

Gefördert von

Ein Geschäftsbereich der  
Gesundheit Österreich GmbH



**Fonds Gesundes  
Österreich**

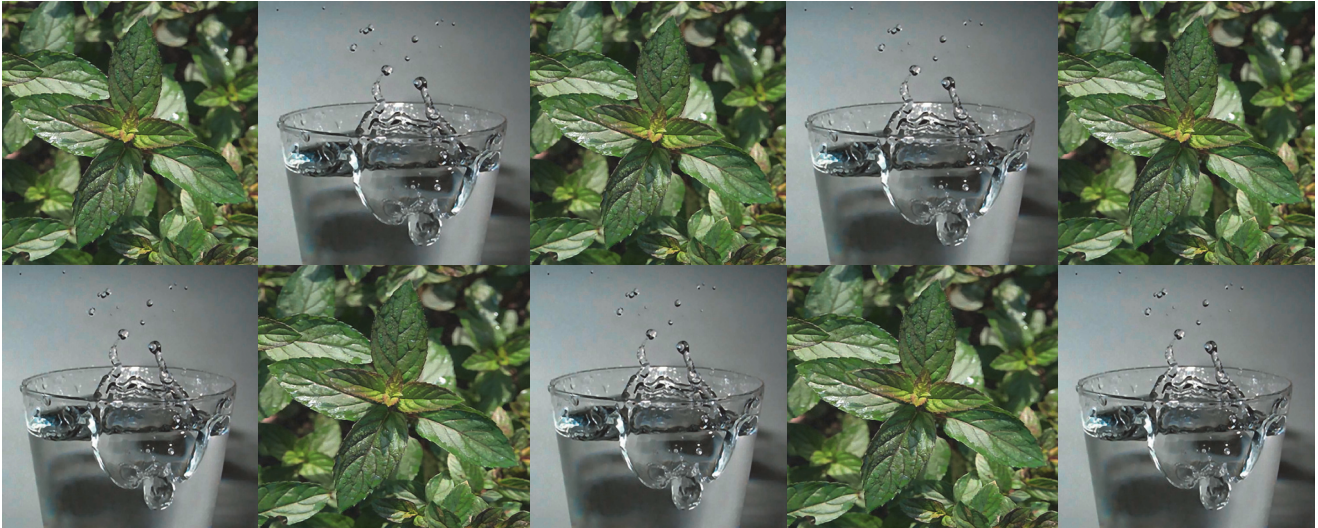
Gefördert von



# MitarbeiterInnen essen und trinken gesund

Leitfaden für betriebliche Gesundheitsförderung  
in Klein- und Mittelbetrieben





### Was veranlasst Menschen - oder auch Organisationen, ihr Verhalten zu ändern?

- **Zweifel** am Verhalten, das sie bisher gezeigt haben. Es wird bewusst, dass sich dieses Verhalten langfristig nachteilig auswirkt oder dass es mit eigenen Wertvorstellungen, Wünschen und Zielen nicht mehr übereinstimmt.
- **Vertrauen**, dass das bisherige Verhalten veränderbar ist und dass die Veränderungen die gewünschten Folgen mit sich bringen.

### Impressum

Herausgeber: Projektteam „Genuss in Favoriten“ – [www.genussinfavoriten.at](http://www.genussinfavoriten.at).  
Für den Inhalt verantwortlich: Mag<sup>a</sup>. Verena Rainer, Mag<sup>a</sup>. Christine Haiden.  
Nordmannngasse 25/2/13, 1210 Wien. Stand: Dezember 2008

# Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort</b>	4
<b>Einleitung</b>	5
<b>Projektablauf</b>	
1. Initiative und Entscheidung	6
2. Planung	7
3. Kommunikationswege - Wie reden wir über das Projekt? Wie erfahren die MitarbeiterInnen davon?	8
4. Analyse / Wie schaut es aus?	9
5. Ziele und Aktionen / Was wollen wir wie erreichen? Was kostet es?	10
6. Umsetzung / Gestaltung - Wie gestalten wir die Maßnahmen?	11
7. Abschluss – Wie finden wir ein gutes Ende?	11
8. Überprüfung / Wie erfolgreich waren wir?	12
9. Nachlese - Was ist geblieben?	12
<b>Ein ausgewogenes Mittagessen soll es bei uns geben!</b>	13
<b>Gedankensplitter</b>	14
<b>Internet-Links</b>	15

Liebe, an Gesundheitsförderung, Interessierte!

Mit diesem Handbuch wollen wir Ihnen ein Werkzeug in die Hand geben, das es Ihnen erleichtert, ernährungsbezogene Gesundheitsförderungsprojekte in Ihrem Betrieb durchzuführen.

Erfahrungen, die hier eingeflossen sind, stammen aus verschiedenen betrieblichen Gesundheitsförderungsprojekten in KMUs, ins besonders sind es die Erfahrungen von „Genuss in Favoriten“.

An dieser Stelle möchten wir den Betrieben Canon Austria GmbH, Heinisch GmbH und Desco GmbH, die am Projekt teilgenommen haben, danken. Wir durften Einblick in ihre Organisationen nehmen, und gewannen dadurch Erkenntnisse zum Thema „Essen und Trinken in KMUs“.

Das Handbuch versteht sich nicht als Korsett, sondern vielmehr als Katalysator, der die Kreativität des Lesers/ der Leserin ankurbelt und motiviert, gemeinsam mit KollegInnen ein Projekt zu initiieren.

Für die Finanzierung von „Genuss in Favoriten“ möchten wir uns nochmals beim Fonds Gesundes Österreich und „Ein Herz für Wien“ sehr herzlich bedanken.

Viel Erfolg wünschen Ihnen

Christine Haiden

Verena Rainer

## Einleitung

Betriebliche Gesundheitsförderung (BGF) ist eine moderne Unternehmensstrategie, die Antworten auf die Herausforderungen in der Arbeitswelt des 21. Jahrhunderts geben kann. Sie umfasst alle gemeinsamen Maßnahmen von Arbeitgebern und Arbeitnehmern zur Verbesserung von Gesundheit und Wohlbefinden am Arbeitsplatz.

(Betriebliche)Gesundheitsförderungsprojekte müssen folgende Kriterien berücksichtigen:

- Die Beteiligten sollen **Empowerment** erhalten = befähigt werden, ihre Bedürfnisse zu befriedigen. Empowerment geht davon aus, dass viele Fähigkeiten beim Menschen bereits vorhanden sind; das schafft Handlungsmöglichkeiten.
- Alle Beteiligten sollen die Möglichkeit der **Partizipation** haben = die Dinge sollen mit den Betroffenen getan werden, nicht für sie.
- Es soll **Vernetzung** stattfinden = das bedeutet, dass die unterschiedlichsten Partner für ein gemeinsames Ziel kooperieren und sich koordinieren.
- Gesundheitsförderungsprojekte sollen mithelfen, **Verhältnisse** zu verändern, damit die Betroffenen ihr **Verhalten** leichter verändern können.

→ **Vorschriften und Anweisungen gehen am Ziel vorbei**

Was motiviert Firmen, Gesundheitsförderungsprojekte durchzuführen?

- Steigerung des Wohlbefindens - und damit der Arbeitszufriedenheit
- Erhöhung der Arbeitsleistung
- Senkung der Arbeitsunfälle

Wie einige Modellprojekte belegen, ist gerade auch für Klein- und Mittelbetriebe die Beschäftigung mit Gesundheit sinnvoll und kann zu folgenden Ergebnissen führen:

- Förderung einer aktiven MitarbeiterInnenbeteiligung
- Stärkung persönlicher Gesundheitskompetenzen
- Verbesserung der Arbeitsorganisation und der Arbeitsbedingungen

*Es gibt viele Wege zur Gesundheit.  
Für einen davon sollte sich jedes Unternehmen entscheiden.*

# Projektablauf

## 1. Initiative und Entscheidung

- initiativ werden
- interne Verbündete finden
- Diskussionspapier erstellen
- Entscheidungsträger einbinden
- Entscheidung fällen
- Steuerungsgruppe bilden

### Initiativ werden

Es gibt keine Regeln, wer in einem Betrieb eine erfolgreiche Gesundheitsstrategie startet. In größeren Betrieben sind es häufig Betriebsräte/rätinnen, Sicherheits- und Gesundheitsbeauftragte, aber auch Mitglieder der Geschäftsleitung. In kleineren Betrieben sind es die Chefs bzw. Chefinnen oder ein interessierter Mitarbeiter.

### Interne Verbündete finden.

Damit die Initiative nicht bald im Sand verläuft, ist es wichtig KollegInnen für die Idee zu gewinnen. Gemeinsam wird die Idee diskutiert und ein Diskussionspapier erstellt.

### Diskussionspapier erstellen

Das Diskussionspapier soll folgende Überlegungen enthalten:

#### *a) Was hat die Initiative ausgelöst?*

Einige Beispiele:

- In den Nachrichten wird über Gammelfleisch oder Gammelkäse berichtet.
- Die neuen Lebensmittel mit Inhaltsstoffen, denen besondere gesundheitsfördernde Eigenschaften zugesprochen werden und die massiv beworben werden.
- Der Besuch einer Fortbildung zum Thema Ernährung.
- Persönliche Betroffenheit auf Grund einer Erkrankung, bei der schlechte Ernährungsgewohnheiten eine Rolle spielen.
- Gespräche mit KollegInnen anderer Firmen übers Essen und Trinken im Betrieb
- Mehrere Beschäftigte wünschen sich ein ausgewogenes Mittagessen beim Gasthaus um' s Eck, das derzeit ein zu deftiges Angebot hat.



Ein Beispiel: Eine Kollegin war im Wassermuseum in den Wildalpen und erzählt darüber. Es entsteht eine rege Diskussion zum Wassertrinken. Einer wirft die Frage auf: „Was trinken die Leute bei uns im Betrieb?“ Nach weiteren Diskussionen wird entschieden „dieser Frage wollen wir nachgehen und ein Projekt dazu machen.“

#### *b) Was soll nach dem Projekt im Betrieb anders sein?*

Einige Beispiele:

- Die KollegInnen nehmen die Mahlzeiten bewusst ein.
- Es gibt schöne Teeküchen oder einen Sozialraum
- Es gibt ein ausgewogenes Mittagessen beim Wirt um' s Eck (Näheres Seite 13)
- Es gibt Jausenbrote bzw. kleine Snacks für zwischendurch.



Das Beispiel: Wassertrinken ist in unserer Firma wichtig!!

### Entscheidungsträger einbinden, Entscheidung fällen, Steuerungsgruppe bilden

Mit dieser Grundlage können die Entscheidungsträger eines Betriebes einbezogen werden. Gemeinsam wird jetzt die Entscheidung gefällt, ob ein Projekt zu diesem Thema für den Betrieb und die Beschäftigten von Interesse ist.

Vielleicht ist es jetzt notwendig zu recherchieren, ob andere Betriebe zu ähnlichen Themen Projekte durchgeführt haben und mit welchen Ergebnissen. Im Anhang finden sich dazu hilfreiche Links (z.B. beim FGÖ).

Wie lange dieser Entscheidungsprozess dauert wird von Betrieb zu Betrieb verschieden sein, aber es ist vorteilhaft, sich ausführlich damit zu beschäftigen, um späteren Enttäuschungen vorzubeugen.

### Steuerungsgruppe bilden

Gibt es ein prinzipielles JA, ein Projekt zu diesem Thema zu machen, ist es von Vorteil eine Steuerungsgruppe zu bilden. Sie setzt sich aus Vertretungen der einzelnen Geschäftsbereiche zusammen. Je nach Betriebsgröße kann es sich auch nur um einen Steuermann oder –frau handeln.

Die **Aufgaben** der Steuerungsgruppe sind:

- Budgetrahmen festlegen und genehmigen der entwickelten und geplanten Maßnahmen während des Projektes
- Vorgeben der Rahmenbedingungen (Projektarbeit ist Arbeitszeit, Räumlichkeiten für Besprechungen zur Verfügung stellen, genehmigen des Projektkonzeptes)

## 2. Planung

- Projektteam bilden
- Projektkonzept erstellen

### Projektteam bilden

Ein Team ist immer mehr als eine Person. Eine Person allein kann – auch mit größtem Engagement - ein Projekt nicht durchführen. Es macht Sinn zu überlegen, aus wie vielen Personen sich das Projektteam zusammensetzen sollte. Eine Überlegung dabei ist die Betriebsgröße. z. B. ein Betrieb mit 25 Beschäftigten kann gut von einem Drei-Personen-Team vertreten werden. Für einen Betrieb mit 250 Beschäftigten wären fünf bis acht Personen günstig. Teams mit mehr als acht Personen behindern sich beim Finden von Lösungen und Treffen von Entscheidungen.

Die Organisation der **Projektdurchführung** ist Aufgabe des Projektteams. Das Projektteam kann intern auch anders benannt werden, wie z.B. Gesundheitszirkel, Esszirkel, ....

Projektteams sollten sich **moderieren** lassen, um gut und klar arbeiten zu können und um sich nicht in verschiedenen Rollen zu verfangen. ModeratorInnen können auch extern angefragt werden. Beschäftigte aus Firmen können sich beim FGÖ – Fonds Gesundes Österreich - als Gesundheits-ModeratorInnen ausbilden lassen (<http://www.fgoe.org/startseite>).

### Projektkonzept erstellen

Jedes Projektteam braucht ein Konzept, nach dem es arbeiten möchte. Jedes Projektkonzept braucht grobe Ziele, aus denen sich eine ungefähre Aktivitätenliste erstellen lässt, samt Zeitplan und eventuell Budgetrahmen. Außerdem braucht das Projekt einen **Namen**.



Das Beispiel:

Das Hauptziel lautet: Wassertrinken soll leicht möglich sein.

Auf der Aktivitätenliste steht:

Erhebung der aktuellen Situation zum Wassertrinken im Betrieb

Kolleginnen und Kollegen zum Wassertrinken motivieren

Der Zeitplan dafür ist ein halbes Jahr.

Das Budget wird festgelegt.

Der Projektname: Wasser marsch!!

### **3. Kommunikationswege - Wie reden wir über das Projekt? Wie erfahren die MitarbeiterInnen davon?**

- interne Kommunikation/ interne Öffentlichkeitsarbeit überlegen

Es geht um die Fragen:

Wie erreiche ich die Kollegen und Kolleginnen?

Wie kann ich sie für das Projekt gewinnen?

In welcher Form sollen sie über den Projektfortgang – Schritt 2 bis 9 - informiert werden?

Bei allen Fragen ist es wichtig, die vorhandenen betriebsinternen Kommunikationswege (Intranet, Abteilungssitzungen, Informationsveranstaltungen, Newsletter, etc.) zu nützen. Sollten diese noch nicht etabliert sein, wäre jetzt die Möglichkeit, diese aufzubauen.



Wasser marsch!!

Möglichkeiten, um über das Projekt zu informieren sind:

- Aushang auf vorhandenem „Schwarzem Brett“ oder einer Pinnwand mit den wichtigsten Informationen zum Projekt
- Aussendung mittels Email – dabei ist zu beachten, dass alle einen Email-Zugang haben. Andernfalls müssten jene, die keinen haben, die Information in ausgedruckter Form erhalten



#### 4. Analyse / Wie schaut es aus?

- Ist-Zustand erheben
- Daten eingeben, auswerten und dokumentieren
- Ergebnisse rückmelden

##### Ist-Zustand erheben

Themen, die abgefragt werden hängen vom Projektziel ab. Im Prinzip drehen sich die Fragen um „Wo, was, wann, wie essen/ trinken die Leute? Wie ist die Ausstattung im Betrieb, um zu essen und zu trinken? z.B. gibt es einen Speisesaal? Wie ist dieser ausgestattet? Welche Wünsche gibt es? Persönliche Vorlieben bzw. Lieblingsgerichte können ebenfalls von Interesse sein – z.B. wenn ein Essensanbieter gesucht wird; Auch das Hinterfragen fehlgeschlagener Initiativen zum Thema gehören zur Ist-Analyse.

Es bieten sich verschiedene Möglichkeiten an:

- **Interviews** mit einigen ausgewählten Beschäftigten bzw. alle bei sehr kleinen Firmen
- Schriftliche Befragung mit **Fragebogen**
- **Workshop** zum Erheben der Informationen mit Vertretungen aller Abteilungen bzw. der ganzen Belegschaft bei sehr kleinen Firmen (ungefähr zehn Personen)
- **Betriebsbesichtigung** mit Augenmerk auf das Projektziel (auch wenn es sich um die eigene Firma handelt, nimmt man wahrscheinlich nur das wahr, was einen selbst betrifft bzw. was einem wichtig ist; die Betriebsbesichtigung soll helfen, „blinde Flecken“ aufzudecken)



„Wasser marsch!“ wird in einem Betrieb mit 30 Beschäftigten durchgeführt.

Die Betriebsbesichtigung ergab, dass es Wasser in der vorhandenen Küche gibt. Die Befragung ergab, dass Wasser sehr selten getrunken wird, weil es schwierig ist, das Wasser zum Arbeitsplatz zu bringen, bzw. der Arbeitsplatz sehr weit von der Küche entfernt ist.



Lieblingsgetränke sind: Eistee, Energydrinks, Wasser mit künstlichem Geschmack, Kaffee. Wasser hält im Beliebtheitsranking den 5. Platz. Die überwiegende Mehrheit weiß, dass mindestens zwei Liter pro Tag getrunken werden sollen.

##### Daten eingeben, auswerten und dokumentieren

Alle erhobenen Daten werden festgehalten bzw. eingegeben (z.B. Excel), ausgewertet und in einem kurzen Bericht dokumentiert. Die Ergebnisse der Betriebsbesichtigung werden ebenfalls schriftlich festgehalten.

##### Ergebnisse rückmelden

Alle Ergebnisse werden an die Steuerungsgruppe und an die Beschäftigten rückgemeldet. Die Form der Rückmeldung an die Beschäftigten sollte in Anlehnung an die betriebsinternen Kommunikationswege erfolgen (siehe 3. Schritt).

## 5. Ziele und Aktionen / Was wollen wir wie erreichen? Was kostet es?

- Konkrete Ziele definieren
- Maßnahmen festlegen
- Kostenschätzung
- Rücksprache mit der Steuerungsgruppe
- Entscheidungsfindung

### Konkrete Ziele definieren

Das Projektteam definiert auf Basis der Befragungs- und Erhebungsergebnisse konkretere Ziele, die bis zum Projektende erreicht werden können. Beachten Sie dabei zeitliche, personelle und finanzielle Ressourcen. Beschreiben Sie die Ziele möglichst genau.



„Wasser marsch!“

- Alle Beschäftigten sollen einen leichteren Zugang zu Trinkwasser erhalten
- Wasser soll in der Beliebtheitsskala auf die Plätze eins bis drei vorrücken
- Die Bedeutung des Wassers soll den KollegInnen bewusster werden

### Maßnahmen festlegen

Nachdem die Ziele festgelegt wurden, wird geschaut, welche Maßnahmen und Aktivitäten gesetzt werden sollen, um sie zu erreichen.



„Wasser marsch!“

Ziel: Alle Beschäftigten erhalten einen leichteren Zugang zu Trinkwasser  
Maßnahmen: Es werden Krüge angeschafft, damit alle die in Küchennähe ihren Arbeitsplatz haben, Wasser holen können. Für die anderen soll ein Wasserspender angeschafft werden.

Ziel: Wasser rückt in der Beliebtheitsskala auf die Plätze eins bis drei

Maßnahme: Es soll einen Workshop mit einer Ernährungswissenschaftlerin zum Thema „Getränke – und was ist drinnen“ geben.



Ziel: Die Bedeutung des Wassers ist den KollegInnen bewusst

Maßnahme: Der nächste Betriebsausflug soll unter diesem Motto stehen

### Kostenschätzung

Für die einzelnen Maßnahmen wird eine möglichst genaue Kostenschätzung gemacht und schriftlich dokumentiert.

### Rücksprache mit der Steuerungsgruppe

Die Leitung des Projektteams legt die Ziele, das Maßnahmenpaket und die Kostenschätzung der Steuerungsgruppe vor. Diese entscheidet, ob die Ziele und Maßnahmen dem Betriebsinteresse entsprechen und ob sie finanziert werden können. Die Sitzung wird protokolliert und das Ergebnis an die MitarbeiterInnen kommuniziert (siehe 3. Schritt). Möglicherweise können nicht alle Maßnahmen realisiert werden. Manche eventuell zu einem späteren Zeitpunkt, andere müssen abgeändert werden.

## Entscheidungsfindung

Einzelentscheidungen ← versus → Mehrheitsentscheidungen

Es wird immer wieder Entscheidungen geben, die nur bestimmte verantwortliche Personen treffen können. Besonders im Rahmen von Gesundheitsförderungsprojekten sollen, soweit wie möglich, die Wünsche der Mehrheit berücksichtigt werden. Die Finanzverantwortlichen eines Betriebes entscheiden, wie hoch das **Budget** dafür ist. Ob es dann für einen Kochkurs **oder** für eine Exkursion verwendet wird, soll die Mehrheit der Beschäftigten entscheiden können.

## **6. Umsetzung / Gestaltung - Wie gestalten wir die Maßnahmen?**

- Maßnahmen planen und umsetzen

Die genehmigten Maßnahmen werden jetzt im Detail geplant und umgesetzt. Nach Möglichkeit sollten die Angebote **während der Arbeitszeit** stattfinden. Sollte es ein Abendprogramm sein, im Vorfeld mit den Beschäftigten abstimmen, welcher Wochentag dafür am besten geeignet ist.

Die Ankündigungen sollen frühzeitig erfolgen (siehe dazu 3. Schritt). Es ist zu überlegen, ob eine Anmelde-Liste geführt werden soll.

Die Erfahrung hat gezeigt, dass es sinnvoll ist, die Umsetzung der Maßnahmen zu fotografieren. Die **Fotos** können dann im Betrieb aufgehängt werden und so auch denen, die nicht teilgenommen haben, zeigen, was stattgefunden hat. Außerdem kann es Lust machen, beim nächsten Mal dabei zu sein.

Wie die Maßnahme angekommen ist und ob es aus Sicht der TeilnehmerInnen gelingen kann, damit das angestrebte Ziel zu erreichen, kann mit einem **Feedback-Bogen** erhoben werden.

## **7. Abschluss – Wie finden wir ein gutes Ende?**

- Projekt abschließen

Jedes Projekt hat einen Anfang und deshalb braucht es auch ein klares Ende. Es kann z.B. mit einer Abschlussveranstaltung/ -feier abgeschlossen werden, die dem Charakter des Projekt-Themas entspricht. Die Ergebnisse werden den Beschäftigten und Interessierten präsentiert.

Darüber hinaus wäre es im Sinne der betrieblichen Gesundheitsförderung den Projektverlauf in einem Bericht zusammenzufassen. Er braucht nicht lang sein. Es genügt, wenn die wichtigsten Eckdaten übersichtlich aufgezeichnet sind.

Das österreichische Netzwerk für betriebliche Gesundheitsförderung sammelt alle Informationen über Projekte, die in Betrieben durchgeführt wurden und stellt sie Interessierten zur Verfügung (<http://www.netzwerk-bgf.at/>).

## 8. Überprüfung / Wie erfolgreich waren wir?

Wurden die Ziele mit den gesetzten Maßnahmen erreicht? Dies kann mit den Methoden erfolgen, mit denen der Ist-Zustand erhoben wurde. Unter Bedachtnahme auf die gestellten Fragen, die u.U. angepasst werden müssen.

Ist es nicht gelungen, die Ziele zu erreichen, stellt sich die Frage - Weshalb?

Es kann sein, dass das Ziel im Augenblick noch nicht erreicht werden konnte, in naher Zukunft aber umgesetzt sein wird.



Wasser marsch!

Der Wasserspender wurde noch nicht gekauft. Er ist aber im Budget für das folgende Jahr fix eingeplant.

Gründe für das **Nicht-Erreichen der Ziele** können vielfältig sein. Wichtig ist, dass das Projektteam diese hinterfragt und dokumentiert. Auch das Netzwerk für betriebliche Gesundheitsförderung ist an solchen Erfahrungen sehr interessiert, da sich daraus ebenso viel lernen lässt.

## 9. Nachlese - Was ist geblieben?

Nach  $\frac{1}{2}$  bis  $1\frac{1}{2}$  Jahren wäre es interessant nachzufassen, welche Veränderungen geblieben sind. Der Zeitraum wird vom Projektthema abhängen. Manches benötigt „Kontrollen“ in knapperen Zeitabständen, um erhalten zu bleiben. Die Art des „Nachfassens“ soll so gewählt werden, dass die Beschäftigten wieder auf das Thema aufmerksam gemacht werden.

## Ein ausgewogenes Mittagessen soll es bei uns geben!

MitarbeiterInnen von KMU's haben häufig den Wunsch, ein gesundes Mittagessen zu bekommen. Nicht nur, dass es keine Betriebsküchen gibt, sind auch die täglichen Abnahmemengen der Menüs zu gering, als dass ein Caterer sie versorgen würde.

Häufig gibt es die Situation, dass das **Wirtshaus um' s Eck** zwar gute Küche anbietet, aber zu deftig ist, um „arbeitsalltagstauglich“ zu sein. Die deftige Küche gibt es deshalb, weil der Wirt annimmt, dass das seinen Gästen so schmeckt.

Allerdings: Gäste, die ein **anderes Angebot** wünschen, gehen nicht zu ihm.

Würde der Wirt erfahren, dass noch andere Essens-Wünsche existieren, wäre er durchaus interessiert sein Angebot zu erweitern. Das zeigen die Erfahrungen aus dem Projekt „Genuss in Favoriten“.

Wie könnte diese Lücke geschlossen werden?

Eine Gruppe von Beschäftigten, denen der Wunsch nach einem ausgewogenem Mittagessen am Herzen liegt, setzt sich zusammen und sammelt, was ihnen am Tagesmenüangebot bei der Wirtin um' s Eck gefällt und was sie vermissen.

Mit dieser Liste ausgestattet, ersuchen sie die **Wirtin** um ein **Gespräch am runden Tisch** im Betrieb. Wichtig dabei ist, vor allem auch mitzuteilen, was positiv an der Küche empfunden wird. Eine Möglichkeit, das auszudrücken ist, jene Gerichte aus dem schon vorhandenen Angebot aufzuzählen, die ihnen gut schmecken, um davon ausgehend in die Veränderungswünsche einzusteigen.

Signalisiert die Wirtin ihr Interesse, werden im nächsten Schritt die **Küchenverantwortlichen** mit an den runden Tisch gebeten. Daran schließt sich eine Zeit des Ausprobierens von cirka 4 bis 5 Wochen. Während dieser Zeit sollten die Erfahrungen mit dem „neuen“ Essen gesammelt werden, um sie dann wieder an die Wirtin und die Küchenverantwortlichen rückzumelden.

Ein einmaliges Treffen reicht nicht aus, um nachhaltig die gewünschte Veränderung herbeizuführen. Es bedarf schon **mehrerer Treffen** und eines intensiven Austausches, der damit belohnt wird, dass sich ein ausgewogenes Tagesmenüangebot bei der Wirtin/ dem Wirt um' s Eck findet.

Aus wirtschaftlichen Gründen kann der Wirt nur dann das Angebot erweitern, wenn mehrere Beschäftigte aus dem Betrieb dafür gewonnen werden. Das neue Angebot bei der Wirtin um' s Eck soll im Betrieb kommuniziert werden. Siehe 3. Kommunikationswege

Mit einer **Aktion zum Thema „Essen“** ist es möglich, das Interesse jener zu wecken, die sich damit noch nicht näher beschäftigt haben. Dafür eignen sich ein Kochkurs, eine Geschmackschulung und eine Exkursion zu einem Bio-Bauern, Ölmühle oder zu einer Molkerei. Vielleicht mag die Wirtin oder der Koch auch teilnehmen?

→ So können auch **Bäckereien, Snackautomatenbetreiber** und **Caterer** gewonnen werden, das Essens- und Jausenangebot den Wünschen ihrer AbnehmerInnen entsprechend zu erweitern.

## Gedankensplitter

Veränderungen brauchen Zeit!

Keine Veränderung ohne Widerstand, denn Veränderung macht Angst.

Längerfristige Prozesse haben Vor- und Nachteile.

Langsam Gewachsenes ist stabiler und widerstandsfähiger.

Längerfristige Prozesse brauchen viel Motivation, sie können sich über Monate hinziehen, wo sich scheinbar nichts bewegt.

Betriebsspezifische „Hochsaisons“ zeigen ihre Wirkung.

Ernährungsbezogene Projekte bringen auch Fragen zu Tage, die nichts mit Essen und Trinken zu tun haben.

*Nicht einmal der Geist kann richtig arbeiten,  
wenn wir von Speis und Trunk vollgestopft sind.  
(Cicero)*

*Wobei, wir wissen auch, dass Geist und Körper nicht richtig arbeiten  
können, wenn wir zuwenig oder falsches gegessen und getrunken haben.*

## Internet-Links

<http://www.fgoe.org/startseite>

<http://www.netzwerk-bgf.at/>

<http://www.gesundesleben.at/>

<http://www.einherzfuerwien.at/>

<http://www.wien.gv.at/lebensmittel/ernaehrung/>

<http://www.umweltberatung.at/>

## Workshop-Betreuung im Rahmen des Projektes „Genuss in Favoriten“

Kochworkshop:

<http://www.e-drei.at/>

Geschmackschulung

<http://www.gutessen.at>

## Projektteam „Genuss in Favoriten“ - [www.genussinfavoriten.at](http://www.genussinfavoriten.at)

Maga. Verena Rainer

E: [office@essart.at](mailto:office@essart.at)

[www.essart.at](http://www.essart.at)

T: 0699/ 19137257

Maga. Christine Haiden

E: [christine.haiden@chello.at](mailto:christine.haiden@chello.at)

T: 0664/ 1518395

Mag. Gerhard Elsigan

E: [gerhard.elsigan@ppm.at](mailto:gerhard.elsigan@ppm.at)

[www.ppm.at](http://www.ppm.at)

T: 0664/ 3002793

Bildquellen:

<http://www.natur-lexikon.com/Texte/MZ/002/00200-Pfefferminze/MZ00200-Pfefferminze.html>

<http://www.regio-imst.at/index.php?id=6>

[http://www.designleben.de/tisch-tafel-essig-oel-c-110\\_121.html](http://www.designleben.de/tisch-tafel-essig-oel-c-110_121.html)

<http://www.eine-welt-dessau.de/071/>