

# Evaluierung

## Initiative „Unser Schulbuffet“

Detailbericht der qualitativen Evaluierung



## Inhaltsverzeichnis

Tabellenverzeichnis .....	5
Abbildungsverzeichnis .....	5
Abkürzungsverzeichnis .....	6
Angaben zur AGES .....	7
Organisation.....	7
Angaben zur Kontaktperson.....	7
Evaluierungsteam .....	7
Acknowledgement.....	8
1 Ziel und Forschungsfrage der Evaluierung .....	9
2 Elemente der Evaluierung .....	10
3 Instrumente der qualitativen Evaluierung.....	12
3.1 Überblick.....	12
3.2 Fokusgruppe.....	13
3.2.1 Fokusgruppen mit Buffetbetreiber/innen.....	13
3.2.2 Fokusgruppen mit Schüler/innen .....	14
3.3 Stammtische .....	15
3.4 Berichte aus dem Feld.....	16
3.5 Inhaltlich strukturierende qualitative Inhaltsanalyse .....	17
4 Ergebnisse .....	18
4.1 Fokusgruppen mit Buffetbetreiber/innen .....	18
4.1.1 Auffälligkeiten und Feedback.....	18
4.1.2 Beurteilung der Initiative und der Begleitmaßnahmen .....	19

4.1.3	Förderliche Faktoren .....	23
4.1.4	Hinderliche Faktoren .....	24
4.1.5	Bedürfnisorientierung und Einstellung zu gesundheitsförderlichen Ernährungsangeboten .....	26
4.1.6	Vorschläge und Wünsche der Buffetbetreiber/innen .....	30
<b>4.2</b>	<b>Stammtische – Buffetbetreiber/innen .....</b>	<b>32</b>
<b>4.3</b>	<b>Berichte aus dem Feld.....</b>	<b>35</b>
4.3.1	Beurteilung der Initiative und der Begleitmaßnahmen .....	35
4.3.2	Förderliche und hinderliche Faktoren bzw. Rahmenbedingungen bei der Umsetzung der Initiative .....	38
<b>4.4</b>	<b>Fokusgruppen mit Schüler/innen .....</b>	<b>44</b>
4.4.1	Auffälligkeiten und Feedback.....	44
4.4.2	Beurteilung der Initiative und der Begleitmaßnahmen .....	45
4.4.3	Bedürfnisorientierung und Einstellung zu gesundheitsförderlichen Ernährungsangeboten .....	48
4.4.4	Vorschläge und Wünsche der Schüler/innen für ein „perfektes“ Schulbuffet.....	53
4.4.5	Verständnis von gesundheitsförderlicher Ernährung .....	54
4.4.6	Bildanalyse (Fotowettbewerb) .....	56
<b>5</b>	<b>Resümee.....</b>	<b>58</b>
<b>5.1</b>	<b>Buffetbetreiber/innen .....</b>	<b>58</b>
<b>5.2</b>	<b>Schüler/innen.....</b>	<b>61</b>
<b>6</b>	<b>Fazit .....</b>	<b>64</b>
<b>7</b>	<b>Lessons Learned und Vorschläge für weitere Maßnahmen .....</b>	<b>67</b>
<b>8</b>	<b>Quellenverzeichnis.....</b>	<b>75</b>
<b>9</b>	<b>Anhang.....</b>	<b>76</b>

<b>9.1</b>	<b>Fokusgruppe (Buffetbetreiber/innen)</b> .....	<b>76</b>
9.1.1	Diskussionsleitfaden .....	76
9.1.2	Fragebogen.....	77
<b>9.2</b>	<b>Berichte aus dem Feld</b> .....	<b>78</b>
9.2.1	Beobachtungsleitfaden.....	78
<b>9.3</b>	<b>Fokusgruppe (Schüler/innen)</b> .....	<b>80</b>
9.3.1	Informationsinput (Präsentation: Initiative „Unser Schulbuffet“) .....	80
9.3.2	Diskussionsleitfaden .....	81
9.3.3	Fragebogen.....	82

## **Tabellenverzeichnis**

Tabelle 1: Zusammenfassung der qualitativen Evaluierungsinstrumente und wesentliche Inhalte..... 12

## **Abbildungsverzeichnis**

Abbildung 1: Elemente der Evaluierung..... 10  
Abbildung 2: Phasen der inhaltlich strukturierenden Inhaltsanalyse ..... 17

## Abkürzungsverzeichnis

AGES .....	Österreichische Agentur für Gesundheit und Ernährungssicherheit GmbH
AHS .....	Allgemein bildende höhere Schule
BAKIP .....	Bildungsanstalt für Kindergartenpädagogik
BB.....	Buffetbetreiber/in
BHS .....	Berufsbildende höhere Schule
BMG.....	Bundesministerium für Gesundheit
BS .....	Berufsschule
BSZ .....	Bundesschulzentrum
HAK/HAS.....	Handelsakademie/Handelsschule
HBLA .....	Höhere Bundeslehranstalt
HLT.....	Höhere Lehranstalt für Tourismus
HS.....	Hauptschule
HTL.....	Höhere Technische Lehranstalt
PH .....	Pädagogische Hochschule
PTS .....	Polytechnische Schule
SGA .....	Schulgemeinschaftsausschuss
SIPCAN.....	Special Institute for Preventive Cardiology and Nutrition
VS.....	Volksschule

## Angaben zur AGES

### Organisation

**Name:** Österreichische Agentur für Gesundheit und Ernährungssicherheit GmbH

**Adresse:** Spargelfeldstraße 191

**Postleitzahl, Ort:** 1220 Wien

**Telefon:** +43 5 0555-0

**Fax:** +43 5 0555-22019

### Angaben zur Kontaktperson

**Name:** Ulrike Aldrian, MA

**Adresse:** Beethovenstraße 8

**Postleitzahl, Ort:** 8010 Graz

**Telefon:** +43 5 0555-61415

**Fax:** +43 5 0555-61409

**Email:** [ulrike.aldrian@ages.at](mailto:ulrike.aldrian@ages.at)

### Evaluierungsteam

Konzeption: Dr.<sup>in</sup> Alexandra Wolf in Zusammenarbeit mit Dr.<sup>in</sup> Walburga Weiß und Dr. Manuel Schätzer

Leitung: Univ. Doz. DI Dr. Klemens Fuchs; Dr.<sup>in</sup> Daniela Hofstädter

Mitarbeiter/innen: Ulrike Aldrian, MA; DI<sup>in</sup> Lisa Stadlmüller; Mag.<sup>a</sup> Tanja Strimitzer; Dr. Hans Peter Stüger

## Acknowledgement

Ein besonderer Dank gilt den Mitarbeiter/innen der Initiative „Unser Schulbuffet“ Mag.<sup>a</sup> Karin Blagusz; Mag.<sup>a</sup> Christine Gelbmann; Mag.<sup>a</sup> Irene Eggner; Sonja Greisinger, MSc; Mag.<sup>a</sup> Birgit Michlmayr; Mag. Mario Proske und Mag.<sup>a</sup> Susanne Wiener für die Mithilfe bei der Datensammlung, der Dateneingabe und beim Datencleaning.

Weiters bedanken wir uns bei den Mitgliedern des Projektlenkungsausschusses der Initiative „Unser Schulbuffet“ SC Doz. Dr.<sup>in</sup> Pamela Rendi-Wagner; Mag.<sup>a</sup> Petra Lehner; Mag.<sup>a</sup> Judith delle Grazie; Dr. Aleksander Zilberszac; Mag.<sup>a</sup> Verena Sgarabottolo und Nadine Peischl, MA für die Beauftragung und Unterstützung der Evaluierung.



## 1 Ziel und Forschungsfrage der Evaluierung

Ziel der Initiative „Unser Schulbuffet“ war es, das Verpflegungsangebot am Setting Schule zu verbessern, die Leitlinie „Schulbuffet“ umzusetzen, sowie die Akzeptanz und Nutzung des optimierten Verpflegungsangebots zu fördern. Damit sollten trotz Veränderungsprozessen die Kund/innenzufriedenheit (der Schüler/innen) und die Wirtschaftlichkeit für die Buffetbetreiber/innen erhalten bleiben. Durch den bundesweiten Aufbau von Netzwerken und durch Verankerungen in Strukturen der Bundesländer sollte die Nachhaltigkeit der Maßnahmen gesichert werden. Die primäre Zielgruppe der Initiative „Unser Schulbuffet“ waren Buffetbetreiber/innen in Österreich.

Die Evaluierung der Initiative „Unser Schulbuffet“ hatte zum Ziel, die Qualität des Maßnahmen-Roll-Outs während der Planung und der Durchführung zu reflektieren und bei Bedarf zu verbessern, sowie den Erfolg der Initiative zu überprüfen. Neben der Zielgruppe der Buffetbetreiber/innen wurden ebenso Schüler/innen, als die primären Kund/innen der Schulbuffetbetreiber/innen, in die qualitative Evaluierung der Initiative miteinbezogen.

### Forschungsfrage der qualitativen Evaluierung:

*Wie wird die Initiative „Unser Schulbuffet“ wahrgenommen und die Umsetzung beurteilt? Was waren förderliche und hinderliche Faktoren?*

### Teilfragen:

- a) Wie wurden die **Initiative „Unser Schulbuffet“** und die **Begleitmaßnahmen** hinsichtlich Verständlichkeit und Praktikabilität von den Buffetbetreiber/innen und anderen relevanten Akteuren im Setting Schule (Schüler/innen) beurteilt?
- b) Was waren **förderliche bzw. hinderliche Faktoren** bei der praktischen Umsetzung der Optimierungsmaßnahmen?
- c) War eine Orientierung des Verpflegungsangebots an den Bedürfnissen der Zielgruppe (Schulbuffetbetreiber/innen) gegeben?
  - Wurde der Erhalt der **Kund/innenzufriedenheit** durch die Initiative berücksichtigt?
  - Inwieweit wurde die **Akzeptanz und Nutzung** des optimierten Verpflegungsangebots gefördert?
  - Wurde der Erhalt der **Wirtschaftlichkeit** durch die Initiative berücksichtigt?
- d) Inwieweit trug die Initiative zur Schaffung von Strukturen und Netzwerken zur Weiterführung der Optimierungsmaßnahmen im Bereich Schulverpflegung bei?

Die Erkenntnisse daraus dienen zur Ableitung von Praxisempfehlungen (siehe Kapitel 7 Lessons Learned und Vorschläge für weitere Maßnahmen), welche die Umsetzung dieser oder ähnlicher Maßnahmen in Zukunft erleichtern sollen.

## 2 Elemente der Evaluierung

Der methodische Ansatz der Evaluierung der Initiative „Unser Schulbuffet“ stellte eine Kombination aus qualitativer und quantitativer Forschungsmethodik dar (siehe Abbildung 1: Elemente der Evaluierung), um eine höhere Validität der Forschungsergebnisse zu erzielen. Um vielfältige Perspektiven auf den Forschungsgegenstand zu bekommen, die Aussagekraft der Daten und somit die Möglichkeit der Verallgemeinerbarkeit zu erhöhen, erfolgte eine Anwendung von unterschiedlichen Datenquellen, ebenso wie der Einsatz verschiedener Forscher/innen bzw. Beobachter/innen und beteiligter Projektmitarbeiter/innen.

Die Evaluierung beinhaltete, neben der genauen Erfassung des Warenangebots am Schulbuffet, folgende Elemente (die blauen Elemente kennzeichnen Teile des qualitativen Evaluierungsberichts):

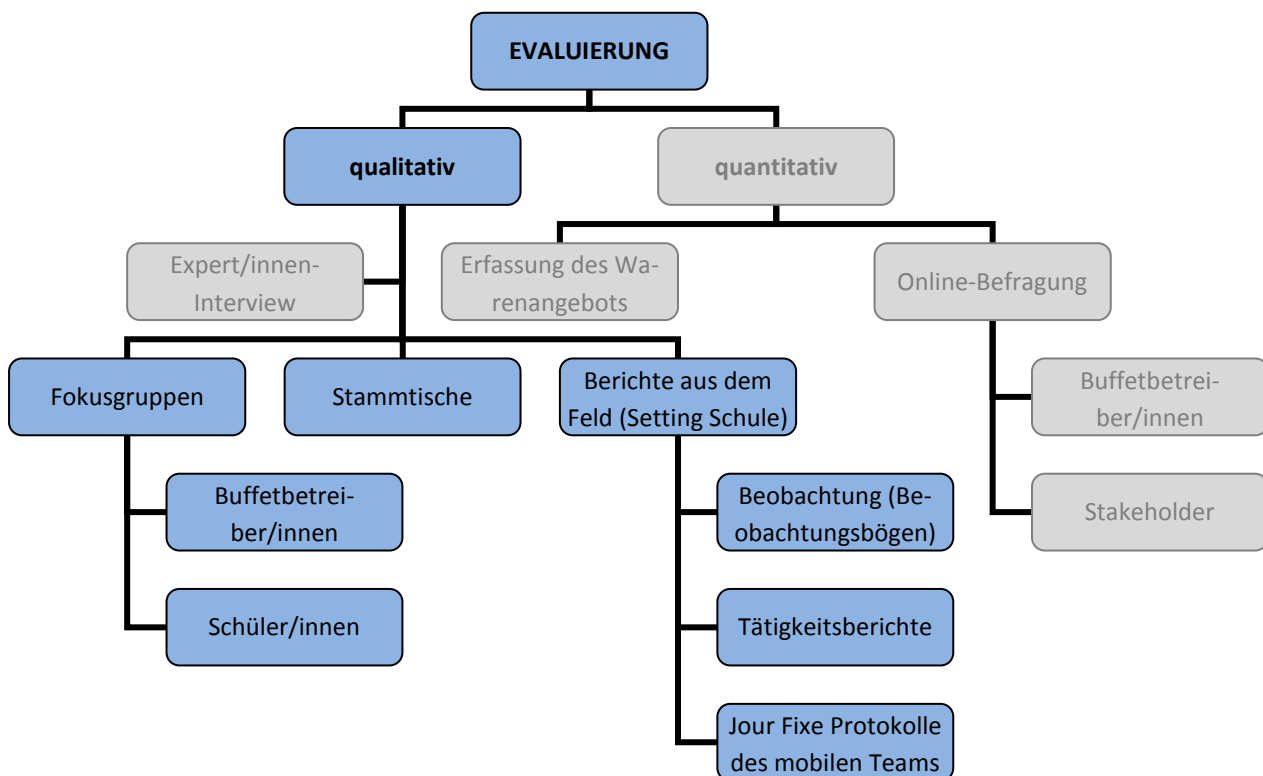


Abbildung 1: Elemente der Evaluierung

Die Elemente der qualitativen Evaluierung waren fixer Bestandteil der Prozessevaluierung, um zur Sicherung der Qualität während der Umsetzung durch die laufende Beobachtung, Dokumentation und Reflexion der Umsetzungsmaßnahmen (Feedbackschleife) beizutragen. Dadurch konnten bei Bedarf Verbesserungen und Anpassungen der Maßnahmen vorgenommen werden und Erkenntnisse wieder in die Weiterentwicklung der Initiative einfließen (prozessorientierte Vorgehensweise).

Mit der qualitativen Evaluierung wurde die Wirksamkeit bzw. Unwirksamkeit praktischer Maßnahmen bezüglich der Erfolgskriterien und Identifikation der geplanten und ungeplanten Nebenwirkungen der Maßnahmen ermittelt, um zu sehen, wie die Verbesserung des Schulbuffets in der Praxis funktionierte und wie die Initiative von relevanten Akteuren im Setting Schule beurteilt wurde.

Die qualitativen Erhebungen sollten Aufschluss darüber geben, welche förderlichen bzw. hinderlichen Faktoren und Rahmenbedingungen die Umsetzung des Maßnahmen-Roll-Outs beeinflussten. In der gemeinsamen Betrachtung mit den Ergebnissen im Bereich der Angebotsoptimierung konnte beobachtet werden, welche Rahmenbedingungen für die Umsetzung förderlich bzw. hinderlich waren. Der qualitative Zugang bot hierbei eine große inhaltliche und methodische Flexibilität, womit ein hoher und in die Tiefe gehender Informationsgehalt, sowie ein breites Spektrum an Ergebnissen erreicht werden konnte. Durch das offene Vorgehen konnten neue, bisher unbekannte Aspekte erfasst werden.

Die Ergebnisse der qualitativen Evaluierung (siehe blau markierte Elemente in Abbildung 1: Elemente der Evaluierung) sind mit Ausnahme des Expert/innen-Interviews im vorliegenden Detailbericht beschrieben. Eine Zusammenstellung aller Evaluierungsergebnisse, sowie der Ergebnisse der quantitativen Evaluierung (Erfassung des Warenangebots, Online-Befragung etc.), ebenso wie das Expert/innen-Interview können im Hauptbericht nachgelesen werden.

## 3 Instrumente der qualitativen Evaluierung

### 3.1 Überblick

Tabelle 1: Zusammenfassung der qualitativen Evaluierungsinstrumente und wesentliche Inhalte

Evaluierungsinstrumente	Wesentliche Inhalte	
Fokusgruppen mit Buffetbetreiber/innen (Transkriptionsprotokolle)  (Mai 2013)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Beurteilung der Initiative „Unser Schulbuffet“</li> <li>- Akzeptanz der Optimierungsmaßnahmen</li> <li>- Förderliche und hinderliche Faktoren bei der Optimierung des Verpflegungsangebots</li> <li>- Bedürfnisorientierung und Einstellung zu gesundheitsförderlichen Ernährungsangeboten</li> <li>- Verbesserungsvorschläge und Wünsche</li> </ul>	
Fokusgruppen mit Schüler/innen (Transkriptionsprotokolle)  (Februar 2013)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Beurteilung der Initiative „Unser Schulbuffet“</li> <li>- Akzeptanz der Optimierungsmaßnahmen</li> <li>- Bedürfnisorientierung und Einstellung zu gesundheitsförderlichen Ernährungsangeboten</li> <li>- Verbesserungsvorschläge und Wünsche</li> <li>- Verständnis von gesundheitsförderlicher Ernährung</li> <li>- Zugang zum Thema Ernährung anhand einer Bildanalyse (Fotowettbewerb)</li> </ul>	
Stammtische (Diskussions-/Gesprächsprotokolle)  (laufend)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Allgemeine Anliegen</li> <li>- Umsetzung der Initiative (sowie der Leitlinie „Schulbuffet“)</li> <li>- Marketing (Marketingmaßnahmen) und Begleitmaßnahmen</li> <li>- Beziehung zu anderen Akteuren im Setting Schule (zu Schüler/innen, Pädagog/innen, Eltern, Schulleitung)</li> <li>- Förderliche und hinderliche Faktoren bei der Optimierung des Verpflegungsangebots</li> </ul>	
Beobachtung vor Ort (Beobachtungsbögen)  (laufend)	Berichte aus dem Feld (Setting Schule)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Beurteilung der Initiative „Unser Schulbuffet“</li> <li>- Akzeptanz der Optimierungsmaßnahmen</li> <li>- Förderliche und hinderliche Faktoren bei der Optimierung des Verpflegungsangebots</li> <li>- Lösungsansätze, Erfahrungen</li> <li>- Auffälligkeiten</li> </ul>
Jour Fixe Protokolle der mobilen Berater/innen (Gesprächsprotokolle)  (laufend)		
Tätigkeitsberichte aus dem Feld  (laufend)		

## 3.2 Fokusgruppe

Die Fokusgruppe ist eine geleitete Diskussion mit sechs bis zehn Personen und zielt auf die Beantwortung von im Vorhinein präzise, klar und verständlich formulierten Fragen ab. Die Verwendung von (halb-)strukturierten Interviewleitfäden ist sinnvoll, um Aspekte der Gesprächsführung innerhalb der Fokusgruppe festzulegen und zu definieren.

Meinungen, die in der Gruppe geäußert werden, können von anderen Teilnehmer/innen kommentiert und korrigiert werden. Somit lassen sich geteilte Einstellungen (Konsens) und widersprüchliche Einstellungen (Konflikte) eher identifizieren, als bei Aussagen von Personen im Einzelkontakt [3].

*„Das Kennzeichen von Focus-Groups ist die explizite Nutzung der Gruppeninteraktion, um Daten und Einsichten zu produzieren, die ohne die in einer Gruppe stattfindende Interaktion weniger zugänglich wären“ (Morgan 1988, S. 12) [3].*

Im Rahmen der qualitativen Evaluierung der Initiative „Unser Schulbuffet“ wurden vier Fokusgruppen (zwei Fokusgruppen mit Buffetbetreiber/innen und zwei Fokusgruppen mit Schüler/innen) durchgeführt. Diese qualitativ-standardisierten Fokusgruppen wurden von der Diskussionsleitung mittels thematischen Interviewleitfadens geführt, wobei zusätzlich eine Co-Moderation und eine Protokollantin anwesend waren. Der Interviewleitfaden orientierte sich an der zentralen Forschungsfrage (siehe Kapitel 1 Ziel und Forschungsfrage der Evaluierung) und ist im Detail dem Anhang 9 zu entnehmen. Die Reihenfolge und Gestaltung der Fragen war flexibel und die Antwortmöglichkeit uneingeschränkt. Mit einem standardisierten schriftlichen Fragebogen wurden zusätzlich sozial-statistische Merkmale der Teilnehmer/innen erfasst. Die Diskussion wurde aufgenommen und protokolliert. Notiert wurde die wahrgenommene Gesprächsatmosphäre und nonverbale Reaktionen (nicht nur was gesagt wurde, sondern wie etwas gesagt wurde). Besonders aussagekräftige Statements wurden ins Protokoll anonymisiert aufgenommen, um die Ergebnisse nachvollziehbarer und konkreter zu machen.

Die Fokusgruppen wurden (auf Basis der Audio-Aufnahmen) wortwörtlich nach den Regeln des einfachen Transkriptionssystems [1] transkribiert. Die Transkriptionen wurden von der Fokusgruppenleiterin kontrolliert, Passagen, welche bei der Wiedergabe unverständlich waren, wurden ergänzt und schließlich wurden die Transkriptionen anonymisiert.

### 3.2.1 Fokusgruppen mit Buffetbetreiber/innen

Die Buffetbetreiber/innen waren die primäre Zielgruppe der Initiative und daher wurden sie zu einer gemeinsamen Diskussion im Rahmen der Fokusgruppe geladen, um Probleme und Hindernisse bei der Verbesserung des Schulbuffets zu diskutieren. Damit wurde ihnen ein neutraler Rahmen geboten, in welchem sie ihre Erfahrungen und Anliegen untereinander austauschen konnten.

Theoretical sampling: Buffetbetreiber/innen aus unterschiedlichen österreichischen Bundesländern, die Teil der Initiative waren und unterschiedlich große Standorte betreuten.

Im Mai 2013 wurde je eine Fokusgruppe in Wien und eine Fokusgruppe in der Steiermark mit Buffetbetreiber/innen durchgeführt. An der Fokusgruppe in der AGES in Wien nahmen acht Buffetbetreiber/innen aus den Bundesländern Wien, Niederösterreich und dem Burgenland, an der Fokusgruppe in der AGES in der Steiermark nahmen fünf steirische Buffetbetreiber/innen teil (davon waren insgesamt sechs Teilnehmer/innen männlich und sieben weiblich). Alle Buffetbetreiber/innen hatten ein im Rahmen der Initiative „ausgezeichnetes“ Schulbuffet erreicht (davon wurden neun Buffetbetreiber/innen schon beim Erstbesuch ausgezeichnet). Die Buffetbetreiber/innen betreuten zwischen einem und 14 Standorte (zwei fliegende Händler, ansonsten klassische Schulbuffets) mit insgesamt zwischen 270 und 15.550 Schüler/innen (Summe der Schüler/innen aller Standorte, die der/die jeweilige Buffetbetreiber/in hatte). Die Buffetbetreiber/innen hatten Standorte an Schulen der Typen HS, AHS, BHS, BS und PTS.

Die Fokusgruppen fanden im Besprechungsraum der beiden AGES-Standorte in Wien bzw. in Graz statt und dauerten ca. eineinhalb Stunden. Die Teilnahme an den Fokusgruppen war freiwillig und unentgeltlich. Bei Bedarf wurden den Buffetbetreiber/innen die Fahrtkosten ersetzt.

### **3.2.2 Fokusgruppen mit Schüler/innen**

Die primäre Zielgruppe der Initiative „Unser Schulbuffet“ waren die Buffetbetreiber/innen. Da die Schüler/innen jedoch die eigentlichen Kund/innen von den Schulbuffetbetreiber/innen sind, galt es im Rahmen der Evaluierung auch ihre Perspektive und Meinung hinsichtlich der Pausenverpflegung zu erheben.

Theoretical sampling: Schüler/innen (im Alter zwischen elf und 16 Jahren) aus Schulen zweier Bundesländer, wobei das Schulbuffet Teil der Initiative war.

Im Februar 2013 wurde je eine Fokusgruppe mit Schüler/innen in Wien und eine Fokusgruppe in der Steiermark durchgeführt. Die beiden Fokusgruppen mit den Schüler/innen fanden an Gymnasien in den zwei unterschiedlichen Bundesländern statt. Die Schulbuffets waren beide im Rahmen der Initiative „Unser Schulbuffet“ ausgezeichnet worden. Es nahmen jeweils acht Schüler/innen (Klassensprecher/innen bzw. Stellvertreter/innen) im Alter zwischen elf und 16 Jahren (aus der ersten bis siebten Klasse) an der Fokusgruppe teil (davon waren sechs Schüler/innen männlich und zehn weiblich). Neun Schüler/innen waren aus der Unterstufe, sieben aus der Oberstufe.

Die Fokusgruppen wurden eine Woche nach den Semesterferien (Schuljahr 2012/2013) vor Ort in den Schulen durchgeführt und dauerten jeweils zwei Schulstunden (ca. eineinhalb Stunden).

Genauso wie die Fokusgruppen der Buffetbetreiber/innen wurden auch die Fokusgruppen mit den Schüler/innen von der Diskussionsleitung mittels thematischen Interviewleitfadens geführt. Zusätz-

lich wurde einleitend ein kurzer Videoclip<sup>1</sup> (Clip 4: „Überrasche deine Kunden“) und eine Präsentation über die Initiative „Unser Schulbuffet“ gezeigt. Dieser Präsentationsinput, Videoclip und Präsentation (Präsentation siehe Anhang 9.3.1 Informationsinput (Präsentation: Initiative „Unser Schulbuffet“)), diente den Schüler/innen als Basis für die weitere Diskussion und stellte sicher, dass die Schüler/innen denselben Informationsstand zur Initiative aufwiesen und miteinander diskutieren konnten [3].

Weiters wurde im Rahmen der Fokusgruppen eine Bildanalyse zu ausgewählten Fotos aus dem Fotowettbewerb für Schüler/innen<sup>2</sup> durchgeführt. Die Bilder zeigten unterschiedliche Darstellungsweisen von Mahlzeiten (Jausensnacks) (Bilder siehe Anhang 9.3.2 Diskussionsleitfaden). Über die Bildanalysen wurde versucht, mit den Schüler/innen über ihren Zugang zum Thema „Ernährung“ allgemein, sowie zu Motiven für eine gesundheitsförderliche Ernährungsweise, ins Gespräch zu kommen.

### 3.3 Stammtische

Für interessierte Buffetbetreiber/innen wurden im Oktober 2012 und März 2013 15 Stammtische organisiert, bei welchen jeweils ein/eine mobile/r Berater/in anwesend war, um somit eine Plattform für einen gegenseitigen Erfahrungsaustausch zu schaffen. Für die mobilen Berater/innen bot dies zugleich die Gelegenheit, die Situation und Bedürfnisse der Buffetbetreiber/innen besser zu verstehen und die Vernetzung zu fördern. Die Stammtische waren semi-strukturierte Diskussionsrunden, in denen neben allgemeinen Anliegen unter anderem folgende Themenschwerpunkte abgehandelt wurden:

- Umsetzung der Initiative (sowie der Leitlinie „Schulbuffet“)
- Marketing (Marketingmaßnahmen) und Begleitmaßnahmen
- Beziehung zu anderen Akteuren im Setting Schule (zu Schüler/innen, Pädagog/innen, Eltern, Schulleitung)

Die Themen wurden vom mobilen Team sanft gesteuert. Die Gespräche bei den Stammtischen wurden zudem von den anwesenden Berater/innen protokolliert und im Rahmen der qualitativen Evaluation ergänzend analysiert.

---

<sup>1</sup> <http://unerschulbuffet.at/service/video-clips>

<sup>2</sup> Für weitere Informationen zum Fotowettbewerb siehe <http://unerschulbuffet.at/service/wettbewerb>

Bei den Stammtischen waren durchschnittlich sieben Buffetbetreiber/innen und ein bis zwei mobile Berater/innen anwesend. Es gingen 15 Stammtisch-Protokolle in die Analyse ein.

### 3.4 Berichte aus dem Feld

Um Informationen direkt aus dem Feld (Setting Schule) zu gewinnen und für die Evaluierung nutzbar zu machen, wurden die Beobachtungen von den mobilen Berater/innen vor Ort (am Schulbuffet oder allgemein im Setting Schule) systematisch dokumentiert.

Unter dem Begriff „Berichte aus dem Feld“ werden folgende Evaluierungsinstrumente zusammengefasst:

- Beobachtungsbögen
- Tätigkeitsberichte aus dem Feld
- Jour Fixe Protokolle

Zur Informationsgewinnung vor Ort (Setting Schule) wurden strukturierte, teilnehmende Beobachtungen am Schulbuffet anhand von Beobachtungsbögen durchgeführt. Die Beobachtungsbögen waren strukturierte Dokumentations-Leitfäden, in denen die mobilen Berater/innen eigene Beobachtungen, Auffälligkeiten im speziellen Setting als auch Aussagen von den Buffetbetreiber/innen dokumentierten. Die Beobachtung war im Rahmen des Aufenthaltes in der Schule bzw. im Anschluss an das Gespräch mit dem/der Buffetbetreiber/in zu führen. In den Schulen wurden 246 Beobachtungsbögen ausgefüllt (pro Schule ein Bogen), wobei davon 23 Beobachtungsbögen im Rahmen der Pretest-Phase erhoben wurden. In der Entwicklungsphase des Beobachtungsbogens wurden zu Beginn ein paar Schulen nicht erfasst.

Zusätzlich erstellten die mobilen Berater/innen im 14-Tage-Rhythmus regelmäßig Tätigkeitsberichte, um wiederkehrende Eindrücke festzuhalten oder anlassbezogen auf verschiedene Schwerpunktthemen eingehen zu können. Insgesamt wurden 112 Tätigkeitsberichte verfasst, die teilweise auch auf der Projekthomepage<sup>3</sup> veröffentlicht wurden.

In gemeinsamen regelmäßigen Jour Fixes (im Rahmen von Telefonkonferenzen) wurden die Erfahrungen der mobilen Berater/innen aus dem Feld schließlich ausgetauscht und in 46 Jour Fixe Protokollen dokumentiert.

---

<sup>3</sup> <http://unerschulbuffet.at/category/notizen-vom-team>

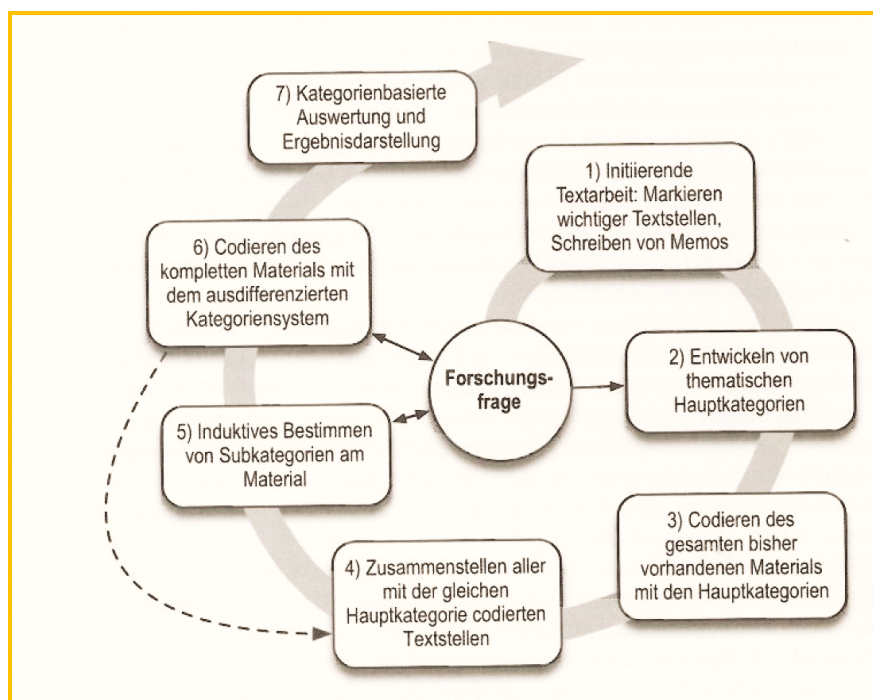


Wesentliche Inhalte der Tätigkeitsberichte und der Jour Fixe Protokolle sind ergänzend in die qualitative Analyse eingeflossen.

### 3.5 Inhaltlich strukturierende qualitative Inhaltsanalyse

Das aus der qualitativen Datensammlung gesammelte Material (Protokolle und Transkriptionen der Fokusgruppen, Stammtische und Berichte aus dem Feld) wurde mittels inhaltlich strukturierender qualitativer Inhaltsanalyse ausgewertet.

Die Hauptkategorien, abgeleitet aus den Diskussionsfragen, wurden als Ausgangspunkt herangezogen, um das Material grob in Suchraster einzuordnen; d.h. das Material wurde auf den entsprechenden Inhalt durchsucht und grob kategorisiert. Diese Kategorien wurden im weiteren Schritt am Material weiterentwickelt, ausdifferenziert und die Bildung von Subkategorien vorgenommen. Unerwartetes Datenmaterial wurde zur Bildung neuer Kategorien herangezogen. Folgende Grafik veranschaulicht die Phasen der inhaltlich strukturierenden Analyse im Detail [2] S. 78ff:



(Quelle: Kuckartz 2012:78)

Abbildung 2: Phasen der inhaltlich strukturierenden Inhaltsanalyse

Die Datengrundlage wurde inhaltlich strukturierend und auf die Fragestellungen fokussiert, computerunterstützt mit MaxQDA 11 [4] (einem Softwaretool zur computergestützten qualitativen Daten- und Textanalyse) analysiert und zusammengefasst.

Mit der systematischen Inhaltsanalyse wurde versucht, die qualitativ erfassten geäußerten Meinungen zu verstehen und deren Folgen für die Weiterentwicklung der Initiative „Unser Schulbuffet“ zu reflektieren. Die zentralen Themen wurden identifiziert und die verschiedenen Meinungen zum Thema beschrieben und erklärt.

## **4 Ergebnisse**

Im Folgenden werden die Ergebnisse der qualitativen Evaluierung im Detail dargestellt.

Bezugnehmend auf die primäre Zielgruppe der Buffetbetreiber/innen werden die Ergebnisse aus den Fokusgruppen-Transkriptionen, den Stammtischprotokollen und den Berichten aus dem Feld detailliert ausgeführt. Die Ergebnisse der Fokusgruppen der Schüler/innen werden separat dargestellt (siehe Kapitel 4.4 Fokusgruppen mit Schüler/innen).

Im Kapitel 5 Resümee werden die Ergebnisse bezugnehmend auf die Forschungsfragen zusammengefasst dargestellt.

### **4.1 Fokusgruppen mit Buffetbetreiber/innen**

#### **4.1.1 Auffälligkeiten und Feedback**

In beiden Fokusgruppen (in Wien und in Graz) herrschte eine entspannte und lockere Gesprächssituation. Die Buffetbetreiber/innen kannten sich zum Teil untereinander und haben sich aktiv in die Diskussion eingebracht.

In beiden Fokusgruppen stand die Initiative „Unser Schulbuffet“, die Akzeptanz und die Umsetzung der Leitlinie „Schulbuffet“ im Mittelpunkt der Diskussion, wobei die Buffetbetreiber/innen Hindernisse und Probleme aufzeigten. In der Fokusgruppe in Wien wurden vor allem auch Lösungsstrategien diskutiert. Was die Verantwortung für gesundheitsförderliche Ernährungsweise betrifft, wurde hier auch den Eltern eine zentrale Rolle zugeschrieben.

In der Fokusgruppe in Wien waren drei Peers<sup>4</sup> anwesend, in der Steiermark zwei. Das Interesse am Service der Peers wurde von den Peers selbst eher als gering bis mittel eingeschätzt. Den Buffetbetreiber/innen in Wien war der Service der Peers, anders als in der Steiermark, vor der Fokusgruppe nicht bekannt. Bis auf zwei Buffetbetreiber/innen gaben alle im Rahmen der Fokusgruppe an, schon einmal an einem der Stammtische teilgenommen zu haben und (weiterhin) teilnehmen zu wollen. Von den beiden Buffetbetreiber/innen, die noch nicht teilnahmen, wollte nur eine/r zukünftig an den Stammtischen teilnehmen. Alle anwesenden Buffetbetreiber/innen möchten weiterhin an der Verbesserung des Schulbuffets mitwirken.

Zu erwähnen ist, dass in der Steiermark zeitgleich die Aktion „Schulbuffet ok“ von „Styria Vitalis“<sup>5</sup> durchgeführt wurde und den Schulbuffetbetreiber/innen zum Teil unklar war, inwiefern diese Initiative mit der Initiative „Unser Schulbuffet“ in Zusammenhang steht. Zudem war in den (regionalen) Medien von Verboten (z.B. für Fast-Food) an Schulen die Rede. Verbote sind zwar nicht Ziel der Initiative „Unser Schulbuffet“, aber die mediale Präsenz des Themas führte bei den Buffetbetreiber/innen zu Unsicherheiten und Skepsis gegenüber der Initiative.

#### **4.1.2 Beurteilung der Initiative und der Begleitmaßnahmen**

Als Grund für die Teilnahme an der Initiative wurden von den Buffetbetreiber/innen vorwiegend die eigene Überzeugung und praktische Überlegungen angegeben. Die Tatsache, dass man während der Initiative von Ernährungsexpert/innen (mobile Berater/innen) begleitet wird und im Bereich der gesundheitsförderlichen Ernährung Neues dazulernt, stellte für die Buffetbetreiber/innen einen wesentlichen Grund für die Teilnahme dar.

Die Buffetbetreiber/innen schilderten, dass es häufig zu Diskrepanzen

---

<sup>4</sup> Peer-Buffetbetreiber/innen betreuten mindestens ein bereits ausgezeichnetes Schulbuffet und standen im Rahmen der Initiative anderen Buffetbetreiber/innen bei Fragen zur Verfügung. Interessierte Buffetbetreiber/innen hatten die Möglichkeit, die bereits ausgezeichneten Standorte der Peers zu besuchen, um sich ein Bild davon zu machen, wie die Leitlinie „Schulbuffet“ umgesetzt werden kann.

<sup>5</sup> Gemeinnütziger Verein mit Schwerpunkt Gesundheitsförderung und Prävention in der Steiermark.

kommt, zwischen dem, was die Pädagog/innen wollen, was die Schüler/innen wollen und den Interessen der Schulbuffetbetreiber/innen. Dem/der Buffetbetreiber/in wird häufig jegliche Verantwortung für das Thema Ernährung zugetragen, wodurch sich der Druck auf ihn/sie erhöht. Die Buffetbetreiber/innen würden sich wünschen, dass alle beteiligten Personen an einem Strang ziehen und gemeinsam die Verantwortung für eine gesundheitsförderliche Ernährung der Schüler/innen tragen, wobei die Initiative die Buffetbetreiber/innen dabei unterstützte, unterschiedliche Interessen der beteiligten Personen zu verbinden.

Die Orientierung an der Leitlinie „Schulbuffet“, an den Richtlinien pro Warengruppe, erleichterte den Buffetbetreiber/innen wesentlich die Umsetzung des gesundheitsförderlichen Schulbuffets: *„Das Schöne an der Leitlinie finde ich ist, dass es jetzt wirklich nicht um Verbote geht, sondern um ein vielfältiges, ausgewogenes Angebot. Darin sehe ich schon die Verpflichtung für jeden Schulbuffetbetreiber“* (F2, 56). Zudem ermöglichte Ihnen die Zertifizierung im Rahmen der Initiative gegenüber kritischen Stimmen eine Argumentationsgrundlage zu haben und somit ihre Buffetumstellung nachweisen und rechtfertigen zu können. Die Initiative hat den Buffetbetreiber/innen somit viel Druck genommen, da ihnen die Zertifizierung Unterstützung und ein Regelwerk bot, das anerkannt und akzeptiert wurde. Die Buffetbetreiber/innen betonten, dass der offizielle Charakter und die Zertifizierung vom Gesundheitsministerium sehr wichtig waren, da die Leitlinie aufgrund dessen von anderen schulinternen Akteuren akzeptiert wurde.

Nach Ansicht der Buffetbetreiber/innen ist es nicht sinnvoll, den Schüler/innen die Ernährung vorzugeben und zu kontrollieren, da sie sich ihre Jause schließlich auch außerhalb des Schulbuffets kaufen können, wenn ihnen die Auswahl am Buffet nicht zusagt. Es kann ihnen jedoch die Möglichkeit der gesundheitsförderlichen Wahl am Schulbuffet gegeben werden. Alle Lebensmittel, welche als weniger gesundheitsförderlich eingestuft werden, zu verbieten, wäre nach Ansicht der Buffetbetreiber/innen keine Lösung. Es käme vor allem auf die Menge und nicht primär auf das Lebensmittel an; „Verbote“ sollten demnach weitgehend vermieden werden. Es war *„höchste Zeit, dass man das irgendwie auf organisierte Beine stellt und einen zeitgemäßen Ansatz findet, wie man Schulbuffetbetreiber unterstützt“* (F2, 35). Gerade auch, weil die Vereinbarkeit der Themen Gesundheit, gesundheitsförderliche Ernährung und Wirtschaftlichkeit für Schulbuffetbetreiber/innen zunehmend schwieriger geworden ist. Die Buffetbetreiber/innen

***Offizieller Charakter  
der Zertifizierung  
fördert die Akzeptanz.***

***Verbote sind nicht der  
richtige Weg – es geht  
um eine gesunde  
(Aus-)Wahl und die  
Schaffung eines Be-  
wusstseins für gesun-  
de Ernährung.***

können dank der Initiative Erfolge aufweisen und würden die Initiative jedenfalls anderen Schulbuffetbetreiber/innen weiterempfehlen. Die Buffetbetreiber/innen sehen das Konzept der Initiative als sinnvoll und als wichtigen Schritt an.

**Umsetzbarkeit (Leitlinie).** Die Leitlinie „Schulbuffet“ war für die Buffetbetreiber/innen sehr hilfreich, um abschätzen zu können, wie groß der Anteil der jeweiligen Warengruppen am Buffet sein sollte. Die Buffetbetreiber/innen meldeten zurück, dass die Optimierung des Buffets mit Hilfe der Leitlinie ohne großen weiteren Erklärungsaufwand leicht und praktisch umsetzbar war. Es wurde positiv angemerkt, dass die Vorgaben nach Warengruppen getrennt prägnant dargestellt sind und somit leicht nachschlagbar waren. Die Buffetbetreiber/innen verstanden, dass es nicht um Verbote oder Gebote geht, sondern darum, in welchem Maße (Größe und Menge) Lebensmittel angeboten werden: *„Es wird nicht alles verboten, aber es ist ein schöner Mix aus allem. Man darf nicht alles verkaufen, aber [...] auch Süßes darf verkauft werden, weil sonst würde der Buffetbetreiber ja auch zugrunde gehen“* (F1, 210).

Als wesentliche Veränderung im Rahmen der Initiative wurde von den Buffetbetreiber/innen die Positionierung des Angebots genannt. Produkte, die am besten verkauft wurden, wurden in der ersten Reihe platziert. Eine Buffetbetreiberin schilderte, dass sie nach wie vor dieselben Waren im Angebot hätte, nur sind weniger gesundheitsförderliche Produkte nun im Hintergrund platziert und die gesundheitsförderlichen im Vordergrund, *„wir verkaufen von der Menge her mehr als vorher, muss ich sagen und etwas bewusster“* (F2, 10). Als schwierigste Warengruppen bei der Umsetzung der Leitlinie „Schulbuffet“ wurden die Süßigkeiten und Mehlspeisen genannt. Die Packungsgrößen bei den Süßigkeiten mussten kleiner werden, um der Leitlinie zu entsprechen. Die Gewichtsbeschränkung von max. 30 g sei nach Ansicht der Buffetbetreiber/innen schwierig umsetzbar, da gerade Schokoladenriegel meist mehr Gewicht hätten (als Beispiel wurde ein Schokoladengebreide-Riegel mit 37 g genannt). Gerade Oberstufen- und Berufsschüler/innen würden nach größeren Süßigkeiten nachfragen. Wenn in der Werbung XL-Schokoladenriegel beworben werden, würden Schüler/innen diese auch am Buffet verlangen. Hier müsste sich nach Meinung der Buffetbetreiber/innen auch die Industrie anpassen. Nach Ansicht der Buffetbetreiber/innen erfolgt bei der Leitlinie hinsichtlich dieser Warengruppe zu wenig Differenzierung. So wurde beispielsweise erwähnt, dass laut Leitlinie Reis-

**Die Leitlinie ist aufgrund der Darstellung nach Warengruppen leicht und praktisch umsetzbar.**

**Nicht nur das Warenangebot, sondern auch die Positionierung der Produkte ist wesentlich.**

**Die Umsetzung der Leitlinie erwies sich vor allem in den Warengruppen „Süßigkeiten“ und „Mehlspeisen“ schwierig.**

waffeln mit Schokoladenüberzug auf die gleiche Stufe gestellt würden, wie etwa Schokolade-Karamell-Riegel. Eine Buffetbetreiberin machte den Vorschlag, Süßigkeiten altersgestaffelt oder nach Maximalkalorien, statt nach Größe/Gewicht zu beurteilen.

Am Schulbuffet sind Abwechslung und Kreativität gefragt. Die Buffetbetreiber/innen führten alternative Süßigkeiten bzw. Mehlspeisen ein und „dann hat man plötzlich gesehen, dass so ein Kuchen [bei den Schüler/innen] beliebter ist als Donuts zum Beispiel. Eine ganz positive Erfahrung“ (F2, 19). Die Buffetbetreiber/innen arbeiteten ebenso mit psychologischen Marketing-Strategien: bei den gefüllten Weckerl wurde mit der Weckerl-Form variiert, der Aufwand und die Kosten blieben somit gleich und bei den Schüler/innen kam die visuelle Abwechslung sehr gut an.

**Begleitmaßnahmen.** Die Begleitmaßnahmen wurden von den an der Fokusgruppe teilnehmenden Buffetbetreiber/innen gesetzt und wären ihrer Beobachtung nach zum Teil von den Schüler/innen wahrgenommen worden. Vor allem die Sticker sind nach Angabe der Buffetbetreiber/innen sehr gut bei den Schüler/innen angekommen. Bei den Plakaten wurde zum Teil kritisiert, dass sie nichtssagend seien und den Schüler/innen nichts vermitteln würden. Als positives Beispiel wurden die Poster von der AMA (Agrarmarkt Austria) genannt, die z.B. unterschiedliche Gemüsesorten in vielfältigen Farben darstellen; auch das Plakat mit der Ernährungspyramide wurde von den Buffetbetreiber/innen gerne verwendet. Für ein vielfältiges Angebot am Schulbuffet waren auch die Rezepte teilweise sehr hilfreich. Die neuen Jausenkreationen wären nach Angabe der Buffetbetreiber/innen bei den Schüler/innen sehr gut angekommen.

Mehrere Buffetbetreiber/innen äußerten den Wunsch nach Jausensackerl („Dreiecks“-Sackerl in Form von Kebab-Sackerl) und Servietten (mit dem Logo „Unser Schulbuffet“ und dem Namen des/der Buffetbetreibers/in bzw. der Schule). Die Buffetbetreiber/innen wären durchaus auch bereit, dafür zu bezahlen. Zudem wünschten sich die Buffetbetreiber/innen Wegweiser mit dem Logo „Unser Schulbuffet“ vom Eingang der Schule bis zu ihrem Schulbuffet, um das Schulbuffet bekannt und leichter für die Schüler/innen auffindbar zu machen. Auch ein Hinweis auf das Buffet am Eingang der Schule wäre eine gute Möglichkeit, um für das Schulbuffet zu werben; schließlich ist ein zertifiziertes Schulbuffet durchaus ein Qualitätsmerkmal für die Schule, so die Buffetbetreiber/innen und dient ebenso Werbezwecken („Tag der

**Begleitmaßnahme  
Plakat: nicht nur Marketing-Zweck, sondern soll auch pädagogischen Wert erfüllen.**

**Zertifiziertes Schulbuffet als Qualitätsmerkmal für die Schule.**

offenen Tür“, Homepage etc.).

Die Buffetbetreiber/innen wünschen sich zudem eine Plattform, in der sie sich untereinander bundesweit austauschen können (z.B. über Marketingstrategien); etwa in Form eines eigenen Zugangs auf der Homepage. Ein Buffetbetreiber brachte die Idee ein, Layouts für Plakate als Vorlage online bereitzustellen, in denen nur mehr das Foto vom eigenen Weckerl und der Preis eingefügt werden müsse.

***Wunsch nach eigener Internetplattform.***

Grundsätzlich haben die Begleitmaßnahmen dazu beigetragen, dass die Schulbuffets ein Logo bzw. Image bekommen haben, was von den Buffetbetreiber/innen positiv bewertet wurde. Ein Buffetbetreiber berichtete, dass er Videoclips der Initiative auf Facebook stellt, um sie unter den Schüler/innen bekannt und Werbung für sein Jausenangebot zu machen.

***Durch die Initiative hat das Schulbuffet ein positives Image bekommen.***

### **4.1.3 Förderliche Faktoren**

***Mobile Berater/innen.*** Die Buffetbetreiber/innen beurteilten die Initiative sehr positiv, da sich die Initiative an sie als Buffetbetreiber/innen richtete, ihnen keine Verbote auferlegt wurden und sie von freundlichen, sympathischen und kompetenten Ernährungsexpert/innen begleitet wurden. Die Betreiber/innen fanden es sinnvoll und gut, dass das Schulbuffet nicht nur bewertet, sondern gemeinsam mit den mobilen Berater/innen Verbesserungsmaßnahmen erarbeitet wurden. Auch die positive Medienpräsenz habe essentiell zum Erfolg beigetragen, so die Buffetbetreiber/innen.

***Erfolgsparameter sind:***  
***- Mobile Beratung,***  
***- Initiative für Buffetbetreiber/innen,***  
***- keine Verbote.***

Die Buffetbetreiber/innen fanden es wichtig, im Rahmen der Initiative eine Ansprechperson zu haben, mit der sie sich über Probleme und Fortschritte austauschen konnten. Buffetbetreiber/innen sind eigener Aussage nach zum Teil betriebsblind und daher waren sie dankbar, sich mit einer außenstehenden Person beraten zu können. Die Informationen und Ratschläge und das Gesamtaufreten der mobilen Berater/innen wurden als sehr gut beurteilt. Die Buffetbetreiber/innen profitierten stark von den mobilen Berater/innen, da sie die Brücke zu anderen Buffetbetreiber/innen schlagen und Erfahrungen, Probleme und Lösungsansätze von Berufskolleg/innen in anderen Bundesländern schildern konnten. Die mobilen Berater/innen sind „wertfrei, weil keiner was davon hat oder braucht“ (F1, 488).

***Externe, kompetente Ansprechperson ist sehr wichtig.***

Initiativen zur Verbesserung des Schulbuffets können bewirken, dass Getränkehersteller ihre Getränke zuckerreduziert herstellen, um im Sinne der

***Kooperation mit Lebensmittelherstellern***



Leitlinie ein ideales Getränk zu sein, oder Bäcker/innen ihr Gebäck hinsichtlich Fett reduzieren, wie die Buffetbetreiber/innen positiv hervorheben. Jedenfalls wäre die gesundheitsförderliche Optimierung des Schulbuffets ohne die Unterstützung der mobilen Berater/innen nicht in dieser Art umsetzbar gewesen, so die Buffetbetreiber/innen.

***hinsichtlich Zucker- und Fettreduktion ist sinnvoll.***

Die Sommerakademie<sup>6</sup> der Initiative „Unser Schulbuffet“, welche von 21.-22. August 2013 im Museum Arbeitswelt in Steyr stattgefunden hat, wurde von den Buffetbetreiber/innen sehr gut angenommen. Während der erste Tag ausschließlich dem Austausch unter Buffetbetreiber/innen gewidmet war, stand der zweite Tag allen Interessensgruppen offen. Die Betreiber/innen schätzten vor allem, dass diese Veranstaltung ihnen die Möglichkeit bot, sich bundesweit auszutauschen und zu vernetzen. Sie würden sich wünschen, dass solche Veranstaltungen zumindest alle zwei Jahre stattfinden.

***Möglichkeit zum bundesweiten Austausch soll bestehen bleiben.***

#### **4.1.4 Hinderliche Faktoren**

***Konkurrierende Angebote.*** Die Lage der Schule bzw. des Schulbuffets, bezüglich der Nähe zu Konkurrenzbetrieben, spielt nach Aussage der Buffetbetreiber/innen bei der wirtschaftlich rentablen Umsetzung der Leitlinie „Schulbuffet“ eine nicht unwesentliche Rolle. Ein Buffetbetreiber erzählte, nachdem er seine Eissorten von zwölf auf zwei bzw. drei reduziert hatte, holten sich die Schüler/innen ihr Eis außerhalb der Schule, „*die sagen nicht, weil du keines hast. Die holen sich es einfach. Die brauchen mich nicht dazu. Das sind große Umsatzeinbußen für mich*“ (F1, 79). Da Schulbuffets häufig nur wenig Platz zur Verfügung haben, ist es für sie schwieriger, eine große Auswahl oder warme Speisen anzubieten. Gerade an Berufsschulen ist die Leitlinie nach Ansicht der Buffetbetreiber/innen schwierig umsetzbar, da Erwachsene andere Bedürfnisse haben (Größe der Schokoladenriegel, Alkohol, etc.).

***Lage des Schulbuffets spielt für erfolgreiche Umsetzung der Leitlinie eine wesentliche Rolle.***

***Schulbuffets haben ein begrenztes Raumangebot, das berücksichtigt werden muss.***

***Getränkeautomaten.*** Kritik äußerten die Buffetbetreiber/innen an den von Dritten betriebenen Getränkeautomaten an den Schulen. Diese würden nicht der Leitlinie „Schulbuffet“ unterliegen und wären daher mit extrem

***Getränkeautomaten sollten ebenso der Leitlinie „Schulbuffet“***

---

<sup>6</sup> Für weitere Informationen zur Sommerakademie siehe: <http://unerschulbuffet.at/category/tagung>



zuckerhaltigen Softdrinks und Milchprodukten gefüllt. Solche Automaten sollten nach Meinung der Buffetbetreiber/innen nicht von Dritten betrieben werden bzw. im Sinne der Leitlinie „Schulbuffet“ bestückt und ebenfalls geprüft werden. Mit den Automaten würde sich die Schule zum Teil ein „Körpergeld“ verdienen („Elternvereinsautomaten“). Die Buffetbetreiber/innen selbst hatten stark zuckerhaltige Getränke durch weniger zuckerhaltige Produkte ersetzt (etwa koffeinfreies, zuckerreduziertes Cola, das wie aufgespritztes Cola schmecke) und berichteten über unterschiedlichen Rückmeldungen zu „less sugar Produkten“; ein Teil der Kund/Innen habe sich beschwert, ein anderer Teil habe diese gut angenommen.

**Kooperation Schule, Lehrpersonal, Eltern.** Die Buffetbetreiber/innen sind sich einig, dass die Fremdbestimmung über das eigene Schulbuffet aufhören muss (bezüglich Preisbestimmung, Angebotsbestimmung, etc.) und es der Einbeziehung aller Beteiligten bedarf. Es wurde aber auch wiederholt geäußert, dass sich der Umgang mit dem Lehrpersonal als schwierig erwies. Die Buffetbetreiber/innen berichteten von teilweise extremen Einstellungen in Bezug auf die Ernährung und die Umsetzung der Leitlinie. Einerseits gäbe es Pädagog/innen, denen die Leitlinie „Schulbuffet“ zu liberal ist und welche jegliche Süßigkeiten/Mehlspeisen aus dem Schulbuffet verbannen würden. Auf der anderen Seite gäbe es Lehrer/innen, die sich demonstrativ vor den Schüler/innen eine Leberkäsesemmel, Süßigkeiten und Softdrinks kaufen und sich beschwerten, wenn das Schulbuffet zu „gesund“ ist: „Das ist für mich so die unflexibelste Gruppe [die Lehrer/innen]. Also wie die in vielen Schulen am Anfang gehört haben, wir machen jetzt da mit, da sind die Lehrer gekommen und haben gesagt: Jetzt nehmt mir aber nicht meine Leberkäsesemmel weg“ (F2, 51). Besonders widersprüchlich ist, wenn in der Schule das Thema „gesunde Ernährung“ im Unterricht behandelt wird, das Lehrpersonal selbst aber keine Vorbildwirkung hinsichtlich gesundheitsförderlicher Ernährung einnimmt. Schüler/innen würden laut Buffetbetreiber/innen oft mehr Verständnis für Preissteigerungen hochwertiger Produkte (Fair-trade, Bio etc.) aufbringen als manche Lehrer/innen.

Die Buffetbetreiber/innen würden sich wünschen, dass sich auch die Eltern mit dem Thema Ernährung auseinandersetzen, um den Stellenwert und Preis gesundheitsförderlicher Ernährungsangebote zu verstehen und diesbezüglich ein Umdenken zu ermöglichen.

**unterliegen.**

**Stakeholder (Schulpersonal, Schüler/innen, Eltern) haben unterschiedliche Erwartungen an das Schulbuffet.**

**Mangelnde Vorbildwirkung mancher Pädagog/innen.**

#### 4.1.5 Bedürfnisorientierung und Einstellung zu gesundheitsförderlichen Ernährungsangeboten

**Kund/innenzufriedenheit.** Die Umstellung des Schulbuffets wurde von den Schüler/innen zum Teil wahrgenommen; positive Rückmeldung bekamen die Buffetbetreiber/innen direkt, oder sie merkten es über steigende Verkaufszahlen. Negative Meinungen würden gegenüber dem Buffetbetreiber nicht geäußert, wie ein Betreiber aus Wien bedauerte, sondern mit Schulkolleg/innen ausgetauscht. Die steirischen Buffetbetreiber/innen gaben zum Teil an, die Initiative in der Schule vorgestellt zu haben, somit war diese für die Schüler/innen greifbar und aktuell. Grundsätzlich war bei den steirischen Buffetbetreiber/innen eine starke Kund/innenorientierung spürbar. Die Schüler/innen seien die eigentlichen Kund/innen, so die Betreiber/innen, daher wird man den Wünschen gerecht, weil „man merkt, dass der Schüler dann doch der Wichtigste ist bei der ganzen Sache. Denn, ist der Schüler zufrieden, sagt er das zuhause, die Eltern sind glücklich, weil das Kind gerne in die Schule geht und ausgeglichen nach Hause kommt, weil es sich wohlfühlt und da gehört die Ernährung dazu bei einem Schulalltag von sechs, acht, neun Stunden. So sind die Eltern glücklich. Die wissen, das Geld ist gut investiert. Die Lehrer sind glücklich, weil die Schüler nicht rausgehen und zu spät kommen. Und der Direktor ist auch froh, weil rundherum eigentlich alles passt. Also da sieht man, wie wichtig das Schulbuffet ist. Viel wichtiger, als sich viele überhaupt bewusst waren, wie diese Initiative gestartet worden ist. Das ist ein Kreislauf. Ganz sicher“ (F2, 67).

**Kundenorientierung:**  
„Sind die Schüler/innen glücklich, sind alle glücklich.“

**Verantwortung für gesundheitsförderliche Ernährung.** Die Buffetbetreiber/innen sind sich ihrer Verantwortung bewusst, sehen sich aber nicht allein zuständig für gesundheitsförderliche Ernährung an Schulen. Ein Buffetbetreibender war der Meinung, die Schule trage die Hauptverantwortung für die Ernährung der Schüler/innen, andere Buffetbetreiber/innen sehen diese wiederum hauptsächlich bei den Eltern. Eltern, die berufstätig sind, hätten aber oft nicht die Möglichkeit für eine gesundheitsförderliche Ernährung Sorge zu tragen, ihnen fehle oftmals die Zeit zum Kochen. Ein Buffetbetreiber meinte sogar, dass Kinder im Kindergarten und in der Schule besser gepflegt werden würden als zu Hause. Im Kindergarten gibt es zum Teil Frühstück und Jause, weswegen den Buffetbetreiber/innen eine große Verantwortung für die gesundheitsförderliche Ernährung der Kinder zukommt und diese wird immer mehr, wie eine Buffetbetreiberin betonte. Die Buffetbe-

**Buffetbetreiber/innen übernehmen (Mit-) Verantwortung für eine gesundheitsförderliche Ernährung der Kinder und Jugendlichen.**

treiber/innen sind aber auch der Ansicht, dass Eltern die Verantwortung für die Ernährung ihrer Kinder schon weit früher tragen und das Ernährungsverhalten somit maßgeblich prägen. Wenn bereits ein/e Erstklässler/in offensichtlich fehlernährt und übergewichtig ist, dann „*werd' ich ihn nicht auf ein Gemüsebrot umstellen können*“ (F1, 42). Die Ernährungsgrundlage sollte also im Elternhaus gelegt werden. Zudem sollte schon in der Volksschule mit Ernährungsunterricht begonnen werden. In Wien wurde berichtet, dass Schüler/innen Obst- und Gemüsesorten oft gar nicht kennen (Schnittlauch wurde für „Gras“ gehalten) und daher bestimmte Jausen nicht kaufen würden. Die Schule sollte verstärkt Bildungs- und Aufklärungsfunktion übernehmen, damit Schüler/innen Verwendungsmöglichkeiten kennen lernen und sich des Mehrwertes von Obst und Gemüse bewusst werden, d.h. insgesamt ein besseres Bewusstsein für Lebensmittel entwickeln. Die Buffetbetreiber/innen können eigener Aussage nach „*gutes Zubrot*“ leisten: „*Ich finde eine Verantwortung in dem Sinn, dass man es anbietet, dass die Kinder das kaufen können. Das finde ich, ist unsere Verantwortung*“ (F1, 65). Die Buffetbetreiber/innen können zwar eine gesundheitsförderliche Auswahl an Schuljausen anbieten, aber die Schule hätte die Verantwortung, die Schüler/innen auf das Buffet aufmerksam zu machen und die Eltern zu informieren. In den ersten Klassen würde es Monate brauchen, bis das Angebot auch angenommen wird. Man sollte Buffetbetreiber/innen zu Schulbeginn die Gelegenheit geben, ihr Buffet im Rahmen der ersten Elternabende vorzustellen. Die Buffetbetreiber/innen sind sich einig, dass eine Kooperation und ein Austausch zwischen Eltern, Schule (Schulleitung, Biologie-/Sportlehrer/innen) und Buffetbetreiber/innen wichtig wären.

***Mit Ernährungsbildung/-unterricht soll so früh wie möglich begonnen werden.***

***Ernährungsbildung und Sensibilisierung für das Thema Ernährung in der Schule.*** Die Buffetbetreiber/innen sind sich einig, dass die Schule insgesamt stärker die Rolle der Aufklärung und Bewusstseinsbildung übernehmen sollte. Im Rahmen von Ernährungsunterricht sollten Kinder und Jugendliche nach Ansicht der Buffetbetreiber/innen von Lehrer/innen oder Ernährungsexpert/innen aufgeklärt und ihnen der Umgang mit Lebensmitteln beigebracht werden. Schüler/innen sollten ein Bewusstsein dafür bekommen, was gesundheitsförderlich und was weniger gesundheitsförderlich ist, welche Konsequenzen es hat, sich dauerhaft weniger gesundheitsförderlich zu ernähren, welche gesundheitsförderlichen Alternativen es gibt, wie man sich ausgewogen ernähren kann, etc.

Die Vielfalt von Obst und Gemüse ist bei den Schüler/innen oft nicht be-

kannt, ebenso wenig wie die Vielfalt von gesundheitsförderlichen Getreidesorten. Sinnvoll wäre es nach Meinung der Buffetbetreiber/innen auch, gemeinsam mit den Schüler/innen eine Jause zu kreieren, um die Identifikation zu steigern: *„Also ich finde wichtig ist, dass der Direktor ehrlich dahintersteht, weil der ist wieder der Chef von den Lehrern. Wenn der das einmal so präsentiert und authentisch ist, dann müssen sie eh mehr oder weniger auch mit. Dann sollten Lehrer dabei sein, die Biologie unterrichten, Turnen unterrichten und auch ein bisschen Aufklärung betreiben im Unterricht: Was bewirkt die Ernährung. Weil viele Kinder wissen eben nicht, wenn sie jetzt fett-haltig, zuckerhaltig und weißmehllastig essen, was da jetzt eigentlich passiert. Und diese Aufklärung betrifft meines Erachtens Biologie. Der Turnlehrer müsste erwähnen auch Bewegung ist wichtig, weil Essen alleine ist es auch nicht immer. Das ist die Aufgabe der Lehrer“* (F2, 60). Die Zusammenarbeit und stärkere Miteinbeziehung aller schulinternen Beteiligten ist den Buffetbetreiber/innen besonders wichtig; die Gesundheit von Kindern und Jugendlichen sollte ein gesellschaftliches Anliegen sein.

**Akzeptanz und Nutzung des verbesserten Verpflegungsangebots.** Die Buffetbetreiber/innen sind der Meinung, dass es zukünftig an den Buffets um gesundheitsförderliche Ernährung gehen muss und dass der Trend dorthin schon begonnen hat. Den Betreiber/innen ist bewusst, dass es nicht von heute auf morgen geht, sich aber schon jetzt Fortschritte verzeichnen lassen (Verkauf von Vollkorngebäck, Obst, etc.). Diese kleinen Meilensteine und Erfolge sind nach Ansicht der Buffetbetreiber/innen sehr wichtig: *„und wenn in einer Schule vielleicht nur 20 Kinder oder 30 Kinder aufgrund der Initiative ein bisschen was geändert haben, dann ist es ein Erfolg. Aber ich brauch‘ nicht glauben, dass sich von diesen 100 Schülern 52 gesund ernähren, das wird es nicht sein. Aber es ist ein wichtiger Schritt würde ich einmal sagen“* (F2, 407). Die Frage, wie viele Schüler/innen das Schulbuffet regelmäßig besuchen, konnte der Großteil der Buffetbetreiber/innen nicht beantworten. In einer Schule hat es dazu eine konkrete Evaluierung gegeben, der zufolge 60 Prozent der Schüler/innen das Buffet besuchen. Ein anderer Buffetbetreibender ist skeptisch, dass so viele Schüler/innen wirklich täglich am Buffet einkaufen, das *„würde man sich wünschen“* (F2, 135). Er schätzt den Anteil der täglichen Besuche auf 35 bis 40 Prozent.

**Wirtschaftlichkeit.** Die Buffetbetreiber/innen berichteten von keinen wesentlichen Umsatzeinbußen aufgrund der Optimierung des Schulbuffets im Rahmen der Initiative. Manche würden sogar mehr verkaufen als früher.

*Trend zu gesundheitsförderlicher Ernährung merkbar.*

*Kaum Umsatzeinbußen, sondern Verschiebungen im Sortiment.*

Großteils hätten Verschiebungen innerhalb des Sortiments stattgefunden: Wurde bei den Süßigkeiten angeblich weniger eingenommen, nahm der Umsatz bei diversen Obstsorten<sup>7</sup>, Studentenfutter, selbstgemachten Mehlspeisen, Müsli, frisch gepressten Säften, Smoothies etc. zu.

Die Buffetbetreiber/innen stehen eigener Aussage nach aufgrund aktueller Preiserhöhungen unter Druck. Als problematisch für die Buffetbetreiber/innen erweisen sich vor allem die steigenden Lebensmittelpreise, da innerhalb der Schule kaum Verständnis dafür aufgebracht würde, wenn diese Steigerungen an die Kund/innen weitergegeben werden. Einige wenige Schüler/innen würden es zu schätzen wissen, dass die Jausen teilweise günstiger als im Supermarkt angeboten werden. Mit den Diskontern könne man als Buffetbetreiber/in aber nicht mithalten. Den meisten Schüler/innen wäre alles zu teuer, so die Betreiber/innen. Schüler/innen sind Ihrer Ansicht nach „draußen“ generell eher bereit, mehr Geld auszugeben und würden außerhalb der Schule den Preis weniger hinterfragen.

***Buffetbetreiber/innen stehen aufgrund der steigenden Lebensmittelpreise unter Druck.***

***Schüler/innen hinterfragen den Preis außerhalb der Schule weniger.***

Die Buffetbetreiber/innen müssen sich immer wieder für ihre Preise rechtfertigen. Hier bedarf es einer größeren Transparenz und eines besseren Verständnisses aller Beteiligten. Es führte zu Erstaunen, wenn Buffetbetreiber/innen vergleichbare Produkte im Supermarkt eingekauft hatten und diese Preise mit denen am Schulbuffet verglichen und damit veranschaulichten, dass das Schulbuffet nicht teurer ist als der Supermarkt. Vielen ist zudem nicht bewusst, dass Buffetbetreiber/innen nur maximal neun Monate Umsatz machen und nicht, wie oft vermutet, ein monatliches Einkommen besitzen.

Unter Schüler/innen und Eltern herrscht öfter der Irrglaube, das Schulbuffet sei finanziell gestützt, so die Buffetbetreiber/innen. Tatsächlich müssten Sitzungen mit dem Schulgemeinschaftsausschuss<sup>8</sup> abgewartet werden, um zu erfahren, ob Preiserhöhungen durchgeführt werden dürfe. Dass auch das

***Es herrscht der Irrglaube, das Schulbuffet sei finanziell gestützt.***

---

<sup>7</sup> Ein Ziel der Leitlinie: Mindestens drei Sorten Obst sind immer Teil des Angebots.

<sup>8</sup> Auszug aus dem Standardvertrag für die Verpachtung von Schulbuffets an Bundesschulen, Bundesministerium für Unterricht, Kunst und Kultur, Ausgabe März 2012, S. 9, Absatz 33: „Bei jeder Neuauflage der Verkaufspreise hat der Pächter das Einverständnis mit der Schulleiterin bzw. dem Schulleiter herzustellen.“

Schulbuffet wirtschaftlich agieren muss, würde oft nicht zugestanden werden: „Wir sind ja keine Puppenküchen“ (F1, 527) und „darum ist das ein Wahnsinn, wir sind ja trotzdem Kaufmänner. Wir haben ja eine Verantwortung. Wir müssen ja wirtschaftlich denken“ (F1, 293). Es sollte möglich sein, die Preise so zu gestalten, wie sie sich am Markt entwickeln: „Wir verdienen neun Monate, müssen aber zwölf davon leben, das rechnet keiner“ (F1, 528). Ein Buffetbetreiber konterte: „Was heißt neun Monate? Zwischen 177 und 183 Arbeitstage haben wir“ (F1, 529).

Den Buffetbetreiber/innen war unverständlich, warum den meisten Schüler/innen, Lehrer/innen und Eltern das Schulbuffet zu teuer ist und stellten die Frage in den Raum, ob Kinder und Jugendliche weniger wert wären, als Erwachsene. Ihrer Meinung nach herrsche hier eine falsche Wertigkeit und es wird an falscher Stelle gespart: „Für Medien und Co ist alles da, nur für die tägliche Ernährung nicht, die uns gesund oder krank macht? Also ich versteh das nicht“ (F2, 86), andererseits „leben wir ja nur von der Faulheit der Eltern, sonst gäbe es eh kein Schulbuffet“ (F1, 262).

**Stellenwert der Ernährung:**

**Gesundheit von Kindern und Jugendlichen sollte ein gesellschaftliches Anliegen sein.**

#### **4.1.6 Vorschläge und Wünsche der Buffetbetreiber/innen**

Die Buffetbetreiber/innen möchten die Initiative unbedingt weiterführen und zeigten sich gleichzeitig besorgt, vor allem was die Angebots-Checks durch die mobilen Berater/innen und den Wert und Fortbestand der Auszeichnung betrifft. Nach Ansicht der Buffetbetreiber/innen müssen weiterhin Angebots-Checks an den Schulbuffets durchgeführt werden, damit die Auszeichnung ihren Wert behält. Die Zertifizierung sollte jährlich erneuert werden, um ein Qualitätsmerkmal sein zu können. Außerdem bedarf es noch weiterer Buffetbetreiber/innen, die an der Initiative teilnehmen, um die Marke „Unser Schulbuffet“ zu etablieren.

**Zertifizierung jährlich erneuern.**

Seitens der Buffetbetreiber/innen besteht der Wunsch nach mehr Unterstützung von offizieller Seite (Intensivierung des Lobbying für die Schulbuffets und stärkere politische Unterstützung durch BMG, AGES und sonstige Organisationen im Setting Schule) und Weiterführung der Initiative, aber auch nach Einschränkung anderer Einzelinitiativen. Es wäre wichtig, dass nicht jedes Bundesland seine eigene Initiative hat, sondern dass sich jeder an eine bundesweite Vorgabe hält. Es sollte jedenfalls stärker kommuniziert werden, dass es im Rahmen der Initiative keine Verbote gibt, um weitere Schulen zur Teilnahme zu motivieren. Die an der Fokusgruppe teilnehmenden

**Wunsch nach stärkerer Unterstützung von offizieller Seite.**

**Leitlinie soll verbindlich für alle Buffetbetreiber/innen gelten z.B. als Ausschreibungskriterium für die Vergabe.**

den Buffetbetreiber/innen waren der Meinung, dass die Initiative für jede/n Buffetbetreiber/in sinnvoll und mit Hilfe der mobilen Expert/innen umsetzbar ist. Die Buffetbetreiber/innen wünschen sich, dass die Initiative und der Service der mobilen Beratung weiterhin ermöglicht werden und die Finanzierung dafür langfristig gesichert werden kann: *„Auf jeden Fall wünsche ich mir, dass alle, die diese Leitlinien jetzt anwenden, dabei bleiben und die Leitlinie einhalten. Dass der Landesschulrat für alle neuen Schulbuffetbetreiber die Leitlinie auch vorgibt und ja, dass jedem bewusst wird, dass uns das tägliche Leben bzw. die Ernährung was angeht. Ich wünsche mir schon, dass wir auf einem gesunden, gemeinsamen Weg bleiben“* (F2, 404).

Die Buffetbetreiber/innen würden es hilfreich finden, wenn sie das Evaluierungstool der mobilen Berater/innen für den Angebots-Check zur Verfügung hätten, um selber simulieren zu können, bei welchen Warengruppen sie Verbesserungsbedarf haben, um die Auszeichnung zu erreichen. Gerade für Buffetbetreiber/innen, welche schon Vorerfahrung haben, würde so ein Selbst-Test ausreichen, um das Buffet leitlinienkonform zu gestalten. Die mobilen Berater/innen sind damit aber keinesfalls zu ersetzen, wie die Buffetbetreiber/innen betonten. Die Auszeichnung könnte allerdings schneller erreicht werden. Die Stammtische und Peers werden zwar teilweise genutzt und positiv bewertet, es muss nach Ansicht der Buffetbetreibenden dennoch weiterhin eine Ansprechperson geben (eine/n externe/n Ernährungsberater/in – mobile Berater/innen), um praktische Fragen klären, über Probleme berichten oder um Inputs zu erhalten zu können. Für die Buffetbetreiber/innen ist es im Rahmen ihrer Tätigkeit eine Erleichterung, eine „Person vom Ministerium“ nennen zu können, wie der/die mobile Berater/in von den Buffetbetreiber/innen zum Teil angesehen wurde, die als Fachexpert/in auftritt und den Buffetbetreiber/innen den Rücken stärkt.

Ein Buffetbetreiber äußerte den Wunsch, dass die Jause der Kinder ebenso bei den Eltern einen höheren Stellenwert haben und demnach auch etwas kosten dürfen sollte. Die Eltern sollten über Elternbriefe informiert werden und die Preise sollten stärker kommuniziert und transparent gestaltet werden: *„Die Eltern sollten Verständnis haben, wenn ein Bio- oder Vollkornweckerl 15 oder 20 Cent mehr kostet. Sollten sie mit den Kindern zuhause reden, das es wichtig wär, wenn sie sich bewusst und ausgewogen ernähren und du darfst gerne in der Woche, weiß ich nicht, um fünf Euro mehr ausgeben oder so für diesen Zweck. Zum Beispiel. Und dann haben wir die Aufgabe als Schulbuffetbetreiber, dass wir den Kindern das so anbieten, dass sie sagen,*

***Sensibilisierung für  
das Thema Preisgestaltung notwendig.***



*das will ich jetzt. Das schaut gut aus, das schaut lecker aus. Das ich einfach verschiedene Aktionen mache, Kostproben hergebe und und und“ (F2, 60).*

## **4.2 Stammtische - Buffetbetreiber/innen**

Bei den Stammtischen herrschte eine angenehme und entspannte Atmosphäre. Der Austausch zwischen den Buffetbetreiber/innen wurde von den anwesenden mobilen Berater/innen als sehr gut beschrieben. Es war kein Konkurrenzverhältnis spürbar, sondern ein freundschaftlicher und respektvoller Umgang miteinander. Die Buffetbetreiber/innen hatten teilweise dieselben Probleme, welche untereinander diskutiert wurden. Weiters wurden Lösungsvorschläge überlegt. Andererseits funktionierten an den Schulbuffets unterschiedliche Aspekte unterschiedlich gut, womit jeder Buffetbetreiber/in die Möglichkeit hatte, aus den Gesprächen Nützliches für die Umsetzung am eigenen Buffet mitnehmen zu können. Zentrale Diskussionspunkte bei den Stammtischen waren zu den Themen „Umsetzung der Leitlinie“, Beziehung zu den schulinternen Stakeholdern“ und „Marketingstrategien“. Die Buffetbetreiber/innen schlugen vor, die Stammtische zukünftig weiterhin themenspezifisch aufzubauen (z.B. über das Thema Wareneinkauf), wobei Expert/innen dazu eingeladen werden und z.B. über rechtliche Aspekte informieren sollten.

Trotz häufig negativer medialer Berichterstattung sehen sich die Buffetbetreiber/innen als „Pioniere der Gesundheitsförderung“ in den Schulen. Sie wünschen sich, dass sich auch Direktor/innen, Lehrer/innen und Eltern ihrer Verantwortung bewusst werden und als Vorbilder gesundheitsförderliche Ernährung vorleben und vermitteln. Ein präsent Thema bei allen Stammtischen war die oftmals hinderliche Zusammenarbeit mit Direktor/innen und Lehrer/innen. Die Buffetbetreiber/innen wollen in schulinterne Absprachen, von denen sie betroffen sind, eingebunden werden. Unmut gab es neben dem fehlenden Mitspracherecht auch über die Getränkeautomaten. Die Getränkeautomaten stünden in großer Konkurrenz zu den Buffetbetreiber/innen, da diese nicht der Leitlinie „Schulbuffet“ unterliegen. Sie sollten nach Ansicht der Buffetbetreiber/innen nicht von externen Personen, sondern von den Schulbuffetbetreiber/innen selbst mitbetrieben werden. Die Buffetbetreiber/innen wünschten sich, dass die Zusammenarbeit aller Beteiligten forciert und eine Lobby für Buffetbetreiber/innen gegründet werden sollte.

***Verantwortung aller schulinternen Personen stärken.***

***Buffetbetreiber/innen sollten Getränkeautomaten mitbetreiben.***



Die Buffetbetreiber/innen schätzten, dass die Begleitmaßnahmen kostenlos sind und nachbestellt werden konnten. Die Verpackungs- oder Abfallproblematik war bei einem Stammtisch jedoch auch ein zentrales Thema. Die Sticker waren bei den Buffetbetreiber/innen besonders beliebt, um etwa Verpackungen aufzuwerten. Ein anderer Teil der Betreiber/innen meinte jedoch, diese nicht mehr zu verwenden, da das ganze Schulhaus damit beklebt wurde. Geäußert wurde ebenso der Wunsch nach Einführung von Servietten bzw. Jausensackerl/perforierte Folien mit dem Logo der Initiative.

***Verpackungs-/Abfallproblematik ist ein wichtiges Thema.***

Die Buffetbetreiber/innen tauschten im Rahmen der Stammtische innovative und leicht umsetzbare Rezepte und Erfahrungen mit Lieferanten aus. Die Jausenzubereitung sei vor allem eine Sache von Zeiteinteilung und Organisation und funktioniere bei vielen Buffetbetreiber/innen sehr gut. Andere wiederum berichteten, dass sie aufgrund des Mehraufwandes ebenfalls mehr Personal benötigten. Die Jausen im Rezeptbuch sehen zwar gut aus, wären für ein Schulbuffet jedoch nicht rentabel umsetzbar: „Selbst wenn ich zwei oder drei Becher Reissalat verkaufen würde, bedeutet das für mich einen derartigen zusätzlichen Aufwand, der sich nicht lohnt! Die anderen Sachen muss ich ja trotzdem machen“.

***Rezepte zum Teil zu „exotisch“, nicht rentabel und umständlich in der Umsetzung.***

Der im Rahmen des Stammtisches stattgefundenen Austausch von Lieferanten, Produkten, Marketingstrategien etc. brachte die Buffetbetreiber/innen auf die Idee, solche Informationen auch auf die Homepage (mit einem eigenen Zugang) zu stellen, um somit auch die Möglichkeit zu schaffen, sich bundesweit auszutauschen und zu vernetzen.

Für viele Buffetbetreiber/innen ist eine gute Beziehung zu ihren Kund/innen essentiell. Das Schulbuffet sei oft auch ein sozialer Treffpunkt für die Schüler/innen; die Betreiber/innen sehen sich teilweise auch als „Freunde und Seelsorger“. Die Beziehung zu den Schüler/innen ist zudem eine wichtige Marketingmaßnahme, denn schließlich soll das Schulbuffet weiterempfohlen werden. Die Buffetbetreiber/innen tauschten im Rahmen der Stammtische Verkaufsstrategien aus, welche förderlich auf die praktische Umsetzung wirkten:

***Das Schulbuffet ist sozialer Treffpunkt.***

***Verkaufsstrategien entwickeln.***

- Belohnungsprinzip: Die Schüler/innen bekamen zur Jause einen Vollkornkeks oder einen Apfel gratis dazu.
- Verkostung & Obsttage: Es wurde ein Angebot an exotischen Obstsorten eingeführt und den Schüler/innen Kostproben angeboten bzw. ihnen erklärt,

um welche Frucht es sich handelt. Über neue/exotische Lebensmittel soll die Akzeptanz von neuen Produkten gestärkt werden. Da Schüler/innen gerne Neues ausprobieren und Erfahrungen in der Schule weitererzählen, war dies eine wichtige Werbung für die Buffetbetreibenden.

- Optik & Präsentation von Obst und Gemüse: Schüler/innen essen mit den Augen mit, daher ist die kreative Präsentation von Obst und Gemüse sehr wichtig. Die spielerische Gestaltung von Essen (als Gesichter) kam besonders bei der Unterstufe gut an. Die kreative Präsentation des Obstes zwischen anderen Jausen, statt in einem Obstkorb, wurde von den Schüler/innen sehr gut angenommen. Das Obst/Gemüse muss dabei frisch und knackig aussehen.

- Abwechslung: Die Buffetbetreiber/innen variierten mit den Jausen und boten neben neuen, gesundheitsförderlichen Jausen auch weniger „Gesundes“ an. Den Schüler/innen sollte damit vermittelt werden, dass es keine Verbote gibt. Zudem können Schüler/innen in der kurzen Pause zwischen wenigen Alternativen besser wählen; wichtig ist, dass wöchentlich für Abwechslung gesorgt wird. Auch kleine Variationen können viel bewirken, z.B. Abwechslung des Gebäcks (runde Semmel, Dreiecksweckerl, Kornspitz, etc.).

- Einbeziehung der Schüler/innen: Schüler/innen wurden aktiv in die Kreierung von Weckerl, in den Verkauf und die Organisation eingebunden (zusätzlich werden somit Buffetbetreiber/innen in ihrer Arbeit unterstützt).

- Bewusstsein für Umwelt/Nachhaltigkeit vermitteln (und damit Verpackung sparen): Schüler/innen, die mit einer eigenen Jausenbox ans Schulbuffet gekommen sind, wurden mit einem kleinen Geschenk (z.B. Schlüsselanhänger) belohnt.

- Kreative Jausenbezeichnungen: Für die Akzeptanz des Schulbuffets war es von Vorteil, die Umstellung nicht als „gesund“ anzukündigen, sondern sich für die neuen Jausen coole, klingende Namen zu überlegen (z.B. „Vitalaufstrich“, „Schubu-Box“).

- Sammelpassaktionen (ab der zehnten Jause ist eine Jause gratis) bzw. Gewinnspielaktionen (zu jeder gesundheitsförderlichen Jause gibt es ein Rubbellos, mit dem man kleine Preise gewinnen kann, z.B. Radiergummis, Blöcke, Stifte) stärken die Bindung der Schüler/innen ans Schulbuffet.

- Günstige Kombi-Angebote: z.B. ein belegtes Weckerl + ein Stück Obst nach Wahl + ein Getränk wurde als günstiges Kombi angeboten.
- Ein-Euro-Corner: In diesem Corner wurden alle Jausen um einen Euro angeboten.

### 4.3 Berichte aus dem Feld

Im Folgenden werden die Ergebnisse aus der Auswertung der Beobachtungsbögen, Tätigkeitsberichte aus dem Feld und der Jour Fixe Protokolle zusammengefasst dargestellt. Die verwendeten Dokumente wurden von den mobilen Berater/innen erstellt und spiegeln somit ihre Wahrnehmung von dem Geschehen im Feld – aufgrund eigener Erfahrungen, Beobachtungen und Rückmeldungen der Buffetbetreiber/innen und Stakeholder – wider.

Es zeigt sich, dass die Aufzeichnungen der mobilen Berater/innen zu ähnlichen Ergebnissen und Schwerpunktthemen führten, wie die Fokusgruppen mit den Betroffenen.

#### 4.3.1 Beurteilung der Initiative und der Begleitmaßnahmen

**Leitlinie „Schulbuffet“.** Es wurde von den Buffetbetreiber/innen sehr positiv beurteilt, dass mit der Leitlinie „Schulbuffet“ ein Mittelweg gesucht und nicht extreme Ernährungsansichten vertreten wurden. Die Leitlinie bot den Betreiber/innen ein Spektrum, in dem sie sich bewegen konnten; die Themen Größe, Menge und Gewicht waren für die Betreiber/innen fassbar dargestellt. Wesentliche Veränderung für die Betreiber/innen war die Positionierung der Waren und die Einführung kleiner Packungsgrößen bei Süßigkeiten.

Durch die Auszeichnung konnten manche Buffetbetreiber/innen weitere Schulbuffets/Standorte gewinnen. Teilweise wurden Schulbuffets nur mehr an Betreiber/innen mit Auszeichnung vergeben, weswegen eine Teilnahme für viele attraktiv wurde. Es wurde hervorgehoben wie wichtig es ist, dass es nun ein „bundesweit gültiges Papier“ gibt (Leitlinie „Schulbuffet“), welches den Buffetbetreiber/innen ermöglicht, sich von anderen Betreiber/innen abzuheben und zudem gegenüber Kritik an ihrem Schulbuffet eine Argumentationsgrundlage zu besitzen. Die Auszeichnung stellte für Buffetbetreiber/innen ein wichtiges „offizielles Dokument“ dar, war Bestätigung für richtiges Arbeiten und war somit zudem ein Zeichen von Wertschätzung. Die

**Die Auszeichnung im Rahmen der Initiative ist eine offizielle Bestätigung der Qualität des Buffetangebots.**

Zertifizierung bot ein Regelwerk (29 Mindestkriterien für elf Warengruppen), welches aufgrund seines offiziellen Charakters anerkannt und akzeptiert wurde. Die Buffetbetreiber/innen wünschen sich weiterhin dauerhafte Unterstützung durch die Initiative und stärker positive Erwähnung in den Medien, um somit ihr Image in der Öffentlichkeit zu stärken.

Es war für die Buffetbetreiber/innen teilweise schwierig, die Informationen an den Getränkeflaschen hinsichtlich Zuckergehalt und Süßstoffe abzulesen. Wichtig war daher, die Getränke- und Milchliste auszugeben, damit sich die Buffetbetreiber/innen daran orientieren konnten.

***Getränke- und Milchlisten sind gute Hilfsmittel für die Buffetbetreiber/innen.***

Grundsätzlich konnte von den mobilen Berater/innen beobachtet werden, dass nicht alle Mindestkriterien der Leitlinie „Schulbuffet“ an allen Schulen optimal umsetzbar waren. An Berufsschulen, an kleinen Schulbuffets oder erfahrungsgemäß an Schulen mit hohem Anteil an Burschen ist es besonders wichtig, dass gewisse Produkte weiterhin angeboten, aber gesundheitsförderliche in den Vordergrund gestellt werden. Dafür ist der erste Angebots-Check sehr hilfreich, da die mobilen Berater/innen damit aufzeigen können, was alles am Buffet bestehen bleiben kann und was ausgetauscht werden muss. So konnte der/die Betreiber/in das Buffet individuell nach seinen/ihren Bedürfnis optimieren. Wenn das Angebot am Schulbuffet starken Verbesserungsbedarf hatte, erfolgte die Umsetzung der Leitlinie Schritt für Schritt. Damit wurde die Auszeichnung zwar erst bei späteren Besuchen erreicht, die Umstellung blieb jedoch realistisch und der/die Buffetbetreiber/in motiviert. Wenn Buffetbetreiber/innen keine Motivation mitbringen und das Ziel der Umstellung unerreichbar scheint, wird eine Optimierung des Schulbuffets nicht gelingen.

***Die Leitlinie ist in machen Schultypen z.B. Berufsschulen schwerer umsetzbar (aber dennoch machbar).***

Bezüglich der Warengruppen Süßigkeiten und Mehlspeisen und deren Reduzierung am Schulbuffet war der Großteil der Buffetbetreiber/innen anfangs skeptisch. Die geforderte Anzahl von zehn Sorten Süßigkeiten und zehn Stück Mehlspeisen laut Leitlinie „Schulbuffet“ fanden viele Buffetbetreiber/innen zu wenig. Die Umsetzung war vor allem bei großen Schulbuffets mit hoher Schüler/innenanzahl für die Betreiber/innen schwieriger. Es musste hier praktisch ständig nachgelegt werden, wodurch viel Zeit verloren ging. Die Anzahl der Süßspeisen (Mehlspeisen, Süßigkeiten) sollte, so der Vorschlag mancher Betreiber/innen, in Relation zur Schüler/innenanzahl gesetzt werden. Weitere Vorschläge für diese Problematik waren, dass Süßigkeiten nicht nach Gramm, sondern nach Kilokalorien bewertet werden.

**Mobiles Team.** Die Sympathie und das Auftreten des mobilen Teams als Berater/innen – und nicht in der Funktion von Kontrolleur/innen – wurden von den Betreibenden positiv hervorgehoben. Es herrschte eine gute Zusammenarbeit; die mobilen Berater/innen unterstützten den/die Buffetbetreiber/in, verboten aber nichts und schrieben nichts vor – die letztliche Entscheidung blieb bei den Buffetbetreiber/innen. Es wurde gemeinsam praxistauglich gearbeitet und die Leitlinie von den Berater/innen so erklärt, dass sie von den Buffetbetreibenden gut umsetzbar war. Jedem Schulbuffet wurden individuell Möglichkeiten und Grenzen aufgezeigt und Tipps von anderen Standorten/Buf-fets weitergegeben. Die Berater/innen waren teilweise auch Vermittler zwischen Buffetbetreiber/innen und Angestellten, bzw. anderen beteiligten Personen, um Kritik bzw. Missverständnisse zu beseitigen. Streitigkeiten und Neid zu schlichten zählte jedoch nicht zu den Aufgaben des mobilen Teams. In so einem Fall galt es sachlich zu bleiben und die primäre Aufgabe nicht aus den Augen zu verlieren. Manche Betreiber/innen hatten die Befürchtung, dass durch die Teilnahme alle Buffetbetreiber/innen die gleichen Produkte anbieten würden. Dass dies nicht der Fall ist, da man innerhalb der Leitlinie „Schulbuffet“ einen weiten Rahmen für Vielfalt hat und jedes Schulbuffet anders ist, wurde den Betreiber/innen kommuniziert. Als Berater/in musste man auf alle möglichen Problemstellung gefasst sein, man durfte sich aber nicht aus dem Konzept bringen lassen. Falls bestimmte Umsetzungsmaßnahmen für einen/eine Buffetbetreiber/in nicht realisierbar waren, sollte nicht auf diesen Punkten beharrt werden, sondern auf andere Maßnahmen verwiesen und andere Vorschläge für die Umsetzung eingebracht werden.

Von manchen Buffetbetreiber/innen wurde geäußert, dass auch spontane Besuche von den mobilen Berater/innen sinnvoll wären, damit die Betreiber/innen ihr Schulbuffet nicht nur für die Evaluierung „optimieren“. Problematisch dabei könnte jedoch sein, dass die mobilen Berater/innen gerade dann als Kontrollorgan angesehen werden würden.

Peer-Buffetbetreiber/innen standen bei Fragen zur Optimierung des Buffets neben dem mobilen Team ebenso als Ansprechpersonen für die Buffetbetreiber/innen zur Verfügung; zudem boten sie die Gelegenheit anderen Buffetbetreiber/innen direkt vor Ort zu zeigen, wie ein optimiertes Schulbuffet aussehen könnte.

**Begleitmaßnahmen.** Die Zeit für Schüler/innen, sich in der Pause eine Jause zu kaufen, ist oft kurz. Daher werden häufig Spontankäufe getätigt, sprich

*Mobiles Team fungiert als unterstützende Berater/innen, die Letztentscheidung bleibt dem/der Buffetbetreiber/in überlassen.*

*Begleitmaßnahmen können aktiven Ver-*

was die Schüler/innen sehen und sie anspricht, wird gekauft. Plakate und andere Begleitmaßnahmen im Rahmen der Initiative „Unser Schulbuffet“ können nach Ansicht der Buffetbetreiber/innen den aktiven Verkauf sehr gut unterstützen und ergänzen, aber die Präsentation einer attraktiven Jause können sie nicht ersetzen. Es wurde von den Schüler/innen vereinzelt nachgefragt, was „Unser Schulbuffet“ ist und was die Plakate bedeuten. Ein Teil der Betreiber/innen würde sich Bilder von leckeren Weckerl, etc. als Poster wünschen, um den Schüler/innen Lust auf „die gesündere Jause“ zu machen. Die Begleitmaßnahmen dienen den Buffetbetreiber/innen zwar als Marketing und verliehen dem Buffet ein Image, für die Schüler/innen sind sie jedoch wenig informativ. Gerne verwendet wurde das Poster mit der Ernährungspyramide, da den Schüler/innen damit Wissen vermittelt wird.

*kauf gut unterstützen, aber die Präsentation einer attraktiven Jause nicht ersetzen.*

### **4.3.2 Förderliche und hinderliche Faktoren bzw. Rahmenbedingungen bei der Umsetzung der Initiative**

**Art des Schulbuffets und Anzahl der Standorte.** Im Rahmen der Umsetzung der Leitlinie „Schulbuffet“ profitierten Buffetbetreiber/innen davon, wenn sie zusätzlich zum Schulverkauf ein Nebengeschäft hatten, z.B. einen zusätzlichen Fahrtenverkauf, eine Belieferung anderer Unternehmen mit Jausen, ein Feinkostgeschäft, eine Bäckerei, etc. Dadurch ergab sich für die Betreiber/innen ein größeres Produktespektrum und eine größere Flexibilität bei der Produktgestaltung am Schulbuffet (Produkte, die am Schulbuffet nicht angenommen wurden, konnten etwa im Nebenverkauf untergebracht werden).

Besaßen Buffetbetreiber/innen ein Nebengeschäft/Catering/Supermarkt oder mehrere Standorte, dann waren sie nicht nur bei der Produktgestaltung flexibler und konnten Neues leichter am Buffet anbieten, sondern sie konnten auch bei den Preisen flexibler agieren, da die Möglichkeit gegeben war, in größeren Mengen einzukaufen.

Bäcker/innen konnten die Mindestkriterien laut Leitlinie „Schulbuffet“ vor allem bei Brot, Gebäck und Mehlspeisen leichter umsetzen und mehr Abwechslung bieten (z.B. durch Verwendung alternativer Getreidesorten und flexiblere Variation bei Schrot- und Kornanteil; bei Mehlspeisen konnte der Zucker- und Fettanteil leichter reduziert werden). Buffetbetreiber/innen schilderten, dass es teilweise schwer ist, dass sich externe Bäcker/innen nach ihren „Sonderwünschen“ richten. Gastronomische Erfahrung bei den

*Buffetbetreiber/innen mit mehreren Standorten bzw. Nebengeschäften sind flexibler bei der Produktgestaltung.*

*Fliegenden Händlern fehlen oft Kühl-/Lagermöglichkeiten, was die Umsetzung der Leitlinie erschwert.*

Buffetbetreiber/innen war förderlich, wenn es darum ging neue Rezepte zu kreieren oder auszuprobieren bzw. warme Speisen zuzubereiten. Fliegende Händler hatten das Problem, dass sie bestimmte Jausen wegen des Transportes und der fehlenden Kühl-/Lagermöglichkeit nicht anbieten konnten, z.B. selbstgemachte Fruchtjoghurts oder Obstsalate.

**Vorerfahrung.** Manche Buffetbetreiber/innen konnten schon Vorerfahrungen im Rahmen anderer Initiativen zu gesundheitsförderlichen Jausenangeboten (z.B. Schulbuffet-Check/SIPCAN, Schulbuffet ok/Styria Vitalis, AK Steiermark) sammeln und brachten damit auch ein stärker ausgeprägtes Bewusstsein für gesundheitsförderliche Ernährung mit. Die Kooperation mit der steiermarkspezifischen Aktion „Schulbuffet ok“, durchgeführt von „Styria Vitalis“<sup>9</sup>, wurde von den steirischen Buffetbetreiber/innen und Interessensvertretungen an den Schulen sehr positiv wahrgenommen. Positiv herausgestrichen wurde, dass im Rahmen dieser Initiative durch Workshops und andere Veranstaltungen gemeinsam mit Schüler/innen an das Thema Schulverpflegung heran gegangen wurde und somit auch das Bewusstsein der Schüler/innen geschärft wurde. Teilweise war es für die Buffetbetreiber/innen schwer, zwischen Initiativen zu unterscheiden, z.B. wurde die von SIPCAN entwickelte Ampelkennzeichnung von den Buffetbetreiber/innen zum Teil weiterverwendet, ebenso im Rahmen der Initiative „Unser Schulbuffet“. Es wurde von Buffetbetreiber/innen angemerkt, dass sich die Schüler/innen ihrer Ansicht nach gut an der Ampelkennzeichnung orientieren können.

*Unterschiedliche Wirkungen von Vorerfahrungen auf die Initiative.*

Andererseits wurde von den mobilen Berater/innen auch rückgemeldet, dass manche Buffetbetreiber/innen, die bereits bei anderen gesundheitsförderlichen Projekten teilgenommen hatten, der Initiative mit mehr Skepsis begegneten, da bei anderen Projekten etwa Verbote ausgesprochen wurden und die Buffetbetreiber/innen häufig zu wenig involviert waren und somit der Informationsfluss sehr gering war. Die mobilen Berater/innen waren gefordert, skeptischen Betreiber/innen gegenüber mehr Zeit und Geduld aufzubringen, um die Situation zu entschärfen und diese Personen für ge-

---

<sup>9</sup> Siehe Fußnote 5 auf Seite 19.

sundheitsförderliche Projekte wieder offen zu machen.

**Räumliche Gegebenheiten.** Grundsätzlich konnte von den mobilen Berater/innen beobachtet werden, dass eine nette Atmosphäre am Schulbuffet (z.B. ein heller Raum, freundliches Personal, Sitzmöglichkeiten, etc.) dazu beiträgt, dass Schüler/innen das Schulbuffet gerne besuchen und dort verweilen. Das Buffet sollte in der Pause schnell erreichbar sein. Ein zentrales, einladendes Schulbuffet mit genügend Aufenthaltsplatz ist ein Treffpunkt für Schüler/innen; sie können direkt am Buffet ihre Jause essen und bei Bedarf noch weitere Kleinigkeiten kaufen. Ein großes, geräumiges Schulbuffet bietet dem/der Buffetbetreiber/in zudem den Vorteil, genug Platz für die Zubereitung von (auch warmen) Speisen und zur Kühlung von Lebensmitteln zu haben und daher auch ein breiteres Warenspektrum unter hygienisch guten Arbeitsbedingungen anbieten zu können. Hingegen bietet ein kleines Schulbuffet mit kleinem Warenkorb oft wenige Möglichkeiten für die Kühlung bzw. Lagerung der Produkte (Weckerl, Salate, etc.), zum Kochen und der richtigen Präsentation der Jausen laut Leitlinie, was somit das Ergebnis der Evaluierung negativ beeinflussen konnte.

**Konkurrierende Angebote.** Schwierig für Buffetbetreiber/innen sei vor allem, wenn sich viele Konkurrenzbetriebe in unmittelbarer Nähe befinden, zu denen die Schüler/innen ausweichen können (z.B. Supermärkte mit Jausenverkauf, extern betriebene Verpflegungsautomaten in der Schule, Milchautomaten, Getränkeautomaten, die sich nicht an die Leitlinie halten, etc.). Die Buffetbetreiber/innen nehmen die Schulleitung in die Pflicht zu kommunizieren, dass während der Schulzeit das Schulhaus nicht verlassen werden darf (wobei diese Forderung in Berufsschulen schwierig umzusetzen ist). Wichtig wäre zudem, dass die Schulleitung dem/der Betreiber/in schulfreie Tage, Exkursionen, etc. kommuniziert, da der Buffetbetreiber/in ansonsten mit Umsatzeinbußen rechnen muss.

Fremdautomaten waren immer wieder ein Problem, weil sich der/die Buffetbetreiber/in zwar an die Mindestkriterien der Leitlinie hält, die Drittanbieter jedoch nicht. Viele Buffetbetreiber/innen sind der Meinung, dass im Grunde diese Automaten zur Pausenverpflegung dazu gehören und daher von den Buffetbetreiber/innen mitbetreut werden müssten.

**Motivation.** Besonders wichtig für das Durchhaltevermögen der Buffetbetreiber/innen und die Nachhaltigkeit der Umsetzung der Leitlinie „Schulbuffet“ war die persönliche Motivation der Betreiber/innen. Ehrliches Interesse

*Großes, geräumiges Schulbuffet bietet genug Platz für die Zubereitung, Präsentation, Lagerung und Kühlung von Speisen, außerdem gute Bedingungen für hygienisches Arbeiten.*

*Konkurrenzbetriebe stellen immer wieder ein Problem für Buffetbetreiber/innen dar.*

*Umsatzeinbußen ergeben sich, wenn schulfreie Tage/Exkursionen etc. nicht kommuniziert werden.*



und Engagement seitens der Betreiber/innen und deren Angestellten waren die wichtigsten Voraussetzungen für eine erfolgreiche Teilnahme. Wenn alle Schulbeteiligten (Direktion, Schularzt/ärztin, Pädagog/innen etc.) hinter der Initiative „Unser Schulbuffet“ und hinter den Buffetbetreiber/innen stehen und dies gemeinsam den Schüler/innen kommuniziert wird, unterstützt das die Umstellung des Schulbuffets auf breiter Basis. Die Motivation, welche für einen nachhaltigen Erfolg wichtig ist, wird somit ebenso gesteigert. Für die mobilen Berater/innen wünschenswert wäre, dass alle Beteiligten beim Feedback-Gespräch anwesend wären, um anfängliche Missverständnisse zu beseitigen, Wünsche und Erwartungen zu besprechen und damit die schulinterne Zusammenarbeit zu stärken. Dies würde in weitere Folge den Buffetbetreiber/innen Rückhalt geben und zu mehr Anerkennung führen. Das Miteinbeziehen verschiedener Interessensgruppen (Partizipation) ist in der Gesundheitsförderung besonders wichtig, um Verständnis und ein Gemeinschaftsgefühl zu schaffen.

Es zeigte sich, dass intrinsisch motivierte Buffetbetreiber/innen in weiterer Folge auch selbst Initiative ergriffen, in dem sie etwa Kostproben in Klassen anboten, die Initiative/das Schulbuffet in den Klassen vorstellten, neue Rezepte kreierten, etc. Buffetbetreiber/innen müssen offen für Veränderungen sein und benötigen Ausdauer, um sich nicht bei den ersten Schwierigkeiten geschlagen zu geben.

Durch ausführliche Gespräche haben die mobilen Berater/innen immer wieder versucht, die Buffetbetreiber/innen zu motivieren, Hintergründe zu erklären und zu zeigen, dass eine Optimierung des Verpflegungsangebots möglich ist. Resümee des mobilen Teams: Fehlt dem/der Buffetbetreiber/in die intrinsische Motivation, ist eine Umstellung des Schulbuffets so gut wie unmöglich. Buffetbetreiber/innen, die bereits wissen auf was zu achten ist und auch intrinsisch motiviert sind, brauchen nicht mehr viel Betreuung; der neue Standort konnte gleich ausgezeichnet werden. Besaßen die Buffetbetreiber/innen mehrere Standorte, so waren sie zusätzlich motiviert, alle Standorte auszeichnen zu lassen. Bei mehreren Standorten waren die Betreiber/innen zusätzlich gefordert, die Motivation und das Wissen an die Angestellten weiterzugeben, damit die Leitlinie an allen Standorten erfolgreich umgesetzt werden konnte. Hat die Kommunikation zwischen den Betreiber/innen und ihren Angestellten nicht gut funktioniert, führte das zu Unmut und zeigte sich hinderlich für eine neuerliche Auszeichnung des Schulbuffets. Diese Situation könnte man durch regelmäßige Teammeetings

***Fehlt die intrinsische Motivation des/der Buffetbetreibers/in, dann ist eine Umstellung des Schulbuffets so gut wie unmöglich.***

***Buffetbetreiber/innen haben ihre Mitarbeiter/innen ausreichend zu informieren.***

(Buffetbetreiber/in und alle Angestellten von den Buffetbetrieben) und Mitarbeiter/innenschulungen seitens der mobilen Berater/innen, wobei die Inhalte der Leitlinie näher gebracht werden, verbessern. Um Missverständnisse zu vermeiden und zu gewährleisten, dass an jedem Standort die gleichen Speisen angeboten werden, könnten in einem Produktkatalog alle am Buffet angebotenen Lebensmittel und Speisen inklusive exakter Rezeptur dokumentiert werden (z.B. Schinkenweckerl mit exakter Menge an Aufstrich, Blatt Schinken und Gemüse).

Um eine intrinsische Motivation der Betreiber/innen zu fördern, wäre es wichtig, einen persönlichen Erstkontakt (eventuell durch vorinformative Veranstaltungen für Buffetbetreiber/innen) zu forcieren; dadurch könnte sich die Skepsis, Scheu und Angst der Betreiber/innen vor einer Umstellung verringern.

***Persönlicher Erstkontakt verringert Skepsis der Betreiber/innen in Bezug auf die Umstellung.***

**Informationsfluss und Einbindung schulinterner Stakeholder.** Für den/die Buffetbetreiber/in war es durchaus eine Herausforderung, die Wünsche aller Anspruchsgruppen zu erfüllen, da diese, gerade im Fall eines Schulbuffets, sehr unterschiedlich sein können. Durch eine Offenheit der Schüler/innen, der Direktion und Buffetbetreiber/innen konnte jedoch aus den verschiedenen Standpunkten ein gesundheitsförderlicher Mittelweg gefunden werden.

Für die Arbeit des mobilen Teams war es wichtig, dass alle Schulbeteiligten über die Initiative und die Evaluierung des Schulbuffets informiert waren. Das sparte Zeit, da die Initiative nicht nochmals vorgestellt und erklärt werden musste. Um dies zu gewährleisten wurden die Buffetbetreiber/innen beim ersten Gespräch ausdrücklich daraufhin hingewiesen, die Direktion zu verständigen; zusätzlich war es förderlich, dass der/die mobile Berater/in beim Schulbesuch zuerst in die Direktion ging und sich offiziell anmeldete.

Förderlich wäre es nach Ansicht der Buffetbetreiber/innen, wenn Schüler/innen stärker in die Gestaltung des Schulbuffets einbezogen werden würden (z.B. durch Kreierung von Jausen, Verbesserungsvorschläge, Teilnahme bei Evaluierung, etc.).

**Wirtschaftlichkeit.** Die Frage nach der Wirtschaftlichkeit bei Umstellung des Warenkorbes ist wichtig, um zu sehen, ob die Umstellung für die Buffetbetreiber/innen auch praktikabel und längerfristig umsetzbar ist. Das mobile Team bemühte sich, auf die Bedürfnisse und besonderen Gegebenheiten jedes Standortes individuell einzugehen; auf sogenannte „Verkaufsschlager“

***Für eine nachhaltige Umsetzung muss die Wirtschaftlichkeit gegeben sein.***

mussten die Buffetbetreiber/innen bei der Umstellung auf ein gesünderes Angebot nicht verzichten.

Einerseits wurde von manchen Buffetbetreiber/innen rückgemeldet, dass die Änderungen im Rahmen der Initiative hauptsächlich die Positionierung der Waren, weniger das Angebot selbst betroffen haben. Durch die teilweise stattfindende Angebotserweiterung hat sich das Kaufverhalten der Schüler/innen teils verlagert (z.B. wurden zum Teil mehr von den neu eingeführten Salaten statt Leberkäsesemmeln gekauft). Die Buffetbetreiber/innen hatten den Eindruck, dass die Schüler/innen die Umstellung nicht merklich negativ und teilweise positiv aufgenommen haben. Rückfragen gab es häufiger bei den Süßigkeiten. Die Schüler/innen schätzten jedoch, dass sie insgesamt aus einem größeren Angebot wählen konnten. Bewährt hat sich, das Schulbuffet nach den Ferien bzw. nach schulfreien Tagen umzustellen, da Schüler/innen die Umstellung dann nicht bewusst wahrgenommen haben und die aufgewerteten Produkte ohne zu hinterfragen konsumierten. Hinsichtlich neuer innovativer Produkte war es wichtig, dass die mobilen Berater/innen gezielt auf das Handbuch bzw. die Rezepte hingewiesen haben, an denen sich die Betreiber/innen orientieren konnten.

Andererseits klagten manche Betreiber/innen sehr wohl über Umsatzeinbußen, welche ihrer Meinung damit zusammenhängen, dass weniger Süßigkeiten angeboten wurden und kleine Süßigkeiten billiger verkauft werden mussten. Umsatzeinbußen bei den Mehlspeisen waren spürbar, da Schüler/innen, bekommen sie am Buffet nicht was sie wollen, zu Konkurrenzbetrieben ausweichen. Ein Buffetbetreibender gab an, dass die Zubereitung der Produkte (z.B. Weckerl mit Gemüse) im Rahmen der Initiative aufwendiger wäre und deshalb mehr Personal benötigt werden würde; um wirtschaftlich arbeiten zu können, mussten die Jausen teurer angeboten werden. Ein Buffetbetreiber meinte, es wäre wichtig, dass Schüler/innen im Rahmen des Unterrichts über gesundheitsförderliche Ernährung und das Schulbuffet informiert werden, damit diese bei wechselndem Angebot nicht abwandern.

**Abwechslungsreiches Angebot und Marketingstrategien.** Die Buffetbetreiber/innen meldeten zurück, dass der gesundheitsförderliche Mittelweg bei den Schüler/innen wesentlich besser ankommt, als anfangs vermutet. Es wurde für Abwechslung am Schulbuffet gesorgt, indem Produkte rotiert (täglich oder im Wochenrhythmus) und neue Alternativen angeboten wurden (statt mehreren Schokoladenriegeln gab es Obstspieße, Kuchen, etc.). Schüler/innen sind grundsätzlich neugierig und probieren neue Produkte

***Kaufverhalten der Schüler/innen hat sich nach der Umstellung innerhalb der Warengruppen verlagert.***

***Umstellung des Buffets nach den Ferien/schulfreien Tagen empfehlenswert.***

***Buffetbetreiber/innen berichten vereinzelt von Umsatzeinbußen.***

***Schüler/innen schätzen rotierendes Produktangebot.***

gerne aus. Auch kreative Marketingstrategien haben geholfen, dass Schüler/innen das Buffet annehmen. Genauso wichtig war die richtige Präsentation und Verpackung der Jausen und die Verleihung kreativer Namen.

## 4.4 Fokusgruppen mit Schüler/innen

### 4.4.1 Auffälligkeiten und Feedback

**Auffälligkeiten.** Der Videoclip „Überrasche deine Kunden“<sup>10</sup> im Rahmen des Präsentationsinputs wurde von allen Schüler/innen sehr aufmerksam wahrgenommen; manche Schüler/innen zeigten sich vom Clip amüsiert. Die Erläuterung der Initiative wurde mit unterschiedlichem Interesse verfolgt. Manche Schüler/innen verfolgten die Präsentation mit regem Interesse; andere Schüler/innen blickten währenddessen etwas fadisiert. Ein Schüler wollte nach der Vorstellung der Initiative wissen, wie die Initiative finanziert wird, da erwähnt wurde, dass der Service für Schulbuffetbetreiber/innen kostenfrei ist. Ansonsten wurden keine Fragen im Rahmen des Präsentationsinputs gestellt.

Es fand in beiden Fokusgruppen eine rege Diskussion zwischen den Schüler/innen statt, in welche sich alle in unterschiedlichem Maße einbrachten. In einer Schule war die Diskussion zwischen der Ober- und Unterstufe ausgeglichen (etwas mehr als die Hälfte der Wortmeldungen kamen von der Oberstufe); in dem anderen Bundesland dominierte das Gespräch innerhalb der Schüler/innen aus der Oberstufe (zwei Drittel der Wortmeldungen kamen hier von Oberstufenschüler/innen). Das Thema schien die Schüler/innen zu interessieren und polarisierte teilweise zwischen den Schüler/innen aus der Unterstufe und jenen aus der Oberstufe.

Obwohl beide Schulbuffets im Rahmen der Initiative ausgezeichnet wurden, gab es von den Schüler/innen einige Kritikpunkte. Alle Schüler/innen hatten konkrete Vorstellungen davon, wie das Angebot eines „perfekten Schulbuffets“ auszusehen hätte. Dieses Thema war in beiden Fokusgruppen sehr

*Schüler/innen haben konkrete Vorstellung eines „perfekten Schulbuffets“.*

---

<sup>10</sup> <http://unerschulbuffet.at/service/video-clips>

dominant. In einem Bundesland war für die Schüler/innen zudem das Hygieneverhalten der Buffetkraft ein wesentlicher Kritikpunkt (z.B. Jausenzubereitung nach dem Rauchen ohne Händewaschen bzw. ohne Handschuhe). Auffällig war auch, dass in einer Fokusgruppe ein intensiver Austausch (von drei Schülern aus der Oberstufe) hinsichtlich Marketingstrategien für die Buffetbetreiber/in und Wirtschaftlichkeit von Angeboten stattgefunden hatte.

**Hygieneverhalten am Buffet ist ein Kritikpunkt.**

**Feedback.** Die Schüler/innen gaben im Rahmen der Fokusgruppe die Rückmeldung, dass sie „solche Umfragen“ (F2, 1097) sehr positiv sehen. Es sei gut, dass man sich um Veränderungen in Richtung gesünderes Schulbuffet bemühe. Als besonders positiv wurde hervorgehoben, dass sie als „Kund/innen“ (F2, 1104) direkt miteinbezogen werden und nicht nur Lehrer/innen. Zudem sahen die Schüler/innen die Fokusgruppe als eine Art Sprachrohr, weil Buffetbetreiber/innen nach Ansicht der Schüler/innen nichts ändern, wenn sich nur ein paar Schüler/innen vereinzelt beschwerten, „weil die anderen wollen ja immer noch das Fast Food oder sie wollen sich gar nicht dafür einsetzen, weil’s ihnen eigentlich egal ist, weil sie sowieso nicht zum Buffet gehen“ (F1, 130).

**Schüler/innen bezeichnen sich explizit als „Kund/innen“ und finden es gut, dass nach ihrer Meinung gefragt wird.**

#### **4.4.2 Beurteilung der Initiative und der Begleitmaßnahmen**

Alle Schüler/innen hörten das erste Mal bewusst von der Initiative „Unser Schulbuffet“, gaben im Rahmen der Fokusgruppe aber an, dass sie möchten, dass ihre Schule (weiterhin) an der Initiative teilnimmt. Die Schüler/innen beurteilten die Beratung und Unterstützung der Buffetbetreiber/innen durch die mobilen Berater/innen zur Optimierung des Schulbuffets als sinnvoll und gut und hoffen auf noch mehr Umsetzung und weitere Verbesserung am eigenen Schulbuffet.

Bei der Beurteilung der Initiative wurde von den Schüler/innen Bezug zum eigenen Schulbuffet hergestellt. Das Verständnis von gesundheitsförderlicher Ernährung drückt sich bei den Schüler/innen in ihrer Einstellung zur Initiative aus. Es wurde sehr gut befunden, dass es eine Initiative für Buffetbetreiber/innen gibt und dass diese auch in der Umsetzung von einem Expert/innenteam unterstützt werden, „weil’s eigentlich viel zu viel ungesundes Essen an den Schulbuffets gibt“ (F1, 52).

Die Schüler/innen konnten am eigenen Schulbuffet grundsätzlich Veränderungen wahrnehmen. Ein Schüler schilderte, dass es vorher sehr „ungesunde“ Sachen am Schulbuffet gab, „so die richtigen Zuckersachen“ und „dann

*gab's da irgendwie diesen Hype von halt diesem Gesunden“ (F1, 67). Eistee, Knoblauchstangerl und Donuts beispielsweise wurden dann gänzlich aus dem Angebot genommen und „jetzt ist das irgendwie so ein Mittelding“ (F1, 73) und es gibt „wieder gewisse Sachen, die eben, ähm so Zucker haben“ (F1, 75). Dass die Schule den Eistee beispielsweise verboten hatte, so ein Schüler, „weil der einfach zu viel Zucker hat, fand ich eigentlich sinnlos“ (F1, 538). Der Schüler macht zwar darauf aufmerksam, dass Eistee zu viel Zucker hat, ihn gänzlich zu verbieten, sieht er jedoch nicht als richtigen Weg. Alles „Ungesunde“ zu verbieten, „wäre ungesund für die Kassa“ (F1, 117). Der Schüler erwähnt hier die zum Teil schwierige wirtschaftliche Situation des Buffetbetreibers/der Buffetbetreiberin und sieht in der Leitlinie „Schulbuffet“ eine gute wirtschaftliche Strategie, um eine gesundheitsförderliche und zugleich wirtschaftliche Umsetzung zu gewährleisten. Den Schüler/innen nach sollte also nichts verboten werden, sondern die Vielfalt und Auswahl gesteigert werden, damit es am Buffet für jeden etwas gibt, „Gesundes“ wie auch „Ungesundes“. Die Schüler/innen sind sich der wirtschaftlichen Problematik der Buffetbetreiber durchaus bewusst.*

**Schüler/innen wünschen sich Vielfalt, Auswahl und Abwechslung; statt Verbote.**

**Schüler/innen sind sich der wirtschaftlichen Problematik der Schulbuffets bewusst.**

Die Schüler/innen konnten auch räumliche Veränderungen des Schulbuffets positiv wahrnehmen. Das Schulbuffet ist etwas größer geworden und es wurden Sitzmöglichkeiten geschaffen, zudem war es vorher „nicht gar so appetitlich gewesen, muss man sagen, also von dem her hat sich's schon verbessert“ (F2, 483). Alles in allem wären zwar Verbesserungen zu verzeichnen, allerdings gäbe es den Schüler/innen nach noch viel Handlungsbedarf.

Grundsätzlich würden die Schüler/innen die Teilnahme an der Initiative zur Verbesserung des Schulbuffets auch anderen Schulen empfehlen: „Ich find' das gut, weil es [das Buffet] einfach g'sünder wird“ (F2, 637). Ein Schüler meint, „wenn's eine Schule ohne Initiative schafft, ist es auch super. Es muss halt irgendwas geschehen“ (F2, 647). Eine Schülerin unterstreicht das. Sie findet es gut, dass es Expert/innen gibt, welche die Buffetbetreiber/innen bei der Umsetzung unterstützen und Vorschläge für die Verbesserung des Schulbuffets geben, „Ob sie es machen, ist eh die Entscheidung von denen [den Buffetbetreiber/innen], also ... aber der Ansatz ist sehr ... gut“ (F2, 1108).

**Schüler/innen finden es gut, dass Buffetbetreiber/innen unterstützt werden und würden die Initiative weiterempfehlen.**

**Umsetzbarkeit (Leitlinie).** Ein Schüler war daran interessiert, wie viele Buffetbetreiber/innen bei der Initiative mitmachen und reagierte erstaunt, dass es doch sehr viele sind: „Das ist cool ja, weil das hätte ich mir nicht gedacht.

**Schüler/innen glauben, Buffetbetrei-**

*Weil ich denk mir oft auch, Buffetbetreiber interessiert auch mehr wie viel sie verdienen, anstatt wie viel ... jetzt, wie gesund sich ihre Kunden ernähren“ (F2, 89). Dem stimmte eine Schülerin zu, welche die Idee von der Initiative zwar grundsätzlich gut findet, aber ihrer Ansicht nach sind Buffetbetreiber/innen nicht daran interessiert, ihr Angebot zu ändern, da sie sich primär an ihren Umsatz orientieren und daher *„süßere Sachen nehmen, weil die mehr gekauft werden“* (F1, 84) und ebenso nicht extra Zeit aufwenden wollen, um die Leitlinie „Schulbuffet“ zu befolgen. Was den Erfolg der Umsetzung betrifft waren die Ansichten geteilt. Eine Schülerin war überzeugt, dass die Leitlinie schwer umsetzbar ist, da die meisten Schüler/innen, haben sie die Auswahl zwischen einem gesundheitsförderlichen Weckerl und einem Burger, eher zum „ungesunden“ Burger greifen. Eine weitere Schülerin sah das anders. Ihrer Meinung nach sei es sinnvoll, genauso „gesunde“ wie „ungesunde“ Jausen anzubieten, um den Schüler/innen auch die Möglichkeit zu geben, etwas Gesundheitsförderliches zu kaufen und „um die gesündere Wahl zur Leichtereren“ zu machen: *„Ich denk halt, es sollen die gesunden Sachen gleich viel angeboten werden wie die Süßen, weil wenn man jetzt schaut, sind die Süßen immer überall vorn und die gesunden eigentlich nicht“* (F2, 81). Und eine Schülerin ergänzt: *„Die Gesunden sieht man zum Beispiel gar nicht, man sieht gar nicht, dass es was Gesundes gibt“* (F2, 82.)*

***ber/innen seien primär an ihrem Umsatz interessiert.***

***Möglichkeit für gesündere Wahl am Schulbuffet soll gegeben sein.***

***Begleitmaßnahmen.*** In einer Schule wurden vom Buffetbetreiber keine Begleitmaßnahmen verwendet. In der anderen Schule sind die Auszeichnung und die Sticker aufgefallen, *„das klebt dann überall auf den Sachen oben wenn du da raufschaut“* (F2, 282). Ansonsten war die Initiative bei den Schüler/innen weitgehend unbekannt; sie wurde nicht bewusst wahrgenommen.

***Die Initiative „Unser Schulbuffet“ wird von den Schüler/innen nicht bewusst wahrgenommen.***

Die Plakate, die im Rahmen der Fokusgruppe nochmals vorgestellt wurden, werden von den Schüler/innen kritisch betrachtet. So meinte eine Schülerin, wenn auf dem Plakat steht „Voll Korn das Brot“, dann sollte das Schulbuffet auch mehr Vollkorngebäck verkaufen, was nicht der Fall sei. In der Oberstufe schaue man in erster Linie auf den Preis und wie die Jausen optisch aussehen, solche Begleitmaßnahmen würden nicht geschätzt werden, *„Ehrlich gesagt, ich find das wirklich total unnötig“* (F1, 164). Die Pausen wären ohnehin zu kurz, um solche Begleitmaßnahmen wahrzunehmen. Ein Schüler aus der Oberstufe meinte zudem, dass man ohnehin schon *„mit Werbung überflutet“* (F1, 182) wird. Er findet den Ansatz zwar gut, und dass man die Schüler/innen ansprechen möchte, seiner Meinung nach sind diese Begleit-

***Schüler/innen werden mit Werbung „überflutet“.***



maßnahmen aber der falsche Zugang. Den Schüler/innen aus der Unterstufe gefielen Plakate und Sticker grundsätzlich besser, als jenen aus der Oberstufe, da sieht man gleich, dass „es ein gesundes Schulbuffet gibt“ (F2, 254). Die Sticker sollten also als Unterscheidung zu weniger gesundheitsförderlichen Angeboten/Speisen verwendet werden, um auf den ersten Blick erkennen zu können, welche Angebote/Speisen gesundheitsförderlich sind. Aber es ist „keine gute Idee die Sticker einfach irgendwelchen [Schüler/innen] auszuteilen, weil wir haben genug Leute, die das irgendwo hin kleben – auf die Tische, auf die Sessel. Das ist unnötiger Schmutz, unnötige Arbeit für die ... Putzfrauen“ (F1, 204-205).

**Sticker sollten zur Unterscheidung von „gesunden“ vs. „ungesund“ Angeboten verwendet werden (um auf den ersten Blick die „bessere Wahl“ zu erkennen).**

Ein Schüler vermutete, „dass die wenigstens wissen, was "Unser Schulbuffet" überhaupt sein soll, also dass das halt eine Initiative ist“ (F1, 186) und machte den Vorschlag, dass in den Schulen ein Vortrag gehalten werden sollte (wie es im Rahmen der Fokusgruppe anhand des Diskussionsinputs geschehen ist): „Das würd' dann in die Köpfe reingehen, wenn da ein Vortrag gehalten wird und wenn du dann selbst zum Schulbuffet gehst und dann auf den gesunden Sachen diese Sticker siehst und auf den ungesunden nicht, ich denk das prägt sich ein.“ (F1, 190). Die Preisschilder betrachteten die Schüler/innen als sinnvoll, da man auf den ersten Blick den Preis sieht und in der ohnehin kurzen Pause im Gedränge nicht noch extra nachfragen muss. Grundsätzlich sei es ein Problem, dass es sich in der Pause kaum ausgeht, eine Jause zu kaufen, „wenn ich in der großen Pause runter geh, da läutet's vorher wieder, bevor ich mein Essen habe. Und dann habe ich gar keine Zeit mehr zum Essen, weil dann muss ich in eine Stunde gehen“ (F2, 456).

**Schüler/innen wollen über Initiative informiert werden.**

Die Rezepte aus dem im Rahmen der Fokusgruppe vorgestellten Rezeptbuch kamen bei den Schüler/innen sehr gut an, mit der Begründung, dass sich viele zwar gern gesundheitsförderlich ernähren möchten, aber nicht wissen, wie sie das umsetzen sollen. Anhand der Rezepte kann man sehen, dass „gesund auch gut sein kann“ (F2, 50), also es gesundheitsförderliche Jausen gibt, die gut aussehen und gut schmecken.

#### **4.4.3 Bedürfnisorientierung und Einstellung zu gesundheitsförderlichen Ernährungsangeboten**

Die Schüler/innen bemängelten, dass es in der Schule zu wenig bzw. gar kein Angebot an warmen Speisen gäbe. Schnitzelsemmeln und Chicken Nuggets würden sich zwar sehr gut verkaufen, aber es fehle ein Angebot an gesund-

**Es fehlt ein Angebot an warmen, gesundheitsförderlichen Speisen, welches zudem**



heitsförderlichen warmen Speisen, die nicht zu teuer sind. Für die Nachmittagsbetreuung gäbe es zwar einen warmen Mittagstisch, die Schüler/innen gaben aber an, dass sie sich ihr Essen meistens von einer Fast-Food-Kette außerhalb der Schule holen. In der anderen Schule wurde geschildert, dass ab der sechsten Stunde nur mehr Brezen und Süßigkeiten, *das ganze ungesunde Zeug*“ (F2, 371), zur Verfügung stünden, wobei hier die Möglichkeit, außerhalb der Schule etwas zu kaufen, auch nicht gegeben sei. Für Vegetarier und Personen mit Zöliakie ist nach Aussage der Schüler/innen kaum eine Auswahl am Schulbuffet gegeben.

*nicht zu teuer ist.*

***Kaum Angebote für Vegetarier/innen bzw. Personen mit Lebensmittelunverträglichkeiten.***

Die Qualität und Vielfalt von am Schulbuffet angebotenen Obst und Gemüse wurde in beiden Fokusgruppen bemängelt. Es fehle an Frische bzw. Auswahl, *„zum Beispiel ich will Obst und da gibt's einen Apfel und mehr ist da nicht“* (F2, 234) und *„süße Sachen gibt's da nur ungesunde süße Sachen“* (F2, 238). Die Schüler/innen würden sich Obstsalate oder gesündere Mehlspeisen wünschen. Eine andere Schülerin wandte jedoch ein, dass der am Schulbuffet angebotene Obstsalat bzw. auch der gewöhnliche Salat *„extrem grauslich ausschauen und das kauf ich mir nicht, wenn das wirklich grauslich ausschaut“* (F2, 382). Ebenso bei den angebotenen geschälten, aufgeschnittenen Karottensticks wurde bemängelt, dass diese wenig frisch aussehen und zudem zu überteuert wären (bis zu zehn Cent pro Stick). Ein Schüler meinte zudem, dass Karottensticks in dieser kleinen Menge ohnehin *„keinen Nährwert geben und in dieser kleinen Menge sind sie auch nicht gesund, da müsste man schon eine ganze Karotte essen, damit das überhaupt dem Körper was bringt“* (F1, 137).

***Auswahl an frischem Obst und Gemüse wird bemängelt.***

Den Schüler/innen unverständlich ist zudem, dass am Buffet *„100.000 Schokoriegel“* (F2, 143) in allen Marken und Sorten angeboten werden und es zudem noch Süßigkeiten-Automaten gäbe, aber was die Auswahl an Mineralwässern mit Geschmack betrifft, hätte man nur eine Wahl und das ist *„das einzige Mineral“* (F2, 174). Es gäbe zu viele gezuckerte Getränke, aber kein stilles Wasser zu kaufen, so die Schüler/innen einer Fokusgruppe. Sie würden sich Wasserspender an der Schule wünschen, *„weil das trinkt jeder, weil das geht locker auch beim Vorbeigehen und da hat jeder ein Flascherl und füllt sich das an und da braucht man nie mehr was zum Trinken kaufen“* (F2, 193) und *„das ist schon so, dass du vom Wasser viel weniger Durst hast, weil wenn du Eistee trinkst, bekommst du viel schneller wieder Durst“* (F2, 197) *„außerdem ist der Zuckergehalt vom Eistee auch nicht wirklich gesund“* (F2, 198), wie drei Schüler/innen aus der Oberstufe anmerkten. Dieselben

***Schüler/innen haben kein Verständnis für zusätzliches Angebot an Süßigkeiten in Automaten.***

***Angebotsoptimierung vor allem bei Süßigkeiten und Getränken wenig erkennbar.***

Schüler/innen würden sich zudem wünschen, dass man Weckerl nicht nur mit Salami oder Extrawurst, sondern auch mit Magerschinken (keinen Toastschinken) bekommt. Nach Ausführungen der Schüler/innen dieser Fokusgruppe ist fraglich, wie nachhaltig die Angebotsoptimierung stattgefunden hat.

Die Jausen und Getränke am Schulbuffet wären den Schüler/innen nach übersteuert. Eine Schülerin meinte, dass sie sich eine Jause von zu Hause mitnimmt, wenn sie wenig Geld hat, *„dann bräuchte ich auch theoretisch nicht diskutieren darüber, wie teuer das beim Schulbuffet ist. Weil wenn ich kein Geld habe, dann geh ich da nicht hin“* (F2, 797). Ein Mitschüler konterte jedoch, dass es darum gehen muss, dass finanziell benachteiligte Schüler/innen auch in der Lage sein müssen, sich das Schulbuffet zu leisten. *„Also ich finde im Supermarkt sind sie eben viel billiger die Sachen, also meiner Meinung nach sollte das auch beim Buffet billiger werden“* (F1, 92), wie eine Schüler/in aus der Unterstufe schlussfolgert.

***Jause von zu Hause günstiger.***

***Akzeptanz und Nutzung des verbesserten Verpflegungsangebots.*** Die Hälfte der Fokusgruppenteilnehmer/innen (n=8) gab an, das Schulbuffet mehrmals wöchentlich, fünf der Schüler/innen, es einmal wöchentlich und drei Schüler/innen das Schulbuffet seltener zu besuchen. Der tägliche Besuch des Schulbuffets wurde jedoch seltener, da es zu teuer geworden wäre oder weil *„ich stark zugenommen hab und da hab ich mir gesagt, nein, jetzt muss ich aufhören und wenn ich zum Schulbuffet gehe, dann eher, weil ich etwas zum Trinken kaufe“* (F1, 369). Die Schüler/innen gaben an, meistens ein Weckerl oder Brot *„mit Salami, Käse, Paprika, Gurken und so“* (F2, 424) zu kaufen, oder eine leere Semmel bzw. eine Salzbrezel, *„weil das am billigsten ist“* (F2, 429). Kleinigkeiten werden gern am Schulbuffet gekauft, wie ein Lolly, Müsliriegel, Kekse oder Ähnliches. Getränke werden direkt beim Getränkeautomaten gekauft, da sie dort einerseits etwas günstiger wären und andererseits ginge das schneller als am Schulbuffet.

***Die Hälfte der befragten Schüler/innen besucht das Schulbuffet mehrmals wöchentlich.***

Die Schüler/innen meinten einerseits, dass wenn die Preise um ein paar Cent gesenkt werden würden, dann würden sie auch wieder häufiger am Schulbuffet einkaufen. Andererseits ist man auch bereit etwas mehr bezahlen *„wenn halt auch viel [...] so Gemüse und so guter Salat drin ist“* (F2, 361), also *„wenn es qualitativ eben hochwertiger ist“* (F2, 364).

Auch wenn die Schüler/innen mit ihrem Angebot am Schulbuffet nicht gänzlich zufrieden sind, möchten die Schüler/innen dennoch, dass ihr Schulbuffet

***Schüler/innen wollen, dass die Buffetbetrei-***

weiterhin an der Initiative teilnimmt, „sonst wär’s auf einem noch niedrigeren Niveau, dann wär’s noch schlimmer“ (F2, 629) „so wie unseres vorher war, das war wirklich verbesserungsbedürftig“ (F2, 642).

**Wirtschaftlichkeit.** Im Rahmen der Fokusgruppe wurde auch der wirtschaftliche Aspekt der Buffetbetreiber/innen diskutiert und wirtschaftliche Strategien angedacht, um eine dauerhaft umsetzbare Verbesserung des Schulbuffets für die Buffetbetreiber/innen zu gewährleisten. Die Schüler/innen unterstützten dabei die Idee des Mittelweges von gesundheitsförderlichem und weniger gesundheitsförderlichem Angebot, damit viele Schüler/innen das Buffet frequentieren. Grundsätzlich waren die Schüler/innen jedoch der Ansicht, dass der/die Buffetbetreiber/in mit „Ungesundem“ viel mehr verdient, als mit „Gesundem“; Schnitzelsemmeln sind „der Renner“ (F1, 110). Gerade was Schokoladenriegel betrifft, hätten die Buffetbetreiber/innen nach Ansicht eines Schülers eine verhältnismäßig hohe Gewinnspanne; „gesunde“ Lebensmittel und Speisen würden von Grund auf mehr als „Ungesunde“ kosten. Die Schüler/innen sahen daher primär problematisch an, dass Gesundheitsförderliches am Schulbuffet teurer angeboten wird, als „Ungesundes“. Die Situation des/der Schulbuffetbetreibers/in wird dabei sehr wohl verständnisvoll betrachtet: „Ja, ich versteh das auch. Die Lebensmittel werden ja auch teurer und der muss auch seinen Stand verdienen“ (F2, 534), der/die Buffetbetreiber/in „muss natürlich auch Geld verdienen, um das alles zu betreiben“ (F1, 101), wobei ein Schüler kritisierte: „Ja, aber ich krieg trotzdem nicht mehr Geld“ (F2, 535), was für viele einen Grund darstellt das Schulbuffet seltener zu besuchen. Damit wurde das grundsätzliche Dilemma aufgezeigt, dass Lebensmittel teurer werden, das zu verfügbare Geld der Schüler/innen jedoch gleich bleibt: „Weil die Schüler deren Taschengelder steigt nicht mit der Inflation, aber die Preise schon und das ist auch mit ein Grund warum weniger Leute hingehen.“ (F1, 85). Die Schüler/innen waren der Ansicht, dass die Waren am Schulbuffet zum Teil doppelt so teuer wären wie im Supermarkt. Aus diesem Grund würden viele Schüler/innen das Buffet gar nicht besuchen, sondern vor Schulbeginn ihre

**ber/innen an der Initiative teilnehmen, damit Qualität des Angebots am Schulbuffet nicht schlechter wird.**

**Schüler/innen glauben, dass Buffetbetreiber/innen mit „Ungesundem“ viel mehr verdienen, als mit „Gesundem“.**

**Schüler/innen empfinden die Preise am Buffet doppelt so teuer wie im Supermarkt.**

Einkäufe tätigen.<sup>11</sup>

Die Schüler/innen schlugen als mögliche Strategie gegen Umsatzeinbußen vor, dass sich die Schulbuffetbetreiber/innen in puncto Warensortiment von Supermärkten abheben sollten. Wenn es am Schulbuffet „ausgefallene“ Jausen gäbe, dann würden diese von den Schüler/innen gekauft werden, auch wenn sie teurer wären, vorausgesetzt es schmeckt. Als Beispiel wurde ein Drogeriemarkt genannt, welcher ebenso gesundheitsförderliche und auch vegetarische Speisen anbiete, die gut schmecken und gerne gekauft werden, auch wenn es etwas teurer ist. Die Schüler/innen sind also durchaus bereit, für gute und hochwertige Jausen am Schulbuffet etwas mehr auszugeben. Ein Schüler brachte die Idee ein, einen fleischfreien Tag in der Woche einzuführen, „natürlich gibt’s dann keine Schnitzsemmel und keine Chicken Wings, dafür hat der Buffetbetreiber immer noch die anderen vier Tage, die ungesunden Sachen, die aber seine Kassen voll machen“ (F1, 110).

***Buffetbetreiber/innen sollten sich in puncto Warensortiment von Supermärkten abheben.***

***Schüler/innen sind bereit für gute und hochwertige Jausen mehr auszugeben.***

Positiv an der gesundheitsförderlichen Auswahl sehen die Schüler/innen, dass auch jene, welche üblicherweise „ungesündere“ Jausen wie z.B. Schnitzsemeln bevorzugen, auch einmal etwas anderes probieren. Eine Schülerin betonte, wie wichtig persönliche Weiterempfehlung an der Schule sei, was die Schuljause und das Schulbuffet betrifft. Sie erzählte, dass wenn das Schulbuffet etwas Neues anbietet und eine Mitschüler/in damit in die Klasse kommt, dann wird gleich neugierig danach gefragt und dann „probieren es alle aus“ (F2, 233), „auch von den gesunden Sachen“ (F2, 236).

***Persönliche Weiterempfehlung spielt an der Schule eine zentrale Rolle.***

Einem Schüler nach liegt das eigentliche Problem des Schulbuffets an den Preisen und daher sollten die Buffetbetreiber/innen ihrer Meinung nach vor allem finanziell unterstützt werden, damit sie selbst auch aktiv werden können, was die Einführung eines gesundheitsförderlichen Schulbuffets betrifft.

***Schüler/innen schlagen vor, die Schulbuffets finanziell zu stützen.***

---

<sup>11</sup> Zum Preisverständnis der Buffetbetreiber/innen im Gegensatz zu den Schüler/innen siehe Punkt „Wirtschaftlichkeit“ unter Kapitel 4.1.5 Bedürfnisorientierung und Einstellung zu gesundheitsförderlichen Ernährungsangeboten.

#### 4.4.4 Vorschläge und Wünsche der Schüler/innen für ein „perfektes“ Schulbuffet

**Angebot und Preis.** Den Schüler/innen ist vor allem gute Qualität und ein guter Preis wichtig, also ein gutes „Preis-Leistungs-Verhältnis“ (F1, 474), Abwechslung und ein freundliches, hygienisch arbeitendes Personal am Schulbuffet. Die an den Fokusgruppen teilnehmenden Schüler/innen hatten sehr konkrete Vorstellungen davon, was das „perfekte“ Schulbuffet anbieten sollte. Grundsätzlich äußerten die Schüler/innen den Wunsch nach mehr Auswahl an gesundheitsförderlichen, frischen Waren und eine Steigerung der Variation. Besondere Schlagwörter waren frisch, warm, vegetarisch, gesundheitsförderlich und abwechslungsreich. Das Klischee, dass Kinder und Jugendliche nur Fast Food und „Ungesundes“ essen wollen, ließ sich in den beiden Fokusgruppen nicht bestätigen.

Als konkrete Wünsche bzw. Vorschläge wurden von den Schüler/innen genannt: frisch gepresste (Orangen-)Säfte bzw. frische Smoothies (Fruchtgetränke) und dafür weniger süße Getränke (gilt auch für Automaten). Stilles Mineralwasser oder ein Wasserspender bzw. Trinkbrunnen sollte nach Meinung der Schüler/innen unbedingt verfügbar sein. Zu gesundheitsförderlicher Ernährung, so die Schüler/innen, gehört auch, dass man genug trinkt. Daher sollte in der Schule die Möglichkeit gegeben sein, sich jederzeit bei einem Wasserspender oder Trinkbrunnen sein „Flascherl“ (F2, 809) auffüllen zu können. Es sollte mehr alternative Naschereien, wie Nüsse, Studentenfutter, Joghurt mit Cornflakes oder Marmeladen zum Löffeln geben und dafür die Vielfalt an Schokoladenriegel reduziert werden. Außerdem ist den Schüler/innen eine Auswahl an frischem Obst und Gemüse besonders wichtig (z.B. Bananen, Orangen, Kiwis zum Auslöffeln, Karotten zum Snacken, Karottensalat, Radieschen auf dem Brot). Essiggurken sollten nicht das einzige angebotene Gemüse für den Gemüsebelag der Weckerl sein, wie eine Schülerin überspitzt bemerkte. Die Schüler/innen würden es sinnvoll finden, könnte man sich die Weckerl direkt am Buffet individuell nach seinen Präferenzen selbst zusammenstellen, um somit auch zu verhindern, dass Gemüse weggeschmissen wird.

Schließlich sollten auch warme Speisen am Schulbuffet angeboten werden, beispielsweise Nudelgerichte (Spaghetti, Lasagne, Tortellini und Tortelloni zählen u.a. zu den Lieblingsgerichten der Schüler/innen), v.a. aber auch vegetarisch warme Gerichte als Alternative zu Schnitzelsemmeln, Chicken

*Freundliches und hygienisches Personal, gutes Preis-Leistungs-Verhältnis und Abwechslung machen ein „perfektes Schulbuffet“ aus.*

*Angebot sollte frisch, warm, vegetarisch, gesund und abwechslungsreich sein.*

*Schüler/innen wünschen sich Wasserspender und Trinkbrunnen.*

Nuggets, Knoblauchstangerl & Co.

Ein Schüler brachte die Idee vor, die Süßigkeiten-Automaten an den Schulen umzufunktionieren und darin vegetarische Jausen bzw. kalte Jausen anzubieten. Damit könnte beim Schulbuffet Platz gespart werden und somit ein Angebot an warmen Speisen geschaffen werden.

**Mitwirkung.** Die Schüler/innen gaben das Feedback, dass sie es gut finden im Rahmen der Fokusgruppe miteinbezogen zu werden und sie somit ihre Meinung zum Thema äußern können und wünschen sich generell stärker miteinbezogen zu werden. Beispielsweise um Jausen-Ideen einzubringen oder am Buffet auszuhelfen. Ein Schüler, welcher in Neuseeland einen Schulaustausch hatte, schilderte, dass es dort üblich sei, dass Schüler/innen dem Buffetbetreiber/innen freiwillig vor Schulbeginn helfen, beispielsweise beim Obst und Gemüse schneiden und in der Pause beim Ausgeben der Jausen: *Ich hab auch einmal ausgeholfen für einen Freund und das war wirklich nicht schlimm, weil da geht man zehn Minuten hin und das macht man ein viertel Jahr, wenn sie wen brauchen und das funktioniert gar nicht schlecht, es gibt ja in der Bibliothek auch freiwillige Helfer. Warum sollte das beim Buffet nicht funktionieren?“* (F2, 406, 408). Eine Mitschülerin findet die Idee gut, weil *„wir sind alle eigentlich eine halbe Stunde vor Schulbeginn da (mindestens) und ob du dann zehn Minuten runtergehst“* (F2, 416). Mit diesem System könnte der Buffetbetreiber/in unterstützt werden um ihm zu ermöglichen, frisches Obst und Gemüse anzubieten. Ebenso der Wunsch der Schüler/innen, sich den Inhalt der Weckerl selbst zusammenzustellen, könnte durch diese Mitwirkung der Schüler/innen umgesetzt werden.

**Schüler/innen finden es gut, dass sie miteinbezogen werden und können sich vorstellen, Jausen-Ideen einzubringen und am Schulbuffet freiwillig auszuhelfen.**

#### 4.4.5 Verständnis von gesundheitsförderlicher Ernährung

**Verantwortung für gesundheitsförderliche Ernährung.** Ein Schüler schilderte, dass er von den Jausen am Schulbuffet zugenommen hätte, weil er seine Jause öfter dort gekauft hat. Seiner Meinung nach wäre es wichtig, dass Schüler/innen bei ihrer Ernährung unterstützt werden und ihnen gesundheitsförderliche Ernährung ermöglicht wird: *„Es sollte weniger Auswahl bei den Ungesunden sein und mehr Auswahl bei den Gesunden“* (F2, 787). Nach Meinung der Schüler/innen seien solche Maßnahmen, wie im Rahmen der Initiative „Unser Schulbuffet“ zur Optimierung des Schulbuffets wichtig, da es nach Meinung einer Schülerin genug Übergewichtige gibt und man generell zu „ungesund“ lebt. Die Schüler/innen sind durchaus der Meinung, dass

**Schulbuffet trägt zur gesundheitsförderlichen Ernährung bei.**

man sich gesünder ernähren würde, wenn es ein Schulbuffet mit gesundheitsförderlichem Angebot gäbe.

Das Bewusstsein für gesundheitsförderliche Ernährung soll nach Ansicht der Schüler/innen also schon in jungen Jahren gefördert werden, wobei dem Elternhaus und der Schule gleichermaßen eine Verantwortung zukommt, *„weil ein paar [Eltern] setzen ihren Kindern einfach immer Fertiggerichte vor und das ist halt auch nicht das Richtige“* (F2, 39). Es wäre wichtig, die Eltern über die Initiative entsprechend zu informieren, *„wenn du es nur in der Schule hörst und daheim ist es eh wurscht. Dann wird das nicht viel helfen, denk ich mir. Andererseits, wenn du’s nur daheim lernst und in der Schule nicht, dann hilft es ja auch nix“* (F2, 71-77). Die Eltern hätten genauso darauf zu achten, was ihre Kinder essen.

**Bewusstsein für gesundheitsförderliche Ernährung.** Gesundheitsförderliche Ernährung ist zwar grundsätzlich zu befürworten, man soll es aber nach Ansicht der Schüler/innen auch nicht übertreiben; gänzlich auf Fast Food verzichten möchten die Schüler/innen nicht, *„man will sich ja nicht nur immer von den Karottensticks ernähren“* (F1, 440). Wichtig ist den Schüler/innen eine abwechslungsreiche Ernährung; etwas zu verbieten wäre der falsche Zugang. Kohlenhydrate und Fette sind für den Körper genauso wichtig, daher sind Burger, Schnitzelsemmeln & Co nicht automatisch als weniger gesundheitsförderlich bzw. Dickmacher zu sehen, so die Schüler/innen. Sie besitzen nach Ansicht der Schüler/innen ebenso Nährwert, der vor allem für Sportler wichtig ist, wie z.B. Nudeln *„die haben viel Kohlenhydrate, da kannst du viel Sport betreiben und das Ganze verbrennen und dann wirst du schön dünn.“* (F2, 764), wie eine Schülerin aus der Unterstufe anmerkt. Mit gesundheitsförderlicher Ernährung und Sport steigere man automatisch das Bewusstsein für einen gesundheitsförderlichen Lebensstil.

Ein Schüler meinte zudem, dass man hinterfragen sollte, was man isst, um nicht Chemie in den Körper zu lassen. Seiner Meinung nach ist es wichtig, als Konsument/in nicht alles unüberlegt zu essen, was die Industrie vorlegt und nennt als Beispiel die Burger eine Fast Food Kette, welche seiner Meinung nach im Grunde nicht zu „richtigem Essen“ gezählt werden können (etwa Fisch-Burger ohne Fisch-Anteil).

**Motivallianz für gesundheitsförderliche Ernährung: Schönheit – Leistungsfähigkeit – Erfolg.** In einer Schule wurde von den Schüler/innen die Dokumentation „Supersize me“ angesprochen, um zu veranschaulichen, dass Fast

*„Gesunde“ Ernährung ist für Schüler/innen eine Art Lifestyle-wird mit Schönheit,*



Food auf lange Sicht dem Körper schadet. In der anderen Schule hingegen nannte eine Schülerin die Serie „The biggest loser“, wo die Kandidat/innen adipös seien, „und das beginnt mit ungesunder Ernährung. Und wenig Sport“ (F2, 711-713). Gesundheitsförderliche Ernährung wird verbunden mit Schönheit und beruflichem Erfolg, das „ist ein bisschen so ein Lifestyle geworden. Das ist so cool, wenn man sich gesund ernährt“ (F2, 732), „weil mit einer guten Figur bist du vielleicht hübscher und wenn du hübsch bist, dann hast’s immer gut im Leben“ (F2, 737).

**Leistungsfähigkeit  
und beruflichem Er-  
folg verbunden.**

**„Wenn du hübsch bist,  
dann hast’s immer gut  
im Leben“**

Eine Schülerin aus der Unterstufe spricht an, dass gesundheitsförderliche Ernährung in der Schule auch deswegen besonders wichtig ist, um sich konzentrieren und besser lernen zu können, denn wenn man etwas Fettes ist, dann so die Schülerin weiter, wird man müde und „plagt“ (F2, 757) sich in der Schule. Zudem trägt das Schulbuffet wesentlich zur Bildung eines Verständnisses von gesundheitsförderlicher Ernährung bei, weil „die Erstklässler kriegen ja dann auch davon was mit, wenn das Schulbuffet das vorlebt mit gesunder Ernährung, nehmen sie vielleicht auch das in den Alltag auf.“ (F2, 29-34). Ein Schüler bekräftigte: „Ich glaub auch, dass, wenn man jetzt in der Schule gesünder isst, dass man dann vielleicht auch seine Einstellung im restlichen Leben ändert, also außerhalb der Schule (F2, 36).

#### **4.4.6 Bildanalyse (Fotowettbewerb)**

Die Schüler/innen einer Fokusgruppe waren von den Fotos sehr beeindruckt und daran interessiert zu erfahren, wer die Fotos im Rahmen des Fotowettbewerbs gemacht hat, wie diese technisch umgesetzt wurden, wie die Siegerfotos aussehen und wie alt die Schüler/innen der Siegerfotos sind.<sup>12</sup> Das Siegerfoto (Darstellung des Apfels) fanden die Burschen aus der Oberstufe für den ersten Platz eher enttäuschend. Sie selbst haben den Fotowettbewerb nicht bewusst wahrgenommen und daher nicht daran teilgenommen, was sie im Nachhinein als schade befunden hatten.

Das Foto mit der Jausenbox und den aus Radieschen geschnitzten Mäusen hat die Schüler/innen besonders angesprochen und zum Diskutieren ani-

**Jüngere Schüler/innen  
(Unterstufe) gefällt**

---

<sup>12</sup> Siegerfotos siehe <http://unerschulbuffet.at/service/wettbewerb/gewinnerinnen>



miert; vor allem Schüler/innen aus der Unterstufe fanden die Mäuse „urlustig“ (F1, 557), „cool“ (F2, 841) bzw. „putzig“ (F2, 983-894). Eine Schüler/in merkte an, das Foto zeige, dass man mit gesundheitsförderlichen Lebensmitteln „witzige Sachen machen“ (F1, 553) kann.

**der spielerische Zugang zur Thematik Essen.**

Essen in dieser Weise spielerisch zu gestalten hat den Schüler/innen nach vor allem den Effekt, dass die Kreativität gefördert wird und Kinder Gemüse essen, „das Bild vermittelt einfach, das gesund Spaß machen soll, dass es halt die Jugendlichen, da wohl eher die Kinder dazu animiert, in diesem Gesunden Spaß zu finden“ (F1, 563). Eine Schülerin erzählte, dass ihr Vater, als sie noch klein war, Radieschen zu Mäusen formte, damit sie das Gemüse isst und als sie älter wurde schmeckten ihr die Radieschen dann auch ohne die Maus-Form, „wenn die Kleinen zum Beispiel nicht gern Gemüse essen und dann schaut man auf so was beim Essen, dann denkt man sich ‚Ja, das ist cool, das ist was Neues‘ und das essen’s dann“ (F2, 880). Die Schüler/innen fanden die am Foto gezeigte Jause an sich sehr ansprechend; hervorgehoben wurde das dunkle Brot, die knackigen Gurken und Radieschen.

Das 2. Foto wurde besonders von der Oberstufe präferiert, weil sie sehen konnten, was in einem „gesunden Burger“ drinnen ist (F1, 603). Die Schüler/innen würden diesen Burger einem „normalen“ Burger vorziehen, bei welchem man oft gar nicht weiß, was drinnen ist an „Chemie oder sonstige Inhaltsstoffe“ (F1, 612). Außerdem sieht der Burger auf dem Bild „energiereicher“ aus (F1, 607-6010), „davon werd’ ich eher satt“ (F1, 621). Einen besonderen Effekt bekommt das Bild nach Meinung eines Schülers durch die schwarze Hintergrundfarbe; dadurch wirke es wie ein Filmplakat und spreche daher besonders Jugendliche und Erwachsene an. Dieses Foto fasziniert die Schüler/innen vor allem wegen seiner technischen Umsetzung. Eine Schülerin aus der Unterstufe befand, dass das Bild ein wenig wie ein Gesicht aussähe; es erinnere sie an die Bilder von Arcimboldo (Arcimboldo war berühmt dafür, aus Gemüse und Früchte Portraits zu gestalten). Mit ein wenig Phantasie könne man einen Mund, die Nase, etc. erkennen, wie ein anderer Schüler ergänzte.

**Ältere Schüler/innen (Oberstufe) sind am Detail interessiert – sie wollen wissen, was sie essen (Inhaltsstoffe) und welchen Wert das Essen hat.**

Das erste gezeigte Bild mit den Mäusen ist für die Schüler/innen grundsätzlich auffälliger, als das Bild mit dem Burger. Die Schüler/innen würden automatisch zuerst auf das erste Bild schauen, da es ihrer Ansicht nach ausgefallener ist und ins Auge sticht, aber „beide Bilder sagen, dass man Essen auch bunt machen kann“ (F1, 661).

**Bunte Vielfalt kommt bei Schüler/innen an.**

## 5 Resümee

### 5.1 Buffetbetreiber/innen

#### Zentrale Forschungsfrage:

*Wie wurde die Initiative „Unser Schulbuffet“ wahrgenommen und die Umsetzung beurteilt? Was waren förderliche und hinderliche Faktoren?*

#### Teilfragen:

- a) *Wie wurden die **Initiative** „Unser Schulbuffet“ und die **Begleitmaßnahmen** von den Buffetbetreiber/innen **beurteilt**?*

Die Initiative „Unser Schulbuffet“ wurde von den Buffetbetreiber/innen als einmalig bezeichnet und die Umsetzung als wichtig hervorgehoben. Besonders positiv wurde beurteilt, dass sich die Initiative an sie als Buffetbetreibende richtet, sie von freundlichen, sympathischen und kompetenten Expert/innen begleitet und ihnen keine Verbote auferlegt wurden. Den Angebots-Check, dass nicht nur eine Bewertung des Schulbuffets stattfand, sondern gemeinsam mit den mobilen Berater/innen Verbesserungsmaßnahmen erarbeitet wurden, fanden die Buffetbetreiber/innen sinnvoll und sehr gut. Die Initiative hat dazu beigetragen, dass die unterschiedlichen schulinternen Interessen der Direktor/innen, Lehrer/innen und Schüler/innen mit denen der Buffetbetreiber/innen aufeinander abgestimmt werden konnten. Die Orientierung an der Leitlinie „Schulbuffet“ erleichterte den Buffetbetreiber/innen die Umsetzung eines gesundheitsförderlichen Schulbuffets. Darüber hinaus dienten die Leitlinie und Zertifizierung auch als Argumentationsgrundlage gegenüber kritischen Stimmen, mit welcher sie die Qualität ihres Buffets nachweisen und rechtfertigen konnten.

Die Leitlinie bot für die Buffetbetreiber/innen aufgrund der übersichtlichen Darstellung der Mindestkriterien nach Warengruppen ausreichend Gestaltungsmöglichkeit und war praktisch gut umsetzbar. Die Schüler/innen haben die Umstellung des Schulbuffets und das neue Angebot nach Einschätzung der Buffetbetreiber/innen gut aufgenommen. Die Buffetbetreiber/innen erfuhren positive Rückmeldungen der Schüler/innen teilweise direkt oder über steigende Verkaufszahlen.

- *Verständlichkeit und Praktikabilität der Materialien?*

Die Begleitmaßnahmen wurden von den Buffetbetreiber/innen großteils verwendet und ihrer Einschätzung nach auch von den Schüler/innen wahrgenommen. Besonders die Sticker sind bei den Schüler/innen sehr gut angekommen. Die Plakate wurden von manchen Buffetbetreiber/innen als zu wenig aussagekräftig empfunden. Die Buffetbetreiber/innen waren der Ansicht, dass eine Unterscheidung der Jausen in gesundheitsförderlich und weniger gesundheitsförderlich, etwa im Sinne einer Ampelkennzeichnung, eine gute Orientierung für Schüler/innen darstellen würde.

Die Begleitmaßnahmen unterstützten das Marketing der Buffetbetreiber/innen und haben dazu beigetragen, dass die Schulbuffets ein Logo bzw. ein positives Image bekommen haben. Die Plakate und Begleitmaßnahmen konnten den aktiven Verkauf unterstützen, aber die Präsentation von attraktiven Jausen nicht ersetzen. Da Schüler/innen aufgrund der kurzen Pause häufig Spontankäufe tätigen, sollten die Begleitmaßnahmen jedoch weniger die Initiative, sondern die Jausen selbst bewerben oder Informationen zur gesundheitsförderlichen Ernährung vermitteln. Für die Umsetzung eines vielfältigen und gesundheitsförderlichen Angebots am Schulbuffet war das Rezeptbuch für die Buffetbetreiber/innen hilfreich, auch wenn die Rezepte zum Teil als umständlich und wenig rentabel in der Umsetzung befunden wurden, wurden sie trotzdem gerne als Ideen Anregung herangezogen.

b) Was waren **förderliche oder hinderliche Faktoren bei der praktischen Umsetzung** der Optimierungsmaßnahmen?

Schwierigkeiten bei der Umsetzung der Leitlinie „Schulbuffet“ gab es laut Buffetbetreiber/innen vor allem bei den Warengruppen Süßigkeiten und Mehlspeisen hinsichtlich der Sorten- bzw. Stückbeschränkung von max. zehn Sorten (Süßigkeiten) bzw. Stück (Mehlspeisen) (vor allem in Schulen mit hoher Schüler/innenanzahl) und der Gewichtsbeschränkung von max. 30 g (vor allem wenn sich Konkurrenzbetriebe in der Nähe des Schulbuffets befanden). Für selbstgemachte Mehlspeisen fehlte den Buffetbetreiber/innen häufig die dafür notwendige Zeit. Buffetbetreiber/innen mit einem großen, einladenden, zentral gelegenen Schulbuffet, die zudem über mehrere Standorte verfügten bzw. ein Nebengeschäft betrieben, waren flexibler bei der Produkt- und Preisgestaltung und konnten die Leitlinie leichter umsetzen als Betreiber/innen, die als fliegende Händler tätig waren und nur ein sporadisches Buffet anbieten konnten. Berufsschulen sollten nach Meinung der Buffetbetreiber/innen als Sonderfall betrachtet werden und einer modifizierten Leitlinie unterliegen, da die Mindestkriterien der Leitlinie an Schulen, welche auch Erwachsene besuchen, nicht optimal umsetzbar wären.

Ein wesentlicher Kritikpunkt, der von allen Buffetbetreiber/innen geäußert wurde, bezog sich auf die Getränkeautomaten (und auch Lebensmittelautomaten) an den Schulen, die von Dritten betrieben werden, keiner Leitlinie unterliegen und eine wesentliche Konkurrenz zum Schulbuffet darstellen würden.

Besonders hinderlich für die praktische Umsetzung der Optimierungsmaßnahmen war es, wenn das Lehrpersonal, die Direktor/innen und/oder auch die Eltern kontraproduktiv zur Initiative eingestellt waren und das Schulbuffet zu stark fremdbestimmt wurde (bezüglich Preisbestimmung, Angebotsbestimmung, etc.). Die Verantwortung für gesundheitsförderliche Ernährung der Schüler/innen würde durch die Leitlinie noch zusätzlich an die Buffetbetreiber/innen weitergegeben werden, wodurch der Druck auf sie noch stärker wurde. Um die Akzeptanz der Stakeholder zu erhöhen und damit die Umsetzung der Initiative, ist es förderlich relevante Akteure (z.B. Schulgemeinschaftsausschuss, Elternverein, Schulärztin/-arzt) zu informieren und miteinzubeziehen.

Die Wichtigkeit einer einheitlichen bundesweiten Initiative zeigt sich aufgrund dessen, dass manche Buffetbetreiber/innen der Initiative anfängliche Skepsis entgegenbrachten, da sie mit anderen gesundheitsförderlichen Programmen, bei welchen sie nicht kooperativ miteinbezogen und Verbote ausgesprochen wurden, schlechte Erfahrungen machten. Die Buffetbetreiber/innen wünschen sich, dass die Initiative „Unser Schulbuffet“ und die Zertifizierung österreichweit Standard werden, da sie durchaus ein Qualitätsmerkmal für die Schule darstellen. Die mobilen Berater/innen trugen wesentlich dazu bei, dass Buffetbetreiber/innen in realistischen Schritten ihr Buffet unter Berücksichtigung der individuellen Grenzen und Möglichkeiten optimieren konnten und die Motivation aufrechterhalten wurde. Zudem konnten sie die Brücke zu anderen Buffetbetreiber/innen schlagen und vermitteln, wie anderswo Probleme gelöst wurden.

c) *War eine Orientierung des Verpflegungsangebots an den Bedürfnissen der Zielgruppe (primär Schulbuffetbetreiber/innen) gegeben?*

- *Wurde der Erhalt der **Kund/innenzufriedenheit** durch die Initiative berücksichtigt?*

Die Buffetbetreiber/innen waren der Ansicht, dass ein ausschließlich gesundheitsförderliches Jausenangebot am Schulbuffet langfristig nicht wirtschaftlich rentabel umsetzbar und auch nicht sinnvoll ist, sondern dass es um eine abwechslungsreiche Ernährung gehen muss, wie sie in der Leitlinie „Schulbuffet“ dargestellt ist. Bei den Buffetbetreiber/innen war eine starke Kundenorientierung zu beobachten; die Buffetbetreiber/innen möchten den Wünschen der Schüler/innen gerecht werden.

- *Inwieweit wurde die **Akzeptanz** und Nutzung des optimierten Verpflegungsangebots gefördert?*

Im Rahmen der Initiative „Unser Schulbuffet“ wurde die Vielfalt und Auswahl am Buffet gesteigert und das Angebot optimal positioniert, womit die Neugierde der Schüler/innen geweckt wurde. Der gesundheitsförderliche Mittelweg, die Vielfalt und Abwechslung am Buffet kam bei den Schüler/innen laut Buffetbetreiber/innen sehr gut an. Das Schulbuffet ist oft sozialer Treffpunkt für die Schüler/innen, daher können räumliche Gegebenheiten den Erfolg eines Schulbuffets mitbestimmen. So wurden im Rahmen der Initiative die Präsentation des Schulbuffets selbst (durch Begleitmaßnahmen, Präsentation und Gestaltung der Jausen, Sitzmöglichkeiten, etc.) optimiert und somit für die Schüler/innen einladender gestaltet. Eine gute Beziehung der Buffetbetreiber/innen zu den Schüler/innen kann sich durchaus positiv auf den Erfolg des Schulbuffets auswirken. Vor allem sollten die Schüler/innen ebenso in die Initiative miteinbezogen und im Rahmen dieser aufgeklärt werden, um einerseits ihre Bindung und Identifikation mit dem Schulbuffet und andererseits ihr Bewusstsein für gesundheitsförderliche Ernährung zu steigern.

- *Wurde der Erhalt der **Wirtschaftlichkeit** durch die Initiative berücksichtigt?*

Damit die Leitlinie „Unser Schulbuffet“ praktikabel und längerfristig, im Sinne von nachhaltig, umgesetzt werden kann, muss für die Buffetbetreiber/innen Wirtschaftlichkeit gegeben sein. Zum Teil reichte es im Zuge der Umstellung auf ein „gesundheitsförderliches Schulbuffet“ aus, das vorhandene

Angebot neu zu positionieren. Die Buffetbetreiber/innen berichteten nur vereinzelt von Umsatzeinbußen aufgrund der Umstellung; insbesondere schwierig stellte sich die Umstellung in den Bereichen Süßigkeiten und Mehlspeisen dar. Großteils wurde berichtet, dass Verschiebungen auf andere Warengruppen stattgefunden haben; nahm man bei einer Warengruppe weniger ein, verkaufte man woanders mehr.

Um Wirtschaftlichkeit zu gewährleisten, wäre eine verstärkte Kooperation und Kommunikation zwischen Buffetbetreiber/innen, Schule und Eltern erstrebenswert. Da die Umsetzung der Leitlinie „Schulbuffet“ bei der Vergabe von Schulbuffets teilweise mitberücksichtigt wird, konnten manche ausgezeichnete Buffetbetreiber/innen sogar Standorte dazugewinnen.

d) *Inwieweit trug die Initiative zur **Schaffung von Strukturen und Netzwerken** zur Weiterführung der Optimierungsmaßnahmen im Bereich Schulverpflegung bei?*

Den Buffetbetreiber/innen ist der Kontakt untereinander sehr wichtig, auch bundeslandübergreifend. Das konkurrierende Verhältnis war dabei keine Hemmnis. Die Stammtische wurden von den teilnehmenden Buffetbetreiber/innen gut angenommen und es wurde gewünscht, dass diese zukünftig weitergeführt werden. Ebenso bei der Sommerakademie war diese Stimmung, dass sich Buffetbetreiber/innen vernetzen möchten, spürbar. Es besteht der Wunsch eine eigene Plattform, ein Netzwerk für Schulbuffetbetreiber/innen, zu realisieren.

Der Service der Peers wurde zum Teil genutzt, aber es wurde geäußert, dass diese eine externe, offizielle Ansprechpersonen nicht ersetzen können. Die Buffetbetreiber/innen können besser argumentieren, wenn sie Personen nennen können, die als Fachexpert/innen auftreten und den Buffetbetreiber/innen als Berater/innen den Rücken stärken.

Um die Marke „Unser Schulbuffet“ und die Leitlinie verbindlich für alle Buffetbetreiber/innen zu etablieren, bedarf es den Buffetbetreiber/innen nach noch weiterer Schulbuffetbetriebe, die an der Initiative teilnehmen. Es besteht der Wunsch nach mehr Unterstützung von offizieller Seite (Intensivierung des Lobbying für die Schulbuffets und stärkere politische Unterstützung) und der Weiterführung der Initiative als bundesweite Initiative.

## 5.2 Schüler/innen

### Zentrale Forschungsfrage:

*Wie wurde die Initiative „Unser Schulbuffet“ wahrgenommen und die Umsetzung beurteilt? Was waren förderliche und hinderliche Faktoren?*

**Teilfragen:**

- a) *Wie wurden die **Initiative** „Unser Schulbuffet“ und die **Begleitmaßnahmen** von den Schüler/innen im Setting Schule **beurteilt**?*

Die Idee der Initiative wurde von den Schüler/innen als gut und sinnvoll beurteilt, auch wenn ihnen die Umsetzung der Initiative an der eigenen Schule nicht bewusst aufgefallen ist und einige Kritikpunkte hinsichtlich des eigenen Schulbuffets geäußert wurden. Bei der Beurteilung der Initiative wurde Bezug zum eigenen Schulbuffet hergestellt. Die Schüler/innen bemerkten zwar positive Veränderungen am Schulbuffet, hoffen zukünftig jedoch auf noch mehr Umsetzung und Verbesserung in Richtung der Leitlinie „Schulbuffet“, da sie eine Steigerung bzw. zumindest Sicherung einer gleichbleibenden Qualität des Angebots am Schulbuffet ermöglicht. Die Schüler/innen wollen, dass die Buffetbetreiber/innen weiterhin an der Initiative „Unser Schulbuffet“ teilnehmen, damit sich die Qualität der Angebote an den Schulbuffets nicht wieder verschlechtert.

Die Schüler/innen finden es gut, dass es eine Initiative für Buffetbetreiber/innen gibt und sie bei der Verbesserung des Schulbuffets von Expert/innen unterstützt werden, um auf gesundheitsförderliche Angebote umsteigen zu können, da es ihrer Meinung nach zu viel „Ungesundes“ an Schulbuffets gibt. Es sollte zwar nichts verboten, aber die Vielfalt und Auswahl gesteigert werden, um neben weniger gesundheitsförderlichen Jausenangeboten auch Gesundheitsförderliches anzubieten. Eine abwechslungsreiche und ausgewogene Ernährung, im Sinne einer Balance zwischen „gesunden“ und „weniger gesunden Jausenangeboten“, ist den Schüler/innen wichtig und das Schulbuffet übernimmt ihrer Meinung, neben der Verantwortung der Eltern, ebenso einen Teil der Verantwortung für die Ernährung der Schüler/innen. Die Schüler/innen vertreten die Ansicht, dass das Schulbuffet zur gesundheitsförderlichen Ernährung beiträgt – werden gesündere Jausen angeboten, ernähre man sich auch gesünder. Zudem würde es nicht unwesentlich zur Bildung des Verständnisses für gesundheitsförderliche Ernährung beitragen.

- *Verständlichkeit und Praktikabilität der Materialien?*

Den Schüler/innen wäre es wichtig, in der Schule im Rahmen eines Vortrags über die Initiative informiert zu werden, um somit auch einen verständlichen Zugang zu den Begleitmaßnahmen haben zu können. Reine Marketingmaterialien empfinden die Schüler/innen als Geldverschwendung. Die Schüler/innen werden ohnehin bereits mit Werbung überflutet. Die Sticker sehen die Schüler/innen als sinnvoll an, wenn diese zur Unterscheidung von gesundheitsförderlichen von weniger gesundheitsförderlichen Speisen verwendet werden und somit auf den ersten Blick die „gesündere Wahl“ erkennbar wäre. Auch die Preisschilder sind nach Ansicht der Schüler/innen nützlich, um gleich zu sehen, was bestimmte Jausen kosten, was wiederum den Ablauf am Buffet erleichtert. Die Jausen im Rezeptbuch kamen bei den Schüler/innen sehr gut an. Dieses hat gezeigt, dass „Gesundes“ gut anschauen und gut schmecken kann.

b) Was waren **förderliche oder hinderliche Faktoren bei der praktischen Umsetzung** der Optimierungsmaßnahmen?

Den Schüler/innen nach orientieren sich Buffetbetreiber/innen primär am Umsatz und weniger an den Bedürfnissen der Schüler/innen. Die wirtschaftliche Problematik der Buffetbetreiber/innen ist den Schüler/innen durchaus bewusst. Die Schüler/innen kritisierten jedoch, dass Gesundheitsförderliches häufig teurer angeboten wird als weniger Gesundheitsförderliches.

Den Schüler/innen fehlt es grundsätzlich an frischen, vegetarischen, gesundheitsförderlichen warmen Jausen und glutenfreien Alternativen. Das Personal an den Schulbuffets wurde teilweise als unfreundlich und unhygienisch beschrieben. Die Auswahl an gezuckerten Getränken und Schokoladenriegeln (auch an Automaten) ist zu umfangreich; eine Auswahl an Mineralwasser oder alternativen Mehlspeisen ist ihrer Meinung nach kaum gegeben.

c) War eine Orientierung des Verpflegungsangebots an den **Bedürfnissen der Schüler/innen** gegeben?

Den Schüler/innen ist wichtig, schlank zu sein, um im Leben Erfolg zu haben und dabei spiele Ernährung eine wesentliche Rolle. Was die Einstellung zu Ernährung betrifft, sind bei den Schüler/innen die Motive Schönheit (wird gleichgesetzt mit Schlankheit), Leistungsfähigkeit (Konzentration) und Erfolg (in der Schule sowie im beruflichen Leben) im Sinne einer Motivallianz eng verknüpft; die Wichtigkeit der einzelnen Motive variiert dabei mit dem Alter der Schüler/innen. Gesundheitsförderliche Ernährung wird als Lifestyle- und Erfolgsfaktor gesehen.

Gesundheitsförderliche, ausgewogene Ernährung heißt für die Schüler/innen eine abwechslungsreiche, „bunte“ Ernährung mit frischen Zutaten, wobei auch „Ungesundes“ in Maßen erlaubt ist. Um die Wichtigkeit solcher Initiativen herauszustreichen wurde von den Schüler/innen positiv erwähnt, dass gesundheitsförderliche Jausen die Leistungsfähigkeit (Konzentration) an der Schule fördern. Zudem ist gesundheitsförderliche Ernährung wichtig, um nicht übergewichtig zu werden und somit im Leben schön und erfolgreich zu sein.

- Wurde der Erhalt der **Kund/innenzufriedenheit** (in diesem Fall die der Schüler/innen) durch die Initiative berücksichtigt?

Die Auswahl und Vielfalt am Schulbuffet wurde gesteigert und der Standort durch kleine räumliche Veränderungen verbessert. Nach Aussage der Schüler/innen wurde die Zufriedenheit etwas gesteigert, auch wenn es noch Verbesserungen bedarf. Sie wünschen sich eine noch stärkere Umsetzung der Leitlinie „Schulbuffet“. Die Ausführungen einzelner Schüler/innen machen deutlich, dass auch ein ausgezeichnetes Schulbuffet noch Verbesserungsbedarf hat und dass es wichtig ist, die Maßnahmen langfristig in gleichbleibender Qualität umzusetzen, damit die Änderungen von den Kund/innen als echte Verbesserung wahrgenommen werden. Zudem wurde positiv hervorgehoben, dass sie im



Rahmen der Fokusgruppe in die Initiative miteinbezogen werden und nach ihrer Meinung gefragt wird.

- *Inwieweit wurde die **Akzeptanz** und Nutzung des optimierten Verpflegungsangebots gefördert?*

In den beiden Schulen, in welchen die Fokusgruppen abgehalten wurden, wurden die Akzeptanz und Nutzung des optimierten Verpflegungsangebots kaum gefördert. In einer Fokusgruppe wurde erwähnt, dass die Sticker „Unser Schulbuffet“ aufgefallen sind. Die Initiative war den Schüler/innen vor Durchführung der Fokusgruppe aber weitgehend unbekannt.

- *Wurde der Erhalt der **Wirtschaftlichkeit** durch die Initiative berücksichtigt?*

Die Frage nach der Wirtschaftlichkeit war für die Schüler/innen ein wichtiges Thema, da ihrer Meinung nach ein gesundheitsförderliches Schulbuffet nur langfristig umgesetzt werden kann, wenn Wirtschaftlichkeit für den/die Buffetbetreiber/in gewährleistet ist. Nach Ansicht der Schüler/innen berücksichtigt das Konzept der Initiative den Aspekt der Wirtschaftlichkeit, da Gesundheitsförderliches und weniger Gesundheitsförderliches angeboten wird und somit die Bedürfnisse der Schüler/innen abdeckt. Das Konzept der Initiative lässt ihrer Meinung nach eine gesundheitsförderliche und wirtschaftliche Umsetzung für die Buffetbetreiber/innen zu. Die Buffetbetreiber/innen sollten dennoch finanziell unterstützt werden, da sie mit den Preisen von Supermärkten nicht mithalten könnten. Die Schüler/innen finden die Preise am Schulbuffet zu teuer, wären aber bereit mehr auszugeben, wenn sich das Angebot qualitativ von Supermarktangeboten abhebt.

## 6 Fazit

Die Initiative „Unser Schulbuffet“ wird von den Buffetbetreiber/innen, wie auch von den Schüler/innen positiv beurteilt und als wichtig erachtet, auch wenn die Schüler/innen an ihrem eigenen Schulbuffet nur geringe Verbesserungen wahrgenommen haben. Im Rahmen der Initiative wurde die Vielfalt und Auswahl gesundheitsförderlicher Produkte am Schulbuffet gesteigert und das Warenangebot optimal positioniert (weniger gesundheitsförderliches in den Hintergrund). Besonders positiv herausgestrichen wurde von beiden Interessensgruppen, dass sich die Initiative direkt an Buffetbetreiber/innen richtet und diese bei der gesundheitsförderlichen Umstellung des Schulbuffets von Expert/innen begleitet und beraten werden. Durch eine gemeinsame Erarbeitung von Verbesserungsmaßnahmen (bestenfalls auch in Abstimmung mit anderen schulinternen Stakeholdern) und regelmäßiger Evaluierung des Warenangebots kann eine Steigerung bzw. Sicherung einer gleichbleibenden Qualität des Angebots am Schulbuffet ermöglicht werden. Die Darstellung der Mindestkriterien nach den Warengruppen bot den Buffetbetreiber/innen eine Orientierungsgrundlage für eine praktische Umsetzung. Es hat sich gezeigt, dass die Leitlinie, als Vorgabe des Bundesministeriums für Gesundheit nicht nur ein Kriterienkatalog ist, sondern den Buffetbetreiber/innen außerdem eine Argumentationsgrundlage für die Gestaltung des Warenangebots gegenüber kritischen Stimmen



bzw. anderen Interessensgruppen im Setting Schule bietet. Die Wichtigkeit einer einheitlichen bundesweiten Initiative wurde von den Buffetbetreiber/innen hervorgehoben.

Von den Betreiber/innen, wie auch von den Schüler/innen, wurde befürwortet, dass es im Rahmen der Initiative „Unser Schulbuffet“ keine Verbote für das Schulbuffetangebot gibt, sondern die Vielfalt und Auswahl an gesundheitsförderlichen Produkten gesteigert wird, was den Vorstellungen der Schüler/innen hinsichtlich eines Wunschbuffets entspricht. Dieses Konzept eines Kompromisses zwischen gesundheitsförderlichem und weniger gesundheitsförderlichem Angebot (auch „*Ungesundes*“ ist in Maßen erlaubt) ermöglicht nach Ansicht der Schüler/innen eine langfristig wirtschaftlich rentable Umsetzung für die Buffetbetreiber/innen, da Schüler/innen nach wie vor weniger Gesundheitsförderliches kaufen können, aber auch Gesundheitsförderliches aus einem vielfältigerem Angebot auswählen können. Im Rahmen der Initiative wurde die Vielfalt und die Auswahl am Buffet gesteigert und das Angebot optimal positioniert, womit auch die Neugierde der Schüler/innen geweckt wurde. Die Buffetbetreiber/innen berichten daher weniger von Umsatzeinbußen, als von einer Umschichtung des Umsatzes innerhalb des Warensortiments.

Die **Begleitmaßnahmen** wurden von den befragten Buffetbetreiber/innen zum Großteil gesetzt und von den Schüler/innen teilweise auch wahrgenommen. Die Begleitmaßnahmen unterstützten die Buffetbetreiber/innen bei der Bildung eines Images. Die Plakate wurden von manchen Buffetbetreiber/innen jedoch als zu wenig aussagekräftig und zu wenig informativ empfunden; Buffetbetreiber/innen wie auch Schüler/innen finden reine Marketingmaterialien überflüssig. Das Rezeptbuch sahen die Buffetbetreiber/innen als Orientierungshilfe und Ideen Anregung für die Umsetzung eines vielfältigen gesundheitsförderlichen Angebots; in der Praxis wurden diese Rezepte jedoch zum Teil als zu umständlich und wenig rentabel beurteilt. Den Schüler/innen nach zeigen die Bilder im Rezeptbuch, dass gesundheitsförderliche Jausen gut aussehen und zugleich gut schmecken können. Auch die Sticker sind für die Schüler/innen nützlich, wenn diese kennzeichnen, welche Jause gesundheitsförderlich ist. So kann auf den ersten Blick die „gesündere“ Wahl getroffen werden. Auch eine Ampelkennzeichnung, welche Jausen nach Grad der Gesundheitsförderlichkeit kennzeichnet und den Schüler/innen eine einfache und schnelle Unterscheidung zwischen gesundheitsförderlichen und weniger gesundheitsförderlichen Produkten ermöglicht, erachten die Buffetbetreiber/innen erfahrungsgemäß als geeignet. Die Preisschilder sahen die Schüler/innen, wie auch die Buffetbetreiber/innen als sehr nützlich an, da sie den Ablauf am Schulbuffet erleichterten. Grundsätzlich äußerten die Schüler/innen den Wunsch, über die Initiative und die Begleitmaßnahmen informiert zu werden, um einen verständlichen Zugang zur Initiative „Unser Schulbuffet“ zu bekommen. In den beiden Schulen, in denen die Fokusgruppen abgehalten wurden, wurde die Akzeptanz und Nutzung des optimierten Verpflegungsangebots dem Anschein nach für die Schüler/innen nicht merklich gefördert. Die Initiative war den Schüler/innen vor Durchführung der Fokusgruppe weitgehend unbekannt. Sowohl die Buffetbetreiber/innen als auch die Schüler/innen wünschen sich daher, dass die Schüler/innen über die Maßnahmen aufgeklärt und stärker in die Initiative einbezogen werden. Durch

Einbeziehung und eventuell auch durch Mitarbeit der Schüler/innen am Schulbuffet könnte die Bindung an das Schulbuffet und die Identifikation mit dem Schulbuffet gesteigert und die Bildung eines Bewusstseins für gesundheitsförderliche Ernährung unterstützt werden.

Bei den Buffetbetreiber/innen war eine starke **Kund/innenorientierung** spürbar (man möchte den Wünschen der Schüler/innen gerecht werden). Die Schüler/innen waren jedoch der Ansicht, dass Buffetbetreiber/innen primär am Umsatz interessiert seien und sich weniger an den Bedürfnissen und der Ernährung der Schüler/innen orientieren. Eine gute Beziehung zwischen Buffetbetreiber/innen und Schüler/innen kann sich nach Meinung der Buffetbetreiber/innen positiv auf den Erfolg des Schulbuffets auswirken. Zudem ist eine intrinsische Motivation der Buffetbetreiber/innen für eine nachhaltige Umsetzung der Leitlinie besonders wichtig, wobei ebenso schulinterne Personen den/die Buffetbetreiber/in maßgeblich unterstützen können. Eine Zusammenarbeit mit der Direktion und dem Schulpersonal, ebenso wie eine Miteinbeziehung der Eltern und Schüler/innen steigert die **Akzeptanz** für das optimierte Verpflegungsangebot und begünstigt eine erfolgreiche und nachhaltige Umsetzung der Leitlinie „Schulbuffet“. Die Buffetbetreiber/innen und Schüler/innen sind gleichsam der Ansicht, dass anhand von Informationsveranstaltungen gemeinsam mit Schüler/innen an das Thema gesundheitsförderliche Ernährung herangegangen und über die Initiative informiert werden sollte.

Die Schüler/innen waren der Ansicht, dass die Waren (Jausen und Getränke) am Schulbuffet zum Teil doppelt so teuer wären wie im Supermarkt und sie daher seltener am Schulbuffet einkaufen würden. Die Buffetbetreiber/innen vermuten, dass die Schüler/innen die Preise außerhalb der Schule weit weniger hinterfragen als am Schulbuffet und sie außerhalb der Schule bereit wären, mehr Geld auszugeben. Sie gaben an, zwar nicht mit Diskontern mithalten zu können, ihre Schulbuffetpreise würden jedoch auf dem Niveau der üblichen Supermarktpreise sein.

Die Schulbuffetbetreiber/innen berichteten nur vereinzelt von Umsatzeinbußen, insbesondere die Umstellung in den Bereichen Süßigkeiten und Mehlspeisen stellte sich nach Aussagen der Buffetbetreiber/innen schwierig dar. Die Schüler/innen gaben an, dass ein Angebot an Schokoladenriegeln von vielen unterschiedlichen Marken nicht notwendig sei, aber in anderen Bereichen mehr Vielfalt geschaffen werden sollte. So wurde von einem Teil der Buffetbetreiber/innen auch geschildert, dass sich der Umsatz nach Umstellung des Schulbuffets auf andere Warengruppen verlagert hat. Ein wesentlicher Kritikpunkt waren die Getränkeautomaten, die meist von Dritten betrieben werden und eine große Konkurrenz für die Buffetbetreiber/innen darstellen. Schüler/innen würden Getränke am Automaten kaufen, da hier ein weniger großer Andrang besteht; zudem wären die Getränke am Automaten günstiger als am Schulbuffet selbst.

Durch die Initiative wurde die **Vernetzung** zwischen den Buffetbetreiber/innen untereinander mit Veranstaltungen (z.B. Sommerakademie) und Vernetzungstreffen (z.B. Stammtische), als auch zwischen Buffetbetreiber/innen und den relevanten Stakeholdern (z.B. im Rahmen der Jahrestagung und

der Sommerakademie) gefördert. Den Buffetbetreiber/innen ist der Kontakt untereinander sehr wichtig und es besteht der Wunsch eine eigene Plattform, ein Netzwerk für Schulbuffetbetreiber/innen, zu realisieren.

Die qualitative Evaluierung der Initiative „Unser Schulbuffet“ hat gezeigt, dass eine Optimierung des Warenangebots im Sinne einer gesundheitsförderlichen Ernährung auch aus wirtschaftlicher Sicht umsetzbar ist und von den Schüler/innen gut angenommen wird. Sowohl von den Buffetbetreiber/innen als auch von den Schüler/innen besteht der Wunsch, dass die Verbesserungen im Sinne der Leitlinie „Schulbuffet“ langfristig und nachhaltig umgesetzt werden und die Initiative bundesweit einheitlich weiter geführt wird.

## 7 Lessons Learned und Vorschläge für weitere Maßnahmen

Im Folgenden sind Lessons Learned zu verschiedenen Themenbereichen und Vorschläge für weitere Umsetzungsmaßnahmen beschrieben, die aus den Ergebnissen der qualitativen Analyse – Fokusgruppen mit Buffetbetreiber/innen und Schüler/innen, Stammtischen, Berichten aus dem Feld (Beobachtungen, Tätigkeitsberichte, Jour Fixe Protokolle des mobilen Teams) – abgeleitet wurden.

Bei den vorgeschlagenen Umsetzungsmaßnahmen handelt es sich vorwiegend um Wünsche und Maßnahmenvorschläge von teilnehmenden Buffetbetreiber/innen.

### Weiterführung der Initiative „Unser Schulbuffet“

**Offizieller Charakter.** Die bundesweit einheitliche Umsetzung der Maßnahmen spielt eine zentrale Rolle für den Erfolg der Initiative „Unser Schulbuffet“. In diesem Zusammenhang sind eine externe, neutrale und persönliche Beratung, sowie eine jährliche Überprüfung des Warenangebots (mit Auszeichnungsmöglichkeit) für Buffetbetreiber/innen besonders wichtig. Bei Weiterführung der Initiative bzw. bei der Durchführung von ähnlichen Maßnahmen sollte daher darauf geachtet werden, dass ein/e konkrete/r persönliche/r Ansprechpartner/in von offizieller Seite für die Zielgruppe (in diesem Fall den Buffetbetreiber/innen) zur Verfügung steht.

### Leitlinie „Schulbuffet“

**Praktikable Argumentationsgrundlage.** Die Leitlinie „Schulbuffet“ wird von den Buffetbetreiber/innen als ein in der Praxis gut umsetzbares Regelwerk gesehen, in dem klare Zielvorgaben formuliert sind und welches genügend Handlungsspielraum für individuelle Gestaltungsmöglichkeiten am Schulbuffet offen lässt.

Es hat sich gezeigt, dass die Leitlinie, als Vorgabe des Bundesministeriums für Gesundheit nicht nur ein Kriterienkatalog ist, sondern den Buffetbetreiber/innen außerdem eine Argumentationsgrundlage für die Gestaltung des Warenangebots gegenüber anderen Interessensgruppen im Setting Schule bietet.

**Problem Süßwaren.** Am schwierigsten umzusetzen sind die Anforderungen in den Warengruppen Süßigkeiten (z.B. Portionsgröße maximal 30 g) und Mehlspeisen. Bei einer Überarbeitung der Leitlinie sollten diese Ergebnisse berücksichtigt und gegebenenfalls Anpassungen gemacht bzw. Sonderregelungen formuliert werden (z.B. Berücksichtigung der Anzahl der Schüler/innen pro Schule, Sonderregelungen für spezielle Schultypen z.B. Berufsschule).

## Mobile Beratung

**Standardisiert und trotzdem individuell.** Die persönliche mobile Beratung wird als wichtigste Maßnahme der Initiative „Unser Schulbuffet“ gesehen. Mit der Unterstützung der mobilen Berater/innen war es möglich, die Leitlinie „Schulbuffet“ praktikabel und an die individuellen Bedingungen des Schulbuffets angepasst umzusetzen.

**Unterschiedliche Erwartungen.** An das Schulbuffet werden die unterschiedlichsten, oft sehr konträren Wünsche und Erwartungen der verschiedenen Stakeholder und Einzelpersonen im Setting Schule herangetragen. Es ist daher empfehlenswert, die Stakeholder in der Schule für diese Problematik zu sensibilisieren und ihnen bewusst zu machen, wie viele verschiedene Erwartungen an die Schulbuffetbetreiber/innen herangetragen werden. Am besten kann dies bei einem gemeinsamen Termin der/des Buffetbetreibers/in mit der Direktion und den Vertreter/Innen der schulischen Interessensgruppen (z.B. mit dem Schulgemeinschaftsausschuss) und der mobilen Beratung geschehen, indem auf Basis der Leitlinie „Schulbuffet“ gemeinsam konkrete Ziele für die Verbesserung des Schulbuffets festgelegt werden. Die Jour Fixe mit dem mobilen Team haben gezeigt, dass die mobilen Berater/innen hier eine zentrale Aufgabe übernehmen, da sie zwischen den Interessengruppen vermitteln und dadurch zur Zufriedenheit der Beteiligten beitragen können, indem gemeinsam konkrete (messbare) Ziele vereinbart werden. Diese Erfahrung macht deutlich, dass sich die mobile Beratung nicht nur auf die Überprüfung des Warenangebots beschränkt, sondern den Mitarbeiter/innen auch ein hohes Maß an Einfühlungsvermögen und kommunikativen Fähigkeiten abverlangt wird. Für die zukünftige Weiterentwicklung der mobilen Beratung in ähnlichen Gesundheitsförderungsprogrammen ist es daher wichtig, bei der Auswahl der Mitarbeiter/innen in der mobilen Beratung auf diese Soft Skills zu achten und die Fähigkeiten in der Gesprächsführung durch eine entsprechende Schulung zu stärken. Es ist auch anzumerken, dass die mobilen Berater/innen sehr selbständig im Außendienst agieren und daher viele, gegebenenfalls auch emotional anstrengende Situationen mit sich

selbst ausmachen müssen (z.B. problematische Gespräche mit den Stakeholdern, extreme Erwartungen von Einzelpersonen in Bezug auf das Schulbuffet, Unverständnis der Buffetbetreiber/innen für Bewertungsentscheidungen, etc.). Regelmäßige Jour Fixe sind daher nicht nur im Sinne der Prozessevaluierung, sondern auch im Sinne der Psychohygiene empfehlenswert, um diese Erfahrungen und Lösungsstrategien mit den anderen mobilen Berater/innen austauschen zu können.

## Konkurrierende Angebote

**Konkurrenz innerhalb und außerhalb der Schule.** Die Umsetzung der Leitlinie „Schulbuffet“ wird durch konkurrierende Lebensmittelangebote im schulischen Umfeld erschwert. Dabei spielen sowohl Setting-externe Angebote (z.B. Bäckerei, Lebensmittelhandel, Imbissstände, Fast-Food-Ketten, etc.) als auch Setting-interne Angebote (z.B. Getränke-/Lebensmittelautomaten, die von Dritten betrieben werden) eine Rolle.

In Zukunft wäre anzudenken, dass die Lebensmittel-/Getränkeautomaten (so wie im Standardvertrag vorgesehen<sup>13</sup>) verstärkt von den Buffetbetreiber/innen mitbetrieben werden und die Angebote an den Lebensmittel-/Getränkeautomaten ebenso der Leitlinie unterliegen und dementsprechend geprüft werden.

## Wirtschaftlichkeit

**Verschiebungen im Warensortiment statt Umsatzeinbußen.** Die Wirtschaftlichkeit muss bei der Umstellung gewährleistet sein, damit die Leitlinie „Schulbuffet“ längerfristig (nachhaltig) umgesetzt werden kann.

Die Evaluierung der Initiative hat gezeigt, dass es weniger zu Umsatzeinbußen, sondern zu einer Umschichtung innerhalb des Warensortiments durch die Angebotsoptimierung gekommen ist.

## Sensibilisierung bezüglich der wirtschaftlichen Situation der Buffetbetreiber/innen

**Kurze Öffnungszeiten, Anstieg der Lebensmittelpreise und geringe Flexibilität bei der Preisgestaltung.** Am dringlichsten war der Wunsch der Buffetbetreiber/innen, dass zukünftig

---

<sup>13</sup> Standardvertrag für die Verpachtung von Schulbuffets an Bundesschulen, Bundesministerium für Unterricht, Kunst und Kultur, Ausgabe März 2012, S. 7, Absatz 26: „Der Verpächter verpflichtet sich, eine allenfalls von der Schulleitung gewünschte Aufstellung von Speise- und Getränkeautomaten zuerst dem Pächter anzubieten.“

tig mehr Verständnis für die Preisgestaltung aufgebracht und auch entsprechend kommuniziert wird z.B. durch Information an die Elternvereine, Schüler/innen, etc.

Den Schulbuffets stehen 175 Tage im Jahr mit einer durchschnittlichen Nettoverkaufszeit von einer Stunde pro Tag zur Verfügung, um ihre Kosten zu decken. Die steigenden Lebensmittelpreise und die fehlende Möglichkeit, die Preise am Schulbuffet nach eigenem Ermessen entsprechend anzupassen<sup>14</sup>, bringen die Buffetbetreiber/innen zusätzlich unter Druck.

Die Sensibilisierung der Stakeholder im Setting Schule für die wirtschaftlichen Herausforderungen der Buffetbetriebe und die Diskussion von Modellen, die flexiblere Lösungen bei der Preisgestaltung zulassen, könnten die wirtschaftliche Situation der Buffetbetriebe positiv beeinflussen und zusätzlich zur Nachhaltigkeit der Verbesserungsmaßnahmen im Rahmen der Initiative „Unser Schulbuffet“ beitragen.

## Preisgestaltung

**Preisfrage: Ist das Angebot am Schulbuffet wirklich teurer?** Die Buffetbetreiber/innen vermuten, dass die Schüler/innen die Preise außerhalb der Schule weit weniger hinterfragen als am Schulbuffet. Während Schüler/innen das Angebot außerhalb der Schule häufig als billiger wahrnehmen, geben die Buffetbetreiber/innen an, dass vergleichbare Angebote (z.B. belegte Weckerl) am Schulbuffet nicht teurer als im Lebensmittelhandel, in der Bäckerei oder am Imbissstand sind. Wie die Preisgestaltung am Schulbuffet und bei konkurrierenden Betrieben tatsächlich ist, geht aus der Evaluierung der Schulbuffets nicht hervor. Es wäre daher anzudenken, die Preise für typische Jausenangebote an schulexternen Verkaufsstellen und an Schulbuffets in einer Studie zu untersuchen, um mit entsprechenden Argumenten darauf eingehen zu können.

## Marketing

**Individuelle Verkaufsstrategie.** Die von den mobilen Berater/innen weitergegebenen Tipps und im Rahmen der Initiative zwischen den Buffetbetreiber/innen, z.B. bei den Stammtischen, besprochenen und bereits erfolgreich implementierten Marketingmaßnahmen (Gratisaktionen, Verkostungen, Sammelaktionen, Gewinnspiele, Kombi-Aktionen, 1-Euro-

---

<sup>14</sup> Auszug aus dem Standardvertrag für die Verpachtung von Schulbuffets an Bundesschulen, Bundesministerium für Unterricht, Kunst und Kultur, Ausgabe März 2012, S. 9, Absatz 33: „Bei jeder Neuaufsetzung der Verkaufspreise hat der Pächter das Einvernehmen mit der Schulleiterin bzw. dem Schulleiter herzustellen.“

Corner, Präsentation der Speisen, kreative Rezeptbezeichnungen, etc.) haben geholfen, die Akzeptanz für das verbesserte Warenangebot zu erhöhen. Es hat sich gezeigt, dass die Marketingmaßnahmen nicht nach dem „one-fits-all“-Prinzip funktionieren, sondern an die individuellen Gegebenheiten angepasst werden müssen. Aus dem Feedback der Buffetbetreiber/innen geht hervor, dass bereits die Erarbeitung einer (individuellen) Verkaufsstrategie einen wesentlichen Faktor für den Erfolg darstellt. Ein weiterer erfolgsversprechender Faktor ist laut Buffetbetreiber/innen die Einbindung der Schüler/innen durch die Initiative (beispielsweise im Rahmen eines Foto-Wettbewerbs) oder direkt am Schulbuffet (Mithilfe am Buffet, Jausen-Kreieren, etc.), um die Bindung ans Schulbuffet zu stärken.

## Image und Kommunikation

**Keine Verbote.** Dass bei der Initiative „Unser Schulbuffet“ keine Verbote ausgesprochen werden, wurde von den Buffetbetreiber/innen positiv hervorgehoben. Für die Akquirierung neuer Buffetbetreiber/innen ist es daher ratsam, noch stärker zu kommunizieren, dass es in Zusammenarbeit mit der mobilen Beratung weder um Verbote, noch um Kontrolle geht, sondern um die Optimierung des Warenangebots in gemeinsamer Arbeit, bei der die Buffetbetreiber/innen kompetent und freundlich beraten und individuell unterstützt werden.

**Image.** Die positive mediale Darstellung stärkt das Image von Buffetbetrieben in der Öffentlichkeit. Dabei sollen weiterhin verschiedene Kommunikationskanäle z.B. auch soziale Netzwerke genutzt werden. Von den Buffetbetreiber/innen wird außerdem eine stärkere Unterstützung von offizieller Seite (Politik, AGES sowie von sonstigen Organisationen im schulischen Setting) gewünscht.

## Begleitmaßnahmen

Die in der Initiative entwickelten Begleitmaßnahmen sind grundsätzlich gut bei der Zielgruppe der Buffetbetreiber/innen angekommen, da diese ihnen zu einem eigenständigen Image verhelfen.

Die Leitlinie „Schulbuffet“ bot den Buffetbetreiber/innen genügend Gestaltungsspielraum. Die Vorgaben nach Größe, Menge und Gewicht nach Warengruppen dargestellt war für die Buffetbetreiber/innen gut fassbar. Die offizielle Auszeichnung ermöglichte den Buffetbetreiber/innen gegenüber kritischen Stimmen eine Argumentationsgrundlage vorweisen zu können.

**Jausensackerl, Servietten und Wegweiser.** Ergänzend zu den bestehenden Materialien wurden von den Buffetbetreiber/innen am häufigsten Jausensackerl in Dreiecks-Form (eventuell auch kostenpflichtig), sowie Servietten mit „Unser Schulbuffet“ Logo und Namen

des Buffetbetreibers/der Buffetbetreiberin, sowie Wegweiser vom Schuleingang zum Buffet gewünscht.

**Information statt Werbung.** Die Schüler/innen haben die Begleitmaßnahmen nur zum Teil wahrgenommen. Ein Grund dafür ist laut eigener Aussage der Schüler/innen, dass sie mit Werbung „überflutet“ werden. Es hat sich gezeigt, dass Werbung allein nicht das Interesse der Schüler/innen wecken kann. Es wäre daher sinnvoll, zukünftig Plakate und Begleitmaßnahmen zu entwickeln, die nicht nur den Werbezweck erfüllen, sondern zusätzlichen Informationsgehalt aufweisen (wie beispielsweise die Ernährungspyramide, Darstellung von unterschiedlichen Gemüse-/Obstsorten). Beliebt waren (vor allem bei den jüngeren Schüler/innen) die Sticker. Die Gespräche mit den Schüler/innen haben gezeigt, dass die Sticker zur Kennzeichnung von „gesundheitsförderlichen“ Jausenangeboten am Schulbuffet geeignet wären, damit die „gesunde Wahl“ leicht und schnell erkennbar ist.

## Informationsaustausch und Vernetzung der Buffetbetreiber/innen

Um die Nachhaltigkeit der Optimierungsmaßnahmen und den Wissenstransfer innerhalb der Zielgruppe zu fördern, wurde das Peer-Programm entwickelt. Peer-Buffetbetreiber/innen betreuen mindestens ein bereits ausgezeichnetes Schulbuffet und standen im Rahmen der Initiative anderen Buffetbetreiber/innen bei Fragen zur Verfügung. Interessierte Buffetbetreiber/innen hatten die Möglichkeit, die bereits ausgezeichneten Standorte der Peers zu besuchen, um sich ein Bild davon zu machen, wie die Leitlinie „Schulbuffet“ umgesetzt werden kann. Die Idee war, das Peer-Programm kontinuierlich weiterzuentwickeln, um Rahmenbedingungen zu schaffen, die es ermöglichen, dass die Initiative später eigenständig von der Zielgruppe weitergeführt werden kann. Die Ergebnisse der Evaluierung machten jedoch deutlich, dass die Beratung durch das mobile Team bevorzugt und das Peer-Programm kaum in Anspruch genommen wurde. Darauf basiert auch die Erkenntnis, dass sich die Weiterentwicklung der Initiative „Unser Schulbuffet“ nicht primär auf den Ausbau des Peer-Programms konzentrieren kann, sondern weitere Ansätze zur nachhaltigen Verankerung der Maßnahmen gefunden werden müssen.

**Regelmäßiger Erfahrungsaustausch.** Dennoch legen die Buffetbetreiber/innen großen Wert auf den Erfahrungsaustausch mit anderen Buffetbetreiber/innen. Die Beibehaltung von Veranstaltungen (z.B. Sommerakademie) und Vernetzungstreffen (z.B. Stammtische) ist weiter erwünscht, sowie ein Online-Zugang auf eine eigene Internetplattform um Tipps zu Lieferanten, Produkten und Marketingstrategien austauschen zu können.



## Einbeziehung aller Beteiligten im Setting Schule

**Information zur Initiative „Unser Schulbuffet“.** Um die Akzeptanz der Stakeholder im Setting Schule zu erhöhen und damit die Umsetzung zu erleichtern bzw. Unterstützung zu erhalten, ist es hilfreich die relevanten Akteure (z.B. Schulgemeinschaftsausschuss, Elternverein, Schulärztin/-arzt) zu informieren.

**Identifikation.** Die Akzeptanz für das verbesserte Schulbuffetangebot könnte erhöht werden, wenn sich vor allem auch die erwachsenen schulinternen Personen damit identifizieren und stärker als Vorbilder agieren. Auch die Aufklärung von Schüler/innen und Eltern über die Verbesserungsmaßnahmen am Schulbuffet und die Sensibilisierung der Beteiligten für „gesundheitsförderliche Ernährungsangebote“ und andere Gesundheitsthemen können einen positiven Beitrag zur Akzeptanz des verbesserten Buffetangebots leisten.

## Einfluss anderer Projekte/Initiativen im Setting Schule

**An einem Strang ziehen.** Die Vorerfahrung mit anderen gesundheitsförderlichen Programmen wirkte sich zum Teil positiv, zum Teil negativ auf die Umsetzung der Initiative aus. Manche Buffetbetreiber/innen hatten aufgrund bisheriger Gesundheitsförderungsprojekte ein stärker ausgeprägtes Bewusstsein für gesunde Ernährung. Andere wiederum brachten der Initiative mehr Skepsis entgegen, da sie schlechte Erfahrungen mit anderen ähnlichen Projekten gemacht hatten. Die Skepsis wurde vor allem durch regionale Projekte mit ähnlicher Zielsetzung, aber grundsätzlich anderer Herangehensweisen (z.B. durch das Aussprechen von Verboten) verstärkt. Eine Abstimmung von Projekten mit ähnlicher Zielsetzung im Hinblick auf mediale Botschaften und Ressourcen wäre wünschenswert.

## Bedürfnisse der Schüler/innen

**Einstellung der Schüler/innen zum Thema Essen.** Gesundheitsförderliche, ausgewogene Ernährung heißt für die Schüler/innen eine abwechslungsreiche, „bunte“ Ernährung mit frischen Zutaten, wobei auch „Ungesundes“ in Maßen erlaubt ist.

**Motivallianz.** Was die Einstellung zu Ernährung betrifft, sind bei den Schüler/innen die Motive Schönheit (wird gleichgesetzt mit Schlankheit), Leistungsfähigkeit (Konzentration) und Erfolg (in der Schule sowie im beruflichen Leben) im Sinne einer Motivallianz (Littig 1995) eng verknüpft; die Wichtigkeit der einzelnen Motive variiert dabei abhängig vom Alter der Schüler/innen. Gesundheitsförderliche Ernährung wird als Lifestyle und Erfolgsfaktor gesehen. Dieser Aspekt sollte in zukünftigen gesundheitsförderlichen Strategien im Sinne der Nachhaltigkeit nicht unberücksichtigt bleiben.

**Schüler/innen wissen, was sie wollen.** Schüler/innen haben eine genaue Vorstellung davon, wie ein perfektes Schulbuffet aussehen soll – freundliches und hygienisches Personal, ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis und ein vielfältiges Sortiment sind dabei besonders wichtig. Das Angebot sollte frisch, warm, häufiger vegetarisch, „gesund“ und abwechslungsreich sein. Zum Trinken werden Wasserspender und Trinkbrunnen gewünscht.

## Sonstiges

**Der richtige Zeitpunkt.** Optimal ist die Umstellung des Buffetangebots nach den Ferien, da die Veränderungen dann weniger bewusst von den Schüler/innen wahrgenommen werden. Buffetbetreiber/innen mit mehreren Standorten sollten ihre Angestellten ausreichend über die Umsetzung der Leitlinie „Schulbuffet“ informieren. Förderlich können Mitarbeiter/innen-Schulungen und Teammeetings sein; evtl. auch mit Anwesenheit des mobilen Coach. Das Personal sollte, soweit möglich, in das Feedbackgespräch mit der mobilen Beratung miteinbezogen werden.

**Hygiene.** In den Teammeetings der Buffetbetriebe sollten auch die Hygienevorschriften regelmäßig thematisiert werden. Nichteinhaltung der Hygienevorschriften stößt die Schüler/innen ab und kann auch rechtliche Folgen haben. Die regelmäßige Teilnahme an Hygieneschulungen kann dazu beitragen, dass die Hygienevorschriften auch in der täglichen Praxis umgesetzt werden.

**Schulfreie Tage.** Auch Kleinigkeiten können helfen, um die Arbeit der Buffetbetreiber/innen zu erleichtern. Zum Beispiel könnten die Buffetbetreiber/innen in ihrer Planung rechtzeitig reagieren, wenn sie zeitnah über schulfreie Tage und Exkursionen informiert werden.

**Verknüpfung mit anderen Gesundheitsthemen.** Generell ist zu empfehlen, dass Maßnahmen zur Angebotsoptimierung bestmöglich mit anderen bewusstseinsbildenden Maßnahmen verknüpft werden. Die Vernetzung von bestehenden Gesundheitsförderungsprojekten ist daher wesentlich und zielführend.

## 8 Quellenverzeichnis

[1] Dresing, Thorsten/Pehl, Throsten: Praxisbuch Interview & Transkription. Regelsysteme und Anleitungen für qualitative ForscherInnen. 4. Auflage. Marburg, 2012. [www.audiotranskription.de/praxisbuch](http://www.audiotranskription.de/praxisbuch) (Datum des Downloads: 15.02.2013).

[2] Kuckartz, Udo: Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung. Weinheim und Basel, 2012.

[3] Flick, Uwe: Qualitative Sozialforschung. 4. Auflage. Reinbek bei Hamburg, 2011.

[4] MAXQDA. The Art of Data Analysis. Einführung. 11. VERBI Software. Consult. Sozialforschung. GMBH, Berlin 2012 (v1.0).

## 9 Anhang

### 9.1 Fokusgruppe (Buffetbetreiber/innen)

#### 9.1.1 Diskussionsleitfaden

1) Wie finden Sie die Initiative „*Unser Schulbuffet*“? (15 Min.)

- a) Wie gefallen Ihnen die Begleitmaßnahmen?
  - Wurden die Begleitmaßnahmen von den Schüler/innen wahrgenommen?
- b) Wie haben Sie von der Initiative erfahren?

2) Wo waren die größten Hindernisse und Probleme bei der Umsetzung der Initiative? (15 Min.)

- Gab es Umsatzsteigerungen/-einbußen (bei welchen Warengruppen)?

3) Was waren besonders förderliche Faktoren bei der Umsetzung der Leitlinie? (10 Min.)

4) Wie waren die Erwartungen und Rückmeldungen zur Initiative? (15 Min.)

- a) auf Seiten der schulischen Interessensvertreter/innen
- b) seitens der Schüler/innen?

5) Möchten Sie weiterhin an der Verbesserung des Schulbuffets mitwirken? (10 Min.)

6) Wer trägt Ihrer Meinung die Verantwortung, dass sich Schüler/innen gesund ernähren und ein Bewusstsein für gesunde Ernährung entwickeln? (10 Min.)

- Wie viel Prozent aller Schüler/innen kaufen regelmäßig bei Ihrem Buffet?

7) Sind Ihnen der Service der Peers und die Stammtische bekannt? (10 Min.)

- a) **BB:** Nutzen Sie den Service der Peers? Was würden Sie sich von den Peers konkret erwarten damit Sie den Service nutzen?
- b) **Peers:** Wie oft und warum werden Sie von anderen BB kontaktiert?
- c) Nutzen Sie den Service der Stammtische?

### 9.1.2 Fragebogen

Wir sichern Ihnen selbstverständlich unsere Vertraulichkeit zu. Ihre Angaben werden anonymisiert; die Weitergabe der Daten ist ausgeschlossen.

a) Geschlecht: weiblich  männlich

b) Bundesland: \_\_\_\_\_

c) Anzahl der Standorte insg.: \_\_\_\_\_

d) Sind Sie als Peer tätig? ja  nein

*Falls ja*, wie schätzen Sie das Interesse am Service der Peers ein?

sehr gering  gering  mittel  groß  sehr groß

*Falls nein*, ist Ihnen der Service der Peers bekannt? ja  nein

e) Haben Sie schon an einem der Stammtische teilgenommen? ja  nein

f) Werden Sie (weiterhin oder zukünftig) an einem der Stammtische teilnehmen?

ja  nein

g) Möchten Sie (weiterhin) an der Verbesserung des Schulbuffets mitwirken?

ja  nein

Möchten Sie uns noch etwas mitteilen? Hier finden Sie Platz für Anregungen, Wünsche, Fragen, Kritik, ...

Den Fragebogen bitte bei uns abgeben. Vielen Dank für Ihre Mithilfe!

## 9.2 Berichte aus dem Feld

### 9.2.1 Beobachtungsleitfaden

<b>Name der Schule (Adresse):</b>		<b>ID (SchulNr):</b>	<b>BesuchNr:</b>
<b>Datum:</b>		<b>Begutachter/in:</b>	
<b>Standorte des/der Buffetbetreibers/in:</b>			
<b>Schultyp:</b>		<b>Art des Verpflegungsangebots des/der Buffetbetreiber/in:</b>	
<input type="checkbox"/> AHS	<input type="checkbox"/> BS	<input type="checkbox"/> klassische Schulbuffet	
<input type="checkbox"/> HTL	<input type="checkbox"/> PH	<input type="checkbox"/> schulintern	
<input type="checkbox"/> HBLA	<input type="checkbox"/> PTS	<input type="checkbox"/> „fliegender Händler“	
<input type="checkbox"/> HAK/HAS	<input type="checkbox"/> HS	<input type="checkbox"/> Sonstiges:	
<input type="checkbox"/> HLT (Tourismus)	<input type="checkbox"/> VS		
<input type="checkbox"/> BSZ	<input type="checkbox"/> BAKIP		

01	Welche Rahmenbedingungen haben die Umsetzung der Initiative/die Tätigkeit allgemein <u>positiv/förderlich</u> beeinflusst?
----	--

02	Welche Rahmenbedingungen haben die Umsetzung der Initiative/die Tätigkeit allgemein <u>negativ/hindernd</u> beeinflusst?
----	--

03	Wie hat sich die Initiative auf die Wirtschaftlichkeit (Image des Buffets, Umsetzbarkeit, etc.) ausgewirkt?
----	---

04	Feedback (Kritik/Lob) des/der Buffetbetreiber/in (positiv/negativ)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• zur Initiative (Beurteilung der Initiative)?</li> <li>• zu den Begleitmaßnahmen (verwendete Materialien)?</li> <li>• zu mobilen Berater/innen (mobilen Team)?</li> </ul>	
05	<p>Wie haben die <u>Schüler/innen</u> bzw. <u>andere Interessensvertreter/innen</u> die Umgestaltung des Schulbuffets angenommen? Was wurde positiv beurteilt? Welche Kritik wurde geäußert?</p> <p>Was könnte in Zukunft besser berücksichtigt werden?</p>
06	Welche hinderlichen Faktoren (Hürden/Hindernisse) waren bei der Umsetzung der Initiative/der Tätigkeit allgemein besonders beteiligt?
07	Welche Lösungsansätze können zur Verbesserung bzw. zur Überwindung der Hindernisse angewendet werden (bzw. wurden angewendet)?
08	Welche Erfahrung („Lessons Learned“) kann für eine weitere Umsetzung bzw. für weiterführende Initiativen gezogen werden (Verbesserungsmaßnahmen, Empfehlungen)?

## 9.3 Fokusgruppe (Schüler/innen)

### 9.3.1 Informationsinput (Präsentation: Initiative „Unser Schulbuffet“)



#### Gruppendiskussion zum Thema „Unser Schulbuffet“



#### Die Initiative „Unser Schulbuffet“



- Österreichweit, kostenlos, freiwillig
- Für BuffetbetreiberInnen die ihr Schulbuffet optimieren wollen
- Verbesserung des Verpflegungsangebots für Kinder und Jugendliche – „Gesündere Wahl, die leichtere“
- Mobile Coaches



#### Die Initiative „Unser Schulbuffet“



- Leitlinie Schulbuffet → Empfehlungen für ein gesundheitsförderliches Speisen- und Getränkeangebot
- Akzeptanz der SchülerInnen
- Keine Verbote
- wirtschaftliche Umsetzbarkeit



#### Die Initiative „Unser Schulbuffet“



#### Die Initiative „Unser Schulbuffet“



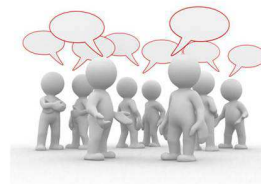
- BuffetbetreiberInnen werden unterstützt:
- Handbuch
  - Rezeptideen
  - Begleitmaterialien (Preisschilder, Poster, Sticker, ...)
  - Homepage
  - Newsletter
  - Gemeinsame Treffen zum Austausch (Stammtische), Tagungen
  - Fotowettbewerb für SchülerInnen



#### Die Initiative „Unser Schulbuffet“



### Let's discuss !!





### 9.3.2 Diskussionsleitfaden

1) Wie findet ihr die Initiative zur Verbesserung des Schulbuffets? (10 Min.)

- Ist eine Verbesserung der Schulbuffets überhaupt notwendig?
- a) Wie gefallen euch die Begleitmaßnahmen (Poster, Sticker, ...)?
- b) Habt ihr vorher schon von der Initiative gehört?

2) Wie zufrieden seid ihr mit eurem Schulbuffet an der Schule? (15 Min.)

- Was würdet ihr am Angebot ändern?
- a) Wie oft nutzt ihr das Schulbuffet?
- b) Ist euch eine Veränderung beim Schulbuffet aufgefallen?
- c) Würdet ihr gerne an der Buffetgestaltung mitwirken?
- d) Möchtet ihr, dass eure Schule (weiterhin) an der Initiative mitmacht?

3) Wenn ihr an das perfekte Schulbuffet denkt, wie würde das aussehen? (5 Min.)

4) Wie wichtig ist euch gesunde Ernährung? (10 Min.)

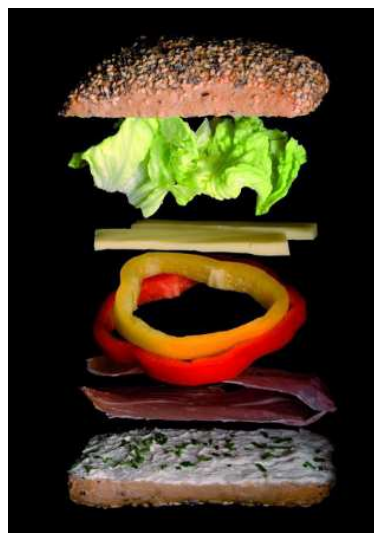
5) Wie gefallen euch die Fotos (15 Min.)?

- a) Welches von den beiden Bildern gefällt euch besser?

Foto 1:



Foto 2:



### 9.3.3 Fragebogen

*Wir sichern dir selbstverständlich unsere Vertraulichkeit zu. Deine Angaben werden anonymisiert; die Weitergabe der Daten ist ausgeschlossen.*

**a) Geschlecht** weiblich  männlich

**b) Alter** \_\_\_\_\_ Jahre

**c) Schulstufe** \_\_\_\_\_

**d) Wie häufig besuchst du das Schulbuffet?**

täglich  monatlich

mehrmals wöchentlich  seltener

einmal wöchentlich  nie

**e) Möchtest du, dass deine Schule (weiterhin) an der Initiative „Unser Schulbuffet“ teilnimmt?**

ja  nein

*Den Fragebogen bitte bei uns abgeben. Vielen Dank für deine Mithilfe!*