

Wie profitieren Hersteller von der Zertifizierung?

- zunehmende Relevanz des Schulverpflegungsmarktes
- Wettbewerbsvorteile durch werbewirksames Markenzeichen
- Geschmack der Kinder und Jugendlichen treffen
- Vertrauen bei Eltern und Lehrkräften schaffen
- zukunftsweisender Beitrag zur Qualitätsverbesserung in der Schulverpflegung
- laufende Erweiterung des Produktportfolios
- flächendeckender nationaler Vertrieb durch Transgourmet Deutschland



Foto: Transgourmet Deutschland

Zentrum für Catering, Management & Kulinaristik

Wissenschaftliches Zentrum der Hochschule Fulda

Fachbereich Oecotrophologie

Leipzigerstraße 123 | 36037 Fulda

Ansprechpartnerin: Stephanie Hagspihl

Telefon +49 (0)661 - 9640 - 370

E-Mail stephanie.hagspihl@oe.hs-fulda.de

Transgourmet Deutschland GmbH & Co. OHG

Abteilung Beratung & Konzept | Education

Albert-Einstein-Straße 15 | 64560 Riedstadt

Ansprechpartner: Raimund Klug und Lisa Hochstein

E-Mail schulversorgung@transgourmet.de

Weitere Informationen

Internet Zentrum für Catering, Management und

Kulinaristik

hs-fulda.de/zcmk

Markenzeichen whatsEAT

whatseat.de



ZCMK



whatsEAT

Zentrum für Catering,
Management und
Kulinaristik



whatsEAT

Markenzeichen für
gute Schul-Catering-Produkte



Welche Gebühren fallen an?

Grundgebühr der Hauptprüfung	2500 €
Verlängerungsgebühr	250 €
Nachprüfungsgebühr nach Aufwand ohne Schülerakzeptanztest	250-480 €
Kosten der Kennzeichnung	Trägt der Zeichennutzer
Jahresgebühr für die Internetpräsentation auf der whatsEAT-Website (pro Produkt)	150 €
Zielgruppenspezifische Rezeptempfehlung	375 €

Alle Gebühren verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MWST. von 19%.

Hochschule Fulda
University of Applied Sciences



Was ist whatsEAT?

Das vom wissenschaftlichen Zentrum für Catering, Management und Kulinaristik (ZCMK) der Hochschule Fulda entwickelte Markenzeichen „whatsEAT“ ist das erste Markenzeichen für gute Schul-Catering-Produkte. Es basiert auf den Erkenntnissen mehrjähriger Forschungsarbeit der Hochschule Fulda zur Schulverpflegung. Durch ein breites Produktportfolio soll die Basis für eine gute Schulverpflegung geschaffen werden.

Wer sind die Zielgruppen?

- Hersteller von Schul-Catering-Produkten
- Händler von Schul-Catering-Produkten
- Mensabetreiber wie Caterer und Schulträger
- Schülerinnen und Schüler
- Eltern
- Lehrkräfte

Wie läuft das Zertifizierungsverfahren ab?

Das Zertifizierungsverfahren besteht aus drei Stufen in denen die Produktmerkmale, die Verarbeitungsmerkmale und die Zielgruppenakzeptanz der Convenience-Produkte bewertet werden.

Bewertungsstufe I – Produktmerkmale (38 % der Endnote)

Kontrolle der enthaltenen Lebensmittel-Zusatzstoffe anhand der Spezifikation.

Bewertung des Energie- und Nährstoffgehalts anhand der Spezifikation.

Prüfung der Genussqualität durch eine interne sensorische Analyse.



Bewertungsstufe II – Verarbeitungsmerkmale (12% der Endnote)

Bewertung verschiedener Kriterien wie Handhabbarkeit, Regenerationsempfehlungen, Temperaturprüfungen, Portionsgröße, Haltbarkeit und Hygiene.



Bewertungsstufe III – Zielgruppenakzeptanz (50% der Endnote)

Schülerakzeptanztest mit ca. 100 Testessern.



Foto: Transgourmet Deutschland



Vergabe des Markenzeichens

Ermittlung einer Gesamtnote aus den einzelnen Bewertungsstufen.

Vergabe des Markenzeichens für drei Jahre.

Präsentation des Produktes auf der whatsEAT-Website

Vermarktungsunterstützung durch Transgourmet Deutschland