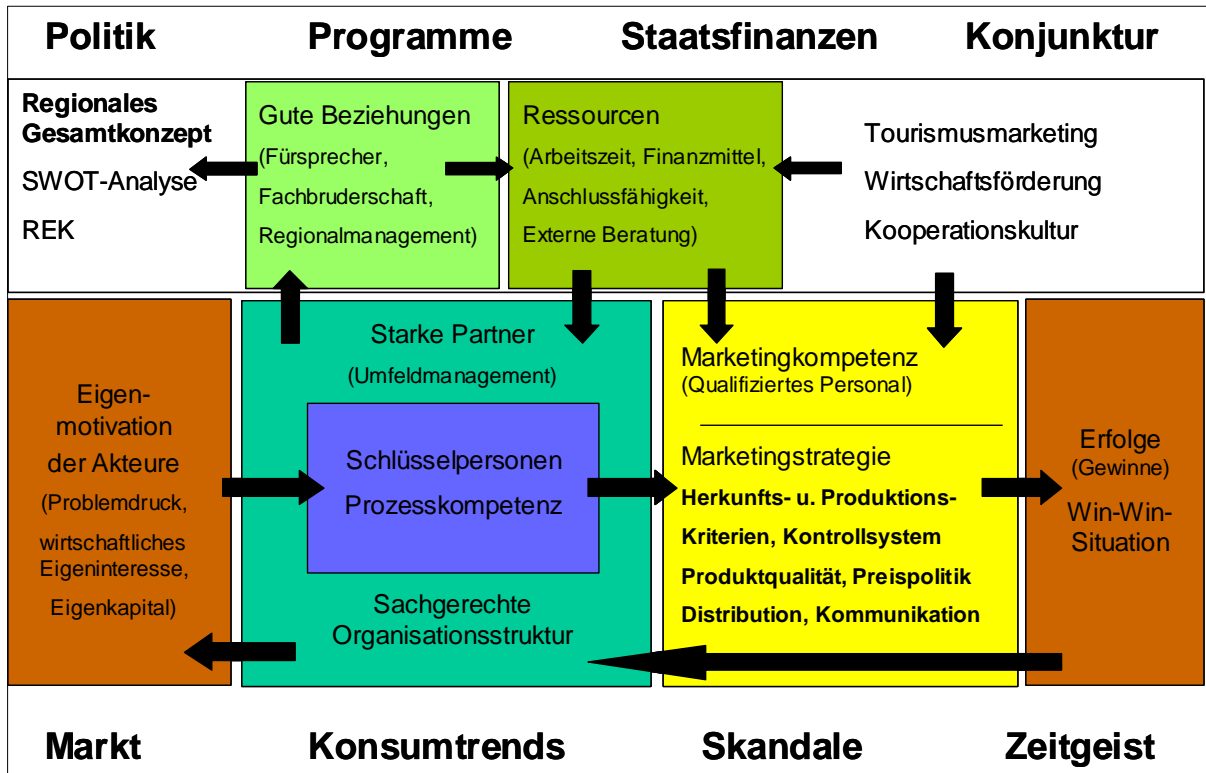
Leitung	Institut für ländliche Strukturforschung		Verbraucherzentrale Hessen	Gemeinsame Maßnahmen
Bereiche	Projektleitung/ Umsetzung der Versorgung	Begleitforschung	Ernährung- u. Verbraucher- bildung	
Okt. 06	Kalkulation der Caterer- Speisepläne mit regionalen Produkten	Begleitung der weiteren Umsetzung fortlaufend bis 04/07	Arbeitsgruppen mit allen Partnerschulen und Aktionsplan für Bildungsmaßnahmen; Durchführung diverser Bildungsmaßnahmen mit Schülern, Lehrern, Eltern	12.12.2006 Presseaktion anlässlich des Starts einer Reihe von Kochworkshops „Korrekkt kochen“ mit regionalen Lebensmitteln
Nov. 06				
Dez. 06				
	<b>3. Zwischenbericht</b>		<b>3. Zwischenbericht</b>	
Jan. 07	Kostenkalkulation  Gespräche mit Caterern  Diskussion der Fortsetzung mit Akteuren  Versuch der Anschlussfinanzierung	Befragung in zwei neuen Projektschulen  Auswertung der Befragung in den neuen Projektschulen  Bericht Begleitforschung  Vorstellung von Ergebnissen in Schulen  Abschlussbericht	Planung und Durchführung weiterer Bildungsmaßnahmen und Exkursionen mit Schülern, Lehrern, Eltern (fortlaufend bis Juli 07)  2.2.2007 Lehrerfortbildung/ Exkursion zu Lieferanten in Fulda  Entwicklung Konzept „Lebensmitteldetektive gesucht“ und Umsetzung in einer Schule  Überprüfung Speisepläne der Caterer (Jan.-Mrz 07)  11.5.07 Fortbildung zum Besser-Esser-Konzept  5.6.07 Fortbildung Trinken im Unterricht  Abschlussbericht	9.2.2007 Workshop in Frankfurt zur Finanzierung regionaler Schulverpflegung in Zusammenarbeit mit Uni Göttingen      4.6.07 Regionale Erdbeeraktion  Entwurf Leitfaden für die Umsetzung
Feb. 07				
Mrz. 07				
Apr. 07				
Mai 07				
Juni 07				
Juli bis September 07	Abschlussbericht Publikationen Fachvorträge	Abschlussbericht Fachvorträge	Abschlussbericht Fachvorträge Veröffentlichung einer Zusammenstellung von Bildungsangeboten „Ernährung und Landwirtschaft“ für alle Frankfurter Schulen	Feedbacktreffen der FF-Projektpartner Erstellung des Leitfadens Abschlussstagung mit Uni Göttingen

### A 3 Erläuterung der Erfolgsfaktoren der Regionalvermarktung

<b>Erfolgsfaktoren des Projektmanagements</b>	<b>Kurze Erläuterung</b>
Eigenmotivation der regionalen Akteure	Problemdruck, Problembewusstsein, Veränderungswille, Engagement, Gewinnstreben, Einsatz von Eigenkapital
Engagierte Schlüsselpersonen	Zugpferde, Motoren, Macher, deren Herz für das Projekt schlägt die den Kopf bilden, das Projekt initiieren, Mitstreiter motivieren
Prozesskompetenz	Fähigkeit, eine Gruppe zu führen, ein Projekt zu managen, eine Organisation zu entwickeln, die Erfolgsfaktoren zu realisieren
Starke Partner	Gewinnung gesellschaftlich, politisch oder wirtschaftlich starker Partner wie Verbände, Minister, Kirchen, Firmen o.a. Schutzgebiete, Naturschützer und Landwirte sind selbst starke Partner.
Gute Beziehungen	Gute persönliche Kontakte zu Entscheidern (Landräten, Amtsleitern, Ministern), zu zuständigen Sachbearbeitern und zur Öffentlichkeit. Vorbeugendes Umfeldmanagement.
Zugang zu Ressourcen	Verfügbarkeit von Arbeitszeit und finanziellen Mitteln, durch Förderprogramme, politische o.a. öffentliche Unterstützung.
Aufgabengerechte Organisationsstruktur	1. Projektmanagement: Klare Ziele, Instrumente, Prozesse 2. Organisationsentwicklung: Rechtsform, Personal, BWL
Win-Win-Situation	Kooperation statt Konflikt mit Gruppen unterschiedlicher Interessen. Alle müssen Gewinn oder Nutzen erreichen.
Erfolge	Erfolge erreichen, auch ökonomischer Art. Erfolgsbilanzen kommunizieren, Erfolgsketten erzeugen.
<b>Erfolgsfaktoren des Marketing-Managements</b>	
Marketingkompetenz von Akteuren und Personal	Marktkenntnis, Marktkontakte. Erfahrungen in Produktion, Verarbeitung, Vertrieb, Betriebswirtschaft, Management etc.
Marketingstrategien	Generallinie des Marketings: Alleinstellungsmerkmale zur Abhebung vom Wettbewerb, Kohärenz der Marketinginstrumente
Sinnvolle Abgrenzung der Herkunftsregion	Region gewisser Größe (z.B. Landkreis) für quantitativ und qualitativ ausreichendes Angebot. Endogene Nachfrage abhängig von Einwohnerzahl. Regionale Identität der Kulisse wichtig.
Definition besonderer Produktions-Richtlinien	Regionalmarken meist Herkunfts- und Qualitätszeichen. Regionalität allein kein ausreichender Zusatznutzen. Tierschutz, Gesundheit, Naturbelassenheit und Transparenz wichtiger
Effektives Kontrollsystem	Versprechen an die Kunden müssen gehalten werden. Keine Richtlinien ohne deren effektive Kontrolle. Unabhängige Kontrollstellen und Instanzen. Grundlage des Krisenmanagements.
Top-Qualität der Produkte und Dienstleistungen	Wichtigster Erfolgsfaktor! Geschmack, Geruch, Optik, Haptik, Konsistenz etc. entscheidend. Verpackung wichtig für's Image. Kundenorientierte Dienstleistungen immer wichtiger.
Abnehmergerechtes Preis-Leistungsverhältnis	Abhängig von Preispolitik im Rahmen der Marketingstrategie: Durchschnitts- oder Hochpreissegment? Zielgruppen? Endkunden oder Wiederverkäufer? Passend zu Qualität und Image.
Problemlose Distribution	Märkte, Absatzwege, Verkaufsformen, Kennzeichen, Marken, technische Voraussetzungen, Logistik.
Professionelle Kommunikation	Corporate Design (Logo, Marke). Zielgruppenorientierte Werbung, Verkaufsförderung, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.

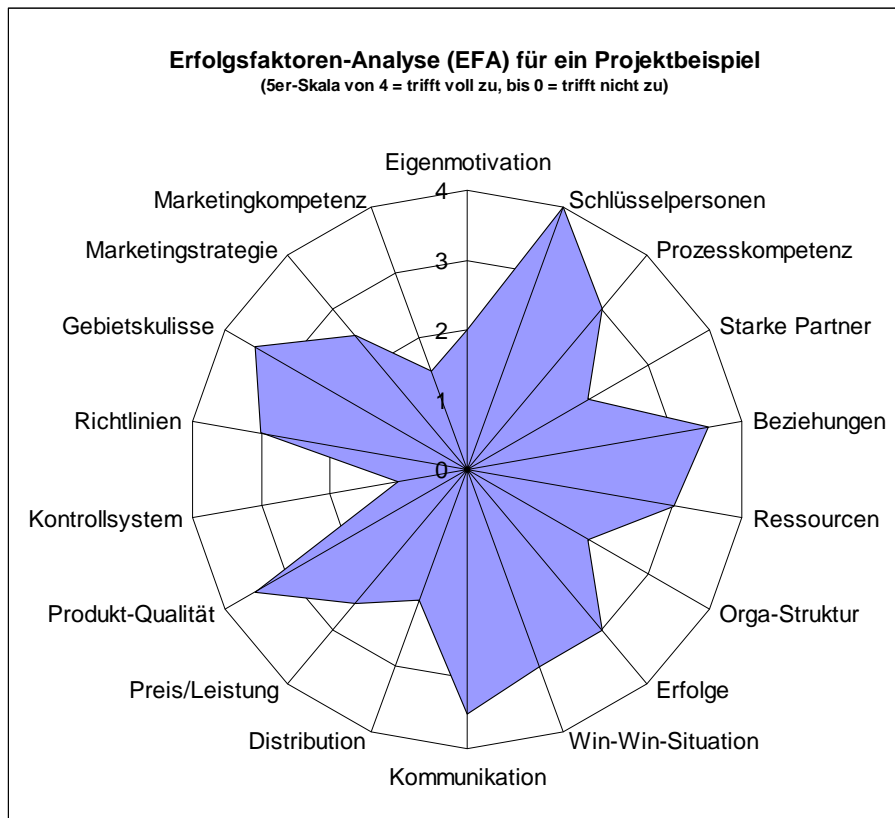
Quelle: Kullmann 2003, 2005, 2007c

### A 4 Erfolgsfaktoren und externe Einflussfaktoren der Regionalvermarktung



Quelle: Kullmann 2003, 2005, 2007c

### A 5 Graphische Darstellung einer Erfolgsfaktoren-Analyse (Beispiel)



## A 6 Veranstaltungen und Aktionen zu Ernährungs- und Verbraucher- bildung

Maßnahme und Zielgruppe	Anzahl Veran- staltun- gen	Anzahl TN	Durchge- führt in Klassen- stufe	Kooperationspartner
Schulklassen				
Sinnesparcours mit regiona- len Lebensmitteln ZG: Klassen 1 bis 6	5	125	1 und 2	-
„Powerkauer auf Gemüse- jagd“ – Jahreszeitenspiel rund um die Herkunft von Obst und Gemüse ZG: Klassen 4 bis 6	3	62	3 und 4	-
Frühstücksaktionen ZG: Klasse 1 bis 4	9	210	1 bis 5	-
„Schokologie“ – Stationen lernen zu Fairem Handel am Beispiel der Schokolade ZG: Klassen 4 bis 6	3	75	4 und 6	-
Knochenstarke Frühstücks- aktion ZG: ab Klasse 3	2	50	4 und 5	Landesvereinigung Milch Hessen e.V.
Projekttag „Das ist Milch“ ZG: ab Klasse 3	1	25	5	Landesvereinigung Milch Hessen e.V.
Ernährungsbildung auf dem Kartoffelacker <sup>2</sup> ZG: Klasse 3	19	481	3	BUNDjugend Hes- sen, Dottenfelderhof, Biolandhof Pfeifer
Lebensmitteldetektive ge- sucht ZG: Klassen 3 und 4	6	84	Klassen 3 und 4	-
Trendgetränke – Was ist dran? Was ist drin? (Statio- nen lernen) Klassen 7 -10	4	75	7	-

<sup>2</sup> Gefördert durch die MGH Gutes aus Hessen GmbH

## Fortsetzung: Veranstaltungen und Aktionen zu Ernährungs- und Verbraucherbildung

Maßnahme und Zielgruppe	Anzahl Veranstaltungen	Anzahl TN	Durchgeführt in Klassenstufe	Kooperationspartner
Fortsetzung Schulklassen				
Fit für den Sport? – Ernährungs-Checkup ZG: Sekundarstufe 1	1	24	9	-
Kochworkshops „Korrekt kochen“ ZG: ab Klasse 6	2	36	9	Powerbreak e.V., Berufliche Schulen Berta-Jourdan
Lehrerfortbildungen				
Fortbildung „Gesund Essen mit allen Sinnen“	1	13	-	-
Lehrerfortbildung zum Besser-Esser-Konzept	1	13		Umweltbildungszentrum Licherode
Lehrerfortbildung „Trinken im Unterricht“	1	19		Sektion Hessen - DGE e.V.
Lehrerfortbildung / Exkursion zu Bioland-Hof und Fleischverarbeitungsbetrieb	1	10		Antoniushof und kff Fulda
Weitere Exkursionen				
Exkursion zum Caterer ZG: Grundschüler, Eltern, Lehrkräfte	2	57	1 bis 6	Werkstatt Frankfurt e.V., Frankfurter Party- u. Veranstaltungsservice
Weitere Angebote für Eltern				
Kochtreff für Eltern	8	69	entfällt	-
Beteiligung von Eltern an Schüleraktionen	8	55	entfällt	-
Angebote für Caterer				
Küchenberatung und Überprüfung des Verpflegungsangebots ZG: Caterer / Küchen	1	2	entfällt	Ökotrophia, Thomas Bischoff

## Fortsetzung: Veranstaltungen und Aktionen zu Ernährungs- und Verbraucherbildung

Maßnahme und Zielgruppe	Anzahl Veranstaltungen	Anzahl TN	Durchgeführt in Klassenstufe	Kooperationspartner
Angebote für regionale Lieferanten				
Lieferantenworkshops zu regionalen Produkten in der Außer-Haus-Verpflegung und Schulverpflegung ZG: regionale Erzeuger, (konventionell, biologisch) GV-Serviceunternehmen	2	35	entfällt	ÖGS Roehl, Erhart & Dr. Straßner GbR
Schulfeste und weitere Aktivitäten				
Auftaktveranstaltung in der Heinrich-Kraft-Schule mit Wettmelken, Schulmilchangebot, Sinnestests und Kartoffelquiz	1	200	5 und 6	Upländer Bauernmolkerei Powerbreak e.V.
Beteiligung an Schulfesten mit Quizrad und/oder Luftballonaktion	2	150	alle	-
GESAMT 2006/2007	83 Angebote	mit 1870 Beteiligten		

## A 7 Zusätzliche Veranstaltungen / Angebote

Maßnahme und Zielgruppe	Anzahl	Anzahl TN	Kooperationspartner
Informationsveranstaltung für regionale Erzeuger	1	nicht ermittelt	Marketinggesellschaft Gutes aus Hessen, Landmarkt
Fotoaktion und Infostand auf dem Erntefest Zeil/Frankfurt 2006	1	250	
Elternbrief	1	500	-
Schulworkshops und AG´s	In jeder Schule 2-4 pro Schuljahr	Nicht ermittelt	-



A 8 Bewertungsschema für die Eignung der Zielgruppenarbeit

Ziele - Kriterien		Angebote für Schulklassen										Lehrerfortbildungen				Sonstige			
		Sinnesp-ar-cours	Power-kauer-spiel	Früh-stück	Schoko-logie - fairer Handel	Kartof-fel-pro-jekt	Lebens-mittel-detek-tive	Trend-geträn-ke	Fit für den Sport	Koch-work-shops	Mein Lieb-lings-essen	Besser-Esser-Konzept	Essen mit allen Sinnen	Trinken im Un-terricht	Exkur-sion Betriebe	Exkur-sion Caterer	Koch-treff für Eltern	Beteili-gung Eltern	
1	Stärkung der Aufmerksamkeit auf regionale LM in der eigenen Schulverpflegung	0	0	1	0	2	2	1	0	1	1	2	1	1	2	2	0	0	
2	regionale und saisonale LM kennen lernen	2 praxisnah	1	2	1	0	1	2	0	0	2	1	2	0	1	2	0	1	1
3	sinnliche Erfahrungen machen mit Erlebnischarakter	2 im Vordergrund	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2	1	1	2	2	1	1
4	sensorische Beurteilung von LM (Geschmackstest, Vergleiche)	1 Probieren 2 im Vordergrund	1	0	1	0	0	2	1	0	1	1	2	2	1	0	1	1	0
5	praktische Fertigkeiten werden erworben (Handlungsorientierung)	1 Stationen 2 praxisorientierte Vermittlung	0	0	1	0	2	2	1	0	2	2	2	0	0	0	0	2	0
6	Qualitätsunterschiede bei LM erkennen und erfahren	z.B. Fruchtreife, Verarbeitungsstufen, Pestizideinsatz	2	0	0	1	1	2	1	0	0	0	2	2	1	2	0	1	0
7	ernährungsphysiologische Aspekte erfassen		1	0	1	0	1	2	2	2	1	0	2	2	2	1	0	1	1
8	Hinterfragen des eigenen Essverhaltens	2 im Vordergrund	1	0	2	1	1	2	2	2	2	1	2	1	2	0	0	2	0
9	Aufmerksamkeit auf Konsumententscheidungen	2 im Vordergrund	0	2	1	1	1	2	2	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1
10	Erweiterung von Alltagskompetenzen		1	1	1	0	2	2	1	1	2	2	2	1	1	1	0	2	1
11	Außerschulische Lernorte werden einbezogen (Authentizität)		0	0	0	0	2	2	0	0	2	0	2	0	0	2	2	0	0
12	Aus-/ Fortführung durch Lehrkräfte möglich	1 Konzept vorhanden 2 Unterrichtsmaterialien vorh.	2	0	2	2	2	2 <sup>*a)</sup>	2	VZH <sup>*a)</sup>	2 <sup>*d)</sup>	1	2 <sup>*c)</sup>	2 <sup>*c)</sup>	2 <sup>*c)</sup>	1	1	VZH <sup>*a)</sup>	1
13	mehrtägige Maßnahme						ja	ja				ja	ja <sup>*b)</sup>					ja	

**0 weniger geeignet**  
**1 gut geeignet**  
**2 sehr gut geeignet**

<sup>\*a)</sup>: Konzept muss noch von VZH aufbereitet werden  
<sup>\*b)</sup>: Fortbildung fand ausnahmsweise halbtags statt. Normalerweise wird außerschulischer Lernort (Bauernhof) einbezogen.  
<sup>\*c)</sup>: Fortbildung befähigt zur Umsetzung im Unterricht.  
<sup>\*d)</sup>: Kooperation Powerbreak e.V.

© Verbraucherzentrale Hessen 07/2007

## A 9 Unterrichtsmaterialien für FrankFOOD-Schulen

## Primarstufe

Nr.	Titel	Material	Verlag
1	Bärenstarke Kinderkost mit Rezepten	Ratgeber	Verbraucherzentrale
2	Die Kartoffelwerkstatt	Unterrichtsmaterial	Verlag an der Ruhr
3	Die Obstwerkstatt	Unterrichtsmaterial	Verlag an der Ruhr
4	Vom Acker zum Bäcker	Unterrichtsmaterial	Verlag an der Ruhr
5	Esspedition Schule	Materialordner	aid
6	Fühlen wie's schmeckt	Materialordner	food media
7	Geräusche auf dem Bauernhof	Unterrichtsmaterial	Verlag an der Ruhr
8	Optimix – Empfehlungen für die Ernährung von Kindern und Jugendlichen	Heft	aid
9	Obst und Gemüse à la Saison	CD	Verbraucherzentrale
10	Saisonkalender für Obst und Gemüse	Poster	aid
11	Woher kommt mein Essen? – Pflanzlichen Lebensmitteln auf der Spur – Vom Supermarkt bis auf den Acker	Unterrichtsmaterial	Verbraucherzentrale
12	Woher kommt unser Essen	Poster	aid



## A 10 Unterrichtsmaterialien für FrankFOOD-Schulen

## Sekundarstufe

Nr.	Titel	Material	Verlag
1	Ernährung und Sport	Unterrichtsmaterial	aid
2	Fit für den Sport	Ratgeber	Verbraucherzentrale
3	Gentechnik & Lebensmittel - Sackgas- se oder Fortschritt?	Kurzratgeber	Verbraucherzentrale
4	GUT DRAUF – u.a. Ess-Störungen, Fit ohne Pillen, Novel Food & Co.	verschiedene Hefte	BZgA
5	Food / News – Jugendmagazin	Heft	Aid
6	Fühlen wie´s schmeckt – Sinnesschu- lung	Unterrichtsmaterial	food media
7	Kennwort Lebensmittel, Warenkunde von A – Z	Ratgeber	Aid, BZgA
8	Lebensmittel plus Gesundheit?	Faltblatt	Verbraucherzentrale
9	Nachhaltig Haushalten	Heft	aid
10	Nahrung & Verdauung	Unterrichtsmaterial	aid
11	Ökologischer Landbau	CD mit Unterrichts- material	aid
12	Obst und Gemüse à la Saison	2 CDs	Verbraucherzentrale
13	Schlankheitsideal	Unterrichtsmaterial Kl. 7-10	aid
14	Trendgetränke – was ist drin, was ist dran?	Unterrichtsmaterialien mit CD	Verbraucherzentrale
15	Vollwertig essen und trinken nach den 10 Regeln der DGE	Heft	aid
16	Was bedeuten die E-Nummern? (Zu- satzstoffliste)	Ratgeber	Verbraucherzentrale
17	We feed the world – Essen global (mit Unterrichtsmaterialien DVD-Rom)	DVD	Universum Film

A 11 Bildauswahl









LERNSTATION I  
EINKAUFEN  
UND KOCHEN

Regionale Lebensmittel

**Vorteile**

- Umweltfreundlicher
- kürzere Anfahrtswege
- frische, hochwertige Lebensmittel
- mehr Geschmack, mehr Vitamine, die frisch gepickte

• **Lebzone** sich regionale Lebensmittel

- **Hilfen** von Lebensmittel in der Nähe
- **Umweltfreundlicher**
- **Klimaschonender**

**Pausen-Power aus der Region**

... denn Power im Magen bringt Power in die Bein!

www.transfood.net





# Wo wird unser Mittagessen gekocht? Besuch der Werkstatt Frankfurt am 5. Oktober 2006



Frau Ansoerge verwendet viele Gemüsesorten und Kräuter, die direkt vor unserer Haustür wachsen. Sie werden nur kurz transportiert und sind schon frisch.

Hier im ehemaligen Flugplatz in Bornheim ist die Küche der Werkstatt Frankfurt.



Frau Ansoerge und Frau Baron kochen jeden Tag das frische Mittagessen.



Das ist das Lager und der große Kühlschrank.



Wenn das Essen fertig gekocht ist, wird es in große Behälter gefüllt und in Warmhaltelokisten in unsere Schule transportiert.



Alle Kinder dürfen ausnahmsweise durch die Küche laufen.



Bei der Zubereitung des Nachmittags haben alle Kinder mithelfen.



Im schönen Towercafe der Werkstatt Frankfurt haben wir das leckere Mittagessen gegessen.



Das schmutzige Geschirr wird in der Waschstraße der Werkstatt Frankfurt wieder ganz sauber gespült.

## Auswertung der Aktion „Mein Lieblingsessen“

- Umfrage in der Heinrich-Kraft-Schule vom Dezember 2006 -

### Das sind EURE „TOP Twenty“

Nr.	Gericht <small>veg = vegetarisch</small>	Bewertung <small>„gut!“ 😊</small>
1	Spaghetti „Pomodoro“ mit Salat <sup>veg</sup>	131
2	Italienischer Nudeltopf mit Rinderhackfleisch	126
3	Lasagne mit Rinderhackfleisch	125
4	Kebap a la Heinrich-Kraft	121
5	Pizzabrötchen mit Salatbeilage <sup>veg</sup>	116
6	Frankfood-Burger	110
7	Nudelsalat und Geflügelwürstchen	104
8	Nudeln mit Champignonsoße <sup>veg</sup>	99
9	Apfelspeise mit Vanillesoße <sup>veg</sup>	93
10	Reisbrei mit Zucker-Zimt & frischem Obstsalat <sup>veg</sup>	89
11	Chili sin carne mit Taco-Chips <sup>veg</sup>	84
12	Limonen-Joghurt-Mousse <sup>veg</sup>	79
13	Paprika-Mais-Salat <sup>veg</sup>	78
14	Rinderhackfleischbällchen in Paprikasoße	75
15	Kartoffelbrei, Fischrikadelle & Buttermöhrrchen <sup>veg</sup>	75
16	Kartoffelsuppe & warme Käsebröte <sup>veg</sup>	72
17	Ananasquark <sup>veg</sup>	71
18	Italienische Fischpfanne mit Reis <sup>veg</sup>	66
19	Salatwraps (Tortillafladen mit Salat und Thunfisch)	65
20	Hähnchenfleisch in Erdnuss-Soße	63

Anzahl ausgewertete Bögen: 227

(weiblich: 126; männlich: 89)

Davon Anzahl Lehrkräfte: 18

© Verbraucherzentrale Hessen, 01-07



**Schüler kochen für  
Schüler die "TOP TWENTY"  
der Umfrage in der  
Cafeteria Kellert**

**Kochen  
mit Alex!**

**Am ..... kochen für  
EUCH:**

**Top Nr. ....  
Name des Gerichts:**

© Verbraucherzentrale Hessen, 01-07

## A 12 Pressemitteilungen



Öffentlichkeitsarbeit Ernährung  
Andrea Schauff, Durchwahl: 069/972010-41

Pressestelle

Pressemitteilung 133/2005

Große Friedberger Straße 13-17  
60313 Frankfurt am Main  
Fax: 069-972010-50  
E-Mail: [vzh@verbraucher.de](mailto:vzh@verbraucher.de)  
[www.verbraucher.de](http://www.verbraucher.de)

### **FrankFOOD: Regionale Lebensmittel in Frankfurts Schulkantinen**

**Verbraucherzentrale und Institut für ländliche Strukturforshung wollen unter Schirmherrschaft von Schuldezernentin Ebeling Verpflegung von Ganztagschulen verbessern. Das Projekt wird durch das Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz gefördert.**

*Frankfurt/M., 14.12.2005.* FrankFOOD heißt das Gemeinschaftsprojekt, mit dem die Verbraucherzentrale Hessen und das Institut für ländliche Strukturforshung den Einsatz von regionalen Qualitätslebensmitteln in der Verpflegung von Ganztagschulen in Frankfurt fördern wollen. Das Schulamt Frankfurt unterstützt das Modellprojekt aktiv, Schuldezernentin Jutta Ebeling hat die Schirmherrschaft übernommen. FrankFOOD wird aus Mitteln des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz gefördert. Im Rahmen einer Gemeinschaftsveranstaltung mit dem Institut für Agrarökonomie der Universität Göttingen stellten die Projektpartner am 7.12.2005 im Frankfurter Ökohaus Ziele und Hintergründe von FrankFOOD und dem Göttinger Parallelprojekt einer interessierten Fachöffentlichkeit vor. Im Workshop wurden Praxisbeispiele aus dem Bundesgebiet und Konzepte moderner Ernährungsbildung präsentiert sowie Chancen und Potenziale einer regionalen Lebensmittelversorgung diskutiert.

Der Ausbau von Ganztagschulen mit der Verpflichtung zum Angebot einer warmen Mittagsverpflegung für die Schüler eröffnet für mögliche Lieferanten und Anbieter aus den angrenzenden Frankfurter Regionen neue Absatzchancen. Die Belieferung von Schulküchen und Caterern mit regionalen Produkten stärkt die regionale Wirtschaft und schont auch die Umwelt.

Ziel des FrankFOOD-Projektes ist es, bis Sommer 2006 mit drei ausgewählten Schulen und Kooperationspartnern in Frankfurt machbare Konzepte umzusetzen. Bis zum Projektende 2007 ist die Ausweitung auf drei bis fünf weitere Schulen geplant. Im Rahmen des Modellprojektes werden Caterer z. B. bei der Optimierung ihres Angebotes beraten, regionale Erzeuger beim Aufbau neuer Vermarktungskanäle und der Verbesserung der Logistik unterstützt. Das Thema Ernährung und Landwirtschaft aus der Region soll bei Lehrern, Schülern, Eltern, Caterern, Erzeugern und Lieferanten geweckt und die Themen im Bildungsprozess umgesetzt werden.

Anlass der Projektvorstellung von FrankFOOD war eine Gemeinschaftsveranstaltung mit dem Institut für Agrarökonomie an der Georg-August-Universität Göttingen. Das zeitgleich gestartete Göttinger Forschungsprojekt „Regionale Verpflegung in Ganztagschulen“ wurde ebenfalls



Öffentlichkeitsarbeit Ernährung  
Andrea Schauff, Durchwahl: 069/972010-41

Pressestelle

Pressemitteilung 12 /2006

Große Friedberger Straße 13-17  
60313 Frankfurt am Main  
Fax: 069-972010-50  
E-Mail: [vzh@verbraucher.de](mailto:vzh@verbraucher.de)  
[www.verbraucher.de](http://www.verbraucher.de)

## **Modellprojekt FrankFOOD startet** **Verbraucherzentrale Hessen und Institut für ländliche Strukturforchung bringen regionale Lebensmittel in Frankfurts Schulkantinen**

*Frankfurt/M., 10.2.2006. Unter der Schirmherrschaft von Stadträtin Jutta Ebeling starteten heute die Verbraucherzentrale Hessen und das Institut für ländliche Strukturforchung das Modellprojekt „FrankFOOD“. „Mit dem Projekt wollen wir den Einsatz von regionalen Qualitätslebensmitteln in der Verpflegung von Frankfurter Ganztagschulen fördern“, so Dr. Ulrich Gehrlein, Leiter des Projekts vom Institut für ländliche Strukturforchung. Schauplatz für die Auftaktveranstaltung war die Heinrich-Kraft-Schule in Frankfurt-Fechenheim. Im Rahmen der Auftaktveranstaltung luden zahlreiche Aktionen die Schüler zum Mitmachen ein: Bei Wettmelken, Kartoffelquiz, Luftballonwettbewerb, Schulmilchsausschank und von Schülern hergestellten, leckeren Pausensnacks wurde FrankFOOD für Groß und Klein erlebbar. Das Projekt wird aus Mitteln des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz gefördert.*

Jutta Ebeling, Dezernentin für Bildung, Umwelt und Frauen, begrüßte das Projekt FrankFOOD vor dem Hintergrund des Ausbaus der ganztägig arbeitenden Schulen und zunehmend längerer Unterrichtszeiten. Dies erfordere eine abwechslungsreiche, gesunde und den Bedürfnissen der Kinder und Jugendlichen gerecht werdende Ernährung. Die Einbeziehung von Gesundheit und Ernährung in den Unterricht und das Schulprogramm sei für sie ein wichtiger Aspekt. Im Rahmen des Investitionsprogramms der Bundesregierung „Zukunft, Bildung und Betreuung“ könne derzeit an 15 Frankfurter Schulen in eine Essensversorgung investiert werden, sodass acht Mischküchen entstehen. „Diese Form der Schulverpflegung bietet die Chance der Einbeziehung regionaler und ortsansässiger Anbieter“, so Ebeling. Zusammen mit den Projektpartnern überreichte sie den Schulleitern der drei ausgewählten Partnerschulen FrankFood-Pinnwände, auf denen zukünftig die Speisepläne um Tischgäste werben können.

Werner Schäfer, Schulleiter der Heinrich-Kraft-Schule, freute sich über den Start des Projektes in seiner Schule, die es als eine besondere Aufgabe sieht, nicht nur bei der Schülerschaft, sondern auch im Elternhaus die Bedeutung einer gesunden Lebensweise zu vermitteln. Leider werde im Schulalltag immer wieder deutlich, wie nötig eine umfassende gesundheitliche Erziehung auch oder gerade in der Schule sei. „Viele Schülerinnen und Schüler sind überernährt oder ernähren sich sehr einseitig. Ein Großteil kommt ohne ein vorheriges Frühstück in die Schule, was natürlich die Leistungsfähigkeit eines anstrengenden Unterrichtstages erheblich beeinträchtigt“, so Schäfer.



Öffentlichkeitsarbeit Ernährung  
Andrea Schauff, Durchwahl: 069/972010-41

Pressestelle

Pressemitteilung 62/2006

Große Friedberger Straße 13-17  
60313 Frankfurt am Main  
Fax: 069-972010-50  
E-Mail: [vzh@verbraucher.de](mailto:vzh@verbraucher.de)  
[www.verbraucher.de](http://www.verbraucher.de)

## **FrankFOOD: Schüler erleben regionale Landwirtschaft** **Kartoffelaktion der Adolf-Reichwein-Schule im Rahmen des Projekts der** **Verbraucherzentrale Hessen und des Instituts für ländliche Strukturforshung**

*Frankfurt/M., 23.6.2006.* Bei einer Kartoffelpflegeaktion konnten heute Drittklässler der Adolf-Reichwein-Schule aus Zeilsheim Landwirtschaft und regionale Lebensmittel hautnah erleben. Schauplatz war der Kartoffelacker des Bioland-Hofs Pfeifer in Bad Soden-Altenhain. Erlebnisorientierte Bildungsmaßnahmen wie Kartoffelpflanz-, Pflege- und Ernteaktionen machen Kindern das Thema „Ernährung und regionale Landwirtschaft“ praktisch erfahrbar. Die Aktionen sind Teil des Modellprojekts „FrankFOOD - Regionale Produkte in der Schulverpflegung“, das die Verbraucherzentrale Hessen und das Institut für ländliche Strukturforshung für Frankfurter Ganztagschulen auf den Weg gebracht haben. Das Projekt wird aus Mitteln des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz gefördert.

Auf dem Acker freuten sich die Kinder sehr, dass ihre selbst gepflanzten Kartoffeln so gut gewachsen sind. Sie untersuchten den Boden, sammelten Wildkräuter und forschten nach Kartoffelkäfern. Mitarbeiterinnen der BUNDjugend Hessen leiteten die Schülerinnen und Schüler dabei an.

„Unsere Bildungsmaßnahmen wie die „Ernährungsbildung auf dem Kartoffelacker“ ermöglichen Kindern, die Zusammenhänge der Lebensmittelproduktion vom Acker bis zum Teller kennen zu lernen“, erläuterte Andrea Schauff, Ernährungsexpertin der Verbraucherzentrale Hessen. „Denn gerade Stadtkinder haben kaum noch Bezug zu Landwirtschaft und regionalen Produkten“. Zu den weiteren Bildungsangeboten für am Projekt beteiligte Schulen zählen Spiele zu regionalen Lebensmitteln, Lehrerfortbildungen sowie Unterrichtsmaterialien.

„Allgemeines Ziel des FrankFOOD-Projekts ist es, den Einsatz von regionalen Qualitätslebensmitteln in der Verpflegung von Ganztagschulen in Frankfurt zu fördern, regionale Wirtschaftskreisläufe zu unterstützen und die Verpflegung der Schülerinnen und Schüler zu verbessern“, erläuterte der Projektleiter Dr. Ulrich Gehrlein vom Institut für ländliche Strukturforshung.

Neben der Adolf-Reichwein-Schule gehören die Heinrich-Kraft-Schule und die Anna-Schmidt-Schule zu den Partnerschulen von FrankFOOD. Bis Mitte 2007 sollen bis zu 5 weitere Ganztagschulen aus Frankfurt aufgenommen werden. Jutta Ebeling, die Bürgermeisterin und Dezernentin für Bildung, Umwelt und Frauen der Stadt Frankfurt, hat die Schirmherrschaft für das Modellprojekt übernommen.



Neben den Schulen unterstützt FrankFOOD am Projekt interessierte Caterer, z. B. bei der Optimierung ihres Angebotes, und regionale Erzeuger beim Aufbau neuer Vermarktungskanäle und der Verbesserung der Logistik. Am Projekt beteiligt sind bisher die Catering-Unternehmen Werkstatt Frankfurt, Frankfurter Party- und Veranstaltungsservice in Partnerschaft mit Dr. Hoppe's Bio-Catering sowie die Cafeteria Alexander Kellert.

Als Ergebnis des Projekts soll am Ende der Laufzeit ein Leitfaden für andere vergleichbare Regionen entstehen. Dabei wird speziell auf Metropolregionen und die damit verbundenen Stadt-Land-Beziehungen hinsichtlich der Versorgung mit regionalen Lebensmitteln eingegangen.

Weitere Informationen zum Projekt sind im Internet unter [www.frankfood.net](http://www.frankfood.net) zu finden.

**Pressekontakt:** Andrea Schauff, Tel.069-972010-41 (**Durchwahl bitte nicht veröffentlichen**). Frei zum Nachdruck, Belegexemplar erbeten.

*Beratungszentren und Beratungsstellen der Verbraucherzentrale Hessen: Darmstadt/Region Starkenburg, Luisenplatz 6 (Careegalerie) · Frankfurt/Rhein-Main, Große Friedberger Straße 13-17 (Nähe Konstablerwache) · Fulda, Kartstraße 2 · Gießen, Südanlage 4 · Kassel/Nordhessen, Bahnhofsplatz 1 (Kulturbahnhof), Borken, Bahnhofstraße 36 b · Rüsselsheim/Groß-Gerau, Marktstr. 29 · Wiesbaden, Luisenstr. 19 (im Umweltladen)*



Öffentlichkeitsarbeit Ernährung  
Andrea Schauff, Durchwahl: 069/972010-41

Pressestelle

Pressemitteilung 92/2006

Große Friedberger Straße 13-17  
60313 Frankfurt am Main  
Fax: 069-972010-50  
E-Mail: [vzh@verbraucher.de](mailto:vzh@verbraucher.de)  
[www.verbraucher.de](http://www.verbraucher.de)

## **FrankFOOD: Schüler erleben regionale Landwirtschaft** **Kartoffelernte der Anna-Schmidt-Schule im Rahmen eines Projektes der Verbraucherzentrale Hessen und des Instituts für ländliche StrukturforSchung**

Frankfurt/M., 31.8.2006. Bei der Kartoffelernte konnten heute Viertklässler der Frankfurter Anna-Schmidt-Schule Landwirtschaft und regionale Lebensmittel hautnah erleben. Schauplatz war der Kartoffelacker des Dottenfelderhofes in Bad Vilbel. Erlebnisorientierte Bildungsmaßnahmen wie Kartoffelpflanz-, Pflege- und Ernteaktionen machen Kindern das Thema „Ernährung und regionale Landwirtschaft“ praktisch erfahrbar. Die Aktionen sind Teil des Modellprojektes „FrankFOOD - Regionale Produkte in der Schulverpflegung“, das die Verbraucherzentrale Hessen und das Institut für ländliche StrukturforSchung für Frankfurter Ganztagschulen auf den Weg gebracht haben. Die Bildungsmaßnahme wird von der MGH GUTES AUS HESSEN GmbH gefördert.

Margarete Hinterlang vom Dottenfelderhof leitete die Schülerinnen und Schüler während der Feldarbeit an: „Das Aufregendste war für mich, wie begeistert einfache, sinnvolle Arbeiten in und mit der Natur auch für sehr städtische Kinder sein können, denen ansonsten viel geboten wird; was Kinder alles entdecken an Boden, Pflanzen und Tieren, wie aus anfänglichem Ekel die pure Begeisterung am Kartoffelkäfersammeln wird, auch, wie die Stärkeren die spinnen-ängstlichen Kinder über die „gefährlichen“ Stellen getragen haben. Das sollte es öfter für mehr Kinder geben,“ berichtete Hinterlang.

Für die Kinder war es spannend, das im Unterricht besprochene Thema "Kartoffel" in die Praxis umzusetzen, vom Setzen der Saatkartoffeln über das Absammeln der Kartoffelkäfer bis zur Ernte alles hautnah zu erleben, berichtete Angelika Polten, Pädagogische Leiterin der Grundschule der Anna-Schmidt-Schule. „Für uns Lehrerinnen ist es toll zu sehen, wie begeistert und ernsthaft die Kinder arbeiteten. Sie spürten, wie anstrengend alles ist. Dadurch hat dieses Lebensmittel für die Kinder eine neue Bedeutung, einen höheren Wert erhalten“, so Polten.

„Unsere Angebote wie die „Ernährungsbildung auf dem Kartoffelacker“ ermöglichen Kindern, die Zusammenhänge der Lebensmittelproduktion vom Acker bis zum Teller kennen zu lernen“, erläuterte

**Das Modellprojekt FrankFOOD wird aus Mitteln des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz gefördert.**

Projekträger sind das Institut für ländliche StrukturforSchung an der Johann-Wolfgang-Goethe-Universität Frankfurt/M., Kontakt: Armin Kullmann, Tel.:069-97785780, Email: [kullmann@ifls.de](mailto:kullmann@ifls.de), und die Verbraucherzentrale Hessen e.V., Frankfurt/M., Kontakt: Regina Scholz, Tel.: 069-97201042, Email: [scholz@verbraucher.de](mailto:scholz@verbraucher.de). Weitere Informationen zum Projekt gibt es im Internet unter [www.frankfood.net](http://www.frankfood.net).





Hartmut König, Ernährungsreferent der Verbraucherzentrale Hessen. „Denn gerade Stadtkinder haben leider kaum noch Kontakt zu Bauernhöfen und kennen die Lebensmittel, die in ihrem Umfeld wachsen und erzeugt werden nicht mehr“. Zu den weiteren Bildungsangeboten für am Projekt beteiligte Schulen zählen Spiele zu regionalen Lebensmitteln, Lehrerfortbildungen sowie Unterrichtsmaterialien.

„Allgemeines Ziel des FrankFOOD-Projektes ist es, den Einsatz von regionalen Qualitätslebensmitteln in der Verpflegung von Ganztagschulen in Frankfurt zu fördern, regionale Wirtschaftskreisläufe zu unterstützen und die Verpflegung der Schülerinnen und Schüler zu verbessern“, machte Dr. Ulrich Gehrlein vom Institut für ländliche Strukturforchung deutlich.

Die Projektziele begrüßte auch Wilfried Schäfer, Geschäftsführer der MGH GUTES AUS HESSEN GmbH. Die Verpflegung von Schülerinnen und Schülern mit regionalen Produkten steht auch für die MGH an oberster Stelle. „Aus unserer Sicht sollten dabei natürlich Erzeugnisse der Qualitätsmarke „Geprüfte Qualität – HESSEN“ bevorzugt eingesetzt werden“, so Schäfer.

Neben der Anna-Schmidt-Schule gehören die Heinrich-Kraft-Schule und die Adolf-Reichwein-Schule zu den Partnerschulen von FrankFOOD. Bis Mitte 2007 sollen weitere Ganztagschulen aus Frankfurt aufgenommen werden.

**Pressekontakt:** Hartmut König, Tel.069-972010-45 (Durchwahl bitte nicht veröffentlichen), Frei zum Nachdruck, Belegexemplar erbeten.

Das Modellprojekt FrankFOOD wird aus Mitteln des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz gefördert.  
Projektträger sind das Institut für ländliche Strukturforchung an der Johann-Wolfgang-Goethe-Universität Frankfurt/M., Kontakt: Armin Kullmann, Tel.:069-97785780, Email: [kullmann@ifls.de](mailto:kullmann@ifls.de), und die Verbraucherzentrale Hessen e.V., Frankfurt/M., Kontakt: Regina Scholz, Tel.: 069-97201042, Email: [scholz@verbraucher.de](mailto:scholz@verbraucher.de).  
Weitere Informationen zum Projekt gibt es im Internet unter [www.frankfood.net](http://www.frankfood.net).



Öffentlichkeitsarbeit Ernährung  
Andrea Schauff, Durchwahl: 069/972010-41

Pressestelle

Pressemitteilung 151/2006

Große Friedberger Straße 13-17  
60313 Frankfurt am Main  
Fax: 069-972010-50  
E-Mail: [vzh@verbraucher.de](mailto:vzh@verbraucher.de)  
[www.verbraucher.de](http://www.verbraucher.de)

## „Korrekt Kochen“ mit regionalen Lebensmitteln Kochworkshops von Jugendlichen für Jugendliche im Projekt FrankFOOD

Frankfurt/M., 12.12.2006. Unter dem Motto „Korrekt Kochen“ startete heute die Verbraucherzentrale Hessen und das Institut für ländliche Strukturforchung zusammen mit dem Verein Powerbreak e.V. den ersten von vier Kochworkshops in der Berta-Jourdan-Schule. Angehende Assistenten der Systemgastronomie der Beruflichen Schule leiteten 19 Neuntklässler der Heinrich-Kraft-Schule beim Kochen mit regionalen Lebensmitteln an. Auf dem Programm stand neben der Zubereitung eines leckeren 2-Gänge-Menüs à la Saison auch Wissenswertes über eigenverantwortliches Essen und Trinken, Hauswirtschaft sowie Esskultur. Die Kochworkshops des Vereins Powerbreak e.V. zählen zu den im Modellprojekt „FrankFOOD“ angebotenen Bildungsmaßnahmen. Mit dem Projekt wollen die Verbraucherzentrale Hessen und das Institut für ländliche Strukturforchung regionale und saisonale Qualitätslebensmittel in die Verpflegung der am FrankFOOD-Projekt beteiligten Frankfurter Ganztagschulen bringen.

„Besonderheit der Kochworkshops von Jugendlichen für Jugendliche ist der „Peer Group Education“-Ansatz. Das Vorbild der jungen Experten soll die Teilnehmenden der Heinrich-Kraft-Schule zu einer Veränderung ihres Ernährungsverhaltens motivieren. Neben dem gemeinsamen Kochen wird anhand von fünf Lernstationen Grundwissen über Ernährung und Hauswirtschaft vermittelt. Die Arbeit in kleinen Teams fördert darüber hinaus soziale Kompetenzen und soziokulturelle Integration“, erläuterte Dr. Comelia Morgenstern vom Verein Powerbreak.

„In den Kochworkshops lernen die Jugendlichen nicht nur Produkte aus der Region kennen, sondern sie erfahren auch direkt, von welchen Erzeugern diese kommen“, ergänzte Projektleiter Armin Kullmann vom Institut für ländliche Strukturforchung. Dies sind z.B. der Geflügelhof Bleuel aus Hofbieber in der Rhön, von dem das verwendete Putenfleisch und die Eier kommen. Der Geflügelhof Bleuel ist Mitglied der Landmarkt-Betriebe der Vereinigung hessischer Direktvermarkter, einem Projektpartner im FrankFOOD-Projekt. Im Anbieterverzeichnis von FrankFOOD findet sich auch der Bio-Großhandel Tollgrün, der das regionale Gemüse für die Kochworkshops direkt zur Schule liefert. Alle FrankFOOD-Anbieter und weitere Informationen zum Projekt finden sich unter [www.frankfood.net](http://www.frankfood.net).

**Pressekontakt:** Andrea Schauff, Tel.069-972010-41 (Durchwahl bitte nicht veröffentlichen).  
Frei zum Nachdruck, Belegexemplar erbeten.

Das Modellprojekt FrankFOOD wird aus Mitteln des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz gefördert. Projektträger sind das Institut für ländliche Strukturforchung an der Johann Wolfgang Goethe Universität Frankfurt/M.(Kontakt: Armin Kullmann, Tel.:069-97765780, Email: [kullmann@ifs.de](mailto:kullmann@ifs.de)) und die Verbraucherzentrale Hessen e.V., Frankfurt/M., (Kontakt: Regina Scholz, Tel.: 069-97201042, Email: [scholz@verbraucher.de](mailto:scholz@verbraucher.de)).Weitere Informationen zum Projekt gibt es im Internet unter [www.frankfood.net](http://www.frankfood.net)



Pressemitteilung 20/2007

## Chancen für regionale Qualitätslebensmittel in Frankfurts Schulumensen steigen

Verbraucherzentrale Hessen und Institut für ländliche Strukturfor-  
schung diskutieren mit Akteuren Ergebnisse des FrankFOOD-Projekts

Frankfurt/M., 16.2.07. Zu einem Workshop im Rahmen ihres Projekts „FrankFood“ luden die Verbraucherzentrale Hessen und das Institut für ländliche Strukturfor- schung (ifls) am 9.2.07 auf den Campus Westend der Frankfurter Universität ein. Zusammen mit Vertretern des Instituts für Agrarökonomie der Universität Göttingen wurde schwerpunktmäßig über Kosten und Finanzierung der Schulverpflegung mit regionalen Quali- tätsprodukten diskutiert. Zu den Teilnehmern zählten am Projekt beteilig- te Schulen und Caterer, Vertreter des Stadtschulamtes, der regionalen Landwirtschafts- und Vermarktungsorganisationen sowie des Bundes- verbraucherministeriums. Fazit: Der anteilige Einsatz von regionalen Qualitätslebensmitteln, ob ökologisch oder konventionell, ist in der Re- gel nur um wenige Procente teurer als der von überregionalen Produk- ten. Wenn jedoch mehr SchülerInnen am Essen teilnehmen, kann die bessere Auslastung die Mehrkosten kompensieren. Die Pläne des Stadtschulamtes, in die Ausschreibungskriterien für künf- tige Schulcaterer den anteiligen Einsatz von Bio- und regionalen Le- bensmitteln aufzunehmen, wurde von allen Workshop-Teilnehmern be- grüßt. Es bestehen große Chancen für eine Qualitätsverbesserung der Frankfurter Schulverpflegung und für die regionale Entwicklung.

Prof. Dr. Achim Spiller vom Institut für Agrarökonomie der Universität Göttingen machte in seinem Bericht über das Göttinger Parallelprojekt auf vielfältige betriebswirtschaftliche Hemmnisse regionaler Qualitätsverpflegung in Schulen aufmerksam: Schulen sind bei der Umsetzung durch fehlendes Know-How auf sich gestellt und oftmals überfordert. Bei Kommunen hat das Thema wegen knapper Mittel keine politische Priorität. Caterer stehen meist unter hohem Kostendruck und tendieren stark zur zentralen Warenbeschaffung. Die Ergeb- nisse dieses Projektes stellten aber auch klar, dass eine höhere Auslastung durch mehr Essensteilnehmer stärker zur Wirtschaftlichkeit beiträgt als eine Einsparung beim Wareneinsatz zu Lasten der Qualität.

„Regionale Produkte, ob ökologisch oder konventionell erzeugt, schlagen in der Regel in der Kostenkalkulation eines Speiseplans nur um ein paar Prozent mehr zu Buche. Manchmal bietet aber auch der regionale Direktvermarkter günstiger an als der überregionale Großhandel“, berichtete FrankFOOD- Projektleiter Armin Kullmann vom Institut für ländliche Strukturfor- schung (ifls). Durch die clevere Zusammenstellung des Speiseplans, den Austausch einzel- ner Produktgruppen und das Einspielen regionaler Lieferbeziehungen sind

Verbraucherzentrale  
Hessen e. V.

presseinfo  
presseinfo  
presseinfo

auch kostengünstige Alternativen möglich. Das zeigt die Modellkalkulation eines Musterspeiseplans dreier Caterer im FrankFOOD-Projekt durch das IfLS.

Im Frankfurter Stadtschulamts befasst sich eine Planungsgruppe mit der Zukunft der Mittagsverpflegung der Ganztagschulen. Nach Angaben der Vertreterin des Stadtschulamtes, Jutta Andes, sollen die künftigen Ausschreibungskriterien für die Belieferung der neuen Schulkinder den anteiligen Einsatz von ökologisch und regional erzeugten Lebensmitteln beinhalten. Dabei waren sich die Teilnehmer einig, dass feste Mindestanteile von 10% ökologisch und 20-30% regional erzeugten Lebensmitteln vorgegeben werden sollten.

Der Praxisbericht der am FrankFOOD-Projekt beteiligten Adolf-Reichwein-Schule machte deutlich, dass zur Zeit an einigen Schulen ein Mittagessen nur dann angeboten werden kann, wenn Elternvereine Kosten übernehmen und die Schulgemeinde das Mittagessen mit kaum zu bewältigendem Arbeitsaufwand organisiert. Die Kosten für ein Mittagessen von 3,-Euro können manche Familien kaum aufbringen. Auch hier sind die Schulträger bzw. Ministerien gefordert, einen akzeptablen, finanziellen und organisatorischen Rahmen zu schaffen.

Eine große Chance für eine gesündere Mittagsverpflegung mit regionalen Qualitätsprodukten bieten die zehn Schulcafeterien, die dieses Jahr neu in Betrieb gehen sollen, so die Einschätzung der Workshop-Teilnehmer. Die Verbraucherzentrale und das IfLS wollen daher das Frankfood-Projekt fortsetzen, um noch mehr Schulen und Caterer ins Boot zu holen.

#### Ergänzende Informationen für Verbraucher:

- Weitere Informationen zum Projekt FrankFOOD sowie die Vorträge des Workshops gibt es im Internet unter [www.frankfood.net](http://www.frankfood.net).
- Informationen über Bildungsangebote und Materialien für Lehrer und Schulen sind unter [www.verbraucher.de/ernaehrung](http://www.verbraucher.de/ernaehrung) zu finden.
- **Hessenweites Servicetelefon 01805-972010** (14 Cent/Minute aus dem Festnetz der DTAG). Informationen über das Beratungs- und Seminarangebot sowie die Öffnungszeiten der Beratungsstellen der Verbraucherzentrale Hessen; teilweise auch Terminvereinbarung möglich. Keine Beratung!

#### Pressekontakt zu dieser Meldung:

Andrea Schauff, Tel. 069- 972010-41, [schauff@verbraucher.de](mailto:schauff@verbraucher.de)

**Pressekoordination:** Ute Klaus, 069- 972010-31 [klaus@verbraucher.de](mailto:klaus@verbraucher.de)

**Diese Rufnummern und E-Mail-Adressen bitte nicht veröffentlichen!**

Frei zum Nachdruck, Belegexemplar erbeten

Das Modellprojekt FrankFOOD wird aus Mitteln des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz gefördert. Projektträger sind das Institut für ländliche Strukturfor- schung an der Johann Wolfgang Goethe Universität Frankfurt/M. (Kontakt: Armin Kullmann, Tel.:069-97785780, Email: [kullmann@ifls.de](mailto:kullmann@ifls.de)) und die Verbraucherzentrale Hessen e.V., Frankfurt/M., (Kontakt: Regina Scholz, Tel.: 069-97201042, Email: [scholz@verbraucher.de](mailto:scholz@verbraucher.de)). Weitere Informationen zum Projekt gibt es im Internet unter [www.frankfood.net](http://www.frankfood.net).

*Beratungsstellen der Verbraucherzentrale Hessen: Borken, Bahnhofstraße 36 b · Kassel/Nordhessen, Bahnhofplatz 1 (Kulturbahnhof) · Gießen, Südanlage 4 · Fulda, Karlstraße 2 · Frankfurt/Rhein-Main, Große Friedberger Straße 13-17 (Nähe Konstablerwache) · Darmstadt/Region Starkenburg, Luisenplatz 6 (Car- reegalerie) · Rüsselsheim/Groß Gerau, Marktstr. 29 · Wiesbaden, Luisenstr. 19 (im Umweltladen)*

Verbraucherzentrale  
Hessen e. V.

presseinfo presseinfo presseinfo



verbraucherzentrale

Hessen

Pressemitteilung 41/2007

## Lehrerfortbildung „Das Besser-Esser-Konzept“

Angebot des Umweltbildungszentrums Licherode und der Verbraucherzentrale Hessen im Rahmen des Projekts FrankFOOD

Frankfurt/M., 19.4.2007. Kann man die Kinder der McDonalds-Generation überhaupt für ein gesundes, regional-biologisches Schulessen gewinnen? Und wie kann das Thema „Gesunde Ernährung“ dauerhaft im Schulprogramm verankert werden? Antworten hierauf gibt die Lehrerfortbildung „Das Besser-Esser-Konzept“, die das Umweltbildungszentrum Licherode und die Verbraucherzentrale Hessen in Kooperation mit dem Amt für Lehrerbildung veranstalten. Das Bildungsangebot findet im Rahmen des Projekts „FrankFOOD – regionale Produkte für Frankfurter Schulkantinen“ statt. Projektträger sind die Verbraucherzentrale Hessen und das Institut für ländliche Strukturforschung.

**Termin:** Freitag, den 11. Mai 2007, 13.30 Uhr bis 17.30 Uhr  
**Ort:** Spenerhaus-Tagungszentrum im Dominikanerkloster, Dominikanergasse 5, Frankfurt

Die Referenten Klaus Adamaschek und Johannes Lutz vom Umweltbildungszentrum Licherode stellen unter anderem die „Besser-Esser-Woche“ vor. Die Projektwoche eignet sich für Kinder der Klassen 3-6 und verbindet die Themen „Gesunde Ernährung“ und „Biolandbau“ anschaulich und kindgerecht miteinander. Sie ist pädagogisches Kernstück des Modellversuchs „Regional-biologische Schulverpflegung“, den die Uni Kassel und das Umweltbildungszentrum Licherode in Nordhessen durchgeführt haben. Zusätzlich können die Teilnehmer die „Besser-Esser-Werkstatt“, eine Stationsarbeit zum Thema „Gesunde Ernährung“, praktisch erproben.

Die Veranstaltung ist als Lehrerfortbildung akkreditiert. Die Teilnahmegebühr beträgt 10,- Euro (incl. Imbiss und Getränke).

Die Anmeldung kann bis spätestens 4. Mai 2007 im Internet unter <http://lb.bildung.hessen.de> unter der IQ-Nummer 032365105 erfolgen.

Für nähere Informationen können sich Interessierte an die Verbraucherzentrale Hessen wenden, Ansprechpartnerin: Regina Scholz, Tel. 069-972010-42, Fax: 069-972010-80, Email: [scholz@verbraucher.de](mailto:scholz@verbraucher.de).

presseinfo

presseinfo

presseinfo

Verbraucherzentrale  
Tel. (069) 972010-31  
Fax (069) 972010-50  
[www.verbraucher.de](http://www.verbraucher.de)



Pressemitteilung 59/2007

## Erdbeeren aus der Region für Frankfurter Schulen Aktion des Instituts für ländliche Strukturforchung und der Verbrau- cherzentrale Hessen mit Landwirten und Caterern im FrankFOOD- Projekt

Frankfurt/M., 4.6.2007. Zum Auftakt der ersten „Regionalen Erdbeerakti-  
on“ für Frankfurter Schulen im Rahmen des Projekts FrankFOOD luden  
heute das Institut für ländliche Strukturforchung (ifls) und die Verbrau-  
cherzentrale Hessen e.V. ein. Schauplatz war die Mensa der Münzenber-  
ger Schule in Eckenheim. Frankfurts Bürgermeisterin Jutta Ebeling lobte  
die Aktion als einen wichtigen Beitrag, die Verwendung regionaler Pro-  
dukte in ihrer Bedeutung zu stärken. „Kinder und Jugendliche sollen  
wissen, dass Erdbeeren nicht aus Spanien kommen müssen, sondern  
dass es wichtig ist, regional und saisonal einzukaufen und zu essen“, so  
die Schirmherrin des Projekts FrankFOOD. Sie verteilte fruchtigen Nach-  
tisch an die Schüler, den der Caterer Werkstatt Frankfurt e.V. aus Erd-  
beeren vom Bauernhof Paul aus Hofheim/Wallau zubereitet hatte. Die  
Kinder genossen dann in ihrer Mittagspause ein gesundes Saisonpro-  
dukt mit nachvollziehbarer regionaler Herkunft. Mit der Aktion sollen  
neue Partner für das FrankFOOD-Projekt gewonnen werden, das regio-  
nale und saisonale Qualitätsprodukte in der Verpflegung von Frankfurter  
Ganztagsschulen verankern will.

Zu den Kooperationspartnern der Erdbeeraktion gehören nicht nur am Frank-  
FOOD-Projekt bereits beteiligte Caterer und Partnerschulen, sondern auch  
weitere Lieferanten für Schulessen, die sich für die Partnerschaft interessie-  
ren. „Das werten wir als Erfolg und als Möglichkeit einer Ausweitung des Pro-  
jekts. Damit können wir nicht nur größere Mengen Erdbeeren für die regionale  
Schulverpflegung einsetzen. Auch der Bekanntheitsgrad von FrankFOOD bei  
Schülern, Eltern und Lehrern kann so vergrößert werden“, berichtete Frank-  
FOOD-Projektleiter Armin Kullmann vom ifls im Pressegespräch.

An fünf Aktionstagen bieten sechs Schulcaterer für 37 Frankfurter Schulen  
und für verschiedene Kitas regionale Erdbeercreations wie Erdbeershakes,  
oder Erdbeer-Milchreis an. Circa 600 Kilogramm der süßen Früchte werden  
die drei an der Aktion beteiligten Landwirte im Aktionszeitraum bis zum 15.  
Juni liefern. Bei den Landwirten handelt es sich um den Biolandbetrieb Akerlei  
aus Bruchköbel-Oberissigheim, den Obst- und Gemüsehof Wurbs (Geprüfte  
Qualität Hessen) aus Hanau und Paul's Bauernhof (Landmarkt / Vereinigung  
Hessischer Direktvermarkter), Hofheim/Wallau.

presseinfo presseinfo presseinfo

Tel. (069) 972010-31  
Fax (069) 972010-50  
info@verbraucher.de



Ein Aktionsflyer informiert Kinder und Eltern über Wachstum und Inhaltsstoffe der Erdbeere. Auf einem Landkartenausschnitt sind die Betriebe eingetragen, die die Früchte liefern. Die Kinder können die Höfe nach Anmeldung auch besuchen, sehen wie Erdbeeren wachsen und sie dort selbst pflücken.

**Ergänzende Informationen für Verbraucher:**

- Weitere Informationen zum Projekt FrankFOOD gibt es im Internet unter [www.frankfood.net](http://www.frankfood.net)
- Informationen über Bildungsangebote und Materialien für Lehrer und Schulen sind unter [www.verbraucher.de/ernaehrung](http://www.verbraucher.de/ernaehrung) zu finden.
- **Hessenweites Servicetelefon 01805-972010** (14 Cent/Minute aus dem Festnetz der DTAG). Informationen über das Beratungs- und Seminarangebot sowie die Öffnungszeiten der Beratungsstellen der Verbraucherzentrale Hessen; teilweise auch Terminvereinbarung möglich. Keine Beratung!

**Pressekontakt zu dieser Meldung:**

Andrea Schauff, Tel. (069) 972010-41, [schauff@verbraucher.de](mailto:schauff@verbraucher.de)

Armin Kullmann, Tel. (069) 97785780, [kullmann@ifls.de](mailto:kullmann@ifls.de)

**Pressekoordination:** Ute Klaus, (069) 972010-31 [klaus@verbraucher.de](mailto:klaus@verbraucher.de)

**Diese Rufnummern und E-Mail-Adressen bitte nicht veröffentlichen!** Frei zum Nachdruck, Belegexemplar erbeten

Das Modellprojekt FrankFOOD wird aus Mitteln des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz gefördert. Projektträger sind das Institut für ländliche Strukturfor- schung an der Johann Wolfgang Goethe Universität Frankfurt/M. (Kontakt: Armin Kullmann, Tel.:069-97785780, Email: [kullmann@ifls.de](mailto:kullmann@ifls.de)) und die Verbraucherzentrale Hessen e.V., Frankfurt/M., (Kontakt: Regina Scholz, Tel.: 069-97201042, Email: [scholz@verbraucher.de](mailto:scholz@verbraucher.de)). Weitere Informationen zum Projekt gibt es im Internet unter [www.frankfood.net](http://www.frankfood.net).

*Beratungsstellen der Verbraucherzentrale Hessen: Borken, Bahnhofstraße 36 b • Kassel/Nordhessen, Bahnhofplatz 1 (Kulturbahnhof), Gießen, Södanlage 4 • Fulda, Karlstraße 2 • Frankfurt/Rhein-Main, Große Friedberger Straße 13-17 (Nähe Konstablerwache) • Darmstadt/Region Starkenburg, Luisenplatz 6 (Car- reegalerie) • Rüsselsheim/Groß Gerau, Marktstr. 29 • Wiesbaden, Luisenstr. 19 (im Umweltladen)*

presseinfo  
presseinfo  
presseinfo

Verbraucherzentrale  
Tel. (069) 972010-31  
Fax (069) 972010-50  
[info@verbraucher.de](mailto:info@verbraucher.de)

## A 13 Veröffentlichungen Medienresonanz

Nr.	Datum	Veröffentlichung in	Medientyp	Artikel / Beitrag
1	20.01.06	<a href="http://www.cafe-future.net">www.cafe-future.net</a> , Internetplattform für den Außer Haus Markt des Deutschen Fachverlags	Online-Agentur	Artikel „Regionale Lebensmittel in Frankfurts Schulen“
2	27.01.06	Gastgewerbe Gedankensplitter, Gastgewerbeportal <a href="http://www.abseits.de">www.abseits.de</a>	Online-Agentur	Artikel „Regionale Lebensmittel in Frankfurts Schulkantinen“
3	14.02.06	Frankfurter Rundschau, Stadt-Ausgabe	Printmedium	Essen, was Spaß macht
4	14.02.06	Frankfurter Rundschau, Hochtaunus-Kreis	Printmedium	Schüler lernen ihr Essen kennen
5	14.02.06	Frankfurter Rundschau, Main-Taunus-Kreis	Printmedium	Schüler lernen ihr Essen kennen
6	14.02.06	Frankfurter Rundschau, Offenbach	Printmedium	Schüler lernen ihr Essen kennen
7	14.02.06	Frankfurter Rundschau, Wetterau- / Main-Kinzig-Kreis	Printmedium	Schüler lernen ihr Essen kennen
8	11.02.06	Frankfurter Rundschau, Stadt-Ausgabe	Printmedium	Schüler lernen Lebensmittel kennen
9	11.02.06	Frankfurter Allgemeine, Frankfurt/M.	Printmedium	Gesund ernähren und darüber reden: Modellprojekt „Frankfood – gut für Schüler und Landwirte
10	11.02.06	Offenbach Post, Offenbach	Printmedium	Frankfood bringt gesunde regionale Produkte in Schulkantinen
11	11.02.06	Frankfurter Neue Presse, Frankfurt	Printmedium	So gut schmeckt die Region - Gesund essen in der Kraft-Schule-
12	Heft 4/2006	GV Praxis, Fachzeitschrift für Gemeinschaftsverpflegung, Dt. Fachverlag, Frankfurt	Printmedium, überregionale Wirtschaftsfachzeitschrift	Regional schmeckt's besser
13	10.02.06	Hessischer Rundfunk HR Info, Frankfurt	Hörfunk	Nachrichtenbeitrag
14	10.02.06	Hessischer Rundfunk Redaktion HR Info, Frankfurt	Hörfunk	Nachrichtenbeitrag
15	10.02.06	Rheinmain TV, Bad Homburg, Sendung „Das Journal“	Fernsehen	Filmbeitrag (Mitschnitt als Anlage)



16	10.02.06	Hessischer Rundfunk, Redaktion Hessen Aktuell, Frankfurt	Fernsehen	Filmbeitrag
17	10.02.06	RTL , Sendung Guten Abend Hessen, Frankfurt	Fernsehen	Filmbeitrag
18	26.06.06	Frankfurter Neue Presse, Ausgabe Höchster Kreisblatt, Hofheim	Printmedium	Freya und Lind wachsen auf dem Altenhainer Kartoffelacker
19	28.06.06	Bad Sodener Zeitung, Wochenblatt	Printmedium	Kartoffelaktion auf Biolandhof Pfeifer
20	29.06.06	Frankfurter Rundschau, Ausgabe Wiesbaden /Main/Taunus, Hofheim	Printmedium	Schüler müssen weg vom Fastfood
21	30.06.06	Frankfurter Rundschau, Stadtausgabe, Lokalredaktion Süd	Printmedium	Zeilsheimer Schüler essen Kartoffeln aus regionalen Äckern
22	31.08.06	Wetterauer Zeitung, Südrektion, Bad Vilbel	Printmedium	Viertklässler begeistern sich für runde Knolle
23	Heft 3/2006	Schulverpflegung, Fachmagazin für prof. Schulverpflegung, jam Verlag, Offenbach	Printmedium/ überregionales Fachmagazin	FrankFOOD macht Schule
24	31.08.06	Hessischer Rundfunk HR 1	Hörfunk	Radiobeitrag
25	31.08.06	Hessischer Rundfunk, Kinderredaktion HR 2, Sendung Domino Krimskramskiste	Hörfunk	Radiobeitrag
26	31.08.06	Rheinmain TV, Bad Homburg, Nachrichtenmagazin „Das Journal“	Fernsehen	Kurznachricht im Nachrichtenmagazin (NiF)
27	15.09.06	<a href="http://www.lehrer-online.de">www.lehrer-online.de</a> ; Rubrik Neues von den Landesservern	Onlineredaktion	Kurzbeschreibung Projekt FrankFOOD und Ernährungsbildungsmaßnahmen
28	20.09.06	Frankfurter Rundschau, Stadredaktion	Printmedium	Nachricht im Rahmen eines des Artikels zum Erntefest „Die Kinder freuen sich über die vielen Tiere auf der Zeil“
29	12.12.06	RTL , Sendung Guten Abend Hessen, Frankfurt	Fernsehen	Filmbeitrag
30	13.12.06	Rheinmain TV, Bad Homburg, Nachrichtenmagazin „Das Journal“	Fernsehen	Filmbeitrag (Mitschnitt als Anlage)
31	12.12.06	HR Rundfunk, Nachrichtenmagazin Hessen aktuell	Fernsehen	Filmbeitrag

32	13.12.06	Frankfurter Rundschau, Stadtredaktion	Printmedium	Schüler kochen gesundes Essen
33	13.12.06	Frankfurter Neue Presse, Stadtredaktion	Printmedium	Dieser Unterricht ist nach unserem Geschmack
34	14.12.06	Hessischer Rundfunk, HR 4	Hörfunk	Radiobeitrag als Mitschnitt
35	17.12.06	Hessischer Rundfunk, HR Info	Hörfunk	Radiobeitrag (siehe Mitschnitt aber gekürzt)
36	16.02.07	Frankfurter Rundschau	Printmedium	Bio-Kost für Gymnasiasten
37	11.05.07	<a href="http://www.hr-online.de">www.hr-online.de</a>	Onlineredaktion	„Besser-Esser-Konzept“ vorgestellt
38	06.06.07	Blitztipp	Printmedium	Regionales auf die Teller
39	12.06.07	Frankfurter Neue Presse	Printmedium	Bauern aus der Region beliefern Frankfurter Schulküchen
40	17.06.07	HR Info Sendung „Fit und Gesund“ 9.00 Uhr	Hörfunk	Radiobeitrag zu Kinderernährung mit Kurzvorstellung Frankfood-Projekt
41	17.06.07	HR Info Sendung „Fit und Gesund“ 16.00 Uhr	Hörfunk	Radiobeitrag zu Kinderernährung mit Kurzvorstellung Frankfood-Projekt

## A 14 Presseresonanz (Auswahl)

Frankfurt

Frankfurter Allgemeine Zeitung, 11.02.2006, Nr. 36, S. 68

### **Gesund ernähren und darüber reden Modellprojekt "FrankFood" - gut für Schüler und Landwirte**

Gut für die Schüler in der Stadt und für die Erzeuger von Lebensmitteln aus der Region: Das gestern in der Heinrich-Kraft-Schule vorgestellte Modellprojekt "FrankFood - Regionale Produkte in der Schulverpflegung" ist nach Ansicht der Initiatoren gleich in zweierlei Hinsicht erfolgversprechend: Denn durch die Verwendung möglichst hochwertiger regionaler Produkte beim Kochen soll nicht nur die Verpflegung in den Schulen verbessert, sondern außerdem die heimische Landwirtschaft unterstützt werden.

Wichtig sei dabei, auch Themen wie Gesundheit und Ernährung im Unterricht anzusprechen, forderte Jutta Ebeling (Die Grünen), die als Dezernentin für Bildung, Umwelt und Frauen die Schirmherrschaft für das Projekt übernommen hatte. Ähnlich sieht das Werner Schäfer, der Schulleiter der Heinrich-Kraft-Schule: Eine ausgewogene Verpflegung in der Schule, aber auch die Beschäftigung mit Fragen nach einer gesunden Ernährung werden seiner Ansicht nach zunehmend wichtiger, weil in vielen Elternhäusern den Kindern heutzutage leider nicht mehr die notwendigen Grundlagen vermittelt würden.

Initiiert worden ist "FrankFood" von der Verbraucherzentrale Hessen und dem Institut für ländliche Strukturforchung; unterstützt wird das Projekt vom Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz. In Frankfurt nehmen zudem die Anna-Schmidt- und die Adolf-Reichwein-Schule an der Aktion teil. In den nächsten beiden Jahren soll die Versorgung mit regionalen und zur jeweiligen Jahreszeit passenden Speisen noch in drei bis fünf weiteren Schulen der Stadt eingeführt werden. Welche Einrichtungen das sein werden, stehe noch nicht fest. Schulen und Catering-Firmen müßten dazu bereit sein, auf eine regionale und saisonal geprägte Küche umzustellen. Am Ende des Projektes soll die "FrankFood"-Idee möglichst auch in andere Regionen exportiert werden.

nobl.

Alle Rechte vorbehalten. (c) F.A.Z. GmbH, Frankfurt am Main

Offenbach Post, 11.02.2006

## „FrankFood“ bringt gesunde regionale Produkte in Schulkantinen



Statt Schokolade und Cola gibt's Vollkornbrote mit Quark, frischen Kräutern und Karotten: Die Neuntklässler der Heinrich-Kraft-Schule bereiten gestern zum Auftakt von „FrankFood“ gesunde Pausensnacks mit Produkten aus der Region zu. Foto: bg

Von Marina Rieder

**Frankfurt** • Kartoffeln aus dem Odenwald, Karotten aus der Wetterau und Kräuter von Oberräder Bauern: Bio-Produkte aus der Region sollen künftig vermehrt auf den Speiseplänen Frankfurter Schulkantinen stehen. Vorreiter sind die Anna-Schmidt-Schule im Westend, die Zeilsheimer Adolf-Reichwein-Schule und die Heinrich-Kraft-Schule in Fechenheim. Sie nehmen am zweijährigen Projekt „FrankFood“ teil, das gestern mit einem Aktionstag an der Heinrich-Kraft-Schule gestartet ist. Dabei konnten die Schüler unter anderem selbst gemachte, gesunde Pausensnacks kosten, um die Wette melken oder an einem Ernährungsquiz teilnehmen.

„Wir wollen gesunde, frische und saisonale Produkte in die Schulen bringen“, erläuterte Hartmut König von

## Die Kräuter gibt's direkt aus Oberrad

Projekt will Wissen zu Ernährung fördern

der Verbraucherzentrale Hessen, die „FrankFood“ gemeinsam mit der Universität Frankfurt betreut. So erhalten zwei Projektschulen von Bio-Anbietern ihre Mittagsgeschenke, während in der Heinrich-Kraft-Schule direkt vor Ort gekocht wird.

Jetzt sollen die Mahlzeiten vor allem mit Produkten aus dem Umland zubereitet werden. „Wir müssen natürlich schauen, dass das zu einem vernünftigen Preis machbar ist“, meint König. Frankfurts Bildungsdezernentin Jutta Ebeling (Grüne), die die Schirmherrschaft übernom-

men hat, hält drei Euro für „die Schallgrenze der Finanzierbarkeit.“ Mit städtischen Zuschüssen für das Essen sei nicht zu rechnen.

Die Jugendlichen sollen bei „FrankFood“ auch lernen, wie wichtig gesunde Ernährung ist und dafür etwa bei Kochkursen mitmachen. „Viele Schüler sind überernährt oder ernähren sich sehr einseitig, ein Großteil kommt auch ohne Frühstück in die Schule“, beschreibt Werner Schäfer, Leiter der Heinrich-Kraft-Schule, seine Erfahrungen. Die Schule müsse hier Aufgaben übernehmen, die

Eltern nicht mehr leisteten, etwa das Wissen, was gesunde Ernährung überhaupt sei.

Der Bundesminister für Verbraucherschutz und Ernährung stellt für „FrankFood“ insgesamt 200.000 Euro zur Verfügung, im Sommer sollen vier weitere Frankfurter Schulen bei dem Projekt mitmachen. Nach zwei Jahren ist eine Auswertung geplant: Das Institut für ländliche Strukturforchung der Uni Frankfurt will einen Leitfaden erstellen. Den sollen auch andere Ballungsraumregionen nutzen, deren Schulen auf regionale Verpflegung setzen. Für Frankfurt wird das Thema Schul-Essen an Bedeutung gewinnen: Die Zahl der Ganztagschulen soll in den nächsten drei Jahren von 25 auf 36 wachsen. Zudem richtet die Stadt zurzeit mit Bundesmitteln 15 Schulkantinen ein.

# Bio-Kost für Gymnasiasten

## Weitere zehn Schulen erhalten jetzt eine eigene Mensa / Stadt legt Wert auf regionale Produkte

Für Catering-Unternehmen tut sich ein neuer Markt auf: Die Stadt muss eine Mittagsverpflegung für Tausende Schüler sicherstellen. Allein bis 2008 werden zehn Schul-Kantinen gebaut.

**FRANKFURT** - Die Zahnkünstler der Wähler-schule schreiben in den nächsten Tagen Briefe an das Stadtschulamt. Darin werden sie darlegen, welche Qualität die Verpflegung in ihrer neuen Mensa haben soll. Da kennen sich die Gymnasiasten aus. In Biologie ist das Thema Ernährung gerade dran. Die Briefe werden sie nicht abschicken, sie sind Teil des Unterrichts. Aber die Mensa soll schon im Sommer in Betrieb gehen.

Das Gymnasium am Dornbusch ist eine von insgesamt zehn Frankfurter Schulen, die bis 2008 eine Mittagsverpflegung für ihre Schüler einrichten. Mittelfristig sollen alle Gymnasial- und alle Hauptschüler in der Schule essen können. Und auch Berufs- und Gesamtschulen erhalten, wenn umgebaut wird, automatisch eine Mensa. An 55 Schulen werden die Kinder bereits jetzt - zum Teil jedoch in kleinerem Umfang - mit warmem Essen versorgt.

So wird wohl bald jeder zweite Frankfurter Schüler nicht mehr zu Hause bei Mutttern füttern. Wobei das Schulleben wesentlich höhere Qualitätskriterien erfüllen soll als die Verpflegung in den 130 Kindertagesstätten (Kittas). Nach den Vorgaben des Bildungszernats sollen „wesentliche Teile des Essens vor-Ort frisch zubereitet werden“. Zudem sollen regionale Caterer bei der Ausschreibung zum Zuge kommen. Wünschenswert sei auch ein möglichst hoher Bio-Anteil.

Von solcher Qualität können die Kittas und Kittas nur träumen. Dort wird weder Bio-Gemüse verlangt noch Rücksicht auf regionale Betriebe genommen. Seit 2003

kocht ein Groß-Caterer in der Oberflur das Essen für die knapp 10.000 Frankfurter Kita-Kinder. Per Laster wird es 330 Kilometer nach Frankfurt gekarrt und dort in den Kindergärten nur aufgewärmt.

Der Bau der Schulkantinen ist eine der größten Investitionen, die die Stadt zurzeit tätigt. Mit drei Millionen Euro ist der Ausbau der Wöhlerschule das größte Projekt. Dort entsteht eine Mensa mit 270 Plätzen, von der allerdings noch zwei benachbarte Schulen (Heinrich-Selliger, Anne-Frank) profitieren werden. Die Frage ist nun: Welches Essen zu welchem Preis soll es geben? „Als Schule mit Schwerpunkt Ökologie wollen wir dort natürlich hochwertiges Essen anbieten“, sagt Schuldirektor Norbert Rehner.

Wünsche wie diese sammelt zurzeit eine Arbeitsgruppe im Stadtschulamt. Dort wird eine Ausschreibung für den Betrieb der Schulkantinen vorbereitet. In einem ersten

Schub sollen in diesem Jahr fünf Kantinen vergeben werden - jede Schule einzeln. Bereits jetzt ist klar: Ohne städtische Zuschüsse wird es nicht gehen. „Wir müssen uns beteiligen, sonst ist der Preis von drei Euro pro Essen nicht zu halten“, sagt Willi Pfeuffer vom Stadtschulamt. Wunsch des Bildungsdezernats ist, dass mindestens zwei der angebotenen Menüs nicht mehr als drei Euro kosten. Deshalb wird die Stadt die Personalkosten der Essensausgabe und die Energiekosten der Kantinen tragen.

Eingebunden in die Planung ist auch die Verbrauchszentrale Hessen (VZH). Die hat gemeinsam mit dem Institut für ländliche Strukturforchung der Goethe-Uni das Projekt Frankfood gegründet. „Uns geht es darum, an den Schulen ein Bewusstsein für gesunde Ernährung zu schaffen“, sagt VZH-Expertin Andrea Schauf. An fünf Schulen, auch an der Wöhlerschule, hat die VZH be-

reits ihr Bildungs- und Beratungskonzept eingesetzt. Die Ansprüche sind gleichwohl noch recht bescheiden. So wären die Frankfood-Lente bereits zufrieden, wenn die Schulen einen Bio-Anteil von mindestens zehn Prozent sicherstellen und wenn mindestens 20 Prozent der verarbeiteten Lebensmittel aus der Region stammen.

Der Beratungsbedarf der Schulen ist offenbar ebenso groß wie das Interesse der privaten Caterer. So liegen für eine Fortbildung der VZH und der Deutschen Gesellschaft für Ernährung am kommenden Mittwoch an der Wöhlerschule - Titel: „Mahlzeit! Schulle“, schon 90 Anmeldekarten vor.

„Regional erzeugtes Essen mit hohem Bio-Anteil wäre auch in den Kittas wünschenswert“, sagt Schauf. Die Kittas in den Kittas hat die Stadt jedoch vor 15 Jahren abgeschafft. **MARTIN MÜLLER-BIALON**  
Siehe Kommentar



Aussperknet Bananen gab's für die Schüler der Brüder-Grimm-Schule gestern zum Mittagessen. **BILD: THOMAS BHNKE**

### GELD FÜR SCHULEN

- Zehn Schulen erhalten bis Ende 2008 eine eigene Kantine: Die Gymnasien Schüler-, Wöhler-, Liebig-, Muster- und Elisabethenschule, die Grundschulen Münzenberger- und Engelbert-Humboldt-Schule sowie die Grundschulen Riedberg und Frankfurter Bogen und die Georg-Büchener-Gesamtschule.
- 21,5 Millionen Euro fließen allein im Rahmen des Bundesprogramms Initiative Zukunft Bildung und Betreuung (IZBB) nach Frankfurt. Mit 2,4 Millionen Euro beteiligt sich die Stadt an dem Programm.
- Vom Land erhält Frankfurt allein in diesem Jahr 9,8 Millionen Euro für den Bau von Kantinen.

EMEM

Frankfurter Rundschau, 14.02.06

INTERVIEW

„Essen, was Spaß macht“

Auch Pommes sind erlaubt

Der Ernährungsberater Hartmut König hat an der Entwicklung des Modellprojekts Frankfood mitgewirkt.

Frankfurter Rundschau: Herr König, die Frankfurter Kindergärten werden mit Mittagessen aus einer Großküche versorgt. Reicht diese Qualität für Schulkinder nicht aus?

Hartmut König: Ein Großversorger kann nicht gewährleisten, dass frische und saisonal angebaute Lebensmittel aus der Region angeboten werden. Stattdessen werden häufig vorgefertigte Lebensmittel eingesetzt. Die Nutzer, in diesem Falle die Kinder, können die Qualität und die Zusammensetzung der Zutaten nur schwer einschätzen.

Das Kita-Essen hat aber den Segen der Deutschen Gesellschaft für Ernährung erhalten.

Von den Nährstoffen her kann ein solches Essen den Anforderungen durchaus entsprechen. Insbesondere dann, wenn das Essen mit frischen Salaten oder Obst ergänzt wird. Was aber völlig flach fällt, ist der pädago-

Hartmut König leitet die Abteilung Ernährung bei der Verbraucherzentrale.



gische Effekt einer regionalen Versorgung. Da können Sie auch nicht mit dem Kind auf den Acker gehen und sagen: ‚Hier werden deine Kartoffeln angebaut.‘

Wären denn die Bauern aus der Region überhaupt in der Lage, die 150 Frankfurter Schulen zu beliefern?

Das geht natürlich nicht von heute auf morgen. Deshalb starten wir unser Modellprojekt zunächst in drei Schulen, im nächsten Jahr kommen weitere drei bis vier hinzu. Das erste Ziel muss sein, einen mindestens zehnzehnten Bio-Anteil beim Schulessen zu erreichen und insgesamt einen möglichst hohen Anteil aus der Region. Auch konventionelle Erzeuger sprechen wir an. Die Erzeuger müssen sich zertifizieren lassen, etwa im Rahmen der Qualitätsmarke „Geprüfte Qualität Hessen“.

Nicht alle Eltern haben ein Bewusstsein für gesunde Ernährung.

Unsere erste Erfahrung ist, dass die Eltern durchaus an diesem Thema interessiert sind. Es gab schon Anfragen, ob wir nicht für sie einen eigenen Koch-Workshop anbieten könnten. Denkbar wäre auch, dass zum Beispiel Eltern und Kinder gemeinsam zu dem anliefernden Bauern fahren.

Wie sieht denn ein optimales Mittagsmenü für ein Schulkind aus?

Das wichtigste ist, dass der Frischeanteil sehr hoch sein muss. Viel Gemüse sollte dabei sein und möglichst frisches Obst und Salat. Fleisch wird dagegen nur als „gewürzgebender“ Bestandteil in geringerer Menge gebraucht. Als Beilagen Kartoffeln, Reis oder Nudeln möglichst vom vollen Korn. Verboten ist nichts, es kann alles gegessen werden, was Spaß macht und schmeckt. Ruhig auch mal Pommes. Die kann man ja auch mit wenig Fett selbst zubereiten.

Interview: Martin Müller-Bialon

Education

Bei der Auftaktveranstaltung wurde Frankfood durch zahlreiche Aktionen für die Schüler erlebbar. Foto: Verbraucherzentrale Hessen



# Regional schmeckts besser

Durch die Verwendung regionaler Produkte will das Modellprojekt Frankfood sowohl eine qualitativ hochwertige Schulverpflegung schaffen, als auch Anbieter der Region um Frankfurt am Main stärken. Ziel ist ein Netzwerk von Lieferanten und Essenanbietern und ein Handlungsleitfaden, übertragbar auch auf andere Städte.

Etwa 1.000 Schulen bieten in Deutschland Mittagsverpflegung an, das Umsatzvolumen beträgt jährlich 500,0 Mio. €, allein in den letzten zwei Jahren mit einem Plus von zehn Prozent. Ein Wachstumsmarkt also, der in Bewegung ist, allerdings mit besonderen Bedingungen. Fast in keinem anderen GV-Sektor ist bei gleichzeitigem Kostendruck der Anspruch an die Qualität der Speisen so hoch. Unter dem Motto 'Frankfood - Regionale Produkte in der Schulverpfle-

gung', will die Verbraucherzentrale Hessen und das Institut für Ländliche Strukturforchung an insgesamt acht Frankfurter Schulen, die bereits Mittagsverpflegung anbieten, ein Modellprojekt starten. Das Ziel: Mit regionalen Produkten die Qualität der Speisen steigern, ohne die Kosten für die Eltern zu erhöhen. „Durch die finanzielle Belastung von Familien liegt die Schallgrenze der Finanzierbarkeit eines Mittagessens bei maximal 3,- €“, erläutert Jutta Ebeling, Stadtdirektorin im Dezernat

für Bildung, Umwelt und Frauen, Schirmherrin des Projektes.

**Das Konzept:** Regionale Produkte aus ökologischem, aber auch konventionellem Landbau werden bevorzugt verwendet. Die saisonale und kindgerechte Ausrichtung der Menüs sowie die Wirtschaftlichkeit für Erzeuger, Essenanbieter und Schüler stehen im Fokus. Individuell werde auf die verschiedenen Gegebenheiten der bisher teilnehmenden drei Schulen eingegangen. Neben der Heinrich-Kraft-Schule ist die Adolf-Reichwein-Schule sowie die Anna-Schmidt-Schule an dem zweijährigen Projekt beteiligt, bisher werden insgesamt 325 Essen am Tag an den drei Schulen verteilt. Dabei ist die Zubereitung, der Preis und die Auswahl an den verschiedenen Einrichtungen durchaus unterschiedlich. 2,30 € bis 3,50 € kosten

Education



## Die Frankfood-Schulen

	Adolf-Reichwein-Schule	Anna-Schmidt-Schule	Heinrich-Kraft-Schule
<b>Schulform:</b>	Grundschule mit Förderstufe	Regelgrundschule, Montessori-Grundschule und Gymnasium bis Jahrgang 13 (Privatschule)	kooperative Gesamtschule
<b>Verpflegungsangebot:</b>	Frühstück in den Klassen eins bis zwei, Pausenkost zweimal wöchentlich geöffnet, täglich Mittagsverpflegung	Cafeteria, Mittagsverpflegung, Zwischenverpflegung am Nachmittag	Pausenkost, Cafeteria/Mittagsverpflegung
<b>Verantwortung:</b>	Catering: Werkstatt Frankfurt, Leitung der Nachmittagsbetreuung	Catering: Frankfurter Party- und Veranstaltungsservice in Partnerschaft mit Dr. Hoppe's Bioatering	Cafeteria Alexander Kellert, besteht seit drei Jahren
<b>Angebote Schulkiosk:</b>	belegte Brötchen, Pizabretchen, Brezeln, Obststange	belegte Vollkornbrötchen, selbstgebackene Quark-/Joghurtspiesen mit frischem Obst, Fischerteig und Salzgebäck, Würstchen, Mineralwasser, Saft, Schokolade, Milchgetränke	belegte Brötchen, Obst, Laugengebäck, heiße Wurst, Geflügelknäckchen, drei Sorten süße Riegel, Mineralwasser, Saft, Limonade, heißer Kakao, Milchgetränke
<b>System Mittagsverpflegung:</b>	Warmanlieferung	Warmanlieferung	Fritsch- bzw. Mischküchensystem
<b>Angebote Mittagsverpflegung:</b>	täglich ein Auswahlessen: Vorspeise (Suppe, Salat), Hauptgang und Dessert für 2,70 € bei Vorbestellung von vier Essen, ansonsten 3,- €, Mineralwasser und Tee sind im Preis enthalten	Cafeteria: täglich zwei Auswahlessen für 3,50 € (100 Prozent Bio), Snacks, Getränke müssen extra bezahlt werden	täglich ein Auswahlessen: Suppe, Hauptgang und Dessert für 2,50 € (Erwachsene 3,- €), täglich Wurst oder Frikadelle im Brötchen, Pommes Frites, Salatboller, Getränke müssen extra bezahlt werden
<b>Essen am Tag:</b>	45 bis 50 Portionen	230 Portionen	45 Portionen, Schüler der Nachbarschule nehmen teil
<b>Abrechnungssystem:</b>	Essenmarken/Bons, Listen mit Namen	Abbuchung per Chipkarte	Barzahlung, Kauf von Essenmarken/Bons

ein Mittagsmenü, die Schulen werden nicht subventioniert, müssen sich selbst tragen. Zwei der teilnehmenden Lehranstalten werden von Caterern mit den warmen Speisen beliefert, Die Heinrich-Kraft-Schule hat die Schulküche verpachtet.

**Zahlreiche Aktionen** laden die Schüler bei der Auftaktveranstaltung zum Mitmachen ein: Beim Wettmelken, Kartoffelquiz, Luftballonwettbewerb und Schulumilchsaushank wurde Frankfood für Groß und Klein erlebbar. Langfristig folgen Angebote zur Ernährungsbildung wie Bauernhofbesuche oder ein Kartoffelprojekt, bei dem die Schüler selbst Kartoffeln anpflanzen, ernten und zubereiten. Auf den Speiseplänen wird das Projekt den

gen, woher die Lebensmittel kommen. An der Heinrich-Kraft-Schule besteht eine Schülerküche. Die Schule arbeitet eng mit dem Verein 'Powerbreak' zusammen, der unter dem Motto: 'Korrekt Kochen!' Kochworkshops von Jugendlichen für Jugendliche anbietet. Die Anleitung der teilnehmenden Jugendlichen erfolgt durch Berufsfachschüler, die eine Ausbildung im Bereich Ernährung und Hauswirtschaft absolvieren.

Die Kooperation zwischen regionalen Erzeugern und Essenanbietern soll gefördert werden mit dem Ziel einer dauerhaften Organisationsstruktur. Eine passende Internetplattform wird zur Zeit entwickelt. Bereit sind die Caterer Werkstatt Frankfurt, Frankfurter Party- und Veran-

Hoppe's Bio-Catering sowie die Cafeteria Alexander Kellert als Essenanbieter vor Ort. Sie sollen unterstützt werden. Zur Zeit finden Küchenberatungen statt, in denen sowohl die Technik als auch die Rezepturen abgeprochen werden und regionale Erzeuger beim Aufbau neuer Vermarktungskanäle und bei der Verbesserung der Logistik unterstützt.

**Wissenschaftlich begleitet** wird das Projekt mittels Kosumforschung mit dem Schwerpunkt Zahlungsbereitschaft bei regionalen Lebensmitteln. Ziel des Modellprojektes ist ein Leitfaden für andere vergleichbare Regionen. Dabei wird speziell auf Metropolregionen und die damit verbundenen Stadt-Land-Beziehungen hinsichtlich der Versorgung mit regiona-

Schulcatering

An der Anna-Schmidt-Schule wurde eine Sinnesschulung in Form eines Sinnesparcours mit regionalen Lebensmitteln durchgeführt. Das Gruppenspiel „Powerkauer auf Gemüsejagd“ klärte über die Herkunft von Obst und Gemüse auf.



Foto: Udo Bahr, ein FrankFOOD

## FrankFOOD macht Schule

Erste Ergebnisse des von der Verbraucherzentrale Hessen und dem Institut für ländliche Strukturforchung (IfLS) durchgeführten Projekts „FrankFOOD – regionale Produkte in der Schulverpflegung“ an drei Frankfurter Ganztagschulen machen deutlich: Aufklärungsarbeit über regionale Produkte ist immens wichtig! SchülerInnen und Eltern schätzen die Einführung regionaler Speisen sehr, und auch Caterer und Schulträger können noch jede Menge lernen.

Am 1. Juli 2005 starteten die Vorbereitungen für das zweijährige Projekt „FrankFOOD“, bei dem bis heute neun verschiedene Bildungsangebote mit 26 Schulklassen durchgeführt wurden. Beteiligt waren über 600 Schülerinnen und Schüler der drei Frankfurter Schulen. Auch Lehrkräfte und ErzieherInnen nahmen im Rahmen des Projekts an einer Fortbildungsveranstaltung zum Thema „Gesund Essen mit allen Sinnen“ teil. „Die Resonanz aus den Schulen war sehr gut und es wurde der Wunsch geäußert, diese Arbeit im nächsten Schuljahr fortzuführen“, erklärt Dipl. oec. troph. Regina Scholz, Projektleiterin der Verbraucherzentrale Hessen. Für die teilnehmenden Schulen ist das FrankFOOD-Projekt Bestandteil einer bewussten ge-

sunden Ernährungs- und Gesundheitsausrichtung mit regionalen Produkten.

Für Bildungsmaßnahmen mit Schülern konnten bereits weitere Partner eingebunden werden. Etwa die MGH GUTES AUS HESSEN GmbH und die BUNDjugend Hessen für die Durchführung eines Kartoffelprojekts, die Landesvereini-

gung Milch Hessen e.V. oder der Verein Powerbreak. Erfolgreich verlief auch die intensive Recherche zu regionalen Produkten.

### Projekt mit Zukunft

Mitte Juli 2006 – also ein Jahr nach dem Start - fand ein „Feedback-Workshop“ mit den beteiligten Projektpartnern (Schulen und Caterern) und



**Kontaktadressen:**  
  
Institut für ländliche Strukturforchung  
Dipl.-Ing. Armin Kullmann  
Zeppelinallee 31  
60325 Frankfurt  
Tel. 055-77501  
Fax: 055-777784  
  
Verbraucherzentrale Hessen  
Dipl. oec. troph. Regina Scholz  
Große Friedberger Str. 13-17  
60313 Frankfurt  
Tel. 069-97201042  
Fax: 069-97201080  
Homepage: www.frankfood.net  
E-Mail: info@frankfood.net

dem Projektteam des FrankFOOD-Projekts statt. Insbesondere die LehrerInnen und Elternvertreter zogen ein positives Fazit hinsichtlich der Umsetzung des Projekts und der Bildungsangebote der Verbraucherzentrale Hessen. Diese würden von den SchülerInnen gut angenommen und die LehrerInnen führten die angesprochenen Themen punktuell im Unterricht fort. Auch die anwesenden Caterer betonten die Bedeutung des Projekts und bestätigten ihre weitere Projektteilnahme.

### Viel Beratungsbedarf

Bei den teilnehmenden Cateringunternehmen wurde zunächst der Status Quo aufgenommen. Besondere Berücksichtigung fand hierbei das Einkaufsverhalten sowie die Lieferstrukturen. Bald stellte sich heraus, dass auch Caterer fachkundige Beratung brauchen. Ein externer Küchenexperte (Oecotrophologe und Koch) prüfte sodann den

### Wie geht es weiter?

Zur Ausweitung des Konzepts auf weitere Schulen sind von Seiten der Verbraucherzentrale Hessen im Bereich der Bildungsarbeit gleich mehrere Aktionen – teils mit neuen Ansätzen geplant. Die Zusammenarbeit mit weiteren Kooperationspartnern im Bereich Ernährungsbildung im Frankfurter Raum soll ausgebaut werden, so dass die Schulen auf ein Netz an Partnern zurückgreifen können. Durch das Angebot weiterer Fortbildungsveranstaltungen für Multiplikatoren durchzuführen, sollen die Kompetenzen von Lehrkräften gestärkt werden. Es wird angestrebt in der zweiten Projektphase stärker mit landwirtschaftlichen Betrieben zusammenzuarbeiten und Exkursionen anzubieten, um die Herkunft der Lebensmittel für das Essen in den Schulen transparent zu machen.

Danach gefragt, wie es nach Projektschluss weitergehen soll, ant-



Der Bereich Ernährungsbildung wurde in der Adolf-Reichwein-Schule in Form von Frühstückstafeln mit fünf Klassen durchgeführt. Drei Klassen beteiligten sich am Kartoffelprojekt auf einem Bioland-Hof. Speziell für Eltern fanden vier Veranstaltungen „Kochtreff für Eltern“ statt.

Küchenbereich (Räumlichkeiten, Ausstattung, Hygienemanagement etc.) und das Verpflegungsangebot eines Anbieters. Als Resultat wurden dem Pächter und der AG der Schule Empfehlungen für die Optimierung des Angebots vorgestellt und gemeinsam diskutiert. Den Catering-Unternehmen wurde ein Katalog mit regionalen Angeboten vorgestellt. Zu intensiven Diskussionen über das Potenzial regionaler Bio-Produkte kam es u.a. darüber, wie schwierig es preislich ist, (in diesem Falle ökologische) Großhandelsprodukte durch regionale zu ersetzen, zumal wenn diese nur in kleinen Mengen transportiert werden,

wortet Armin Kullmann vom IfLS: „Am 30. Juni 2007 endet das Projekt. Bei gesicherter Finanzierung würden wir es gerne fortsetzen, da gerade ab 2007 viele Ganztagschulen in Frankfurt neue Schulküchen erhalten.“ Sein Tipp für Schulen, die regionale Lebensmittel in der Mittagsverpflegung von Ganztagschulen einführen wollen: „Es ist wichtig, dass alle Beteiligten (Eltern, Lehrer, Schüler, Caterer) „mit ins Boot“ genommen werden und gemeinsame Vereinbarungen getroffen und umgesetzt werden.“

Petra Petmann M.A.



Frankfurter Rundschau, Freitag, 30. Juni 2006 |

## SÜDLICHE &amp; WESTLICHE STADTTEILE

## Zeilsheimer Schüler essen Kartoffeln aus regionalen Äckern

„Lebensmittel sollen nicht lange herumgefahren werden“ / Aus selber erntenden Schülern sollen bewusste Verbraucher werden

Als Teil des Modellprojektes „FrankFood“ pflegen Drittklässler der Adolf-Reichwein-Schule einen Kartoffelacker in Bad Soden. Initiiert von der Verbraucherzentrale Hessen soll das Projekt regionale Produkte auf den Tisch und ökologisches Bewusstsein in die Köpfe der Ganztagschüler bringen.

ZEILSHEIM · Auf dem Kartoffelacker von Bioland-Bauer Herbert Pfeifer in Bad Soden-Altenhain zupfen acht- und neunjährige Schüler Unkraut, sammeln Kartoffelkäfer und harken den Ackerboden. „Unsere Kartoffeln sind erst so groß“, erklärt der neunjährige Aziz Davdi und zeigt mit Daumen und Zeigefinger eine runde Form in Erbsengröße. Neben ihm zieht die neunjährige Sofia Garcia-Günther Disteln mit fingerdicken Wurzeln und anderes Unkraut aus dem Boden.

60 Hektar Land bewirtschaftet Pfeifer, 300 Quadratmeter haben die dritten Klassen der Zeilsheimer Adolf-Reichwein-Grundschule ausgeliehen – für ihre Kartoffelaktion. Die ist Teil des Modellprojektes „FrankFood – Regionale Produkte in der Schulverpflegung“, das von der Verbraucherzentrale Hessen und dem Institut für Ländliche Strukturforchung der Universität Frankfurt initiiert wurde.

Anfang Mai haben die etwa 60 Grundschüler Kartoffeln der Sorten Freya und Linda auf dem Altenhainer Acker gepflanzt und kamen in der letzten Woche wieder – zur Pflege der jungen Pflanzen. Im September werden sie noch einmal auf dem Feld sein: zur Kartoffelernte. „Die Kin-

der sollen den Weg täglicher Nahrungsmittel kennenlernen“, sagt Andrea Schauf, Ernährungsexpertin von der Verbraucherzentrale Hessen, „viele Stadtkinder haben kaum noch Bezug zu regionaler Landwirtschaft.“

Ziel von „FrankFood“ ist, den Einsatz von Lebensmitteln aus der regionalen Produktion im Verpflegungsangebot von Ganztagschulen zu fördern und pädagogisch zu begleiten. Schüler sollen zu verantwortungsbe-

wußten Verbrauchern erzogen und Anbieter von Schulverpflegung dazu angehalten werden, auf die Herkunft der verarbeiteten Lebensmittel zu achten.

## Schulessen von Frankfurter Anbieter

Es sei wichtig, die Caterer einzubeziehen, denn jede Ganztagschule kann ihren Essensanbieter selbst wählen. Die Adolf-Reichwein-Schule wird von der Schulverpflegung „Happa happa“ der Werkstatt

Frankfurt beliefert. „Uns war von Anfang an wichtig, dass das Essen von einem Frankfurter Anbieter kommt und nicht noch lange herumgefahren wird“, sagt Gesine Klemmt, die als Schulkordinatorin des Projektes „Ganzheitliche Nachmittagsangebote an Frankfurter Schulen“ (NaSchu) auch für die Organisation der Schulspeisung zuständig ist. Seit dem Schuljahr 2002/2003 bietet die Grundschule Ganztagsbetreuung samt Mittagsverpflegung an. 50 Kinder essen täglich an der Schule, drei Euro kostet eine Mahlzeit.

Über „FrankFood“ erhalten die Schulen einen genauen Überblick darüber, wo die Lebensmittel für die Mittagsspeisung herkommen, sagt Ulrich Gehrlein vom Institut für Ländliche Strukturforchung und ergänzt: „Je enger wir mit den verschiedensten Schulcaterern zusammen arbeiten, desto eher können wir Angebote von regionalen Erzeugern bündeln und preisgünstig an die Schulen bringen.“

An dem auf Frankfurter Schulen beschränkten Projekt sollen nach Vorstellung der Verbraucherzentrale bis 2007 insgesamt acht Ganztagschulen teilnehmen. Die Erfahrungen sollen in einem Leitfaden für andere hessische Ganztagschulen münden.

Doch alle Aufklärung in Sachen Ernährung nützt wenig, wenn die Eltern nicht mitziehen. Deshalb treffen sich auf Initiative der Schule Lehrer und Eltern einmal im Monat zum Elternkochtreff – um die bereits gewonnenen Essens- und Ernährungstipps weiterzugeben.

DENIS FENGLER



Schüler der 3b der Adolf-Reichwein-Schule begutachten mit Kerstin Hedrich (Projektbetreuung) auf dem Biolandhof Pfeifer eine junge Kartoffelpflanze.

BILD: LONNA SURENY

FNP, Höchster Kreisblatt, 26.6.06

## Freya und Linda wachsen auf dem Altenhainer Kartoffelacker



Praktischer Schulunterricht auf dem Altenhainer Acker: Interessiert graben die Zeilsheimer Schüler eine Kartoffelpflanze aus, wo sie vor acht Wochen eine Knolle eingegraben haben. Foto: Kramer

Altenhain. „Kartoffeln? Die kauft meine Mama im Supermarkt“, damit hat sich für viele Kinder, die in der Umgebung von Großstädten aufwachsen, das Thema erledigt. Nicht so für die Adolf-Reichwein-Schüler aus Zeilsheim. Zwei dritte Klassen schauten sich das Nachtschattengewächs auf dem Acker des Bioland-Bauern Herbert Pfeifer genauer an. „Fünf Babykartoffeln sind da schon“, stellte René fest. „Und was ist mit der sechsten?“, fragte Barbara Michalski vom BUND die Acht- und Neunjährigen und hob die Kartoffelpflanze hoch. „Das ist die Mutterknolle“, kam es prompt. „Blüten hat sie auch schon“, beobachteten einige der Mädchen und Jungen. Dass die Pflanze Sonne und Wasser braucht, um zu gedeihen, das war den meisten schon bekannt. Aber dass sie sich besonders gut entfalten kann, wenn der Boden „gar“, das heißt feinkrümelig ist, das erfuhren die Grundschüler vom Bauern Pfeifer.

Anfang Mai hatten die 60 Mädchen und Jungen ihre Kartoffeln auf rund 300 Quadratmeter in Altenhain gepflanzt. Zwei Sorten: Freya und Linda, vorwiegend festkochende und Salatkartoffeln. Jetzt waren sie mit Harke und Schaufel ausgerüstet, um die jungen Pflanzen zu pflegen und vor allem, um sich ein Bild zu machen, was aus ihnen geworden ist. Haben sich womöglich inzwischen Kartoffelkäfer und anderes Unkraut den Pflanzen die Nahrung weg? Denn ab Mitte September wollen sie gemeinsam mit dem Altenhainer Bauern ihre Super-Kartoffeln ernten.

Wo stammen die Lebensmittel her, die auf den Tisch kommen? Wie kann das Bewusstsein gestärkt werden, damit in den Frankfurter Schulen und der Region vorwiegend Qualitätsprodukte der hiesigen Landwirtschaft angeboten werden? Wie können Caterer, die in Ganztagschulen eine Mittagsver-

pflegung anbieten, dafür gewonnen werden, dass sie regionale Produkte verarbeiten? „FrankFOOD“ nennt sich das zweijährige Modellprojekt, zu dem sich die Verbraucherzentrale Hessen und das Institut für Ländliche Strukturfor-schung an der Johann-Wolfgang-Goethe-Universität zusammengenommen haben. Es geht ihm darum, die Verpflegung der Schüler zu verbessern, erklärte Projektleiter Dr. Ulrich Gehrlein vom Uni-Institut, sowie regionale Wirtschaftskreisläufe zu unterstützen. Ernährungsexpertin Andrea Schauff von der Verbraucherzentrale liegt daran, dass die Kinder den Weg der „Lebensmittelproduktion vom Acker bis zum Teller“ kennenlernen. Und Landwirt Pfeifer, der fast alle Produkte in seinem Hofladen in Altenhain direkt vermarktet, hat nicht nur Freude daran, den Kindern das Wachstum auf dem Acker nahe zu bringen, sondern zählt auch auf zukünftige Kunden. (kra)

## Kartoffelaktion auf Bioland-Hof Pfeifer in Altenhain

30 Schüler erleben regionale Landwirtschaft

Bei einer Kartoffelpflegeaktion konnten Drittklässler der Adolf-Reichwein-Schule aus Zeilsheim Landwirtschaft und regionale Lebensmittel auf dem Kartoffelacker des Bioland-Hofs Pfeifer in Altenhain hautnah erleben.

Die Aktionen sind Teil des Modellprojekts „FrankFood – Regionale Produkte in der Schulverpflegung“, das die Verbraucherzentrale Hessen und das Institut für ländliche Strukturforchung für Frankfurter Ganztagschulen initiiert haben. Das Projekt wird aus Mitteln des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz gefördert.

Auf dem Acker freuten sich die Kinder sehr, dass ihre selbst gepflanzten Kartoffeln so gut gewachsen sind. Sie untersuchten den Boden,

sammelten Wildkräuter und forschten nach Kartoffelkäfern. Mitarbeiterinnen der BUNDjugend Hessen leiteten die Schüler dabei an.

„Allgemeines Ziel des „FrankFood“-Projektes ist es, den Einsatz von regionalen Qualitätslebensmitteln in der Verpflegung von Ganztagschulen in Frankfurt zu fördern, regionale Wirtschaftskreisläufe zu unterstützen und die Verpflegung der Schüler zu verbessern“, erläuterte der Projektleiter Dr. Ulrich Gehrlein vom Institut für ländliche Strukturforchung.

Bereits 1980 hat Herbert Pfeifer seinen Bauernhof auf biologischen Anbau umgestellt. Er hält 55 Rinder, 6 Schweine und 50 Hühner und bewirtschaftet 68 Hektar Land, darunter 3 Hektar Streuobstwiesen. H. H.



Biobauer Herbert Pfeifer überwacht die Pflegeaktion der Schüler an den Kartoffelstauden.



Die Fachleute der Beta-Jourdan-Schule mit blauen Kappen zeigen den Kochlehrlingen der Heinrich-Kraft-Schule, wie sie ein gutes Mahl zubereiten können.

## Schüler kochen gesundes Essen

Jugendlichen sollen Alternativen zum Fast Food nahe gebracht werden / Projekt mit Ganztagschulen

Beim Projekt „Frankfood“ lernen Jugendliche, gesunde und ausgewogene Mahlzeiten mit heimischen Produkten zuzubereiten. Neunklässler der Heinrich-Kraft-Schule wurden von Auszubildenden der Beta-Jourdan-Schule angeleitet.

FRANKFURT: Menschengetümmel, Stimmengewirr und verschiedene Gerüche – eine Atmosphäre fast wie auf dem Weihnachtsmarkt. In den Räumen der Beta-Jourdan-Schule im Nordend herrschte Trubel. Henrik Schmädte und Oliver Dünnes, Fachlehrer für Ernährung und Hauswirtschaft, sind elf ihrer Schüler, die zu Assistenten der Systemgastronomie ausgebildet werden, brachten 19 Neunklässler der Heinrich-Kraft-Schule bei, mit regionalen Lebensmitteln zu kochen.

Die Workshops des Vereins Powerbreak sind Teil des Modellprojekts „Frankfood“. Damit wollen die Verbraucherzentrale Hessen und das Institut für ländliche Strukturfor-schung an der Uni Frankfurt regionale und saisonale Lebensmittel auf den Speise-zettel Frankfurter Ganztagschulen bringen. Am Dienstag leiteten die Auszubilden-

den den ersten von vier Kochkursen in der Beta-Jourdan-Schule.

„Das Besondere ist der ‚Peer Group Education‘-Ansatz, was bedeutet, dass Gleichaltrige und nicht Erwachsene ihren Altersgenossen das Projekt näher bringen“, erklärte Andrea Schauf von der Verbraucherzentrale Hessen. Das Interesse an dem Kurs war bei den meisten Schülern groß. „Unsere Klasse hat sich sehr über das Projekt gefreut, weil wir uns gedacht haben, dass wir vielleicht et-was Neues und Interessantes lernen“, erzähl-

ten Yassmin Hoodij (15) und Sevil Dincer (16) aus der Klasse 9b der Heinrich-Kraft-Schule.

„Zu Hause helfe ich öfter meiner Mutter beim Kochen, das ist dann aber arabische Küche“, sagte Yassmin. „Heute haben wir Pa-tenschnitzel mit Nudeln, Salat und einem Apfel mit Vanille zum Nachtisch gekocht, das hat wirklich gut geschmeckt.“ Von ge-sunder Küche haben die beiden Mädchen nun eine Vorstellung: „Da sollten vor allem viel Gemüse und frische Zutaten dabei sein

und das Essen sollte nicht zu viele Kalorien haben. Außerdem sollte man genau wissen, was drin ist – nicht so wie bei McDonald’s“, sagte Sevil. „Ich esse überhaupt nicht gern gesund, aber das heute hat mir wirklich gut gefallen“, ergänzte Yassmin.

Gleichaltrige vermitteln Infos

Auch die Initiatoren zeigten sich zufrieden: „Die Jugendlichen haben gut zusammenge-arbeitet und es hat sich gezeigt, dass ein sol-ches Projekt erfolgreicher ist, wenn Gleich-altrige die Informationen vermitteln. Er-wachsene würden nicht so durchdringen“, sagte Cornelia Morgenstern vom Verein Powerbreak. „Wichtig ist es uns, auf der ei-nen Seite zu vermitteln, was eine ausgewo-gene Ernährung ist. Auf der anderen Seite zi-gen wir auch eine Berufsperspektive auf“, so Morgenstern.

Zudem könne sich das Wissen um gesun-de Ernährung auch finanziell bemerkbar machen. „Wer weiß, wie man selbst ein-fache Gerichte zubereitet, der kann oft Geld sparen, denn Fast Food ist meist nicht so günstig, wie es auf den ersten Blick schein-t.“

KATHARINA KULLMER

[www.frankfood.net](http://www.frankfood.net)

### FRANKFOOD

- Das Projekt wurde 2006 ins Leben gerufen. Es wird bis voraussichtlich Mitte 2007 laufen. „Frankfood“ wird aus Mitteln des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz gefördert.
- Projektträger sind das Institut für ländliche Strukturfor-schung an der Universität Frankfurt und die Verbraucher-zentrale Hessen.
- Ziel ist es, mit unterschiedlichen Maßnahmen und durch die Zusammen-

arbeit mit Schulen und Caterern eine kindgerechte, ausgewogene und gesunde Ernährung in Frankfurter Ganztags-schulen zu garantieren.

- Beteiligt sind zurzeit die Heinrich-Kraft-Schule, die Adolf-Reichwein-Schule, die Anna-Schmidt-Schule, die Münzen-bergerschule und die Wählerschule.
- Zu den Caterern gehören die Werkstatt Frankfurt, der Frankfurter Party- und Veranstaltungsservice, die Cafeteria Kellert und der Caterer Bärenstark. KAKU



Printausgabe vom 12.06.2007

## Bauern aus der Region beliefern Frankfurter Schulküchen



Das war eine leckere Überraschung, die den Kindern der Münzenbergerschule vor einigen Tagen geboten wurde: leckere frische Erdbeeren. Bauer Paul aus dem Hofheimer Ortsteil Wallau hatte sie kurz zuvor geerntet. Foto: Martin Weis

**Eckenheim.** In Frankfurt entstehen immer mehr Ganztagschulen eine Entwicklung, die auch Landwirte aus der Region mit großer Aufmerksamkeit verfolgen. Denn für sie eröffnen die Schüler, die bald mit Mittagessen versorgt werden müssen, neue Absatzmöglichkeiten.

Dass die Bauern aus der Nachbarschaft ihre Produkte tatsächlich an die Schulen bringen können, darauf legt das Stadtschulamt Wert: Für das kommende Schuljahr werden weitere 36 Schulen, den Ganztagsbetrieb starten und Mittagessen anbieten. In 58 Frankfurter Schulen

werden die Kinder schon jetzt täglich mit einer warmen Mahlzeit versorgt. Dafür werden derzeit Caterer gesucht, die das Essen liefern. Wer sich bewirbt, muss nachweisen, dass mindestens 25 Prozent der verkochten Lebensmittel von Erzeugern aus der Region eingekauft werden. Zehn Prozent der Zutaten sollen zudem aus biologischer Landwirtschaft stammen, verlangt das Amt.



### Ihre Zeitung als E-Paper.

Mit allen Bildern und Anzeigen. Abonnenten haben Zugriff aufs Archiv. Leser einzelner Ausgaben zahlen fürs E-Paper nur 1,10 Euro (1,20 am Wochenende). Und nutzen das 14-Tage-Archiv. **Klick!**

Ob es möglich ist, Küche mit regionalen Produkten anzubieten und dabei den Preis von 3 Euro je Mittagessen nicht zu überschreiten, wurde zwei Jahre lang mit dem FrankFood-Projekt ausprobiert. Daran sind das Stadtschulamt, die Münzenbergerschule in Eckenheim, vier weitere Schulen, die Verbraucherzentrale Hessen und das Frankfurter Institut für ländliche Strukturforschung (IFLS) beteiligt. Während die Verbraucherzentrale über gesunde Ernährung, Landwirtschaft und regionale Produkte aufklärt, unterstützt das IFLS Caterer, Speisepläne aufzustellen, in denen das verarbeitet wird, was in und um Frankfurt wächst, das Essen aber bezahlbar bleibt.

„Unser Hauptanliegen ist es, etwas auf dem Teller zu bewegen“, sagte Armin Kullmann vom IFLS, Projektleiter von FrankFood. Gleich zwei fundamentale Probleme könne man so angehen: Zum einen werde das oft lückenhafte Wissen von Kindern und Eltern über das Was, Wie und Woher gesunder Ernährung geschult. Zum anderen sei es ein Beitrag zum Klimaschutz, Produkte aus der Nachbarschaft einzukaufen. Die 600 Kilogramm Erdbeeren jedenfalls, die dieser Tage von Bauern aus Wallau, Hansau und Bruchköbel an etwa 60 Schulen geliefert wurden, haben die Kinder von der Qualität regionaler Produkte überzeugt. (jcs)

Blattzeitung 6.6.2007

## Regionales auf die Teller



Schulamt-Referent Michael Damjan gab den Schülern der Münzenbergerschule in Eckenheim am Montag Erdbeer-Nachtische aus. Foto: Gerganow

Frankfurt (ger). Kindern und Jugendlichen mehr leckere, frische Nahrung aus regionalem und ökologischem Anbau anbieten, und das zum fairen Preis, so formulierte Armin Kullmann vom Institut für ländliche Struktur- forschung das Ziel des FrankFOOD-Projektes. Gemeinsam mit der Verbraucherzentrale Hessen soll das Netzwerk zwischen Landwirten, Cateringfirmen, Kindertagesstätten (Kitas) und Schulen intensiviert und das Ernährungsangebot weiter ausgebaut werden. Woher stammen die Lebens-

mittel, wie gesund sind sie und was kann man aus ihnen alles machen? Das sind nur einige Fragen, die den Schülern fortan in „regionaler Bildungsarbeit“ beantwortet werden. An fünf Aktionstagen bieten nun sechs Cateringfirmen für 37 Frankfurter Schulen und Kitas verschiedene Erdbeerkreationen an. Zum Auftakt freuten sich am Montag die Schüler der Münzenbergerschule in Eckenheim über die süßen Früchtchen. Weitere Informationen gibt es im Internet unter [www.frankfood.net](http://www.frankfood.net).



Institut für Ländliche Strukturforschung  
an der Johann Wolfgang Goethe-Universität Frankfurt am Main

**verbraucherzentrale**

*Hessen*

ISBN 3-9809463-9-8