

Marktkorb 15.05.2007



Probieren Vanillejoghurt und Salami (von links): Wolfgang Gutberlet, Prof. Dr. Daniel Jaspersen, Dr. Markus Schweizer und André Haas. Foto: ce

Einkaufen mit Erlebnisparcours

Tegut-Gesundheitsinitiative: Wohlbefinden durch Ernährung, Bewegung, Entspannung

Fulda (ce). Schmecken Konsumenten den Unterschied zwischen einer konventionell erzeugten Salami und einem aus der Rhön stammenden Bioprodukt? Erkennt der Gaumen, ob der Vanillejoghurt mit echter oder synthetischer Vanille zubereitet wurde? Die Bandbreite der ersten Erlebnisse der neuen Gesundheitsinitiative von Tegut ist groß. Mit Blindverkostung, Fitness- und Wellnesstest sowie praktischen Informationen in 120 Tegut-Märkten will das Unternehmen seine Kunden sensibilisieren, sich gesund und besser zu ernähren.

„Es geht uns nicht um ein großartiges Programm, sondern hauptsächlich darum, das Bewusstsein der Kunden zu schärfen, sodass sie sich Fragen über ihre Ernährung stellen. Auch kleine Schritte können das eigene Wohlbefinden dauerhaft ver-

bessern“, erklärt Wolfgang Gutberlet, Vorstandsvorsitzender von Tegut. Sportwissenschaftler und Mediziner seien sich einig, dass Gesundheit und Wohlbefinden neben der genetischen Veranlagung hauptsächlich auf drei Säulen basieren: Ernährung, Bewegung und Entspannung. Deshalb beschäftigt sich Tegut laut Gutberlet seit einigen Jahren unter einem ganzheitlichen Ansatz mit diesem Thema – der Tegut-Salutogenese. „Wenn eine dieser drei Säulen gegen Null tendiert, kann es kein Wohlbefinden geben.“

„Wir haben uns überlegt, wie wir die Konsumenten an das Thema am besten heranzuführen können und haben einen Erlebnisparcours entwickelt, der an jeweils zwei Tagen in 120 größeren Tegut-Märkten Station macht“, berichtet Dr. Marcus Schweizer,

Leiter des Tegut-Bereichs Kundenmanagement und Marktforschung und ergänzt: „Ein kleiner Denkanstoß, den wir beispielsweise mit unserer Aktion bewirken könnten, ist, konsequent darauf zu achten, zwei Liter Flüssigkeit täglich zu trinken.“

Die ersten Erfahrungen mit der Gesundheitsinitiative sind positiv. Viele Kunden hätten sich für das Projekt eine Viertel Stunde Zeit genommen und die Ergebnisse des Fragebogens dann mit den Ernährungsberaterinnen besprochen. Überraschend seien jedoch die Ergebnisse der Blindverkostung. „Es gab Tester, die sich gefragt haben, was die schwarzen Pünktchen im Joghurt zu bedeuten haben. Sie wussten nicht, dass es sich um echte Vanille handelt“, so Schweizer. „Wir sind schon zu sehr auf synthetische Vanille konditioniert.“

Unterstützt wird die Gesundheitsinitiative vom Klinikum Fulda. „Man ist, was man isst“, zitiert Professor Dr. Daniel Jaspersen, Direktor der medizinischen Klinik II des Klinikums, den Philosoph Ludwig Feuerbach. Deutschland sei trauriger Spitzenreiter im Bereich Übergewicht. „40 Millionen Deutsche sind übergewichtig, zwei Millionen Kinder sind adipös“, betont der Diabetologe. Daher gehöre zu einer gesunden Lebensweise unabdingbar eine gesunde Ernährung. Ebenfalls unterstützt wird die Aktion von der Internationalen Gesellschaft für Prävention (IGP).

Am 18. und 19. Mai macht der Erlebnisparcours in den großen Tegut-Märkten in Fulda, Schlitz, Neuhoof und Petersberg Station. Am 8. und 9. Juni folgen die Märkte in Hünfeld und Tann.

Fuldaer Zeitung, 15.05.2007



Testverkostung bei Tegut: Wolfgang Gutberlet, Daniel Jaspersen, Markus Schweizer und André Haase (von links).

Foto: Sabine Abel

Essen, bewegen, entspannen

Tegut startet große Gesundheitsinitiative / Infostände in den Märkten

Von unserem Volontär
Elke Zenner

FULDA „Der Mensch ist, was er isst“, meint Professor Daniel Jaspersen vom Klinikum Fulda. Eine Plattitüde zwar, allerdings eine, die für den Mediziner „nicht von der Hand zu weisen ist“. Das Klinikum unterstützt eine Gesundheitsoffensive der Lebensmittelkette Tegut. Die möchte ihren Kunden in den kommenden Wochen Tipps für eine bessere, ganzheitliche Ernährung geben.

Drei Aspekte umfasst das Programm mit dem Titel „Tegut... Salutogenese“. Es geht um Bewegung, Ernährung und Entspannung. All dies müsse verknüpft werden, um körperliches Wohlbefinden zu erhalten. Wolfgang Gutberlet,

Vorstandsvorsitzender von Tegut in Fulda, bemühte bei der Vorstellung des Konzeptes die Mathematik. „Wenn einer dieser drei Faktoren Null ist, ist das Produkt Null“, sagte Gutberlet. „Wir müssen Gesundheit als ganzheitlichen Ansatz verstehen“, ergänzte der Leiter des Bereichs Kundenmanagement und Marktforschung bei Tegut, Dr. Markus Schweizer.

Wie könne man im Lebensmittelmarkt Qualität erkennen? Und wie die Ernährung umstellen? Fragestellungen, die Tegut im persönlichen Kontakt mit seinen Kunden erörtern möchte. In allen größeren Märkten stellt das Unternehmen einen kleinen Erlebnisparcours auf. In Fulda, Schlitz und Neuhoof macht der Infostand am kommenden

Freitag und Samstag, 18., 19. Mai, Station. Hünfeld und Tann folgen am Freitag und Samstag, 8., 9. Juni.

Der Parcours umfasst drei Etappen. Zunächst können verschiedene Sorten Vanillejoghurt und Salami probiert werden. Danach füllen Kunden einen Fragebogen aus, der Aufschluss über Essgewohnheiten und sportliche Betätigung gibt. Ernährungswissenschaftler werten den Bogen vor Ort aus und erklären, wie das eigene Wohlbefinden verbessert werden kann. Die dritte Station schließlich fördert Ruhe und Entspannung. „Nicht ganz einfach in einem großen Supermarkt“, räumt Schweizer ein. Dennoch: Heißer Tee soll zwischen Kasse, Käsetheke und Gefriertruhe Ruhemo-

mente ermöglichen.

Letztlich gehe es Tegut um Denkanstöße – und das auf individueller und freiwilliger Basis. Pauschalurteile, wie sie in der aktuellen Debatte um gesunde Ernährung und Übergewicht immer wieder zu hören seien, brächten wenig, meint Gutberlet.

Erste Erfahrungen mit dem Projekt, das in Märkten in Hessen, Thüringen, Bayern und Niedersachsen läuft, seien positiv, so Markus Schweizer. „Die Kunden nehmen sich trotz Hektik die Zeit.“ Unterstützt wird das Programm in Fulda nicht nur durch das Klinikum, das die Zahlen wissenschaftlich auswertet. Auch die Internationale Gesellschaft für Prävention (IGP) steht Tegut beratend zur Seite.