

## **PRESSEINFORMATION**

Wien/Wiener Neudorf, 27. August 2012

### **Kampf gegen Adipositas: Ja! Natürlich engagiert sich für gesunde Ernährung von Kindesbeinen an**

**Jedes 5. Kind in Europa hat Übergewicht – unzureichende Bewegung ist ein Grund, zusätzlich werden Ernährungsgewohnheiten immer schlechter – Ja! Natürlich Studie zeigt, wie sich Österreichs Familien ernähren – Nur in jedem fünften österreichischen Haushalt funktioniert gesunde Ernährung problemlos – Umfassender Ja! Natürlich Informationsschwerpunkt für eine gesunde Kinderernährung im Herbst**

Die Fähigkeit zu genießen, zu schmecken und die Vielfältigkeit von natürlichen Lebensmitteln zu schätzen, ist vielen Familien abhandengekommen. Besonders problematisch erscheint das bei Kindern, wenn man an die gesundheitlichen Konsequenzen denkt. Viele Betroffene leiden im Erwachsenenalter an Folgekrankheiten wie z.B. Diabetes, Bluthochdruck, Fettleber, Osteoporose und Gelenkerkrankungen. Darum ist es wichtig, bereits die Kleinen ausgewogen, abwechslungsreich und wohlschmeckend zu ernähren.

#### **Ernährungs-Studie unter Österreichs Familien**

Ja! Natürlich hat gemeinsam mit der Karmasin Motivforschung untersucht, wie gesund österreichische Familien einkaufen, wie sie sich ernähren und worauf sie bei der Ernährung das Augenmerk legen (Sample: 300 Personen mit Kindern, bis 14 Jahre, im Haushalt). „Wir haben im Rahmen der Studie erhoben, wie es um die Ernährungsgewohnheiten der Österreicher steht. Klar ist, Eltern legen Wert auf eine ausgewogene Ernährung bei ihren Kindern, haben allerdings noch Probleme, diese im Alltag erfolgreich umzusetzen. Es ist wichtig, dass sich jemand dieser Thematik annimmt, Aktionen setzt und damit verstärktes Bewusstsein in Österreichs Haushalten schafft“, so Sophie Karmasin von der Karmasin Motivforschung.

#### **Die Key Findings:**

---

#### **Nur in jedem fünften österreichischen Haushalt funktioniert gesunde Ernährung problemlos**

Eltern achten beim Einkauf natürlich darauf, dass die gekauften Produkte ihren Kindern schmecken (62%) und auf die Natürlichkeit (62%) bzw. die wertvollen und gesunden Inhaltsstoffe (59%) der Lebensmittel. Im Umkehrschluss heißt das jedoch auch, dass etwa 40% nicht auf gesunde Inhaltsstoffe für ihre Kinder Wert legen. Und nur 23% der Eltern gaben an, dass gesunde Ernährung in ihrem Haushalt problemlos funktioniert.

### **80% der Kinder frühstücken zuhause, meistens das klassische süße „Wiener Frühstück“**

80% der Eltern bereiten den Kindern Frühstück zuhause zu. Dabei ist das klassische süße „Wiener Frühstück“ die unangefochtene Nummer 1: 81%, von den 70%, die angaben, zuhause „belegtes Brot oder Gebäck“ zum Frühstück zu essen, greifen morgens zu Honig oder Marmelade. Nur 18% ergänzen den Klassiker mit Obst. Bei 47% kommen Frühstückscerealien auf den Tisch. Wenn Kinder zum Frühstück etwas trinken, dann größtenteils Kakao (76%). 20% der Eltern verköstigen ihre Kinder erst auf dem Schulweg oder in der Schule das erste Mal.

### **50% bekommen immer eine Schuljause, vor allem Obst**

50% der Eltern bereiten für ihre Kinder vorbildlich immer eine Jause zum Mitnehmen zu. 18% meistens, 7% selten und 25% nie. Nummer 1 in der Schuljausebox ist Obst (78%), dicht gefolgt von belegtem Brot oder Gebäck (77%). 15% geben ihren Kindern süßes Gebäck oder Süßigkeiten mit (9% bzw. 6%) – übrigens inzwischen weniger als bei der Studie 2008 (11% bzw. 7%).

### **Gemeinsames Mittagessen im „Sinkflug“ – Genusszeit für die Familie am Abend**

Während 2006 noch drei Viertel der Befragten angaben, täglich oder mehrmals wöchentlich gemeinsam Mittag zu essen, sind es 2012 nur noch 61% (Minus 14%). Es ist deutlich zu beobachten, dass das gemeinsame Familienessen immer häufiger abends stattfindet (92%). Das Abendessen bietet somit die Möglichkeit einer gemeinsamen Lebens- und Genusszeit.

### **Nur ein Drittel kocht gemeinsam**

In einem Drittel der Haushalte wird gar nicht gemeinsam mit den Kindern gekocht. Dieses gemeinsame Erleben, Entdecken und Genießen von Lebensmitteln hat demnach noch großes Potential.

### **Beim Einkaufen auf gesunde Nahrungsmittel achten**

Der Großteil der befragten Eltern (78%) kauft für alle Familienmitglieder übrigens nicht kinderspezifisch ein – nämlich die gleichen Lebensmittel für Groß und Klein. Aber die meisten Eltern sehen ein Problem außerhalb ihres Einflussbereiches: Nämlich z.B. wenn die Kinder ab einem gewissen Alter selbst einkaufen (31%), die Kinder in Schulen bzw. Kindergärten Ungesundes essen (30%) bzw. gesunde Lebensmittel den Kindern oft nicht schmecken (27%).

### **Die Zukunft sehen die Befragten positiv – die Zauberformel: Regional, Bio, frisch**

Ungefähr drei Viertel der Befragten gehen davon aus, dass heimische, regionale und Bio- Produkte ebenso wie frische Convenience-Produkte (wie frisch geschnittenes Gemüse, Obst und frische Säfte) in den nächsten 10 Jahren deutlich an Bedeutung gewinnen werden. Genauso attestieren sie dem Gesundheitsbewusstsein generell zu wachsen (68%). Sie sehen also einen positiven Trend nach oben.

---

### **Ja! Natürlich: Treibende Kraft für gesunden Lebenswandel**

Ja! Natürlich Geschäftsführerin Martina Hörmer zu den Ergebnissen: „Einige der vorliegenden Ergebnisse sind durchaus erfreulich, andere wiederum sind alarmierend und zeigen deutlich, dass noch Potenzial zu einem Zugang zu abwechslungsreicher, ausgewogener, gesunder und geschmackvoller Ernährung vorhanden ist. Bio ist ein wichtiger Baustein dafür, uns als größter Bio-Marke Österreichs ist es deshalb ein wichtiges Anliegen, Anreize und Möglichkeiten zu bieten, damit Kinder einen natürlichen Umgang damit erlernen.“ Denn wie ein Sprichwort sagt: „Was Hänschen nicht lernt, lernt Hans nimmer mehr.“

### **Ja! Natürlich Informationsschwerpunkt im Herbst**

Um das Bewusstsein für eine gesündere, genussvolle, abwechslungsreiche und auch biologische Ernährung für Kinder zu stärken, startet Ja! Natürlich zum Schulanfang eine umfassende Kampagne und vielfältige Maßnahmen. Den Beginn macht die TV-Kampagne mit dem Bauern und dem Schweinderl bei der Bio-Lehrerin, die gemeinsam darauf aufmerksam machen, wie wichtig eine ausgewogene Schul-Jause ist. Dann folgen den gesamten Herbst umfangreiche Aktivitäten, die von einem österreichweiten Bio-Rezeptwettbewerb für Hobby-Köche über eine Jausenapfel-Aktion an Österreichs Schulen bis hin zu Facebook-Fragestunden mit der Ja! Natürlich Ernährungsexpertin Margit Fensl, Genussworkshops für Kinder und Twittcook für Familien reichen (*Näheres siehe bitte im Fact Sheet anbei*).

#### **Quelle Studien:**

- „Bio für Kinder“. Untersuchungszeitraum 11. Juni bis 6. August 2012; Karmasin Motivforschung im Auftrag von Ja! Natürlich.
- „Österreichs große Ernährungsstudie 2015“. Untersuchungszeitraum April 2006; Market Institut im Auftrag von Ja! Natürlich
- „Kinderstudie 2008 / Billa Kids Studie“. Untersuchungszeitraum 25. Februar bis 17. März 2008; Marketmind im Auftrag von BILLA

#### **Über Ja! Natürlich**

Vor 18 Jahren begann die Erfolgsgeschichte von Österreichs größter Bio-Marke Ja! Natürlich, die heute eine Produktpalette von über 1.100 Artikeln umfasst. Die REWE Group Eigenmarke steht für Produkte aus biologischer Landwirtschaft. Hochwertige Qualität, bester Geschmack, vollkommene Transparenz und das Wirtschaften im Einklang mit der Natur haben oberste Priorität. Denn Ja! Natürlich bedeutet Genuss mit Verantwortung: Verantwortung gegenüber Mensch, Tier und Umwelt – aber auch Verantwortung gegenüber biologisch wirtschaftenden LandwirtInnen. Deshalb leistet die Bio-Marke auch einen wesentlichen Beitrag zu deren Förderung: Sie garantiert den Bio-Bäuerinnen und -Bauern eine sichere Abnahme und honoriert den Mehraufwand der biologischen Landwirtschaft mit den höchsten Bio-Zuschlägen des Landes. Unter dem Motto „Bio in Hülle und Fülle“ setzt Ja! Natürlich nun bei Verpackungen auf Green Packaging und damit neue Maßstäbe, was umweltschonende Verpackungen angeht. Ja! Natürlich ist bei BILLA, MERKUR, BIPA, ADEG und SUTTERLÜTY erhältlich.

Weitere Informationen unter [www.janaturlich.at](http://www.janaturlich.at) und auf <http://blog.ja-naturlich.at/>.

#### **Nachhaltige Wochen der REWE International AG**

Verantwortliches Handeln im Sinne der Gemeinschaft ist für die REWE International AG einer der wichtigsten Grundsätze der Unternehmenskultur. Die REWE Group arbeitet das ganze Jahr über daran, ihre vier Säulen der Nachhaltigkeit weiter auszubauen. Diese bestehen aus den Bereichen „Grüne Produkte“, „Energie, Klima und Umwelt“, „MitarbeiterInnen“ sowie „Gesellschaftliches Engagement“. Einmal pro Jahr stellt das Unternehmen diese Aktivitäten im Rahmen der Nachhaltigen Wochen in den öffentlichen Fokus. In den Filialen und Märkten der Handelsschienen BILLA, MERKUR, PENNY, BIPA und ADEG gibt es vom 5. bis 22. September 2012 zahlreiche Aktivitäten rund um das Thema Nachhaltigkeit, wie etwa besondere Angebote bei nachhaltigen Produkten oder Schwerpunkte in den Flugblättern und Kundenmagazinen. Am 7. September veranstaltet die REWE International AG ein großes Stakeholder-Forum in Wien. Vertreter der REWE Group werden gemeinsam mit Partnern aus der Industrie und mit internationalen Nachhaltigkeitsexperten Möglichkeiten zu nachhaltigerem Handeln diskutieren und Lösungen erarbeiten.

#### **Rückfragehinweis:**

Mag. (FH) Karin Nakhai, Pressesprecherin und Leiterin Media Relations REWE International AG  
REWE International AG, Industriezentrum NÖ-Süd, Straße 3, Objekt 16, A-2355 Wiener Neudorf  
Tel.: +43 2236 600 5261, E-Mail: k.nakhai@rewe-group.at