

Bewährte Praxis Leitfaden für Berufsausbilder

Lassen Sie sich inspirieren von **20 Fallstudien** kleiner und mittlerer Unternehmen (KMU), die innovative Lebensmittel für Senioren anbieten, in Ihren Schulungsprogrammen zu verwenden.



innovating food for seniors

www.innovatingfoodforseniors.eu

Inhaltsübersicht

| | | |
|-----------|--|----|
| 01 | Einführung in PIFS und in diesen Berufsausbilder's Guide | 3 |
| 02 | Die Silver Economy: Eine Beschreibung | 10 |
| 03 | Politische Triebkräfte und Auswirkungen politischer Veränderungen auf die Silver Economy | 12 |
| 04 | Innovationsbasierte Unternehmensentwicklung | 14 |
| 05 | Aktueller Lebensmittelmarkt | 23 |
| 06 | Projekt Bewährte Praktiken: Fallstudien | 27 |
| 07 | Schlußfolgerungen | 52 |



*Übersetzung aus dem
Englischen:
Jasper Ewals*

01

Einführung in PIFS und in diesen Berufsausbilder's Guide



Projekt Pioneering Innovative Food for Seniors (PIFS)

Die Lebensmittelbranche ist einer der dynamischsten Sektoren in Europa. Veränderungen in der Technologie und im Lebensstil verändern schnell die Wünsche der Verbraucher, und wirken sich auf die Gewinnmargen aus. Die Lebensmittel- und Getränkeindustrie ist an der Zahl der Arbeitsplätze und der Wertschöpfung, der größte verarbeitende Sektor in der EU gemessen. Die Branche wird von KMU dominiert. Neun von zehn Lebensmittel- und Getränkeunternehmen in Europa sind KMU mit 289 000 Unternehmen und 4,2 Millionen Beschäftigten.

Die OECD stellt jedoch fest, dass Mitarbeiter in kleinen Unternehmen seltener eine Berufsbildung erhalten als Arbeitnehmer in größeren Firmen. Die Teilnahme an beruflicher Weiterbildung wird durch Faktoren wie die Entfernung zu Ausbildungszentren behindert. Auch die damit verbundenen Zeit- und Kostenaufwand spielen eine Rolle. Dabei haben diese Menschen am meisten von der Weiterbildung zu profitieren weil die meisten von ihnen keine Hochschulausbildung absolviert haben.

Die Lebensmittelindustrie gilt traditionell als ein Sektor mit geringer Forschungs-/Innovationsintensität, und ist recht konservativ, was die Art der auf den Markt gebrachten Innovationen angeht.

Wenn die Lebensmittelbranche also mehr bedeutende Innovationen benötigt, muss ein Bereich mit hohem Potenzial besonders berücksichtigt werden. Europa beherbergt die älteste Bevölkerung der Welt, denn jeder vierte Europäer ist 60 Jahre alt oder sogar älter. Laut den Statistiken des [National Institute on Ageing](#), wird der Anteil der über 65-Jährigen noch auf 30 % ansteigen und der Anteil der über 80-Jährigen wird sich bis 2060 in Europa von 5 % auf 12 % mehr als verdoppeln.

Pädagogen in der beruflichen und allgemeinen Bildung wissen, dass die Entwicklung erfolgreicher innovativer Produkte eine Herausforderung ist. Die Lebensmittelindustrie gilt traditionell als forschungsschwacher Sektor.



Für den Berufsbildungssektor wird das Projekt:

- zur beruflichen Entwicklung von Ausbildern in der Lebensmittelindustrie beitragen, indem sie ihre pädagogischen Fähigkeiten verbessern, um innovative Lebensmittelprodukte für die Silver Economy zu entwickeln.
- einen wesentlichen Beitrag dazu leisten, dass Ausbilder über die Marktchancen in der Silver Economy und deren Auswirkungen auf Innovation und Wachstum auf dem Laufenden bleiben.
- Vermittlung von Fachwissen über den heutigen Lebensmittelmarkt und insbesondere über das Potenzial altersgerechter Lebensmittel als Innovationsmotor.
- innovative Methoden zu nutzen, um Ausbilder in der beruflichen Bildung bei der Vermittlung von Innovation und unternehmerischen Fähigkeiten für Unternehmen und Studenten zu unterstützen, damit sie auf die steigende Nachfrage nach neuen Lebensmittelprodukten und -dienstleistungen im Rahmen der Silver Economy reagieren können.

**Für alle
Projektressourcen
klicken Sie bitte
auf den Weblink:**

www.innovatingfoodforseniors.eu

Überblick zum Leitfaden für Berufsausbilder

Unser Leitfaden ist ein einzigartiges Schulungsinstrument für Berufsausbilder, das einen vollständigen Überblick über kommerzielle Beispiele für die Triebkräfte und Möglichkeiten der Lebensmittelinnovation in der Silver Economy in Europa bietet.

Die 20 Bewährten Praktiken wurden sorgfältig aus den Regionen der Projektpartner ausgewählt und umfassen die Bereiche ernährungsorientierte Produktentwicklung, Anreicherung von Nahrungsmitteln, Kommerzialisierung von Innovationen, Lieferketten und Vertriebsmöglichkeiten, intelligente Lebensmittel, Technologie und Nischenmarketing für Verbraucher. Hier handelt es sich um eine praktische Hilfe, die Sie bei der Anwendung von Innovationen in der Berufsausbildung/Lehre unterstützt. Anhand der gesammelten Bewährten Praktiken werden Ihre Lernenden verstehen, wie vielschichtig der Lebensmittelmarkt für Senioren ist. Beginnend mit innovativen Nahrungsergänzungsmitteln, über die Entwicklung von Lebensmitteln für Menschen mit spezifischen Gesundheitsproblemen bis hin zu Lebensmittel-Lieferdiensten. Das PIFS-Team hat darauf geachtet, die Praktiken auszuwählen, mit denen Sie Innovationen besser erreichen und lehren können.

Wer profitiert davon?



1

Berufsausbilder, Berufsbildungsanbieter und Akademiker in der gesamten Lebensmittelwertschöpfungskette, die daran interessiert sind, Kompetenzen zu erwerben, um Personal im Lebensmittelsektor zu schulen

2

Bestehendes oder zukünftiges Lebensmittelprodukt- oder Dienstleistungsgeschäft

3

Cluster oder Verbände von KMU des Lebensmittelsektors

4

Agenten der Innovation, z.B. Alterungsbehörden, Partner im Bereich der öffentlichen Gesundheit, regionale Entwicklungsorganisationen

DIE KRAFT VON FALLSTUDIEN ALS SCHULUNGSINSTRUMENT

Das PIFS-Kompodium mit 20 Fallstudien zu Bewährten Praktiken stellt eine einzigartige Schulungsressource dar, die das vielfältige Wissen bündelt, um Berufsausbildern einen vollständigen Leitfaden zu den Triebkräften und Möglichkeiten für Lebensmittelinnovationen bei Senioren in Europa an die Hand zu geben. Da der Mehrwert-Lebensmittelsektor in ganz Europa weiter wächst, wird dies einen wichtigen Beitrag zu ihrer eigenen beruflichen Entwicklung leisten, ihre Ergebnisse verbessern und ihren Schülern Türen zu zukünftigen Karrieremöglichkeiten öffnen.



Wir möchten Sie ermutigen, Fallstudien als Teil Ihrer Lehr-/Ausbildungspraxis zu verwenden.

Und warum? Fallstudien sind:

- als Lehrmittel verwendet, um die Anwendung einer Theorie oder eines Konzepts auf reale Situationen zu zeigen.
- fakten- und kontextorientiert. Sie schaffen Empathie mit den Hauptfiguren und sind für den Leser relevant, indem sie sich auf eine Herausforderung beziehen, die es zu lösen gibt.
- eine Möglichkeit, das Konzept auf eine neue Art und Weise zu entdecken.

Ein großer Vorteil des Unterrichts mit Fallstudien besteht darin, dass die Lernenden aktiv daran beteiligt sind, die Prinzipien herauszufinden, indem sie von den Beispielen abstrahieren. Dadurch entwickeln sie ihre Fähigkeiten in den folgenden Schlüsselkompetenzen:

- Problemlösung
- Analysetools, quantitativ und/oder qualitativ, je nach Fall
- Entscheidungskompetenz in komplexen Situationen
- Bewältigung von Mehrdeutigkeiten

Das PIFS wird die Ausbildung von KMU der Lebensmittelbranche und ihrer Mitarbeiter erheblich verbessern, indem es:

- ihr Bewusstsein und ihr Engagement für Innovationen zur Förderung des Geschäftswachstums durch innovative Lebensmittel erhöht.
- ihnen angewandten Input aus der Industrie für ihre eigene berufliche Entwicklung bietet, ihre Ergebnisse verbessert und ihnen die Türen für eine zukünftige Karriere und die Kommerzialisierung von Innovationsmöglichkeiten öffnet.

Die Pädagogik der Fallstudien

Lebensmittel-KMU sind auf der Suche nach Innovation. Obwohl der Lebensmittel- und Getränkesektor in der EU-Wirtschaft eine wichtige Rolle spielt, wurde der Innovation in KMU des Lebensmittelsektors bisher wenig Aufmerksamkeit geschenkt¹. Indem Sie die PIFS-Fallstudien für die Bewährte Praktiken in Ihrer Ausbildung/Lehre anwenden, haben Sie die Möglichkeit, spezifische pädagogische Fragen anzusprechen und bei den Lernenden übergeordnete Fähigkeiten zu entwickeln. Wir adaptieren die Fallmethode, die sich auf einer Philosophie der beruflichen Bildung basiert, und die Wissen und das Handeln direkt miteinander verbindet². Die Fallmethode ist ein reichhaltiger und leistungsstarker Ansatz für die Entwicklung kognitiver Fähigkeiten bei den Lernenden. Sie ist auch ein flexibler Ansatz in dem Sinne, dass Ausbilder sie auf alternative Weise einsetzen können.

Velenchik (1995)³ hebt hervor, dass die Fallmethode eine **Motivation ist, Theorie zu lernen**. In der Praxis der beruflichen Bildung verwenden wir häufig Beispiele, um die Anwendung bestimmter theoretischer Konzepte zu veranschaulichen. Wir neigen jedoch dazu, Beispiele zu verwenden, um die Theorie zu untermauern, anstatt die Theorie als eine Reihe von Werkzeugen zur Beantwortung der durch die Anwendung aufgeworfenen Frage zu betrachten. Der Schwerpunkt liegt also auf der Theorie selbst, und die Anwendung wird oft als nebensächlich empfunden. Wenn Studenten den Zweck der Theorie nicht verstehen, wird der Lernprozess schwieriger, als er sein müsste, und sie scheitern oft daran, sich die benötigten Werkzeuge anzueignen. Bei der Fallmethode steht das Problem, das die Studenten zu lösen haben, im Mittelpunkt. Sie stellen bald fest, dass sie nicht über das nötige Handwerkszeug verfügen, und machen sich auf die Suche nach dem Werkzeug. Sie wollen die Theorie lernen.

Die Fallmethode kann auch wirkungsvoll eingesetzt werden, um die Lernenden schrittweise auf der Leiter der kognitiven Fähigkeiten von den niedrigen Stufen des Wissens, des Verstehens und der Anwendung zu den höheren Fähigkeiten der Analyse, Synthese und Bewertung zu führen. Diese pädagogische Taxonomie wurde ursprünglich von Bloom (1956)⁴ vorgeschlagen und bietet einen transparenten und strukturierten Ansatz zur Entwicklung der Fähigkeiten der Lernenden

Was die pädagogische Wirkung von Fallstudien betrifft, so liefert die Fallmethode:

Wissen in einem realen Kontext. Die Fallmethode unterstützt und erleichtert das Verstehen von Grundwissen. Sie beinhaltet das Abrufen eines breiten Spektrums an Material, aber es geht nur darum, sich die entsprechenden Informationen ins Gedächtnis zu rufen, nicht unbedingt darum, ihre Bedeutung zu verstehen. In Kombination mit anderen Schulungsinhalten wird die Fallmethode eingesetzt, um das Wissen zu erweitern.

Verstehen. Diese ist die Fähigkeit, die Bedeutung des Materials zu erfassen. Sie kann demonstriert werden, indem Material von einer Form in eine andere übersetzt, interpretiert und Informationen extrapoliert werden. Durch die Einbettung von Wissen in einen realen Kontext unterstützt und erleichtert die Fallmethode das Verstehen von Grundwissen.

Anwendung. Dies ist die Fähigkeit, das Gelernte in neuen und konkreten Situationen anzuwenden (d.h. Einfluss zu nehmen, um das Gelernte auf ihrer Reise zur Lebensmittelinnovation anzuwenden). Anhand unserer 20 Bewährte Praxis Fälle können die Lernenden verstehen, wie Theorien in realen Kontexten angewendet werden können.

Analyse. Unsere Bewährten Praktiken verlangen von den Lernenden, dass sie komplexe Informationen aufschlüsseln, Beziehungen herstellen und Probleme erkennen. Der Prozess umfasst im Allgemeinen die Identifizierung der Teile der Innovation, die Analyse der Beziehungen zwischen den Teilen und das Erkennen der beteiligten Innovationsprinzipien. Die Analyse steht im Mittelpunkt der Fallmethode.

Synthese. Diese Fähigkeit bezieht sich auf die Kompetenz, Teile zu einem neuen Ganzen zusammenzufügen. Der Prozess kann zum Beispiel die Erstellung eines eigenen Plans zur Entwicklung eines neuen Produkts oder eines Forschungsvorschlags beinhalten.

Bewertung. Bei der kritischen Bewertung geht es um die Fähigkeit, den Wert von Material für einen bestimmten Zweck zu beurteilen. Nach der Analyse und Synthese eines bestimmten Falles sollten die Lernenden alternative Politiken oder Strategien bewerten, die dem Unternehmen der Guten Praxis zur Verfügung stehen, einschließlich der Bewertung der getroffenen Entscheidungen im Vergleich zu möglichen alternativen Lösungen.

¹ Baregheh, A., Rowley, J., Sambrook, S., & Davies, D. (2012). "Innovation in food sector SMEs", *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 19(2), pp. 300-32.

² Boehrer, J. (1995). On teaching a case. *International Studies Notes*, 19(2), pp. 14-20.

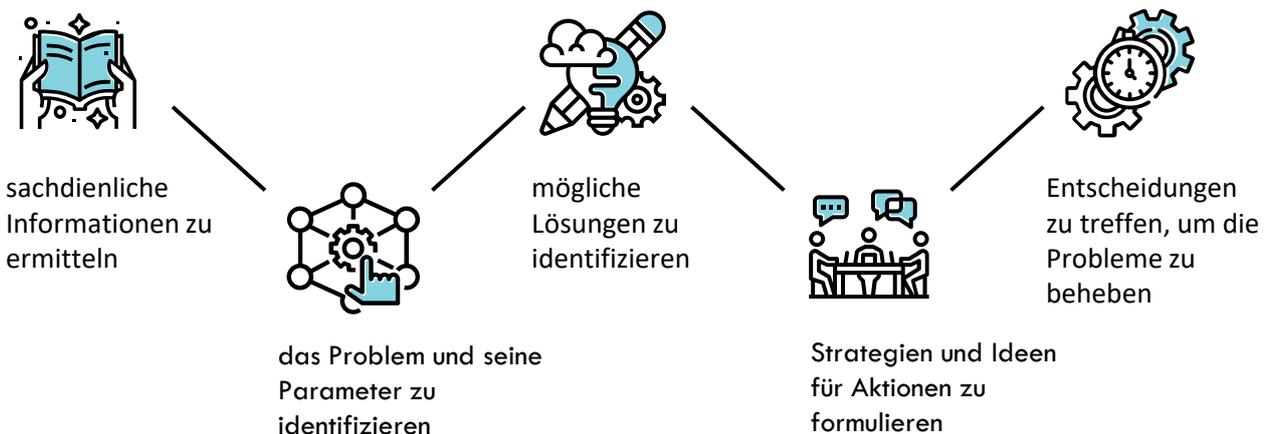
³ Velenchik, A. D. (1995). The Case Method as a Strategy for Teaching Policy Analysis to Undergraduates. *The Journal of Economic Education*, 26(1), pp. 29-38.

⁴ Bloom, B. S. (1956). Taxonomy of educational objectives. Vol. 1: Cognitive domain, 20(24), pp. 1.

Wie Sie die PIFS-Fallstudien zur Bewährten Praxis nutzen können

Ziel des Leitfadens für Bewährte Praktiken ist es, kritisches Denken anzuregen und die Perspektiven und das Wissen von Lebensmittel-KMUs und Berufsbildungseinrichtungen über die Möglichkeiten zur Innovation und Vermarktung nährstoffangereicherter Lebensmittel für unsere alternde Bevölkerung zu erweitern. Befähigen Sie Ihre Lernenden, entweder in Gruppen oder im Einzelunterricht, einen Bewährte Praxis-Fall zu übernehmen und Schlüsselinformationen zu sezieren, um die aufgetretenen Probleme zu identifizieren, und Lösungen für die Probleme zu finden.

Dies ermöglicht es den Lernenden, in der Lage zu sein:



Anweisungen für Lernende

Um den vollen Nutzen aus unseren Fallstudien zur Bewährten Praktiken in Ihrer Schulungs-/Lehrpraxis zu ziehen, sollten Sie Ihre Lernenden dazu anregen, jeden Fall mit der folgenden Checkliste anzugehen.

- Lesen Sie die Fälle der Bewährten Praktiken gründlich durch und formulieren Sie Ihre eigene Meinung, bevor Sie Ihre Ideen mit Ihrer Gruppe oder Klasse teilen. Sie müssen in der Lage sein die vorgestellten Fälle kritisch zu prüfen, die Probleme selbst zu erkennen und Lösungen und Alternativen anzubieten. Bevor die Studie mit der Gruppe besprochen wird, müssen Sie in der Lage sein, einen eigenen Entwurf und eine eigene Vorgehensweise zu formulieren.
- Sobald Sie ein klares Verständnis der Bewährte Praxis-Fälle haben, können Sie Ihre Ideen mit anderen Gruppenmitgliedern teilen.
- Diskutieren Sie den Fall offen und hören Sie sich die Beiträge der anderen in Ihrer Gruppe und Klasse an.
- Überlegen Sie, wie sich Ihre ursprünglichen Ideen durch die Gruppendiskussion verändert haben.

Dies ist das erste Schulungsangebot von PIFS. Als Ausbilder und im weiteren Verlauf des Projekts werden Sie auch von unserem:

- Digitalised Innovation Self-Assessment, das erste digitale Tool und eine Reihe von Vorlagen, mit denen Unternehmen messen können, wie innovativ sie sind, um Lebensmittelprodukte oder Dienstleistungen für Senioren mit einem empfohlenen Lernweg zu entwickeln.
- Offene Bildungsressourcen, die einen Kurs im Klassenzimmer realisieren, der maximalen Gebrauch von Multimedia-Ressourcen macht, und unsere Ressourcen für Ausbilder werden Pädagogen in die Agenda Bildung 4.0 der zukunftsweisenden Technologie für adaptives Lernen einführen.
- Online-Kurs, der es Managern und Mitarbeitern von Lebensmittelunternehmen ermöglicht, sich in einer flexiblen, mobilen Umgebung weiterzubilden.



Struktur dieses Leitfadens für Bewährte Praktiken für die Berufsbildung

Der Leitfaden für Bewährte Praktiken für die Berufsbildung ist in 6 Teile gegliedert.

Kapitel 1

Eine Einführung in das Projekt und diesen Leitfaden für Bewährte Praktiken für die Berufsausbildung.

Kapitel 2

Ein Überblick über die Bedeutung der Silver Economy und ihre Reichweite.

Kapitel 3

Eine Beschreibung der politischen Triebkräfte und der Auswirkungen politischer Veränderungen auf die Silver Economy.

Kapitel 4

Eine Beschreibung der innovationsbasierten Unternehmensentwicklung und der Rolle der Innovation in der Organisation, der innovativen Aktivitäten und ihrer Bedeutung, der organisatorischen Faktoren die die Innovationen beeinflussen und der Definition von Wissen und Kompetenzen als Haupttriebkräfte für Innovationen in der Organisation.

Kapitel 5

Ein Überblick über den heutigen Lebensmittelmarkt, seine Trends und die Definition von innovativen Lebensmitteln.

Kapitel 6

Eine Beschreibung der Ergebnisse unserer 20 Bewährte-Praxis-Fälle mit relevanten Informationen, einschließlich der Frage, was die Bewährte Praxis ist, warum sie erfolgreich ist, welche Ergebnisse erzielt wurden und warum sie auf andere Regionen übertragen werden können.

02

Die Silver Economy: Eine Beschreibung



Die Silver Economy: Eine Beschreibung

Im Europa des Jahres 2060 wird einer von drei Einwohnern über 65 Jahre alt sein. Ein ähnlicher Trend der steigenden Lebenserwartung und eine Umkehrung der Bevölkerungspyramide wird auch in den übrigen entwickelten Ländern der Erde zu beobachten sein. Aus den Statistiken der Weltbank und der [Weltgesundheitsorganisation \(WHO\)](#) geht hervor, dass die Menschen im Jahr 2020 im Durchschnitt 72,5 Jahre alt werden, 20 Jahre mehr als 1960. Außerdem wird sich die Gesamtbevölkerung über 60 Jahre bis 2050 im Vergleich zum Jahr 2000 verdoppelt haben.

Die Bedürfnisse der alternden Bevölkerung waren der Auslöser für die Entstehung des Konzepts der "Silver Economy". Die Silver Economy umfasst alle wirtschaftlichen Aktivitäten, Produkte und Dienstleistungen, die darauf ausgerichtet sind, die Bedürfnisse von Menschen über 50 Jahren zu erfüllen. Dieses Konzept wurde vom so genannten Silbermarkt abgeleitet, der in den 1970er Jahren in Japan - dem Land mit dem höchsten Anteil an Menschen über 65 Jahren - entstanden ist. Unter dem Begriff Seniorenmarkt fasst man so unterschiedliche Sektoren wie Gesundheit, Finanzen, Mobilität, Energie, Wohnen, Telekommunikation, Freizeit, Tourismus und andere zusammen.



03

Politische Triebkräfte und die Auswirkungen politischer Veränderungen auf die Silver Economy



Politische Triebkräfte und die Auswirkungen politischer Veränderungen auf die Silver Economy

Europa altert, daher stehen ältere Menschen im Mittelpunkt einer Reihe von EU-Politiken und –Programmen. Darunter solche, die sich mit Diskriminierung, aktivem Altern, sozialem Schutz, der Zugänglichkeit von öffentlichen Dienstleistungen sowie Forschung und Innovation befassen. Diskriminierung aufgrund des Alters ist in den Verträgen der Europäischen Union generell verboten. Altersdiskriminierung kann jüngere Menschen betreffen, aber die Diskriminierung älterer Menschen kann weitaus ausgeprägter sein. Diskriminierung ist oft ein Thema, wenn es um die Beschäftigung älterer Menschen geht. Für einige Senioren mag es notwendig oder finanziell vorteilhaft sein, länger zu arbeiten, aber für viele ist es auch eine Möglichkeit, einen Beitrag zur Gesellschaft zu leisten und körperlich und sozial aktiv zu bleiben.

Integrieren Sie die Politik als Teil Ihrer Schulungspraxis

Helfen Sie Ihren Lernenden, das Makroumfeld zu verstehen, in dem ihre Lebensmittelprodukte funktionieren werden, indem Sie ihnen die Bedeutung des politischen Kontextes vermitteln. Es ist das große Ganze, das jedes KMU zu schätzen weiß und aus dem es lernen muss. Wir fassen die wichtigsten politischen Maßnahmen zusammen, die für Ihre Lernenden wichtig sind. Nutzen Sie die Hyperlinks, um mehr zu erfahren.

- Die [Europäische Beschäftigungsstrategie der EU](#) bietet einen Rahmen für die Koordinierung der Politik und den Austausch von Erfahrungen im Einklang mit den allgemeinen Empfehlungen der EU. Gemäß den 2010 verabschiedeten Leitlinien sollen die Mitgliedstaaten die Erwerbsbeteiligung von Menschen über 50 Jahren durch Maßnahmen des aktiven Alterns, die sich mit Arbeitsorganisation und lebenslangem Lernen befassen, erhöhen. Die EU unterstützt auch den Dialog zwischen den europäischen Sozialpartnern (Arbeitgeberorganisationen und Gewerkschaften), der zu Rahmenvereinbarungen auf EU-Ebene geführt hat. Zum Beispiel über Teilzeitarbeit, Telearbeit und Arbeitsbedingungen für Zeitarbeiter, die es Senioren erleichtern können, weiter zu arbeiten.
- Die [Initiative Active & Healthy Ageing \(AHA\)](#) ermutigt ältere Menschen, aktiv zu bleiben, indem sie länger arbeiten und später in den Ruhestand gehen, sich ehrenamtlich engagieren oder sich um junge oder sehr alte Familienmitglieder kümmern und ein gesundes und selbständiges Leben führen.
- Die EU hat das Jahr 2012 zum [Europäischen Jahr für aktives Altern und Solidarität zwischen den Generationen](#) erklärt, das sich auf eine breite Palette von Initiativen konzentrierte. Die EU hat dazu beigetragen, eine Reihe von politischen Maßnahmen und Programmen auf den Weg zu bringen, die das aktive Altern fördern, insbesondere im Hinblick auf die Unterstützung von Senioren, länger zu arbeiten. Die EU unterstützt die Mitgliedstaaten bei der Suche nach angemessenen und nachhaltigen Lösungen für Renten, Gesundheitsversorgung und Langzeitpflege, die für Senioren und ältere Menschen von entscheidender

Bedeutung sind.

- Wie aus dem [Hintergrundpapier der Europäischen Kommission](#) (Februar 2015), hervorgeht, hat die Europäische Kommission bereits mehrere politische Initiativen im Zusammenhang mit der Silver Economy umgesetzt. Zum Beispiel:
 - Förderung des Potenzials für neue Märkte und wirtschaftliche Impulse, wie die Renovierung von Gebäuden, unabhängiges Wohnen und Tourismus in der Nebensaison (Senioren).
 - Sicherstellen, dass die Gesundheits- und Sozialfürsorgesysteme langfristig zugänglich, hochwertig, erschwinglich und nachhaltig sind, um die Bedürfnisse der Bevölkerung zu erfüllen. Förderung eines lebenslangen und sozialen Investitionsansatzes für Sozialschutzsysteme und -dienstleistungen. Berücksichtigung der von Interessengruppen vorangetriebenen Innovation für aktives und gesundes Altern durch groß angelegte Innovationsmaßnahmen.
 - Förderung neuer Fähigkeiten und des Unternehmertums im Hinblick auf die Bedürfnisse einer alternden Bevölkerung, unterstützt durch eine neue [Wissens- und Innovationsgemeinschaft für gesundes Leben und aktives Altern](#) im Rahmen des Europäischen Technologieinstituts (EIT).
 - Intelligente Spezialisierung und die Möglichkeit der Inanspruchnahme regionaler Fördermittel haben 110 europäische Regionen dazu veranlasst, aktives und gesundes Altern als eine Priorität der intelligenten Spezialisierung zu bestimmen.
 - Förderung von Forschung und Innovation als Reaktion auf den demografischen Wandel durch [H2020](#).

04

Innovationsbasierte Unternehmensentwicklung



Herausforderungen und Chancen für die Silver Economy

Unter Innovation versteht man eine neue Idee und eine neue Art Dinge zu tun. Innovation ist unverzichtbar, wenn es darum geht, Produkte und Dienstleistungen zu verbessern, den Umsatz zu steigern, Kosten zu senken oder Organisationsprozesse effektiver und effizienter zu gestalten. Der Unterricht in innovationsbasierter Unternehmensentwicklung wird zu überzeugenden Ergebnissen führen.

Innovation ist nicht weniger als das Lebenselixier für langfristige Entwicklung und Wachstum. Ihr Unterricht sollte widerspiegeln, dass es sich um einen Prozess oder eine Reise handelt, nicht um ein Ziel. Unsere Bewährten Praktiken geben Ihnen konkrete Beispiele von 20 Unternehmen auf dieser Innovationsreise.

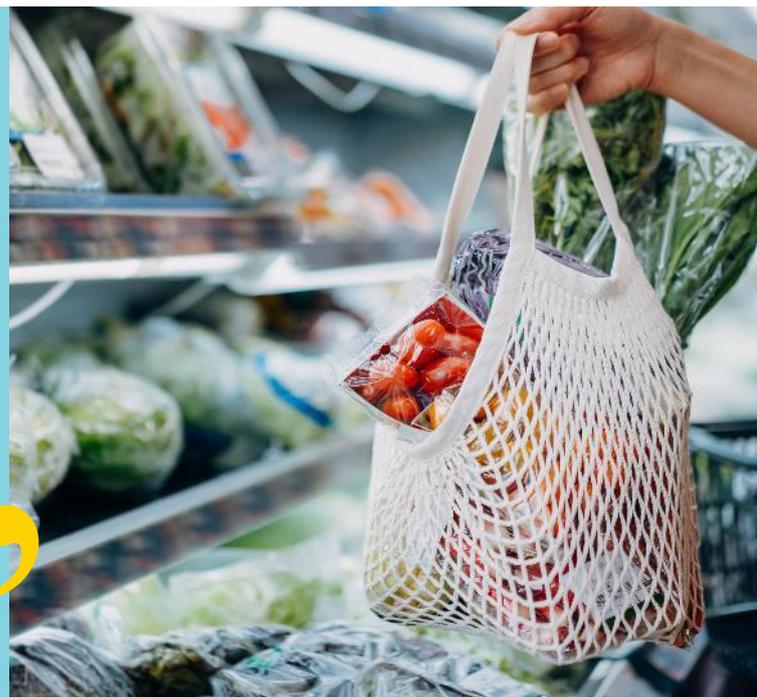
Die Lernenden werden die Schaffung neuer Prozesse, Erfahrungen, Funktionen, Kunden, Angebote und Modelle verstehen. Durch die einzigartige Linse des innovativen Denkens und Handelns, können sie jedoch die Bedürfnisse unserer Senioren besser erfüllen. Die besten Innovationen entstehen bei der Umsetzung, nicht unbedingt bei der ursprünglichen Idee. Lernen Sie von unseren 20 Bewährte Praktiken, die die Herausforderung angenommen haben, anders zu denken und umzusetzen.

Innovationen und ihre Rolle in der Organisation

Innovation als Phänomen kann auf verschiedene Weise definiert werden, abhängig von verschiedenen Ansätzen und Methoden der Klassifizierung. Die grundlegenden Definitionen und Arten von Innovation werden von der [Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung \(OECD\)](#) in einer Reihe von Handbüchern vorgestellt. Das neueste Handbuch - das [Oslo-Handbuch \(2018\)](#) - definiert Innovation als:

Die Europäische Kommission in ihrem "[Grünbuch zur Innovation](#)" definiert den Begriff "Innovation" als Synonym für die erfolgreiche Produktion, Aneignung und Nutzung von Neuem im wirtschaftlichen und sozialen Bereich. Innovationen bieten neue Lösungen für Probleme und ermöglichen es so, die Bedürfnisse des Einzelnen und der Gesellschaft zu erfüllen.

“ Ein neues oder verbessertes Produkt oder Verfahren (oder eine Kombination davon), das sich erheblich von den bisherigen Produkten oder Verfahren der Einheit unterscheidet und das den potenziellen Nutzern zur Verfügung gestellt (Produkt) oder von der Einheit in Betrieb genommen wurde (Verfahren)⁵. ”



⁵ OECD. n.d. *Defining Innovation*. Available at: <https://www.oecd.org/site/innovationstrategy/defininginnovation.htm>

Die Vielfalt der Innovationsmerkmale wird durch viele verschiedene Definitionen und Autoren ausgedrückt. Unterschiedliche Innovationsdefinitionen spiegeln das breite Spektrum der Aspekte von Innovation wider. Die Analyse der Innovationsaspekte zeigt, dass sich die Diskussion über Innovationsaspekte seit der Entwicklung der ersten Innovationsdefinitionen erheblich weiterentwickelt hat - **Innovation wird nicht nur als Prozess des Wandels oder physisches Objekt gesehen, sondern auch als Instrument des Wandels und als Voraussetzung für diesen Wandel.**

Die Aspekte der Innovation lassen sich also wie folgt zusammenfassen:

- 1 Innovation als etwas Neues (ein reales Objekt: Produkt, Dienstleistung oder Software);
- 2 Innovation als der Prozess des Handelns, der Schaffung von etwas Neuem;
- 3 Innovation als Instrument für das Tun, das Schaffen von etwas Neuem;
- 4 Innovation als Zustand (Umgebung), um etwas Neues zu tun;
- 5 Innovation als die Idee (das Konzept) von etwas Neuem;
- 6 Innovation als menschliche Fähigkeit, etwas Neues zu tun;
- 7 Innovation als Prozess des Wandels.

Die [Klassifizierung von Innovationen](#) hat einen langen Weg hinter sich und die neueste Kategorisierung von Innovationen nach der OECD-Methode lässt sich wie folgt zusammenfassen. Zwei Haupttypen von Innovationen sind:

- Innovationen, die die Produkte des Unternehmens verändern (Produktinnovation)
- Innovationen, die die Geschäftsprozesse des Unternehmens verändern (Geschäftsprozessinnovation).

Produktinnovation

Eine Produktinnovation ist eine neue oder verbesserte Ware oder Dienstleistung, die sich deutlich von den bisherigen Waren oder Dienstleistungen des Unternehmens unterscheidet und auf dem Markt eingeführt wurde. Produktinnovationen können zwei generische Arten von Produkten betreffen:

- Zu den **Gütern** gehören materielle Gegenstände und einige wissensbasierte Produkte, an denen Eigentumsrechte begründet werden können und deren Eigentum durch Markttransaktionen übertragen werden kann; und
- **Dienstleistungen**, die immateriellen Aktivitäten, die gleichzeitig produziert und konsumiert werden und die die Bedingungen (z.B. physisch, psychologisch usw.) der Nutzer verändern. Das Engagement der Nutzer in Form von Zeit, Verfügbarkeit, Aufmerksamkeit, Übermittlung von Informationen oder Aufwand ist häufig eine notwendige Voraussetzung für die Koproduktion von Dienstleistungen durch Nutzer und Unternehmen. Die Eigenschaften oder die Erfahrung einer Dienstleistung können daher von den Beiträgen der Nutzer abhängen. Dienstleistungen können auch einige wissenserhaltende Produkte umfassen.

Eine Innovation der Geschäftsprozesse

Eine Geschäftsprozessinnovation ist ein neuer oder verbesserter Geschäftsprozess, bei dem sich eine oder mehrere Geschäftsfunktionen erheblich von den bisherigen Geschäftsprozessen des Unternehmens unterscheiden und nun vom Unternehmen eingesetzt werden. Geschäftsprozessinnovationen betreffen die verschiedenen Funktionen eines Unternehmens. Nach der neuesten Ausgabe des Oslo-Handbuchs gibt es sechs Hauptgeschäftsfunktionen, die Gegenstand von Innovationen sind:

- Produktion von Waren und Dienstleistungen,
- Distribution und Logistik,
- Marketing und Verkauf,
- Informations- und Kommunikationssysteme,
- Administration und Management,
- Produkt- und Geschäftsprozessentwicklung.

Es gibt viele Diskussionen darüber, wie Innovation in jeder Phase gemessen und bewertet werden sollte. Einige Autoren schlagen vor, neue und verbesserte Produkte als direkten Output der Innovation im Zusammenhang mit der Entwicklung neuer Produkte zu messen; andere sprechen vom Markterfolg der Innovation und schlagen vor, dass das "Verhältnis des auf dem Markt verkauften innovativen Produkts zum Gesamtumsatz" wichtig ist. Einige Autoren verweisen auf die Patentanmeldungen für Innovation.

Innovation in Unternehmen lässt sich also zusammenfassen als die Anwendung praktischer Instrumente und Techniken, mit denen große und kleine Änderungen an Produkten, Prozessen und Dienstleistungen vorgenommen werden, die zur Einführung von etwas Neuem für die Organisation führen, das den Kunden einen Mehrwert bietet und zum Wissensschatz der Organisation beiträgt ⁶.

Innovation in der Lebensmittelbranche wird als eine zentrale Voraussetzung für die Sicherung der Nachhaltigkeit und Wettbewerbsfähigkeit von Lebensmittel-KMU angesehen. Innovation in der Lebensmittelindustrie ist eine Chance und ein wichtiges Instrument, um sich von der Konkurrenz abzuheben und die Anforderungen der Verbraucher zu erfüllen. Letztlich ist sie das Werkzeug für den Erfolg in einem wirtschaftlichen Umfeld, der Träger für das Eindringen in neue Märkte und der Schlüssel für die Einführung neuer Produkte oder Prozesse. Andererseits gilt die Lebensmittelindustrie traditionell als ein Sektor mit geringer Forschungsintensität. Obwohl die Forscher kontinuierlich innovative Produkte und Technologien entwickeln, stößt ihre Anwendung in der Lebensmittelindustrie auf zahlreiche Hindernisse. Dabei geht es weniger um die technologische Eignung der innovativen Techniken als vielmehr um die Einführung der Innovationen in der Lebensmittelindustrie und die Reaktion der betroffenen Verbraucher. Viele der Herausforderungen, mit denen der Lebensmittelsektor konfrontiert ist, wie z. B. die Bereitstellung ausreichender Lebensmittel, sind keine Herausforderungen im eigentlichen Sinne. Sie werden zu Herausforderungen aufgrund der Verantwortung, die die Gesellschaft dem Lebensmittelsektor auferlegt. Hier liegt die Verantwortung der Politik und die Rechtfertigung für politisches Engagement bei der Erleichterung von Initiativen zur Verbesserung der Innovationsförderung. Dazu gehört insbesondere die Unterstützung von Netzwerken, die das Entstehen von Innovationen im Lebensmittelsektor für KMU erleichtern könnten. Auch wenn Netzwerke ein Umfeld bieten, das Initiativen zur Entwicklung und Umsetzung von Erfindungen unterstützen könnte, hängen die tatsächlichen Beweggründe für solche Initiativen mit dem Druck und den Herausforderungen zusammen, denen der Sektor und seine Akteure sich gegenüberstehen. Die Triebkräfte können in Verbindung mit einem geeigneten Umfeld zu Erfindungen führen, die den Sektor grundsätzlich bei der Bewältigung der Herausforderungen unterstützen könnten. Die Weiterentwicklung von Erfindungen in Richtung Nutzbarkeit im Routinebetrieb als Grundlage für das potenzielle Erreichen des Innovationsstatus hängt jedoch von der Verfügbarkeit von Basistechnologien oder -konzepten ab ⁷.

Innovationstätigkeit und Innovationsprozess

Der klassische Ansatz eines Innovationsprozesses stößt aufgrund der zunehmenden Geschwindigkeit der Innovationszyklen an seine Grenzen. Kundenbedürfnisse und technologische Möglichkeiten ändern sich rasch und bieten Unternehmen, die diese Informationen und Trends aufgreifen, große Chancen zur Schaffung neuer Werte. Unternehmen fügen alle Arten von internen und externen Informationen zusammen, um ein klares Verständnis der zukünftigen Anforderungen zu erhalten. Um diesen Marktanforderungen gerecht zu werden, wenden viele Unternehmen unterschiedliche Methoden zur Steuerung von Innovationsprozessen an. Bei der Analyse der Entwicklung neuer Produkte stellen Forscher viele Modelle des Innovationsprozesses vor, die aus mehreren Phasen bestehen. Einige Autoren stellen das Modell des Innovationsprozesses vor, das aus dreizehn Schritten besteht, wobei der Prozess mit der Auswahl von Ideen beginnt und mit der Einführung von Produkten endet.

Andere beschreiben fünf Phasen des Innovationsprozesses: Ideenfindung, Ideenverfeinerung, Lösungsentscheidung, Design und Entwicklung sowie Marketing oder Kommerzialisierung. Eine andere Klassifizierung geht von vier Phasen aus: Ideengenerierung, Unterstützung und Förderung von Innovationsideen, Entwicklung und Umsetzung von Innovationen. Der Prozess wird mit der Kommerzialisierung eines Produkts oder einer Dienstleistung fortgesetzt, sobald seine wirtschaftliche Lebensfähigkeit festgestellt wurde.

Bei all diesen oben genannten Innovationsprozessen beginnt der Innovationsprozess mit einem Konzept, und die Einführung neuer Produkte oder Dienstleistungen auf dem Markt beendet ihn. Der Innovationsprozess in einer Organisation wird von vielen internen und externen Faktoren beeinflusst. Zu den externen Faktoren gehören die Regierung, die Umgebung, die Regulierung des elektronischen Handels, die Industrie, die Lieferanten und Kunden sowie die Partner. Zu den internen Faktoren gehören die Größe der Organisation, die Strategie, die Organisationsstruktur, die Art der Organisation, die Ressourcen, die Organisationskultur und das Organisationsklima, die organisatorische Kommunikation, die Sozialstruktur, das Personal, das Technologiemanagement und die Marktinformationen. Die [Interaktion der Innovationsaktivitäten](#) mit dem externen Umfeld bildet den Lebenszyklus der Innovation.

⁶ O'Sullivan, D., & Dooley, L. (2008). *Applying Innovation*. Sage publications.

⁷ Galanakis, C. M. (Ed.). (2021). *Innovation strategies in the food industry: Tools for implementation*. Academic Press.

Bei der Betrachtung der externen Faktoren, die KMU der Lebensmittelbranche beeinflussen, ist es erwähnenswert, dass der entscheidende Faktor für Innovation die Netzwerkbildung ist⁸. Netzwerke können sich mit Innovationen bei Produkten, Verfahren, Ressourceneinsatz oder Dienstleistungen befassen. Eine enge Zusammenarbeit mit Lieferanten und Kunden kann zu einer Netzwerkkoooperation führen, die gemeinhin als "Nahrungskette" bezeichnet wird.

Andere externe Faktoren, die die Entwicklung des Lebensmittelsektors unterstützen können in vier Hauptkategorien eingeteilt werden:

- 1 Einzelpersonen, wie Experten, Vordenker und Berater;
- 2 die akademische Welt, wie Universitäten und Forschungszentren;
- 3 Partner in der Lieferkette, wie Lieferanten, Verbraucher, Einzelhändler und Großhändler;
- 4 Unternehmen aus anderen Branchen.

Im Allgemeinen bevorzugen Lebensmittel-KMU Partnerschaften mit Akteuren ihres Sektors und zeichnen sich daher durch ähnliche Kenntnisse, Fähigkeiten und Kompetenzen aus. Allerdings sind auch Unternehmen der Hightech-Industrie an der Lebensmittelkette beteiligt; viele der Innovationen, die in neue Lebensmittelprodukte einfließen, wurden außerhalb der Lebensmittelindustrie entwickelt (z. B. in der Biotechnologie- oder Nanotechnologiebranche). Infolgedessen zeigen die Lebensmittelunternehmen eine größere Offenheit für externes Wissen, neue Organisationsmodelle und -prinzipien im Hinblick auf eine beschleunigte Innovation⁸.

In diesem Leitfaden haben wir die Bewährte Praktiken in 3 Gruppen eingeteilt:

- 1 Innovative Produkte - Diejenigen, die innovative Produkte für den Seniorenmarkt anbieten
- 2 Einzigartige oder hilfreiche Dienstleistungen - Diejenigen, die einzigartige oder hilfreiche Dienstleistungen für den Seniorenmarkt anbieten
- 3 Probleme oder Herausforderungen erleichtern - Wenn ein Produkt und eine Dienstleistung kombiniert werden, aber darauf abzielen, die Probleme oder Herausforderungen des Seniorenmarktes zu erleichtern



⁸ Galanakis, C. M. (Ed.). (2021). *Innovation strategies in the food industry: Tools for implementation*. Academic Press.

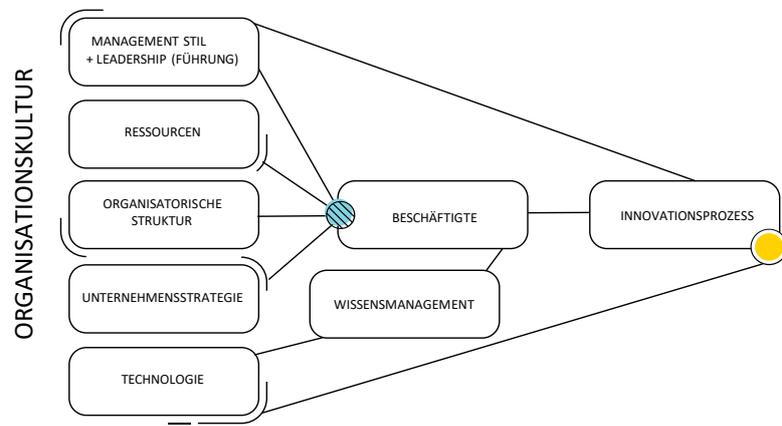
Organisatorische Faktoren, die die Innovation in Unternehmen beeinflussen

Für Unternehmen sind mehrere Arten von Innovationen relevant, die es ihnen ermöglichen, als innovative Unternehmen behandelt zu werden. Innovative Aktivitäten von Unternehmen können in der Produktentwicklung, in neuen Technologien, in neuen sozialen Strukturen oder in der Kombination aller Bereiche stattfinden. Ein innovatives Unternehmen muss auch bestimmte Merkmale und mehrere Faktoren aufweisen, die sich auf die Innovationsfähigkeit eines Unternehmens auswirken, nämlich: Managementstil und Führung, Ressourcen, Organisationsstruktur, Technologie, Wissensmanagement, Unternehmensstrategie, Mitarbeiter und der Innovationsprozess⁹.

Abbildung 1

Organisatorische Faktoren, die die Innovation beeinflussen

(Brunnen: *International Journal of Innovation Management*, 2019, *Factors Influencing an Organisations ability to Manage Innovation: a Structured Literature Review and Conceptual Model* ⁹)



Die Organisationskultur ist ein entscheidender Faktor für das Innovationsmanagement. Sie ist ein Faktor, der sich auf alle anderen auswirkt und auch durch Veränderungen bei anderen Faktoren oder Elementen einer Organisation beeinflusst wird. Daraus lässt sich schließen, dass eine Organisationskultur durch Veränderungen in der gesamten Organisation entsteht und sich weiterentwickelt. Eine Literaturübersicht über Faktoren, die die Fähigkeit einer Organisation zur Schaffung und zum Management von Innovationen beeinflussen⁹ lässt den Schluss zu, dass der Innovationsprozess ein Schlüsselfaktor ist, auf den sich alle anderen Faktoren auswirken. Was impliziert, dass die anderen Faktoren die Fähigkeit einer Organisation zum Innovationsmanagement durch die vermittelnde Wirkung des Innovationsprozesses beeinflussen.

Wissen und Kompetenzen als wichtigste Innovationsmotoren

Zu Beginn des 21. Jahrhunderts vertraten viele Forscher die Ansicht, dass Wissen und intellektuelles Kapital eine grundlegende Rolle in modernen Unternehmen einer wissensbasierten Wirtschaft spielen. Innovation ist eine wichtige Triebkraft für die Verbesserung der Produktivität. Verschiedene Faktoren beeinflussen die Anreize für Unternehmen und deren Fähigkeit zur Innovation. Es fängt an bei der Verbreitung von Korruption bis hin zur Verfügbarkeit von ausreichend qualifizierten Arbeitskräften und dem Zugang zu Finanzmitteln. Einige dieser Faktoren sind interner Natur und spiegeln entweder Merkmale des Unternehmens selbst (z. B. seine Größe oder sein Alter) oder Entscheidungen des Unternehmens wider (z. B. die Entscheidung, auf internationalen Märkten zu konkurrieren oder hoch qualifiziertes Personal einzustellen). Andere externe Faktoren prägen das allgemeine Geschäftsumfeld, in dem diese Unternehmen tätig sind (z. B. Zoll- und Handelsvorschriften).

Die Bereitschaft und Fähigkeit eines Unternehmens zur Innovation hängt von verschiedenen Merkmalen ab. Vor allem junge und kleine Unternehmen werden oft als Haupttriebkräfte der Innovation angesehen. Solche Unternehmen tragen zwar zur Entwicklung neuer Produkte bei, sind aber insgesamt gesehen nicht unbedingt innovativer als andere Unternehmen. Eine der wichtigsten Voraussetzungen für erfolgreiche Innovationen - sowohl für Innovationen an der technologischen Grenze als auch für die Übernahme bestehender Technologien - sind entsprechend qualifizierte Arbeitskräfte (einschließlich guter Managementfähigkeiten). Weil die Arbeitnehmer neue Produktionstechniken entwickeln und erlernen müssen. Eine weitere wichtige Entscheidung, die ein Unternehmen treffen muss, sind die Ausgaben für Forschung und Entwicklung (F&E), um die Entwicklung neuer Produkte zu unterstützen. F&E ist eine systematische kreative Arbeit, die darauf abzielt, Wissen zu sammeln und Wege zu finden, es anzuwenden.

⁹ Smith, M., Busi, M., Ball, P., & Van Der Meer, R. (2019). Factors influencing an organisation's ability to manage innovation: a structured literature review and conceptual model. *Managing Innovation: What Do We Know About Innovation Success Factors?*, pp. 69-90.

F&E ist keine Voraussetzung für die Einführung neuer Produkte oder Verfahren, da die Unternehmen sich auch dafür entscheiden können vorhandenes Wissen von anderer Seite zu erwerben. Gleichzeitig erhöht sich durch F&E die Wahrscheinlichkeit einer erfolgreichen Innovation erheblich. Unternehmen, die in F&E investieren, führen mit durchschnittlich 22 % höherer Wahrscheinlichkeit neue Produkte oder Verfahren ein. Außerdem ist die Wahrscheinlichkeit, dass sie Marketing- oder Organisationsinnovationen einführen, um durchschnittlich 20 % höher.

Einigen Autoren zufolge kann das Wissen, das eine Person besitzt, auf mehrere Personen gleichzeitig übertragen werden. Eines der wichtigsten Wissensmerkmale ist also, dass die Verknüpfung von Wissen in vielen Bereichen zur Schaffung neuer Geschäftstätigkeiten und besserer Arbeitsplätze beiträgt und das Unternehmenswachstum fördert. Es ist allgemein anerkannt, dass die Innovationsfähigkeit einer Organisation eng mit ihrer Fähigkeit verbunden ist, ihre Wissensressourcen oder ihr intellektuelles Kapital zu nutzen¹⁰.

In der Literatur gibt es verschiedene Definitionen des intellektuellen Kapitals, aber am häufigsten wird es als die Differenz zwischen dem Marktwert eines Unternehmens und den Kosten für die Wiederbeschaffung seiner Vermögenswerte definiert¹¹.

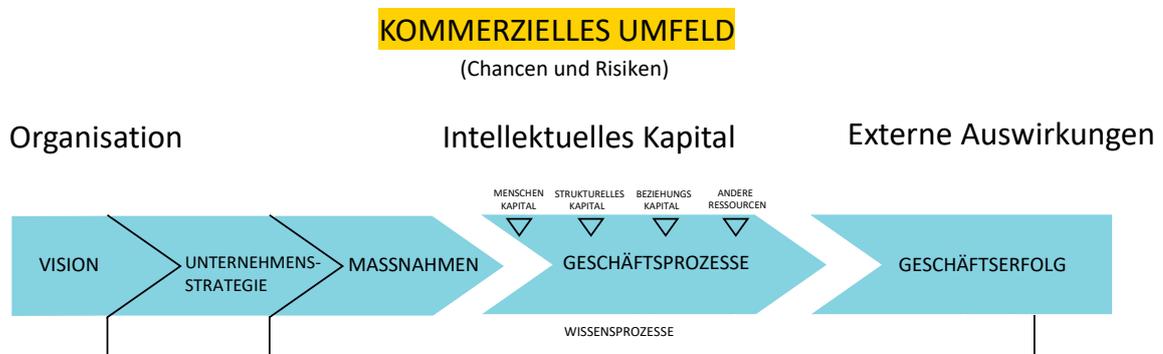
Bestandteile des intellektuellen Kapitals sind Humankapital, strukturelles Kapital und externes (Kunden-)Kapital, das später zum Beziehungskapital erweitert wird. Jede der Klassifizierungen des intellektuellen Kapitals erfordert unterschiedliche Formen von Investitionen. Unter Humankapital versteht man die Kompetenzen, Fähigkeiten, Einstellungen und die Motivation des Personals. Der Arbeitnehmer ist Eigentümer des Humankapitals, und es erfordert Investitionen in die Einstellung, Ausbildung und Bindung von Mitarbeitern.

Das Strukturkapital umfasst alle Strukturen und Prozesse, die der Mitarbeiter benötigt, um produktiv und innovativ zu sein. Es erfordert die Einrichtung von Arbeitsroutinen und -verfahren, um Wissen zu bewahren. Das Beziehungskapital umfasst alle Beziehungen der Organisation zu externen Gruppen und Personen, z. B. zu Kunden, Lieferanten, Partnern und der Öffentlichkeit. Beziehungskapital erfordert die Entwicklung von Standards, um Interaktion, Beziehungen und Zusammenarbeit zu erleichtern. Der Wissensfluss und das intellektuelle Kapital in der Organisation lassen sich wie folgt zusammenfassen (Abbildung 2)¹²:

Abbildung 2

Wissen und intellektuelles Kapital in der Organisation

(auf Grund von Mertins et al. (2009)¹³)



¹⁰ Subramaniam, M., & Youndt, M. A. (2005). The Influence of Intellectual Capital on the Types of Innovative Capabilities. *Academy of Management Journal*, 48(3), pp. 450–463. <https://doi.org/10.5465/amj.2005.17407911>

¹¹ Manzari, M., Kazemi, M., Nazemi, S., & Pooya, A. (2012). Intellectual capital: Concepts, components and indicators: A literature review. *Management Science Letters*, 2(7), pp. 2255-2270.

¹² Galeitzke, M., Steinhöfel, E., Orth, R., & Kohl, H. (2015). Strategic intellectual capital management as a driver of organisational innovation. *International Journal of Knowledge and Learning*, 10(2), pp. 164. <https://doi.org/10.1504/ijkl.2015.071622>

¹³ Mertins, K., Will, M. and Meyer, C. (2009). InCaS: Intellectual Capital Statement. Measuring Intellectual Capital in European Small- and Medium sized Enterprises. *Proceedings of the European Conference on Intellectual Capital 2009*.



Humankapital und Innovation

Die Fähigkeiten, die in den Wertschöpfungsprozess einer Organisation eingebracht werden, das Humankapital, sind eine wesentliche Voraussetzung für Produktinnovation und Prozessoptimierung und innovation. Fachliche Kompetenz hat einen starken Einfluss auf die Produktinnovation und einen starken Einfluss auf die Prozessoptimierung und -Innovation. Kollektives Fachwissen und Erfahrung Voraussetzungen sind wichtig für die Entwicklung technischer Verbesserungen oder neuer technischer Lösungen. Generell sollte das Kompetenzmanagement auf hochkompetente Mitarbeiter und deren berufliche Weiterentwicklung abzielen, um die Innovationsfähigkeit eines Unternehmens zu erhöhen.

Diese Kompetenz muss jedoch ausgewogen über die Wissensbereiche des Betriebs und der Organisation verteilt sein und sollte die Fähigkeit zur Umsetzung und Anpassung lösungsorientierter Innovationssysteme und -methoden umfassen. Soziale Fähigkeiten, insbesondere Kommunikation, sind für Produktinnovationstätigkeiten von wesentlicher Bedeutung, da sie die Kreativität und Flexibilität der Mitarbeiter unterstützen. Darüber hinaus fördert die Kommunikation von Ideen und die Pflege von vertrauensförderndem Verhalten die Generierung von Ideen und Innovationen durch konstruktive Diskussionen und Zusammenarbeit.

Das gezielte Training von Kommunikations- und Kooperationsfähigkeiten kann die Ideenfindung und Kommunikation verbessern¹⁴. Dies ist wichtig, um die

Technologie- und Produktstrategien mit der Ideenbewertung abzustimmen. Die Sozialkompetenz hat nur einen schwachen Einfluss auf die Prozessoptimierung und Innovation. Die Ursache ist, dass die allgemeinen Wertschöpfungsprozesse einer Organisation im Geschäftsmodell festgelegt sind. Es ist das Humankapital, das die Qualität und Effizienz, mit der diese ausgeführt werden, bestimmt.

Es wurde festgestellt, dass die Motivation der Mitarbeiter, sich in die Organisation einzubringen, einen starken Einfluss auf die Produktinnovation hat, da ein Gefühl der Beteiligung und/oder der Leistung entsteht. Im Allgemeinen beeinflusst die Motivation des einzelnen Mitarbeiters die Leistung in Bezug auf Qualität und Effizienz. Einige Ergebnisse¹⁵ deuten darauf hin, dass die (Innovations-)Motivation der Mitarbeiter von extrinsischen und intrinsischen Faktoren beeinflusst wird, die sich auf die individuellen Anstrengungen bei der Ideenfindung und -umsetzung auswirken.

Daher sollte der Einsatz von Methoden zur Entwicklung und Kommunikation von Strategien und Visionen und deren einflussreiche Umsetzung die intrinsischen Faktoren für die Motivation zur Innovation fördern.

¹⁴ Jones, J. E., & Pfeffer, J. W. (1998). Three approaches to organizational learning. *The Pfeffer Library*, 16(2). Available at: <https://home.snu.edu/~jsmith/library/body/v16.pdf>.

¹⁵ Galeitzke, M., Steinhöfel, E., Orth, R., & Kohl, H. (2015). Strategic intellectual capital management as a driver of organisational innovation. *International Journal of Knowledge and Learning*, 10(2), pp.164-181.

Strukturelles Kapital und Innovation

Wenn die organisatorischen Strukturen und Prozesse, die die Interaktion der Mitarbeiter und die Gesamtproduktivität bestimmen ein Teil des Strukturkapitals sind, haben sie einen schwächeren Einfluss auf die Produkt- und Prozessinnovation. Interne Zusammenarbeit und Wissenstransfer haben einen starken Einfluss auf die Produktinnovation. Hier wird die Fähigkeit zur Zusammenarbeit, wie sie in der Sozialkompetenz enthalten ist, über die verschiedenen Hierarchiestufen hinweg eingesetzt. Durch den gezielten internen Wissenstransfer werden Fachkompetenzen aufgebaut und Wissen innerhalb der Organisation bewahrt, wodurch die Innovationsfähigkeit in Bezug auf Produkte und Prozesse zwischen den Generationen aufgebaut wird. Informations- und Kommunikationssysteme sind ein wesentlicher Bestandteil der heutigen Arbeitsumgebung und beeinflussen implizit den Erwerb, die Verarbeitung und die Nutzung von Wissen.

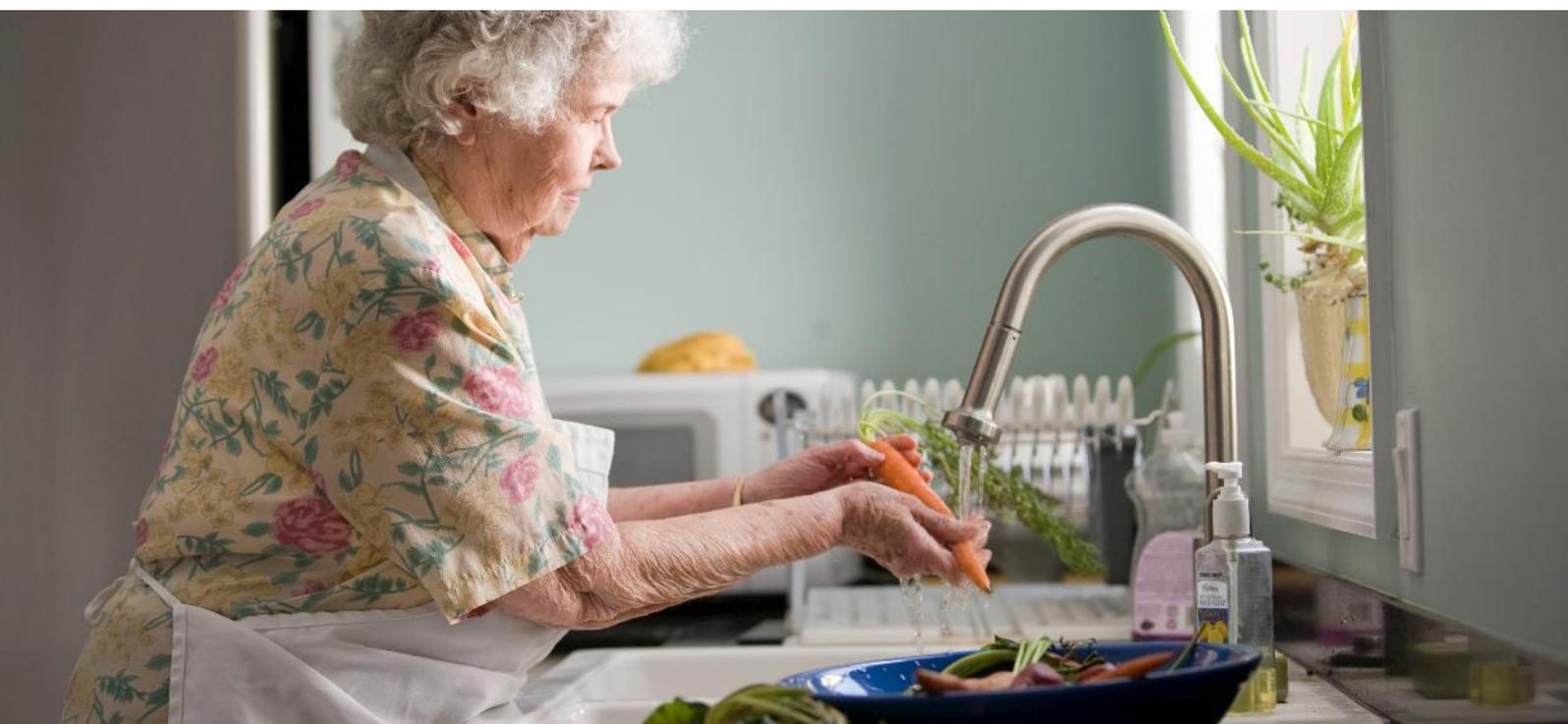
Die Informations- und Kommunikationssysteme helfen bei der effektiven und effizienten Erledigung der gestellten Aufgaben und unterstützen die Mitarbeiter bei der Bedienung und Steuerung integrierter Produktionssysteme. Darüber hinaus können durch den schnellen und bequemen Zugriff auf Informations-, Konstruktions- und Simulationssysteme Produkte oder Prozesse optimiert und innovative Ideen generiert werden. Die Unternehmenskultur, die alle Werte und Normen umfasst, die die gemeinsame Interaktion, den Wissenstransfer und die Arbeitsweise beeinflussen, hat einen wesentlichen Einfluss auf die Produktinnovation. Die Einhaltung von Regeln, gute Umgangsformen, "Do's and Don'ts" und der Umgang mit Fehlern sind wesentliche Aspekte dieses Faktors.

Beziehungskapital und Innovation

Das Beziehungskapital, das alle von der Organisation aufgebauten Beziehungen zu externen Gruppen oder Einzelpersonen umfasst, z. B. zu Kunden, Lieferanten, Partnern und der Öffentlichkeit, wirkt sich insgesamt auf die Produkt- und Prozessinnovation aus. Die Beziehungen zu Kunden, unabhängig davon, ob es sich um ehemalige, aktuelle oder potenzielle Kunden handelt, haben einen starken Einfluss auf die Produktinnovation. Dies ist offensichtlich, da die Entwicklung innovativer Lösungen zumindest teilweise auf der Nachfrage oder den Bedürfnissen der Kunden beruht.

Bemerkenswert ist, dass die Beziehungen zur Öffentlichkeit im Durchschnitt keinen Einfluss auf die Innovationsfaktoren haben und die Beziehungen zu Investoren nur eine geringe Rolle bei der Produktinnovation spielen. Bei Beziehungen zu professionellen Kooperationspartnern findet gemeinsame Aktivitäten in der Kunden-, Lieferanten- oder Investorenakquise und der vernetzte Wissenstransfer statt. Diese Beziehungen haben einen größeren Einfluss auf die Produktinnovation als auf die Prozessoptimierung und Innovation. Der Transfer von Wissen und besten Praktiken in Forschungs- und Entwicklungspartnerschaften hat einen höheren Einfluss auf die Produktinnovationsaktivitäten. Erfahrungsbasiertes Wissen und der Transfer von besten Praktiken (Prozessen) spielen also eine entscheidende Rolle im Innovationsprozess von Organisationen.

Da Wissen und Kompetenzen in allen Organisationen die Hauptantriebskräfte für Innovationsprozesse sind, stehen die Unternehmen des Lebensmittelsektors vor den gleichen Herausforderungen.



05

Aktueller Lebensmittelmarkt



Aktueller Lebensmittelmarkt

Einer der wichtigsten Wirtschaftsmotoren der Europäischen Union ist die Lebensmittel- und Getränkeindustrie. Ein wichtiger Teil der europäischen Lebensmittelindustrie stellt traditionelle Lebensmittel her, deren Vermarktung von KMU unterstützt wird. Dies bedeutet, dass mehr als 70 % aller Arbeitsplätze in der europäischen Lebensmittelindustrie auf die Herstellung traditioneller Lebensmittel entfallen. Neben ihrer wirtschaftlichen und sozialen Bedeutung sind traditionelle Lebensmittel ein wichtiger Teil der Kultur, der Identität und des europäischen gastronomischen Erbes. Sie tragen zur Entwicklung, Diversifizierung und Nachhaltigkeit vieler ländlicher Gebiete bei, schützen sie vor Entvölkerung, ermöglichen ihren Erzeugern. Außerdem verarbeiten sie eine klare Produktdifferenzierung und bieten den Endverbrauchern eine größere Auswahl an Lebensmitteln. Im Allgemeinen werden traditionelle Lebensmittel mit regionaler Identität und einer besonderen sensorischen Qualität in Verbindung gebracht.

Im Rahmen der Silver Economy tragen das zunehmende Wissen über die Mechanismen des Alterns und die Verbesserung der Gesundheitsversorgung zu einer höheren Lebenserwartung in Europa bei. Folglich stehen die Hersteller traditioneller Lebensmittel vor der Herausforderung, die Sicherheit, die Gesundheit und den Komfort ihrer Produkte entsprechend den Marktanforderungen zu verbessern. Sie tun dies, indem sie verschiedene Innovationen einsetzen, um ihren derzeitigen Einflussbereich in einem stark wettbewerbsorientierten und globalisierten Markt zu erhalten und auszubauen. Außerdem ist in den letzten Jahren in den meisten europäischen Ländern ein Anstieg der Kaufkraft der älteren Bevölkerung zu beobachten, und ihre Bereitschaft, mehr Geld für gesundheitsbezogene Ausgaben auszugeben, nimmt ebenfalls zu.

Da die aktuellen Ernährungstrends in Richtung einer gesünderen Ernährung zur Verbesserung der allgemeinen Gesundheit gehen, begünstigt der Wirtschaftsmarkt die Entwicklung neuer Produkte oder Dienstleistungen. Jüngste Fortschritte in der Medizin weisen darauf hin, dass ältere Menschen ihre Nahrungsaufnahme umstellen müssen, indem sie mehr Proteine und spezifische Vitamine in ihre tägliche Ernährung aufnehmen. Gleichzeitig werden immer mehr Informations- und Kommunikationsmittel entwickelt, mit denen sich der Ernährungsbedarf und die Nahrungsaufnahme überwachen lassen. Insgesamt besteht ein Bedarf an einer spezifischen Ausrichtung auf die Ernährung älterer Menschen und an Instrumenten, die helfen, diesen Bedarf zu überwachen und zu unterstützen. Daraus ergeben sich Chancen für eine personalisierte [Ernährung für den Seniorenmarkt](#).

Wie [viele Studien](#) zeigen¹⁶, ist eine einfache Erhöhung der Portionsgrößen oder der Häufigkeit der Mahlzeiten bei älteren Menschen in der Regel nicht erfolgreich, da sie körperliche Probleme mit dem Essen haben oder weniger Appetit verspüren. Spezialisierte, nährstoffreiche Lebensmittel können jedoch große Mengen an Nährstoffen in relativ kleinen Nahrungsmengen liefern und sind daher vielleicht besser geeignet. Der Ersatz herkömmlicher Lebensmittel durch eiweißangereicherte Lebensmittel kann also eine wirksame Methode sein, um die Eiweißaufnahme bei älteren Menschen zu erhöhen.

¹⁶ Drewnowski, A. (2005). Concept of a nutritious food: toward a nutrient density score. *The American Journal of Clinical Nutrition*, 82(4), pp. 721–732. <https://doi.org/10.1093/ajcn/82.4.721>.





Funktionelle Lebensmittel als einer der Markttrends

Mit Proteinen angereicherte Lebensmittel können als eine Art von funktionellen Lebensmitteln angesehen werden. Funktionelle Lebensmittel werden weithin so beschrieben, dass sie einen gesundheitlichen Nutzen bieten, der über die bloße Befriedigung des Hungers und die Bereitstellung ihres grundlegenden Nährwerts hinausgeht. Allerdings hat man sich bisher nicht auf eine einheitliche Definition von funktionellen Lebensmitteln geeinigt. Obwohl die meisten Lebensmittel einen gewissen zusätzlichen Gesundheitsnutzen bieten, beschränkt sich die meiste Literatur auf funktionelle Lebensmittel, die mit Mikronährstoffen oder Makronährstoffen angereichert sind¹⁷. Funktionelle Lebensmittel werden oft gesünder wahrgenommen als herkömmliche Lebensmittel, und die Bereitschaft sie zu probieren, ist im Allgemeinen hoch. Insbesondere bei älteren Erwachsenen.

Aus der Marketingperspektive könnten ältere Menschen daher auch eine geeignete Zielgruppe für proteinangereicherte Lebensmittel sein. Dennoch gibt es eine Reihe von Hindernissen für die Akzeptanz der funktionellen Lebensmittel. So erwarten die Verbraucher beispielsweise, dass funktionelle Lebensmittel schlecht schmecken, teuer und unnatürlich sind. Außerdem werden die mit funktionellen Lebensmitteln verbundenen gesundheitsbezogenen Angaben manchmal als wenig relevant für den Einzelnen oder als reine Werbemaßnahmen angesehen. Dieses ist sowohl für Verbraucher als auch für Ernährungsberater verwirrend.

Ältere Verbraucher berichten von verschiedenen Hindernissen bei der Auswahl gesunder Lebensmittel im Allgemeinen. Neben den bereits erwähnten Hindernissen fühlen sich ältere Menschen möglicherweise durch Unannehmlichkeiten bei der Zubereitung und dem Kauf von Lebensmitteln eingeschränkt, weil sie ein spezielles Diät folgen müssen. Neben diesen wahrgenommenen Hindernissen hat ein Mangel an Ernährungswissen die Akzeptanz von funktionellen Lebensmitteln eingeschränkt. Insbesondere wurde festgestellt, dass sowohl das Wissen über die Eigenschaften (d. h. über die Nährstoffe in den Lebensmitteln) als auch das Wissen über die Folgen (d. h. über die Auswirkungen der Nährstoffe auf den Körper) für die Akzeptanz funktioneller Lebensmittel erforderlich sind.

Personalisierte Ernährung Markt als Trend

Nach den Ergebnissen der [Analyse der personalisierten Ernährung in der Silver Economy](#), kann der Ernährungsmarkt für ältere Menschen in mehrere Segmente unterteilt werden:

Das **erste Segment** ist die Agrar- und Ernährungsindustrie, die den größten Teil des Ernährungsmarktes ausmacht. Sie kann in die Entwicklung neuer Produkte unterteilt werden, die speziell für die Bedürfnisse älterer Menschen entwickelt werden. Typischerweise handelt es sich dabei um Produkte mit spezifischen Nährstoffen, die älteren Menschen fehlen, wie z. B. Vitamine, oder um leicht zu verzehrende Produkte. Dann kann die Lebensmittelindustrie in Produktdesign (Lebensmitteltextur (z. B. leicht zu verzehrende Produkte oder Form) und Verpackung (z. B. leicht zu öffnendes Format und größere Schriftarten)) unterteilt werden.

Das **zweite Segment** des Ernährungsmarktes sind die Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT), die alle vernetzten Gegenstände umfassen, die dazu beitragen könnten, die Ernährung älterer Menschen zu personalisieren. Zu dieser Kategorie gehören zum Beispiel Webplattformen und Anwendungen, die älteren Menschen bei ihrer Ernährung helfen. Es kann sich auch um Dienstleistungen zur Auswahl oder um lokalisierte Produkte handeln.

Die **dritte Kategorie** sind häusliche Dienstleistungen, die die Lieferung von Lebensmitteln oder das Kochen zu Hause umfassen. Sie umfasst auch alle Dienstleistungen, die auf das Wohlbefinden älterer Menschen zu Hause abzielen. Außerdem können häusliche Dienstleistungen auch für die personalisierte Ernährung älterer Menschen genutzt werden.

Der Markt der personalisierten Ernährung für ältere Menschen ist weitgehend offen für Innovationen. Angesichts der spezifischen Bedürfnisse älterer Menschen sieht es jedoch so aus, als ob die Akteure der Agrar- und Ernährungswirtschaft, der IKT oder der häuslichen Dienstleistungen noch nicht den größten Teil des Marktes besetzen¹⁷. Mit der steigenden Zahl älterer Menschen wird der Markt nachweislich exponentiell wachsen. Darüber hinaus bieten ihre fortschreitende Aneignung neuer Technologien und ihr zunehmendes Interesse an Dienstleistungen für zu Hause große Möglichkeiten für den Markt für personalisierte Ernährung.

¹⁷ Säcksjärvi, M., Holmlund, M., & Tanskanen, N. (2009). Consumer knowledge of functional foods. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 19(2), pp.135-156. <http://dx.doi.org/10.1080/09593960903109469>.

Der Agrar- und Lebensmittelmarkt für Senioren als Trend

Der [Agrarnahrungsmittelmarkt für Senioren](#) umfasst alle Arten von Lebensmitteln, die in Lebensmittelgeschäften, Supermärkten, Gemüseläden oder Apotheken erhältlich sind und mit bestimmten Nährstoffen angereichert sind. Diese Produkte sind nicht für ältere Menschen gekennzeichnet, aber aufgrund ihrer Anreicherung sind sie an die Bedürfnisse älterer Menschen angepasst. Diese Kategorie von Lebensmitteln könnte bevorzugt auf den Teil der älteren Menschen ausgerichtet werden, der noch gesund ist, um einer möglichen Mangelernährung vorzubeugen. Gegenwärtig gibt es keinen Markt für Lebensmittel für ältere Menschen, die als solche gekennzeichnet sind. Da die ältere Bevölkerung mit ihren Nährstoffbedürfnissen nicht vertraut ist, ist es sehr schwierig, Lebensmittelprodukte direkt auf diese Bevölkerungsgruppe auszurichten. Allerdings geht der Trend bei Lebensmitteln in Richtung gesündere Ernährung. Heutzutage sind Lebensmittel, die als "biologisch", "glutenfrei", "vegetarisch" oder "vegan" gekennzeichnet sind, auf dem Vormarsch. Auch die Rückverfolgbarkeit von Lebensmittelbestandteilen oder der Verzehr von lokal angebauten und/oder ökologischen Lebensmitteln wird in den Augen der Verbraucher immer wichtiger. Dies gilt auch für Menschen über 65 Jahre. Wenn sich dieser Teil der Bevölkerung seiner Bedürfnisse bewusst wäre, würde dies wahrscheinlich neue Türen für den personalisierten Markt der Ernährung für ältere Menschen öffnen. Wichtig ist, dass die Akteure, die sich auf dem Markt für personalisierte Silberernährung positionieren wollen, erkennen müssen, dass die Kaufkraft der über 60-Jährigen steigt. Da der Anteil älterer Menschen in jedem europäischen Land zunimmt, besteht eine große Chance, ihre Bedürfnisse zu befriedigen.

Darüber hinaus sind Spezialnahrungsmittel ein wichtiger Teil des Marktes für Lebensmittelprodukte für ältere Menschen. Zu diesem Marktsegment können unter anderem Produkte wie Getränke, Suppen oder Soßen mit hohem Proteingehalt und Lebensmittel mit veränderter Textur (gelierte oder dehydrierte Produkte) gehören. Aufgrund des mangelnden Wissens über Mangelernährung oder verschiedene altersbedingte Ernährungsprobleme ist dieser Markt jedoch weitgehend unbekannt. Nur spezialisierte Akteure sind in diesen Markt eingedrungen. Da die Menschen so lange wie möglich zu Hause bleiben wollen, könnte sich diese Tendenz in den nächsten Jahren ändern. Wenn die allgemeine Bevölkerung sich der Ernährungsbedürfnisse älterer Menschen stärker bewusst wird.

Der Markt für Menschen ab 85 Jahren ist in der Tat

weitgehend offen für die Herstellung und Vermarktung neuer Speziallebensmittel. Es gibt bereits Produkte auf dem Markt, aber es sollten Anstrengungen unternommen werden, um Produkte zu entwickeln, die leicht zu essen sind, die die notwendigen Nährstoffe enthalten, um Mangelernährung zu bekämpfen, und die vor allem appetitlich aussehen und gut schmecken, auch wenn es sich um einen verbesserten Geschmack handelt.

Ein spezielles Segment dieses Marktes betrifft Lebensmittel für die Zubereitung von Mahlzeiten in Seniorenheimen. Dieser Markt könnte zugänglich sein, wenn die Produkte zu niedrigen Kosten verkauft werden. Sie könnte insbesondere interessant sein für öffentliche Einrichtungen, die nicht viel Geld für Lebensmittel ausgeben können und sich lieber direkt an Gemüse-, Obst- oder Fleischerzeuger wenden um die Kosten für Zwischenhändler zu senken. Dies könnte bei privaten Einrichtungen anders sein. Daher sollten KMU, die sich an Seniorenheime wenden wollen, spezielle Produkte vermarkten, die von diesen Heimen benötigt werden. Zum Beispiel Produkte mit veränderter Textur oder erhöhtem Nährstoffgehalt.

Die richtige Verpackung von Lebensmitteln ist wichtig, wenn man sich an bestimmte Zielgruppen wendet. Je älter die Menschen werden, desto weniger Kraft haben sie und desto eher kaufen sie Produkte in "leicht zu öffnenden" Verpackungen. KMU und größere Agrar- und Lebensmittelkonzerne, die bereits Produkte für ältere Menschen entwickeln, denken über solche Fragen nach. Die Erhöhung der Schriftgröße scheint keine Strategie zu sein, die von den führenden Verpackungsherstellern verfolgt wird. Daher sollte man bei der Entwicklung eines Lebensmittelprodukts die bequemste Verpackungslösung für alle, auch für die ältere Bevölkerung, in Betracht ziehen.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass der heutige Lebensmittelmarkt ein Wachstumspotenzial für die Entwicklung funktioneller und nahrungsbasierter Lebensmittel für Senioren hat. Allerdings müssen sowohl die KMU als auch die älteren Menschen für ihre Ernährungsbedürfnisse sensibilisiert werden, damit sie im aktiven Alter gesund bleiben.



06

Projekt Bewährte Praktiken: Fallstudien





Projekt Bewährte Praktiken: Fallstudien

Die Fallstudien wurden in 3
Gruppen eingeteilt:



INNOVATIVE PRODUKTE

Fallstudien, die innovative Produkte für
den Seniorenmarkt anbieten



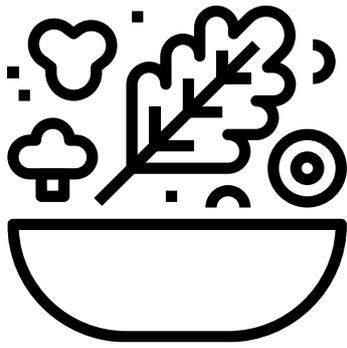
EINZIGARTIGE ODER HILFREICHE DIENSTE

Fallstudien, die einzigartige oder
hilfreiche Dienstleistungen für den
Seniorenmarkt anbieten



LINDERUNG VON PROBLEMEN ODER HERAUSFORDERUNGEN

Wenn ein Produkt und eine Dienstleistung
kombiniert werden, aber darauf abzielen,
die Probleme oder Herausforderungen
des Seniorenmarktes zu lindern



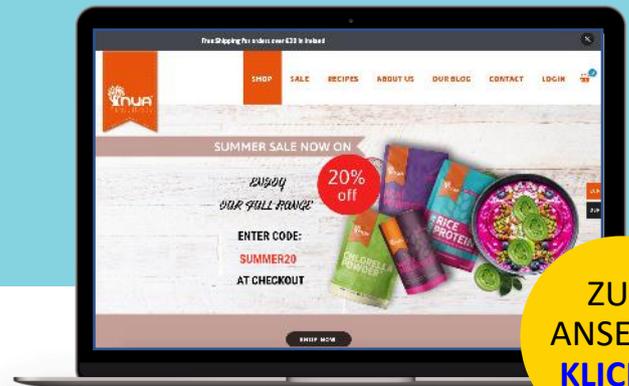
Fallstudien, die innovative Produkte für den Seniorenmarkt anbieten

- 01 NUA Naturals
- 02 Gusto Vitas
- 03 Ventro Bio-gels
- 04 AB Auga
- 05 BIOCENTRAS
- 06 Ekofrisa
- 07 Ooho, Skipping Rocks Lab & Jelly Drops Ltd
- 08 AINIA- ALTEX, Microencapsulation
- 09 Health Care - Campofrío

Produkt: Natural Organic Superfoods

Region: Galway, Irland

„Ihr Ziel ist es, ein gesundes, glückliches Gleichgewicht für Körper, Geist und Seele für alle Altersgruppen zu schaffen.“



ZUM
ANSEHEN
KLIKEN

Warum ist das eine Bewährte Praxis?

NUA Naturals ist ein Marktführer bei der Förderung von Gesundheit und Wohlbefinden mit seinem köstlichen Angebot an natürlichen Bio-Superfoods. Ihr Ziel ist es, ein gesundes, glückliches Gleichgewicht für Körper, Geist und Seele für alle Altersgruppen zu schaffen. Obwohl Nua Naturals nicht speziell auf den Seniorenmarkt ausgerichtet ist, sind ihre Produkte ideal für dieses Marktsegment. Die Möglichkeit, die Ernährung von Senioren einfach und nahrhaft zu ergänzen, bekämpft die Herausforderungen von Mangelernährung und Schluckbeschwerden. Diese Supernahrungspulver Flüssigkeiten, Pasten oder Nahrungsmitteln können werden zugesetzt, um den Nährwert zu verbessern.

Über:

Es handelt sich um ein irisches Familienunternehmen, das sich der Gesundheit und dem Wohlbefinden verschrieben hat. Es bietet seine verpackten Organic Superfoods einem weltweiten Publikum an und achtet dabei auf die Erhaltung des Wohlbefindens und der Umwelt. Sie sind Verfechter, Lieferanten und Produzenten von geschmackvollen Superfoods mit veganen und pflanzlichen Proteinen. Alle Produkte von NUA Naturals werden mit einfachen, natürlichen Zutaten hergestellt, um die Ernährung zu optimieren und die Energie zu steigern. Von Kakaopulver über Chia-Samen, Spirulina-Pulver bis hin zu Chlorella-Pulver und einer vielfältigen Auswahl an veganen und pflanzlichen Proteinen. Sie verkaufen ihre qualitativ hochwertigen, nachhaltig beschafften und lokal verpackten Gesundheitslebensmittel online und in Geschäften im ganzen Land.

Herausforderungen:

Der Seniorenmarkt wächst und altert, und mit den veränderten Ernährungsbedürfnissen ändern sich auch die Essgewohnheiten. Dies führt häufig zu einer unzureichenden Aufnahme von wertvollen und erforderlichen Nährstoffen. Wenn Menschen älter werden, brauchen sie in der Regel weniger Kalorien, aber ihr Nährstoffbedarf ist immer noch hoch oder sogar höher als in jungen Jahren. Insbesondere ihr Bedarf an Kalzium, Eiweiß, Ballaststoffen, Kalium, Vitamin D und Vitamin B12 bleibt hoch.

Noch vor 10 Jahren waren Superfoods wie Chia-Samen, Goji-Beeren oder Acai-Pulver in Irland eher unzugänglich. Nua Naturals war die erste Marke, die Superfoods auf dem irischen Markt einfuhrte, und sie bringen weiterhin innovative, gesunde und hochwertige Produkte zu den Verbrauchern in Irland. Nua Naturals ist ein kleines Unternehmen, das stolz auf seine Arbeit und jedes einzelne Produkt ist, das es verkauft.

Erfolg und Übertragbarkeit:

Nua Naturals bietet diese Nährstoffe auf altersgerechte Weise an. Die Nahrungsergänzungsmittel sind vielseitig und an den Geschmack und die Bedürfnisse der Verbraucher anpassbar. Da diese Supernährstoffe in Pulverform vorliegen, lassen sich die Mahlzeiten für Senioren leicht ergänzen. Die Pulver sind so beschaffen, dass sie sich leicht auflösen und in einer Vielzahl von Rezepten und Zubereitungsarten verwendet werden können.

Nua Naturals legt seinen Produkten oft einfache Rezepte bei, um das Interesse aufrechtzuerhalten. So können Familien, Kinder und Senioren täglich von der Nahrungsergänzung profitieren.

Nua Naturals ist ein KMU, das sich für die Gesundheit und das Wohlbefinden der Bevölkerung, einschließlich der Senioren, einsetzt. Alle Verpackungen sind deutlich mit dem Inhalt gekennzeichnet und heben die wichtigsten Nährstoffvorteile des Produkts hervor. Die Pakete und Becher sind leicht zu öffnen. Das Unternehmen bietet eine Vielzahl von Informationen über alle seine Produkte und einfache Rezepte für deren Verwendung wie auch interessante Diskussionsthemen auf seiner leicht zu bedienenden Website an. Damit demonstriert NUA Naturals einen angemessenen Einsatz der Digitalisierung in seinem Markt. Die Website wird auch für den elektronischen Handel genutzt. Der Direktverkauf und die Lieferung sind ideal für Senioren, die nicht mehr reisen oder in ein Geschäft gehen können, um die Produkte zu kaufen.

Produkt: Easy to heat & serve Nutritious Meals in Jars

Region: Petersburg, Deutschland

“ Nährstoffreiche
Lebensmittel im Glas,
die perfekt für Senioren
portioniert sind ”



Warum ist das eine Bewährte Praxis?

Gusto Vitas bietet eine Lösung für Menschen mit Kau- und Schluckbeschwerden. Das Unternehmen bietet eine große Auswahl an klassischen Gerichten, die von Köchen zubereitet werden, die in der Geriatrie ausgebildet sind. Das Mahlzeit-im-Glas-Konzept bietet optisch ansprechende und nahrhafte Mahlzeiten. Diese Mahlzeiten entsprechen die Bedürfnissen aller Erwachsenen mit körperlichen Essstörungen in allen Arten von Pflegeeinrichtungen. Sie eignen sich besonders für Menschen mit Beschwerden im Mund- und Rachenraum (z. B. nach einer zahnärztlichen/kieferorthopädischen Behandlung oder nach einer Behandlung/Bestrahlung von Rachen und Speiseröhre). Sie sind auch für alle älteren Erwachsenen mit geriatrischen, motorischen oder demenziellen Störungen oder für Menschen mit Behinderungen geeignet.

Über:

Hinter Gusto Vita steht der Küchenchef Michael Staubach, der nach jahrelanger Tätigkeit in Wellnesshotels seinen beruflichen Schwerpunkt auf die Seniorenverpflegung gelegt hat. Als Küchenleiter in der Seniorenverpflegung hat er sich gerontologisches Fachwissen zur Seniorenernährung angeeignet und spezielle Zusatzausbildungen zum Thema absolviert. Durch diese Spezialisierung verbindet er nun die Fachkompetenz eines Kochs mit den pflegerischen Konzepten und setzt sich mit seinem Team für eine gesunde und ausgewogene Ernährung von Senioren ein.

Herausforderungen:

Viele Senioren haben aufgrund von Beschwerden oder Dysphagie Schwierigkeiten beim Essen oder Schlucken. Außerdem neigen sie dazu, weniger Appetit zu haben, was zu Unterernährung und unerwünschtem Gewichtsverlust führen kann. Gusto Vita bietet eine Lösung für diese Herausforderungen, da die Portionsgrößen für Senioren sehr gut geeignet sind und jedes Glas eine ausgewogene, kalorienreiche und mit Nährstoffen angereicherte Mahlzeit liefert. Das Gericht deckt einen großen Teil des Tagesbedarfs an Energie, Vitaminen und Mineralien.

Erfolg und Übertragbarkeit:

Das Konzept überwindet die schlechten Ernährungsbedingungen, mit denen viele Senioren zu kämpfen haben. Es bietet ein hohes Maß an Bequemlichkeit, ein gutes Aussehen, eine angemessene Größe der Mahlzeiten und eine große Akzeptanz in der Öffentlichkeit. Dank des einfachen Erhitzungs- und Servierprinzips kann das Pflege- und Betreuungspersonal das Essen nun flexibel an die jeweiligen Essensbedürfnisse und Essenszeiten der älteren Gäste anpassen. Die Gläser sind zudem mühelos zu lagern (mindestens sechs Monate ohne Kühlung), wobei sie platz- und energiesparend sind.

Das Konzept ist ideal für Krankenhausstationen, Wohngruppen, Stationsküchen, Kurzzeitpflege, stationäre Einrichtungen für ältere und behinderte Menschen oder Bereiche, in denen sporadische und individuelle Verpflegungsmöglichkeiten benötigt werden. Dank der hochkalorischen Anreicherung ist Gusto Vitas eine adäquate Alternative zu den üblichen süßen, kalorienreichen Getränkepaketen und eignet sich ideal als Snack oder Mahlzeitersatz.

Darüber hinaus werden in Kursen, die von Köchen, Unternehmern und Innovatoren in der Lebensmittelindustrie angeboten werden, neue Konzepte entwickelt, die die tatsächlichen Bedürfnisse älterer Menschen in Bezug auf Ernährung und Portionen mit einem hohen Maß an Bequemlichkeit und gutem Aussehen berücksichtigen. Bequemlichkeit spielt eine wichtige Rolle bei der Verbesserung der Akzeptanz innovativer Lebensmitteloptionen bei älteren Erwachsenen. Neben der Ernährung sind eine optisch ansprechende und mühelose Zubereitung der Mahlzeiten entscheidende Faktoren für ältere Verbraucher.

Das Konzept Gusto Vitas gehörte zu den fünf Gewinner-Start-ups, die beim Wettbewerb "Start-up Challenge 2017" im Rahmen der Show "Aveneo - Raum für Innovation" auf der Messe ALTENPFLEGE 2017 von Experten und Besuchern ausgezeichnet wurden.

Produkt: Bio-gel Pro/prebiotics as food supplements

Region: Münster, Deutschland

“ Wir sind Experten für die Kultivierung lebender und aktiver nützlicher Mikroorganismen, zusammen mit Nährstoffen, die zur Wiederherstellung des Gleichgewichts beitragen können ”



ZUM ANSEHEN [KLICKEN](#)

Warum ist das eine Bewährte Praxis?

Ventro Bio-Gels sind eine hervorragende Methode zur Nahrungsergänzung für Senioren. Der Verzehr von Probiotika bei älteren Erwachsenen verhindert nachweislich durch pathogene Mikroorganismen verursachte Magen-Darm-, Atemwegs- und Harnwegserkrankungen und stärkt unser Immunsystem. Die strategische Partnerschaft mit Universitäten im Co-Working-Hub ermöglicht einen besseren Zugang zu Wissen, Know-how und Kapazitäten und erleichtert so die Entwicklung und Validierung neuer Lebensmitteltechnologien.

Über:

Kurago Biotek hat diese essbaren Bio-Gele entwickelt, um die Gesundheit und Ernährung der Bevölkerung zu fördern. Ihr Ziel ist es, das führende Unternehmen in der Branche der fermentierten biotechnologischen Lebensmittel zu werden. Durch Innovation und die Kultivierung nützlicher Bakterien sollen Gleichgewicht, Wohlbefinden, Gesundheit und Harmonie in allen Lebewesen geschaffen werden.

Ventro Bio-Gel enthält lebende Probiotika, die dazu beitragen können, das Gleichgewicht unserer Mikrobiota (Darmflora) zu regulieren und aufrechtzuerhalten. Damit unterstützt sie unsere Darmfunktionen. Sie sind die ersten ihrer Art in der Welt, da sie ohne die Verwendung von Milchprodukten oder Gefriertrocknungsprozessen gewonnen werden. Jeder Beutel ist milch- und laktosefrei und enthält Gelatine mit Fruchtgeschmack, nur 2,32 Kalorien pro Portion, kein Fett, keine künstlichen Farbstoffe oder Süßungsmittel. Das Konzept dafür wurde in einem Co-Working Space namens Technologie of Munster entwickelt.

Herausforderungen:

In Studien wurde festgestellt, dass ältere Menschen im Vergleich zu jüngeren Erwachsenen eine geringere Vielfalt der Mikrobiota in ihrem Darm aufweisen. Diese Unterschiede in der Darmmikrobiota älterer Menschen müssen nicht unbedingt durch das Altern bedingt sein. Sie könnten sich mit der Verschlechterung des allgemeinen Gesundheitszustands durch Unterernährung und mit einem erhöhten Bedarf an Medikamenten wie Antibiotika und nichtsteroidalen Entzündungshemmern zusammenhängen. Beide sind Situationen, die bei älteren Menschen häufig auftreten. Diese können für Senioren besonders nützlich sein, da sie einfach zu verwenden sind und erhebliche gesundheitliche Vorteile haben.

Erfolg und Übertragbarkeit:

Probiotika tragen zur Regulierung der organischen Funktionen aller Lebewesen bei und verbessern ihre Ernährung, ihre Gesundheit und ihr Wohlbefinden. Sie haben ein breites Anwendungsspektrum und können in verschiedenen Bereichen eingesetzt werden. Sie können besonders für Senioren nützlich sein, da sie einfach zu verwenden sind und erhebliche gesundheitliche Vorteile bieten. Ihre Verwendung wurde mit einer Verringerung von Durchfall und Verstopfung in Verbindung gebracht, worunter viele Senioren leiden. Es gibt Hinweise darauf, dass bestimmte Stämme von Probiotika das Risiko von Herzkrankheiten verringern können, indem sie den Cholesterinspiegel im Blut verbessern und den Blutdruck senken.

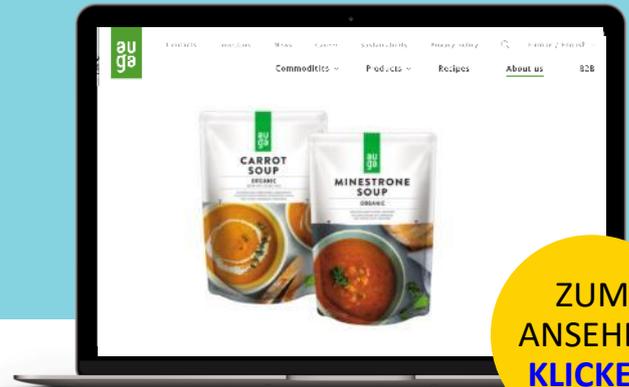
Hervorragende Auszeichnungen:

- 2012 - Gewinner des Mexican Nation Preises für Technologie und Innovation
- 2014 - Gewinner des Mexican Gesundheitspreises
- 2015 - Zum zweiten Mal Gewinner des Mexican Nation Preises für Technologie und Innovation
- Bio-Gel wurde von der Universität Oxford (Großbritannien) als bestes Projekt der Oxford University Innovation eingestuft

Produkt: Organic Soups in innovative packaging

Region: Vilnius, Litauen

“ *AUGA-Produkte basieren auf innovativer Lebensmittelproduktion und der weltweit wachsenden Nachfrage der Verbraucher nach ökologischen und nachhaltigen Lebensmitteln* ”



Warum ist das eine Bewährte Praxis?

Das Unternehmen AB Auga hat neun Sorten Bio-Suppen entwickelt, die püriert und dickflüssig sind, so dass sie sich für Senioren mit Kau- und Schluckbeschwerden eignen. Das Produkt wird ausschließlich mit biologischen Zutaten hergestellt und enthält keine Konservierungsstoffe. Die innovative Verpackung der Suppe ist einfach zu verwenden. Die Suppe muss nur in einem Topf, in der Mikrowelle oder durch Eintauchen einer ungeöffneten Packung in kochendes Wasser für 10 Minuten erhitzt werden.

Über:

Die Unternehmen der AUGA-Gruppe, AB und ihre Tochtergesellschaften, entwickeln ein nachhaltiges Landwirtschaftsmodell auf der Grundlage neuer Technologien in den Bereichen Pflanzenbau, Milchwirtschaft, Geflügelzucht und Pilzzucht. Mit eigenen und ausgelagerten Produktionskapazitäten stellt das Unternehmen eine breite Palette von Bioprodukten für Endverbraucher her. Dabei beliefert sie den Markt mit Rohstoffen. Über 70 % der Produkte werden in mehr als 30 Länder der Welt exportiert.

Herausforderungen:

Nur relativ wenige Lebensmittel- und Getränkeprodukte sind aktiv auf ältere Verbraucher ausgerichtet. Dies bedeutet, dass dieses Bevölkerungssegment sowohl eine Herausforderung als auch eine Chance für Lebensmittel- und Getränkehersteller darstellt.

Die AUGA ist bestrebt, die gegenwärtigen und künftigen Bedürfnisse ihrer Verbraucher und anderer Interessengruppen bestmöglich zu verstehen. Als Vorreiter in ihrem Bereich initiieren sie Veränderungen, schaffen Werte und wirken sich positiv auf die gesamte Gemeinschaft aus.

Erfolg:

Die neun verschiedenen Suppen sorgen dafür, dass jeder seinen Lieblingsgeschmack findet. Der hohe Anteil an natürlichen und biologischen Zutaten, die dickflüssige Konsistenz und die einfache Zubereitung sorgen dafür, dass diese Suppen bei älteren Menschen beliebt und leicht erhältlich sind. Aus ernährungsphysiologischer Sicht handelt es sich um gesunde, nährhafte Produkte, die sich perfekt für diejenigen eignen, die nicht mehr in der Lage sind, selbst zu kochen. Sie sind einfach zu kaufen, zu handhaben und zu lagern. Die Suppen werden in innovativen, umweltfreundlichen Verpackungen verpackt, die im Vergleich zu einem Glasgefäß derselben Größe während des Produktlebenszyklus nachweislich deutlich weniger CO2 ausstoßen. Die Verpackung ist lebensmittelecht, da sie keine BPA-Kunststoffe enthält.

Übertragbarkeit:

Die AUGA-Gruppe, das größte Unternehmen für Bio-Lebensmittel in Europa, erweitert ihr Sortiment und führt fünf Arten von schnell zubereiteten Haferflocken mit Früchten und Beerenstücken ein. Der 100% vegane Haferbrei ohne Zusatz von Zucker, Aromen, Verdickungsmitteln, Süßstoffen oder Farbstoffen ist bereits in den wichtigsten litauischen Einzelhandelsketten erhältlich und wird in naher Zukunft auch auf ausländischen Märkten erscheinen. Der Erfolg der Fertigsuppen von AUGA hat die Einsicht des Unternehmens bestätigt, dass moderne Verbraucher, die sich gesund ernähren wollen und denen Nachhaltigkeit wichtig ist, nicht immer die Zeit oder die Möglichkeiten haben um zu kochen. Auf der Suche nach einer Antwort auf die Frage, welches neue Produkt das Bedürfnis der Verbraucher nach einem schnellen und bequemen Verzehr von Bio-Lebensmitteln befriedigen könnte, stellten sie fest, dass es auf dem Markt an Bio-Frühstücksalternativen mangelt. So entstand die Idee, Haferflocken zu kreieren. Die AUGA-Haferflocken werden zweifellos die Bedürfnisse von Verbrauchern mit unterschiedlichen Geschmäckern befriedigen - sie werden die Möglichkeit haben, fünf verschiedene Haferflocken zu probieren. Ein weiterer Vorteil der AUGA-Haferflocken ist ihre Verpackung: Sie bestehen zu 95 % aus Pflanzenfasern.

Produkt: Food supplement to promote immunity

Region: Vilnius / Stadtverwaltung, Litauen

“ *Ein innovatives Biotechnologieunternehmen bietet Lösungen zur Verbesserung der menschlichen Gesundheit* ”



Warum ist das eine Bewährte Praxis?

Der Mensch braucht ein gut entwickeltes Immunsystem, um sich vor Infektionen und bösartigen Krebszellen zu schützen. Aufgrund des Alterns und anderer Faktoren kann die Leistung und Funktionalität des Immunsystems jedoch nachlassen. Um diese Funktionen wiederherzustellen, das Immunsystem neu zu programmieren, zu stimulieren und Krebszellen zu zerstören, hat UAB Biocentras ein neues, therapeutisches Beta-Glucan-Komposit namens Fortuna entwickelt. Es stärkt das menschliche Immunsystem und fördert den Abbau von Krebszellen. Sie haben dies mit Hilfe von Wissenschaft und Innovation möglich gemacht.

Über:

Die Schwächung des Immunsystems kommt bei Senioren recht häufig vor. Dies kann zu verschiedenen Krankheiten führen. Das Nahrungsergänzungsmittel Fortuna wird zur Wiederherstellung und Stimulierung des Immunsystems und zur Zerstörung von Krebszellen eingesetzt. Es besteht aus Beta-Glucan, das durch spezifische enzymatische Hydrolyse in lösliche Strukturelemente unterschiedlichen Molekulargewichts zerlegt wird. Es ist klinisch erwiesen, dass das Nahrungsergänzungsmittel Fortuna bei richtiger Anwendung die folgenden Wirkungen hat:

Sie fördern die funktionelle Aktivität des Immunsystems; sie sind zytotoxisch für bösartige Zellen und können das Enzym Telomerase unterdrücken, das das Telomer wiederherstellt und am Prozess der bösartigen Zellvermehrung beteiligt ist.

Diese Ergänzung kann als Adjuvans verwendet werden, um die Entwicklung einer wirksameren erworbenen Immunität gegen Zielantigene zu fördern. FORTUNA kann als Nahrungsergänzungsmittel verwendet werden, um dem Körper zu helfen, das Immunsystem zu stärken und die aktive Form des Enzyms Telomerase zu hemmen.

Herausforderungen:

Der Preis des Produkts ist hoch und nicht jeder Senior kann es sich leisten. Außerdem ist dieses Nahrungsergänzungsmittel nur auf der Website des Unternehmens erhältlich. Regelmäßige Bluttests sind erforderlich, und die Einnahme ist nur unter strenger Aufsicht eines medizinischen Beraters möglich.

Erfolg und Übertragbarkeit :

Einer der Beweise für den Erfolg ist, dass das Unternehmen zusammen mit dem Zentrum für innovative Medizin den Wettbewerb "Business and Science Partnership 2015" für die Zusammenarbeit im Bereich der Forschung gewonnen hat. Die wichtigsten Errungenschaften und Forschungsergebnisse werden in Veröffentlichungen in wissenschaftlichen Zeitschriften vorgestellt und in der EU und den USA patentiert.

Dieses Nahrungsergänzungsmittel wird in enger Zusammenarbeit mit wissenschaftlichen Einrichtungen entwickelt, so dass die Beteiligung an internationalen Projekten zwischen Wissenschaft und Wirtschaft die Entwicklung neuer Formen solcher Ergänzungen ermöglichen könnte.

Produkt: A Healthy Snack for Senior citizens

Region: Kaunas/Prienai municipality

“*Ein gesunder Snack, der gemeinsam mit Senioren entwickelt wurde, um deren Geschmacks- und Ernährungsbedürfnissen besser zu entsprechen*”



Warum ist das eine Bewährte Praxis?

"Grikola" - ein biologisches Buchweizenmüsli mit dem Zusatz von Roter Bete und Karotten ist eines der ersten Spezialprodukte, das von einem großen Getreidehersteller in den baltischen Staaten, UAB "Ekofrisa", entwickelt wurde. Das Produkt wurde unter Berücksichtigung der Bedürfnisse und Probleme des Seniorenmarktes und in direkter Verbindung mit diesem Markt entwickelt. Viel Aufmerksamkeit wurde dem Nährwert, den Ballaststoffen und den Vitaminen gewidmet, und die Entwickler haben sich darum gekümmert, dass die Produkte leicht zu kauen sind und ihre Textur weich im Mund ist.

Über:

Das Produkt wurde während ein Projekt im Rahmen eines Programms der EIT-Lebensmittelinitiative im Jahr 2019 entwickelt. Ziel war es, Verbraucher mit Unternehmen, Start-ups, Forschern und Studenten aus ganz Europa zusammenzubringen und gleichzeitig das Ökosystem der Ernährung zu verändern. Forscher des Lebensmittelinstituts der Technischen Universität Kaunas (Litauen) haben zusammen mit einer Gruppe von Senioren verschiedene Konzepte für Lebensmittel entwickelt. Diese Konzepte sollten für die Ernährung älterer Menschen geeignet sein, nicht nur auf ihre Ernährung, sondern auch auf ihre Bequemlichkeit.

Das neue Granola besteht aus Buchweizen, Dattelpaste, Reissirup, getrockneten Karotten, getrockneten Rüben und getrockneten schwarzen Johannisbeeren. Es handelt sich um ein Bio-Produkt, das frei von Allergenen ist und zum Verzehr mit Milch, Joghurt, Saft oder über Ihr Lieblingsdessert oder frisches Obst gestreut empfohlen wird. Es ist bereits in einem der größten Lebensmittelläden in Litauen erhältlich.

Herausforderungen:

Nur relativ wenige Lebensmittel- und Getränkehersteller haben sich aktiv auf die alternden Verbraucher eingestellt, was bedeutet, dass dieses Bevölkerungssegment für Lebensmittel- und Getränkehersteller sowohl eine Herausforderung als auch eine Chance darstellt. Viele Hersteller sehen Senioren immer noch nicht als Zielgruppe an. Bei der Entwicklung eines neuen Produktes ist es sehr wichtig, die Zielgruppe in den Entstehungsprozess einzubeziehen. Sie gibt wichtige Rückmeldungen zu den Eigenschaften der Produkte und erleichtert die Akzeptanz und den Weg auf den Markt.

Erfolg und Übertragbarkeit:

Ekofrisa hat als Projektmitglied im Rahmen des Food Initiative Programme eine einzigartige Technologie zur Verarbeitung von Getreide entwickelt. Diese Technologie ermöglicht es dem Unternehmen hohe Qualitätsstandards zu erreichen. Im Rahmen des Projekts arbeiteten ältere Menschen mit Fachleuten zusammen, um personalisierte Lebensmittel zu entwickeln, die einen gesunden Lebensstil fördern. Forscher sagen, dass personalisierte Produkte, die auf einer gesunden und nachhaltigen Ernährung basieren, nicht nur zur Verbesserung der Lebensqualität und der Gesundheit älterer Menschen beitragen, sondern auch zur Kostensenkung. Die richtige Ernährung wird als Grundlage für das Wohlbefinden von Senioren angesehen. Personalisierte Lebensmittel, die die Bedürfnisse dieser Zielgruppe erfüllen, indem sie die Gesundheit verlängern und das Wohlbefinden verbessern, gewinnen zunehmend an Bedeutung. Die neuen Produkte enthalten mehr Vitamine und Inhaltsstoffe und befriedigen auch sensorische Bedürfnisse.

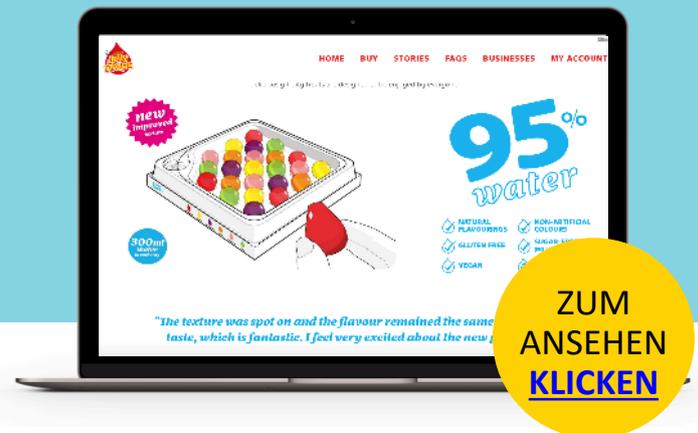
Während des Projekts wurden insgesamt 15 neue Lebensmittelkonzepte vorgeschlagen. Da die Senioren selbst an der Entwicklung des Produkts beteiligt waren, konnten viele Merkmale gemeinsam unter die Lupe genommen werden. Ziel war es, Produkte zu entwickeln, die nicht nur leicht zu kauen sind und eine weiche Textur haben, sondern auch einen guten Geschmack und funktionelle Zutaten (z. B. Obst und Gemüse) bieten.

Produkt: Ooho, Skipping Rocks Lab & Jelly Drops Ltd

Region: Essex & London, UK



“*Es ist Zeit Wasser zu essen, statt es zu trinken*”



Warum ist das eine Bewährte Praxis?

Skipping Rocks Lab., Essbare Wasserkugeln (kleine transparente Kugeln, die mit Wasser gefüllt sind) namens 'Ooho' und Pattinsons 'Gelee-Drops' sind praktische, sichere, schmackhafte und ökologisch nachhaltige Produkte für alternde Menschen. Das Konzept nutzt nachhaltige Nahrungsquellen (z.B. natürliche Algenextrakte), um essbare, weiche Hydrogelüberzüge für die Wasserkugeln oder fruchtig aromatisierten Tropfen zu entwickeln. Diese Entwicklung bekämpft nicht nur das Problem der Dehydrierung bei Senioren, insbesondere bei Demenzkranken, sondern ist auch eine Lösung für das heutige Problem des Plastikverpackungsmülls.

Über:

Die innovative Inspiration von Skipping Rocks führte zur Anwendung einer Technik, die als "Sphärisierung" bekannt ist, um Wasser in eine Kugel einzuführen. Algenextrakt und Kalziumchlorid bilden eine gelartige Struktur, die als elastische Membran fungiert und Wasser im Inneren zurückhält. Um sie zu schützen, hat das Unternehmen eine zweite Membran verwendet, die als hygienischer Behälter fungiert. Diese muss nur entfernt werden und die verbleibende Kugel ist zu 100% essbar. Man kann sie in den Mund stecken oder vorsichtig hineinbeißen, um die darin enthaltene Flüssigkeit zu trinken. Aus diesem Grund gelten sie auch als äußerst geeignet für Marathonläufer und andere Extremsportler. Eine ähnliche Technik wird von Jelly-drops verwendet, nur mit einer anderen Verpackung, damit sie wie ein Geschenk präsentiert werden können.

Erfolg:

Im Jahr 2019 wurden die essbaren Ooho-Wasserkugeln erfolgreich beim London Marathon eingesetzt und beworben, wodurch der typische Einweg-Plastikmüll bei der Veranstaltung vermieden wurde. Die Produkte wurden nun erfolgreich per Crowdfunding finanziert und auf den Markt gebracht. Skipping Rocks Lab ist Teil des Climate KIC Start-up-Beschleunigungsprogramms, (gründete das EIT) und das wissenschaftliche Team des Imperial College. Skipping Rocks Lab hat bereits mehrere Auszeichnungen

erhalten: den Lexus Design Award 2014, den World Technology Award 2014 in Partnerschaft mit Fortune und TIME, den SEA Award 2015 und den UK Energy Globe Award 2016.

Jelly Drops hat auch schon vielen älteren Menschen geholfen, die mit Dehydrierung zu kämpfen haben, indem sie ihre schönen 'geschenkartigen' Produkte verkauft haben. Bis heute hat Jelly Drops über 15 Auszeichnungen in den Bereichen Design, Innovation und soziale Wirkung erhalten. Als junges Unternehmen haben diese Wettbewerbe Verbindungen, Ressourcen und Schulungen gebracht, die für die Verwirklichung von Jelly Drops entscheidend waren. Sie haben erfolgreich Partnerschaften mit sozialen Medien wie Ted, Skynews, Youtube usw. sowie mit der Alzheimer-Gesellschaft und der Royal Academy Engineering aufgebaut.

Herausforderungen:

Geschmacks- und Geruchsverluste treten mit zunehmendem Alter auf. Der Verlust der Geschmackswahrnehmung bei älteren Menschen kann daher zu einem geringeren Lebensmittelkonsum führen, was sich negativ auf den Ernährungszustand älterer Menschen auswirkt. Die Entwicklung von Produkten wie diesen mit Geschmacksausgleich könnte eine Möglichkeit sein, dieses Problem zu bekämpfen. Es mag für andere KMU schwierig sein, diese Innovation/bewährte Praxis zu kopieren, aber sie hat ein großes Potenzial, in anderen Regionen der Welt angewandt zu werden. Sie ist technisch weniger komplex als andere neue Technologien und die Versuchs- und Entwicklungskosten wären aufgrund der preisgünstigen Zutaten relativ gering. Es hat eine große Wirkung auf die Verbraucher (Sportliebhaber/Sportler und ältere Menschen). Die Bequemlichkeit, die Auswirkungen auf die Gesundheit und der nachhaltige Ansatz bergen ein großes Potenzial.

Um die Herausforderungen zu meistern, ermöglicht die strategische Partnerschaft mit Universitäten einen besseren Zugang zu Wissen, Fachkenntnissen und Kapazitäten, wodurch die Entwicklung und Validierung neuer Lebensmittelprodukte erleichtert wird. Die COVID-Pandemie könnte die Geschwindigkeit der Anwendung dieser Praxis einschränken.

Produkt: AINIA- ALTEX, Microencapsulation

Region: Valencia, Spanien

“ Die Extraktion mit superkritischem CO2 ist sicher, kostengünstig und eine umweltfreundliche Alternative ”



Warum ist das eine Bewährte Praxis?

AINIA hat ein Mikroverkapselungssystem entwickelt, das Nährstoffe und Vitamine in einer leicht zu verzehrenden Kapsel zusammenfasst. Dies geschieht durch eine innovative Methode unter Verwendung von Kohlendioxid (CO2). Die CO2-Extraktion bei hohem Druck ist lukrativer, natürlicher und umweltverträglicher als herkömmliche Verfahren. Bei die klassische Verfahren werden aggressive Lösungsmittel verwendet die die Eigenschaften der extrahierten Inhaltsstoffe beeinträchtigen. Entweder in weiteren Raffinationsstufen oder aufgrund der Tatsache, dass sie geringere Ausbeuten erzielen. Dieses Verfahren bietet eine rentable und alternative Möglichkeit, qualitativ hochwertige Inhaltsstoffe zu gewinnen und gleichzeitig unerwünschte Bestandteile oder Verunreinigungen zu entfernen. Es zielt darauf ab, Senioren zu helfen, die aufgrund von Krankheiten oder Schluckbeschwerden Schwierigkeiten haben, angemessene Mengen an Nährstoffen und Vitaminen zu sich zu nehmen.

Über:

Altex ist die industrielle CO2-Hochdruckanlage von AINIA. Es handelt sich um eine vielseitige und produktübergreifende Anlage, die sich auf den Start von Lohnfertigungen spezialisiert hat. Ziel ist es, Lebensmittel-, Pharma- und Kosmetikunternehmen Zugang zu fortschrittlichen Extraktionen, Reinigungen und spezifischen Materialbehandlungen zu verschaffen. Diese Anlage mit einem Fassungsvermögen von 4.000 Litern arbeitet mit CO2 in unterkritischem und überkritischem Zustand und befolgt die Good Manufacturing Practices.

Altex hat mehrere Anwendungen, die für den pharmazeutischen Bereich und für Unternehmen, die Nahrungsergänzungsmittel herstellen, von Interesse sind:

- Selektive und natürliche Extraktion von aktiven Verbindungen aus natürlichen Quellen
- Überkritische Chromatographie für die selektive Abtrennung von Molekülen für die Aufreinigung
- Beseitigung von unerwünschten Spurenstoffen im Produkt: z.B. Monomere, Lösungsmittel, Aromen
- Verringerung der mikrobiologischen Verunreinigung, des thermischen Abbaus oder der Oxidation des Produkts

- Herstellung von Mikropartikeln zum Schutz des Wirkstoffs für verschiedene Zwecke: verlängerte Freisetzung, Magenbeständigkeit, verbesserte Dosierung, Dispergierbarkeit, Maskierung von Aromen. Jede dieser Anwendungen umfasst Entwicklungen und Erfahrungen, vom Konzept der Lebensfähigkeit auf Laborebene bis zur Skalierung auf Marktgröße.

Herausforderungen und Übertragbarkeit:

Der Prozess kann kostspielig sein, und die Praxis der Mikroverkapselung würde eine gewisse Menge an Ressourcen erfordern. Die Hersteller von diätetischen Produkten, Nahrungsergänzungsmitteln und Lebensmitteln im Allgemeinen müssen sichere und erschwingliche Lösungen anbieten, die diesen Trends gerecht werden. Die CO2-Extraktion ist ein kostengünstiges und natürliches Alternativverfahren, das eingesetzt werden könnte. Gesundheit und Ernährung sind zwei wichtige Hebel für das Wachstum der Lebensmittelindustrie und verwandter Branchen. Die Mikroverkapselung hat das Potenzial, bestimmte Probleme im Zusammenhang mit der Entwicklung von Lebensmitteln zu lösen. Sie kann dazu beitragen, Krankheiten wie Schluckstörungen oder Mangelernährung vorzubeugen und zu bekämpfen, und sie kann zu einem neuen Spektrum intelligenter Lebensmittelprodukte führen.

Erfolg:

AINIA vertieft das Wissen und den Transfer dieser Technologie seit mehr als 20 Jahren. Als Beispiel für Entwicklungen, die für diesen Sektor von Interesse sind, wurden 2018 mikroverkapselte Naproxenpartikel im Rahmen des von IVACE unterstützten Projekts AMICES II zur Entwicklung fortschrittlicher Verkapselungsprozesse gewonnen.

[Planta extractiva Altex de ainia - YouTube](#)

Produkt: HealthCare - Campofrío

Region Andalusien, Spanien

“ Wir möchten Patienten dabei helfen, mit Begeisterung und Lust zu essen, damit sie ihre Aktivitäten und ihre Lebensqualität aufrechterhalten können. ”



Warum ist das eine Bewährte Praxis?

Der innovative Aspekt liegt in der Textur und dem Geschmack der Produkte. Campofrío hat dafür gesorgt, dass diese Produkte an die Bedürfnisse von Senioren angepasst sind, mit geeigneter Textur, hervorragendem Geschmack und einem appetitlichen Aussehen. Campofrío - Health Care ist eine neue, abwechslungsreiche und ausgewogene Nahrungsmittellinie, die auf der mediterranen Ernährung basiert. Sie wurde speziell entwickelt, um den Ernährungszustand von Menschen mit Kau- und/oder Schluckproblemen zu erhalten, zu verbessern und zu behandeln. Ihre Lösung ist eine homogene Textur mit angenehmen Geschmacks- und Aromastoffen. Transport, Lagerung und Zubereitung sind einfach und bequem. Sie sind einfach zu erhitzen und zu servieren und können daher von Fachleuten oder zu Hause mit minimalen Anweisungen zubereitet und serviert werden.

Über:

Die Campofrío Food Group engagiert sich in ihrem Expansionskurs stark für den Krankenhaus- und Geriatriesektor. Sie entwickelt spezifische Produkte und Formate für diesen Markt. Seit mehr als 50 Jahren ist das Unternehmen unangefochtener Marktführer in der spanischen Fleischverarbeitung und stellt seine Erfahrung mit Lebensmitteln dem Gesundheitssektor zur Verfügung, indem es neue Produkte und Zutaten entwickelt und erforscht.

Health Care ist eine Einzelhandelslinie, die von Campofrío mit dem Ziel eingeführt wurde, die Bedürfnisse älterer Verbraucher zu erfüllen. Diese Produktreihe bietet gelierte Wässer, Frucht-desserts, zerdrückte Früchte und angereicherte Frühstücke für ältere Menschen mit Schluckstörungen. Die Zutaten, mit denen sie hergestellt werden, und die Produktionsverfahren sind von höchster Qualität und entsprechen den strengsten Hygienestandards. Ziel ist es, dass diese Produkte den Verbraucher mit dem gesamten Nährstoffgehalt ihrer Ursprungszutaten erreichen und das Gefühl von Hausmannskost vermitteln. Das Ziel ist es, dies ohne den damit verbundenen Zeit- und Arbeitsaufwand zu schaffen.

Campofrío ist bestrebt, die traditionellen Geschmäcker, Aromen und Farben der "mediterranen Ernährung" zu erhalten. Die Texturen erleichtern das Schlucken und damit die Verdaulichkeit und können je nach den Bedürfnissen der einzelnen Personen variiert werden.

Erfolg:

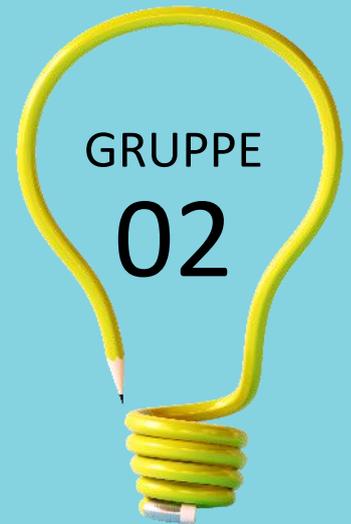
Campofrío Health Care ist ein grundlegender Bestandteil einer gesunden und vollständigen Ernährung. Für Personen, die aufgrund von Kau- und Schluckstörungen Probleme mit der Nahrungsaufnahme haben, liefern sie nicht nur die notwendigen Kalorien und Proteine. Auch liefern sie alle anderen Bestandteile wie Wasser, Ballaststoffe, Mineralien und Vitamine, die notwendig sind, um einen korrekten Ernährungszustand zu erreichen und zu erhalten. Sie sind ohne Allergene formuliert, entsprechen den Schritten der Ernährungspyramide, sorgen für eine korrekte Nahrungsaufnahme, kontrollieren die Zucker- und Salzaufnahme, liefern Vitamine und Mineralstoffe und Ballaststoffe und Wasser, die die Aufrechterhaltung eines angemessenen Hydratationsstatus fördern.

Die Campofrío Gruppe kontrolliert die Prozesse und Produkte in der gesamten Produktionskette. Dazu qualifiziert und überwacht sie die Lieferanten von Hilfsstoffen und entwickelt Systeme zur vollständigen Rückverfolgbarkeit, die von der Herkunft der Rohstoffe bis zum Vertrieb und zur Lieferung an den Kunden reichen.

Campofrío hat mehrere Qualitätszertifikate erhalten:

- Zertifizierung im Umweltmanagement (ISO 14001) seit 2002
- IFS Internationale Lebensmittelstandards
- BRC Globale Lebensmittelstandards

Ihre Website ist ebenfalls sehr gut gestaltet und bietet eine Fülle von Informationen über verschiedene Essstörungen oder Erkrankungen, Einblicke in ihre Forschung und Entwicklung und Rezeptideen. Sie bietet ein großes Lernpotenzial, egal ob Sie in der Lebensmittelbranche, im Gesundheitswesen oder als Pflegekraft tätig sind.



Fallstudien, die einzigartige oder hilfreiche Dienste für den Seniorenmarkt anbieten

- 10 Chefs Culinar Academy
- 11 Kochen für Senioren
- 12 Senes - Support for Healthcare professionals
- 13 Northern Lincolnshire & Goole NHS Foundation Trust Nursing
- 14 Coviran Supermarket chain

Dienst: Complete Food Sector support services & training

Region: Deutschland Landesweit

“ Rundum-Service für Sie
Echte Partnerschaft,
geprägt von Vertrauen ”



Warum ist das eine Bewährte Praxis?

Die Chefs Culinar Academy befasst sich mit Beratung, Software und Schulungskursen zu aktuellen Ernährungsthemen. Diese Schulungen zielen darauf ab, ernährungsbedingte Probleme in der Seniorengemeinschaft anzugehen und zu verhindern. Ihre Hausmessen bieten einen Raum für den Austausch mit Lieferanten und Experten über Neuigkeiten, Trends und Erfahrungen. Sie stellen außerdem ein umfangreiches Sortiment an Lebensmitteln und Non-Food-Artikeln aus und bieten ein einzigartiges Unterstützungsprogramm. Dieses Programm ermöglicht es der Lebensmittelindustrie mit den Bedürfnissen älterer Menschen und den besten Praktiken in Bezug auf Produkte und Logistik auf dem Laufenden zu bleiben.

Über:

Chefs Culinar möchte zum Erfolg seiner Kunden aus den Bereichen Catering, Hotellerie, Betriebsgastronomie und Gemeinschaftsverpflegung beitragen, indem es ihnen die tägliche Arbeit in diesem Sektor erleichtert. Zu diesem Zweck agieren sie als reiner Lebensmittelgroßhändler mit einem umfassenden Food- und Non-Food-Sortiment (sie liefern ~25.000 Artikel für die Branche). Außerdem verstehen sie sich auch als Dienstleister. Sie bieten einen kompletten Service in Bezug auf professionelle Beratung, Schulungen, Seminare und intelligente IT-Lösungen. Sie machen es der Branche leicht, indem sie alles aus einer Hand liefern. Mit 8 Filialen und 23 Stützpunkten sind sie einerseits deutschlandweit groß, bleiben aber auch regional, so dass sie immer in Ihrer Nähe sind. Jeder Kunde erhält einen persönlichen Verkaufsberater, mit dem er zusammenarbeiten kann, um gemeinsam das beste Paket für die Gäste der Branche zu schnüren.

CHEFS CULINAR bietet auch modernste Lagertechnik & Wissensentwicklung und ist an der Implementierung von Systemen zur Planung, Organisation und Verwaltung von Lebensmittelbetrieben beteiligt (z.B. Planung Ihrer Großküche)

Erfolg:

Die aktive Teilnahme von Interessierten an den von Chef Culinar angebotenen Schulungen ist ein Beweis für deren Erfolg. Mehr als 1.000 Unternehmen haben von der Großküchentechnik, den Küchen- und Einrichtungslösungen und den Catering-Dienstleistungen profitiert.

Chef Culinar wurde zum Gewinner der AHGZ-Imagestudie "Bestnote 2017/2018" in der Produktgruppe "Einkaufsquellen" gewählt.

Herausforderungen und Übertragbarkeit:

Schulungen über die Ernährungsbedürfnisse von Senioren sind unerlässlich, denn mit zunehmendem Alter verändert sich der Appetit oder nimmt der Appetit ab. Daher ist es notwendig, denjenigen, die in der Gastronomie tätig sind, das richtige Wissen zu vermitteln, um sicherzustellen, dass die Senioren eine ausgewogene Ernährung erhalten. Chefs Culinar hat festgestellt, dass das häufige Problem bei älteren Erwachsenen nicht Übergewicht, sondern Untergewicht ist. Die Menschen verlieren an Gewicht, weil sie nicht mehr richtig kauen und schlucken können oder weil sie nicht mehr in der Lage sind, selbst zu kochen. Durch die unzureichende Menge der aufgenommenen Nahrung fehlen dem Körper genügend Nährstoffe, um zu funktionieren. Ein Mangel an Nährstoffen kann das Immunsystem schwächen und zu häufigeren Infektionen und Krankheiten führen.

Die Fortbildung zum Thema "Ernährung in der Seniorenverpflegung" erfordert Know-how in verschiedenen Themenbereichen. Dieses Unternehmen verfügt über dieses Wissen und hat es effektiv vermittelt. Es gibt ein großes Potenzial, indem eine Kundendatenbank erstellt wird. Die Messen bieten den Unternehmen die Möglichkeit, ihre besten Produkte zu präsentieren, Ideen auszutauschen und aktuelle Produktinformationen und die neuesten Trends in der Lebensmittelindustrie (wie Allergene, Zutaten oder Zusatzstoffe, die für die Bedürfnisse von Senioren relevant sind) zu erhalten. Außerdem ermöglicht die Einbindung der Technologie eine bessere Nutzung der Informationen und eine effizientere Verwaltung.

Dienst: Cooking Seminars & Workshops and Books for Seniors

Region: Riedstadt, Germany

“ wir wollen zeigen, dass Senioren gemeinsam essen können und sollten... als kulinarisches Erlebnis und als emotionaler Genuss ”



ZUM
ANSEHEN
[KLICKEN](#)

Warum ist das eine Bewährte Praxis?

Kochen für Senioren ist eine Initiative, die regelmäßig Seminare und Workshops zu den häufigsten körperlichen Veränderungen bei Menschen im Alter anbietet, darunter Demenz, Kau- und Schluckstörungen und Mangelernährung. Die Diskussionen und Workshops zeigen, wie man Senioren in genussvolle Konzepte einbinden kann. Es geht nicht darum, vorgefertigte Lösungen zu präsentieren, sondern im gemeinsamen Austausch mit den Senioren Ideen zu entwickeln. Einführung von bewährten Konzepten und Workshops, in denen Erwachsene gemeinsam kochen, lachen und reden können und insgesamt ihr Selbstvertrauen und Wohlbefinden steigern.

Über:

Die Workshops zielen darauf ab, Senioren Unterstützung zu bieten bei:

- Sensorische Wahrnehmung - Wissen, welche Veränderungen im Alter zu erwarten sind.
- Herausforderungen beim Versuch, eine Verbindung zu verschiedenen klinischen Situationen herzustellen.
- Lebensmittelhygiene, Arbeitssicherheitspraktiken und Barrieren beim Kochen mit Senioren.

Die Workshops bestehen aus Gruppen von 12 bis 15 Senioren, die in vier Gruppen zusammenarbeiten/leben. Sie bieten den Senioren die Möglichkeit, ihren Tagesablauf selbst zu bestimmen und durch Kochen aktiv am Alltagsleben teilzunehmen.

Erfolg:

Die Workshops und die Verpflegung sorgen dafür, dass sowohl die Senioren als auch die Betreuer sich die Zeit nehmen, den Veränderungen ihres Körpers während des Alterns besondere Aufmerksamkeit zu schenken. Übungen wie z.B. Übersichten über altersgerechte Ernährung, klinische Veränderungen und Anpassungsmöglichkeiten in Schulen und Seniorenheimen und -einrichtungen. Neben der Förderung des Ernährungswissens werden die Senioren auch dazu ermutigt, so unabhängig wie möglich zusammenzuleben.

Im vergangenen Sommer wurde außerdem ein Wettbewerb veranstaltet, bei dem über 50 Senioreneinrichtungen aus ganz Deutschland ihre Verpflegungskonzepte im Rahmen des Trans-Gourmet-Wettbewerbs "Vom Kostenfaktor zum Glücksfaktor" einreichten. Veranstaltungen wie diese fördern die Akzeptanz der Senioren in Bezug auf ihr Interesse und ihre Teilnahme sowie ihre Bereitschaft, ihren Lebensstil zu ändern.

Herausforderungen und Übertragbarkeit:

Das Lernpotenzial und die Übertragbarkeit der Projekte sind möglicherweise begrenzt, da in diesem Fall eine Gebühr erhoben wird. Es kann auch eine Herausforderung sein, das Projekt zu fördern, wenn sich der Tagesablauf der Senioren häufig ändert.

Heutzutage wird das Essen in Senioreneinrichtungen vor allem als Kostenfaktor betrachtet. 'Kochen für Senioren' möchte das ändern. Mit innovativen und praktischen Genusskonzepten lassen sich Küchen in imagebildende Fabriken verwandeln und schaffen gleichzeitig emotionalen und sozialen Genuss. Das Kochen mit Senioren trägt dazu bei, ihre tatsächlichen Ernährungsbedürfnisse und Vorlieben zu verstehen, was die Grundlage für Innovationen ist.

Darüber hinaus steigert das Kochen in der Gruppe die Motivation und das Bewusstsein der Senioren, besser für sich und ihre Mitmenschen zu sorgen. Eine solche soziale Aktivität ermutigt Senioren auch, Teil einer Gemeinschaft zu sein, und befähigt sie, selbständig zu sein und eine gesunde Ernährung zu verfolgen. Schließlich bringt diese Aktivität neue Ideen und Konzepte hervor, die es allen Beteiligten ermöglichen, bessere Kenntnisse und Kompetenzen in der Seniorenverpflegung zu entwickeln.

Dienst: Senes - Support for Healthcare professionals

Region: Lyon, Frankreich

“ *Senes unterstützt Fachleute dabei, die Freude an der Ernährung und am catering in Einklang zu bringen* ”



Warum ist das eine Bewährte Praxis?

Senes ist ein Unternehmen, das medizinisches Fachpersonal bei der Bekämpfung von Mangelernährung bei Senioren unterstützen möchte. Sie tun dies durch Schulungen, Beratung und Kommunikationslösungen. Das Unternehmen bekämpft die Mangelernährung bei Senioren (insbesondere in geriatrischen Einrichtungen). Senes macht dies durch Fachkräfte im Gesundheitswesen und Lebensmittelhersteller bei der Änderung der Texturpraktiken und der Entwicklung innovativer Lebensmittelprodukte mit "hoher Mikronährstoffdichte" zu unterstützen. Das Ergebnis ist sachkundigeres Gesundheitspersonal und damit glücklichere und gesündere Senioren, die von ihnen betreut werden.

Über:

Geboren aus dem tiefen Bedürfnis, Menschen zu ernähren, aber auch, sie zu unterstützen. Dieses französische Unternehmen bietet Fachleuten aus dem Gesundheitswesen und Kunden aus der Lebensmittelbranche Fachwissen und personalisierte Schulungen zu kulinarischen Fertigkeiten an, die auf die Bedürfnisse von Senioren bei der Ernährung und im Catering abgestimmt sind. Senes bietet schlüsselfertige Produkte mit dem Verkauf von verschiedenen Texturgebern und Nährstoffen an. Die Schulungen umfassen die Herstellung von Gerichten mit veränderter Textur, die Erstellung von Speiseplänen, Lebensmitteltechnik und neue Kochtechniken. Außerdem bietet das Unternehmen Know-how und Beratung bei der Entwicklung neuer Lebensmittelprodukte. Sie helfen den Kunden auch dabei, mit neuen Lebensmitteltrends Schritt zu halten, Produkte an die spezifischen Bedürfnisse von Senioren anzupassen und Videos für eine effektive Kommunikation zu erstellen

Erfolg:

Das Unternehmen hat mehr als 30 Partner aus den Bereichen Universitäten, Forschungsinstitute, Verbände, Unternehmen und Hersteller in der Lebensmittelindustrie. Es beteiligt sich an zwei Forschungs- und

Entwicklungsprogrammen zur Ernährung von Senioren und mehreren anderen Programmen.

Das Unternehmen hat an mehr als 250 Projekten im Gesundheitsbereich gearbeitet, um seinen Kunden ernährungswissenschaftliches, technisches, technologisches und kulinarisches Fachwissen sowie Kenntnisse über neue Technologien im Lebensmittelbereich zu bieten. Sie bieten auch Neuigkeiten zu den jüngsten Entwicklungen von Lebensmittelinnovationen im Zusammenhang mit der Ernährung von Senioren und der Gesundheit im Allgemeinen.

Herausforderungen und Übertragbarkeit:

Die Prävalenz von Mangelernährung ist in geriatrischen Einrichtungen hoch, wo mehr als 70-80% der Bewohner ein mäßiges bis schweres Risiko für Unterernährung haben. Bei 30-61% von ihnen wird eine Protein-Energie-Mangelernährung diagnostiziert. Dies führt zu einem Verlust an Muskelmasse und damit zu einem Verlust an Autonomie bei den älteren Menschen.

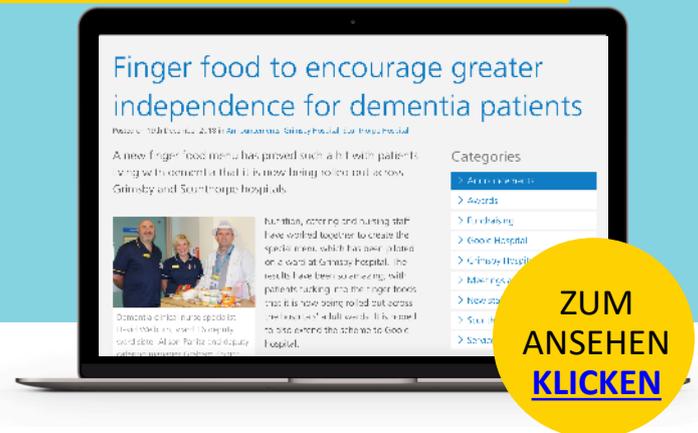
Um mit der zunehmenden Alterung der Bevölkerung fertig zu werden, sind Dienstleistungen erforderlich, die die Bedürfnisse unserer Seniorengemeinschaft erfüllen.

Das Ziel von Senes ist es, Verpflegung, Vergnügen und Gesundheit für alle älteren Menschen zu verbinden, unabhängig von ihrer Beschaffenheit. Durch die Deckung des Ernährungsbedarfs können Senioren gut altern und Unterernährung und Fettleibigkeit verhindern. Durch die aktive Zusammenarbeit mit verschiedenen Institutionen aus dem Gesundheits- und Lebensmittelsektor erhält Senes modernste Erkenntnisse über Innovationen im Bereich der Seniorenverpflegung, die sie dann weitergeben. Das multidisziplinäre Team, bestehend aus Ernährungswissenschaftlern, Gesundheitsexperten, Lebensmittelingenieuren und audiovisuellen Experten, bietet eine Vielzahl von Fachkenntnissen in den Bereichen Ernährung und Lebensmittelinnovation. Eine eigene F&E-Abteilung bietet Möglichkeiten für die Entwicklung.

Dienst: Finger food meal design & menu planning for those with dementia

Region: Northern Lincolnshire, Großbritannien

“ Fingerfood zur Förderung der Unabhängigkeit von Demenzkranken ”



Warum ist das eine Bewährte Praxis?

Mitarbeiter des Northern Lincolnshire and Goole NHS Foundation Trust aus den Bereichen Pflege, Ernährung und Catering haben gemeinsam ein [bildbasiertes Fingerfood-Menü](#) entwickelt. Dieses Menü hilft den Patienten, in ihrem eigenen Tempo zu essen, ohne Messer und Gabel benutzen zu müssen und so die Unabhängigkeit und das Wohlbefinden der Senioren fördert. Fingerfood kann vor allem für Menschen nützlich sein, die das Essen vergessen oder Koordinationsschwierigkeiten haben, wie z.B. Demenzkranke oder Menschen nach einem Schlaganfall.

Über:

Die Fingerfood-Initiative wurde im Krankenhaus von Grimsby (Großbritannien) erprobt und wird nun in drei regionalen Krankenhäusern eingeführt. Die Mitarbeiter, die das Menü ausprobiert haben, sagen, dass es den Patienten bei der Entscheidungsfindung hilft und es ihnen ermöglicht, häufiger kleinere Portionen zu sich zu nehmen. Fingerfood kann:

- am Tisch serviert werden, anstelle einer aufgetischten Mahlzeit
- als Snacks zwischen den Mahlzeiten angeboten werden
- an verschiedenen Orten abgestellt werden, um sie über den Tag verteilt zu essen.

Auf der Speisekarte stehen Lebensmittel wie Milchreis, Kekse, Pizza, Käse und Cracker, Sandwiches, Frühlingsrollen, Fischstäbchen, Kuchen und Obst, die alle leicht zu knabbern sind.

Erfolg:

Durch die Einführung dieses neuen Menüs müssen ältere Patienten kein Besteck mehr benutzen, da einige aufgrund des Fortschreitens ihrer Krankheit oder des Alterns die Fähigkeit dazu verloren haben. Es bietet älteren Patienten, die gerne häufiger kleine Portionen zu sich nehmen, die Möglichkeit, zu speisen und trotzdem ihren Nährstoffbedarf zu decken.

Durch die Verwendung von Bildmenüs können die Fingerfoods leicht ausgewählt werden, so dass die Senioren mehr Autonomie haben. Der Fingerfood-Service kann von der hauseigenen Gastronomie oder von Lebensmittelunternehmen (z.B. Finger Food Co.) angeboten werden, die sich hauptsächlich an ältere Menschen wenden.

Die Mitarbeiter aus den Bereichen Ernährung, Catering und Pflege haben gemeinsam ein spezielles Menü entwickelt, das nach einer ersten Pilotphase in mehreren Krankenhäusern eingeführt wurde. Die Ergebnisse sind nach Angaben des Trusts erstaunlich: Die Patienten, darunter auch viele ältere Menschen, essen das Fingerfood mit Begeisterung.

Herausforderungen und Übertragbarkeit:

Für KMUs mag das eine kleine Herausforderung sein, denn nur relativ wenige Lebensmittel- und Getränkeprodukte zielen aktiv auf die alternden Verbraucher ab, was bedeutet, dass dieses Bevölkerungssegment für Lebensmittel- und Getränkehersteller sowohl eine Herausforderung als auch eine Chance darstellt. Viele Hersteller sehen Senioren immer noch nicht als Zielgruppe an.

Diese Partnerschaft zwischen Krankenhäusern, Ernährungswissenschaftlern, Organisationen und Lebensmitteldiensten bietet wiederum Chancen für die Lebensmittel- und Getränkeindustrie, und dieses Modell könnte in vielen Ländern/Regionen angewandt werden, wovon voraussichtlich mehr Parteien und Gesellschaften profitieren würden.

Das Konzept der Fingerfoods zur Unterstützung älterer Menschen und älterer Menschen mit Demenz hat sich im letzten Jahrzehnt etabliert und vielen älteren Menschen und Patienten bei ihrer gesunden Ernährung geholfen. Seit 2011 wird der praktische Leitfaden zur Unterstützung älterer Menschen mit Demenz in Großbritannien veröffentlicht. Klicken Sie hier für weitere Informationen über [Praktischer Leitfaden für Fingerfood](#);

Dienst: COVIRAN supermarket tailoring services for seniors

Region: Granada, Andalusien, Spanien.

“ unser Ziel ist es, qualitativ hochwertige Dienstleistungen anzubieten... und die Lebensqualität derer zu verbessern, die sich täglich für uns entscheiden. ”



Warum ist das eine Bewährte Praxis?

Die Supermarktkette Coviran hat eine Änderung ihres Geschäftsmodells vorgenommen, die der Supermarktbranche mehrere profitabile und nachhaltige Möglichkeiten bietet und gleichzeitig ein positives und integriertes Einkaufsumfeld für Senioren schafft. Coviran hat mehrere bemerkenswerte Anpassungen an seinen Verkaufsstellen vorgenommen, um den Bedürfnissen von Kunden mit unterschiedlichen Fähigkeiten gerecht zu werden: Kunden mit Behinderungen sowie ältere Menschen oder Menschen mit vorübergehenden Einschränkungen. Dieses alternative Modell der Dienstleistungen für ältere Kunden ermöglicht ein gutes Einkaufserlebnis, so dass sie das Beste aus ihrer Zeit im Supermarkt machen können.

Über:

Coviran ist eine Supermarktkette in Spanien und Portugal, die ihre Dienstleistungen angepasst und verbessert hat, um die Bedürfnisse ihrer besten Kunden, der älteren Menschen, zu erfüllen. Durch einfache Anpassungen ihrer Einrichtungen ermöglicht Coviran ihren älteren Kunden, das Beste aus ihrem Einkaufserlebnis zu machen. So wurden zum Beispiel die Öffnungs- und Schließzeiten der Tore verlängert, die Aufzüge für die Einkaufskörbe in der Nähe der Kassen aufgestellt und eine magnetische Schleife eingeführt, um das Hörsignal für Benutzer mit Hörgeräten oder Cochlea-Implantaten zu verbessern. Außerdem gibt es jetzt Sitzgelegenheiten, um sich während des Einkaufs auszuruhen, falls dies nötig ist. Dieser Supermarkt verfügt auch über den Einkaufsservice "Assist" für alle Menschen mit besonderen Bedürfnissen, die während des Einkaufs Hilfe benötigen.

Erfolg:

Coviran hat sich der Barrierefreiheit verschrieben und die Anpassungen, die das Unternehmen an seinem Geschäftsmodell und seinen Geschäften vorgenommen hat, haben sich erheblich auf das Einkaufserlebnis für Senioren ausgewirkt. Diese Methode wird seit 2013 umgesetzt. Coviran ist der erste Supermarkt in Spanien, der von AENOR das Zertifikat für Barrierefreiheit erhalten hat. Dies ist ein Beweis für das Engagement des Unternehmens, allen Kunden einen gleichbleibend hervorragenden Service zu bieten. Diese Maßnahmen wurden bisher in 27 Filialen in Spanien und Portugal umgesetzt.

Herausforderungen und Übertragbarkeit:

Dieses Supermarktmodell eignet sich möglicherweise nicht für alle Geschäftsmodelle, daher muss es in bestimmten Gebieten eingeführt werden, in denen die Hauptkunden Senioren sind.

Es sollte für jedes Unternehmen kein Problem sein, die Annehmlichkeiten eines Supermarktes auf einfache Weise anzupassen, um einen bedeutenden und wachsenden Teil der Bevölkerung zu unterstützen. Es ist jedoch nicht nur keine gängige Praxis, sondern die Unternehmen scheinen auch zu zögern, dieses Geschäftsmodell umzusetzen. Die Kosten sind symbolisch, wenn man die potenziellen Einnahmen bedenkt, die erzielt werden können. Die Anpassung eines Supermarktes an die Bedürfnisse älterer Menschen ist für die meisten Unternehmen recht einfach zu bewerkstelligen.





Wenn ein Produkt und eine Dienstleistung kombiniert werden, und darauf abzielen, die Probleme oder Herausforderungen des Seniorenmarktes zu lindern

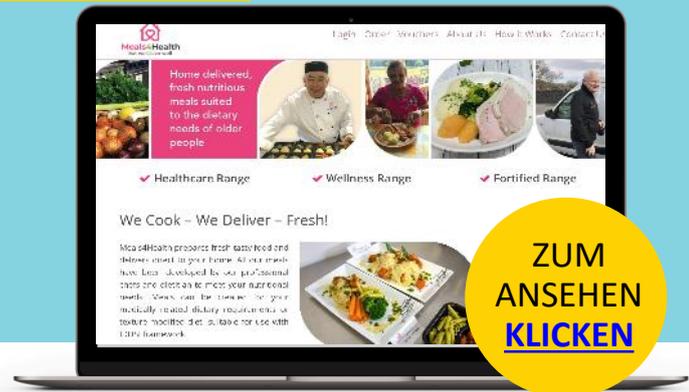
- 15 Meals4Health
- 16 Bia-at-home
- 17 Biozoon, Smoothfood & 3D Printing
- 18 Country House Cooking - (Land-Haus Küche)
- 19 Fit im Alter
- 20 Wiltshire Farm Foods Company

Produkt & Dienst: Meals4Health – meal delivery

Region: Galway, Irland



“ Es geht darum, unsere älteren Menschen zu pflegen. Unabhängigkeit fördern... unsere Mission ist es, älteren Menschen zu ermöglichen, gut zu essen, gut zu leben und gut zu altern. ”



Warum ist das eine Bewährte Praxis?

[Meals4Health](#) liefert frische, nahrhafte Mahlzeiten nach Hause, die auf die Ernährungsbedürfnisse älterer Menschen abgestimmt sind. Alle Mahlzeiten werden in einer professionellen Küche in Galway frisch zubereitet und können landesweit an diejenigen geliefert werden, die den Service zu Hause in Anspruch nehmen. Meals4Health nimmt denjenigen, denen das Einkaufen und Kochen schwer fällt, die Arbeit ab und beugt so möglicher Unterernährung oder anderen ernährungsbedingten Krankheiten vor. Sie ermöglichen es den Senioren auch, weiterhin unabhängig oder halb-unabhängig in ihren eigenen vier Wänden zu leben und bieten ihnen eine soziale Verbindung, auf die sie sich jeden Tag freuen können.

Über:

Die Mission von Meals4Health ist es, ältere Menschen dabei zu unterstützen, "gut zu essen, gut zu leben und gut zu altern" und zwar so lange wie möglich in ihrer eigenen Umgebung, damit sie nicht auf zusätzliche medizinische Versorgung oder Langzeitpflege angewiesen sind. Meals4Health bereitet frisches, schmackhaftes Essen zu und liefert es direkt nach Hause. Alle Mahlzeiten wurden von professionellen Köchen und Ernährungsberatern entwickelt, um den ernährungsphysiologischen und körperlichen Bedürfnissen der Kunden gerecht zu werden. Die Mahlzeiten können für medizinisch bedingte Diätanforderungen oder für eine strukturierte Diät erstellt werden, die für die Verwendung mit dem [IDDSI-Rahmen](#) geeignet ist.

Erfolg:

Meals4Health ist ein soziales Unternehmen, was bedeutet, dass sein Hauptziel darin besteht, eine soziale Wirkung zu erzielen. Das Unternehmen ist sehr erfolgreich darin, Menschen dabei zu unterstützen, unabhängig/halbunabhängig zu Hause zu leben. Außerdem ist Meals4Health erfolgreich, durch die Bereitstellung von qualitativ hochwertigen, nahrhaften Mahlzeiten, ihre allgemeine Gesundheit und ihr Wohlbefinden zu fördern. Meals4Health ist ein ideales Fallbeispiel für die Bereitstellung eines innovativen Dienstes für Senioren. Sie bieten nicht nur Mahlzeiten an, sondern berücksichtigen auch andere Aspekte des Alterns. So ist z.B. der Bedarf an angereicherten Lebensmitteln für Senioren größer und der Bedarf an strukturierten Mahlzeiten für Menschen mit Schluckbeschwerden, d.h. Dysphagie, größer.

Durch einen Lieferservice direkt nach Hause zu ermöglichen unterstützen sie die Unabhängigkeit und geben Würde und Sicherheit zurück. Sie unterstützen einen proaktiven Ansatz für die Gesundheit und das Wohlbefinden älterer Menschen als eine Wahl des Lebensstils. Meals4Health unterstützt Menschen, die sich von einer Krankheit oder einer Operation erholen. Auch unterstützt sie Menschen deren Betreuer, denen es einfach schwerfällt, für ihre Lieben einzukaufen und zu kochen.

Herausforderungen und Übertragbarkeit:

Die Zahl der älteren Menschen nimmt in ganz Europa zu. Die Menschen werden im Allgemeinen immer älter. Mit zunehmendem Alter ändern sich ihre Essgewohnheiten und ihre Geschmacksrezeptoren, was zu einer geringeren Kalorienzufuhr führt. Wenn sie nicht die Nahrung bekommen, die sie zu Hause brauchen, werden sie zusätzliche Gesundheitsdienste und möglicherweise sogar Vollzeitpflege benötigen. Das bedeutet, dass unsere Wirtschaft, das Gesundheitswesen, die Pflegedienste und der Lebensstil sich an diese Veränderungen anpassen müssen.

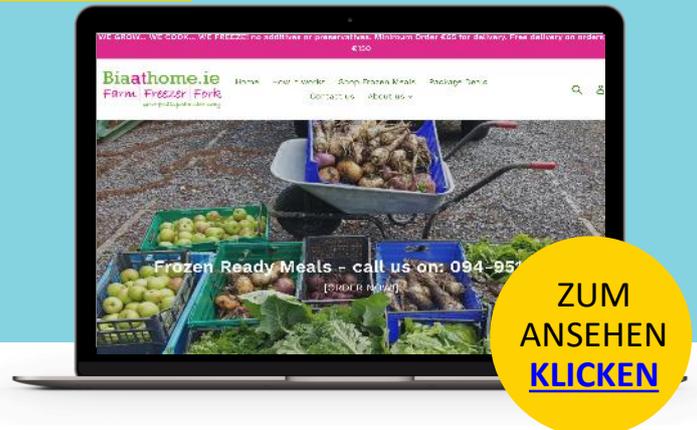
Um mit der zunehmenden Alterung der Bevölkerung fertig zu werden, sind Dienstleistungen erforderlich, die die Bedürfnisse unserer Seniorengemeinschaft erfüllen. Meals4Health ist eine solche Initiative. Sie ernähren die Menschen nicht nur, sondern unterstützen auch ein unabhängiges Leben, was vor allem im ländlichen Irland sehr wichtig ist. Dieses Konzept hat großes Potenzial, in anderen Regionen/Ländern nachgeahmt zu werden und kann als zukunftssichere Methode zur Entlastung der Wirtschaft angesehen werden. Meals4Health unterstreicht das Wesen guter Praktiken auf allen Ebenen und trägt gleichzeitig dazu bei, dass Irland ein großartiger Ort ist, um alt zu werden! Sie sind auch vorbildlich in der Nutzung ihrer Website. Sie ist einfach zu navigieren und sehr informativ, für diejenigen, die nicht über die nötigen technologische Kenntnisse verfügen, bieten sie eine telefonische Kundenbetreuung an.

Die heutige Seniorengeneration ist weniger technikfeindlich, und viele haben sich die Nutzung von IT angeeignet. Hier bieten sich nun auch potenzielle Möglichkeiten, um den Seniorenmarkt zu informieren und an ihn zu verkaufen.

Produkt & Dienst: Bia-at-Home, Meal delivery

Region: Mayo, Irland

“Wir bauen an, wir kochen, wir liefern... denn Bequemlichkeit sollte keine Kompromisse bedeuten”



Warum ist das eine Bewährte Praxis?

Bia-at-Home wird als gute Praxis angesehen, da sie nahrhafte Qualitätsprodukte aus heimischem Anbau in ganz Irland zu den Menschen nach Hause bringen. Bia ist das irische Wort für 'Essen'... Dieses kleine Unternehmen pflückt die Produkte der Saison von Hand aus dem eigenen Garten, so dass sie vor natürlichem Geschmack und Güte nur so strotzen. Ihr Ansatz ermöglicht es ihnen, ausgewogene, nahrhafte und köstliche Mahlzeiten zu kochen, denen nichts hinzugefügt wird außer ihrer eigenen Mischung aus frischen Kräutern.

Die Mahlzeiten eignen sich für alle Lebensstile, sind aber besonders für Senioren geeignet. Jede Mahlzeit wird tiefgefroren in einem ofenfesten, biologisch abbaubaren Behälter geliefert. Alles, was der Gast tun muss, ist es aus dem Gefrierschrank zu nehmen und für die empfohlene Zeit in den Ofen zu schieben. Sie brauchen nichts zu planen, einzukaufen, zu schneiden oder zu kochen - einfach aufwärmen und essen... was sie wollen... wann sie es wollen.

Über:

Bia at Home bietet ein umfangreiches, restaurantähnliches Menü, das eine außergewöhnliche Auswahl und Vielseitigkeit für diejenigen bietet, die schmackhafte, ausgewogene Mahlzeiten für zu Hause benötigen.

Sie konservieren ihre Lebensmittel mit einem Schockfroster, der die Nährstoffe und Aromen auf natürliche Weise bewahrt, und verzichten auf alle künstlichen Zusatz- und Konservierungsstoffe. Die Eigentümerin und Köchin Michelle ist eine leidenschaftliche Köchin und füllt jeden Topf mit Sorgfalt, Aufmerksamkeit und Güte. Sie liefern direkt aus ihrer Tiefkühltruhe in die Tiefkühltruhe ihrer Kunden. So wird sichergestellt, dass die Lebensmittel sicher transportiert werden und in optimalem Zustand ihr Ziel erreichen, damit Sie sie zu Hause genießen können.

Erfolg:

Bia-at-Home berücksichtigt bei allem, was sie kochen, die Ernährung und vermeidet künstliche Zusatzstoffe oder Konservierungsmittel. Obwohl ihr Zielmarkt nicht nur die Seniorengemeinschaft ist, ist sie für dieses Marktsegment von großem Nutzen. Bia-at-Home ermöglicht es Senioren, weiterhin ein unabhängiges Leben in ihren eigenen vier Wänden zu führen. Indem sie nahrhafte und ausgewogene Mahlzeiten anbieten, fördern sie diese Gemeinschaft, so dass ihr ihr allgemeines Wohlbefinden aufrechterhalten wird.

Infolgedessen wird es weniger Bedarf an Vollzeitpflege in Heimen oder an anderen überlasteten Gesundheitsdiensten im Staat geben.

Das Unternehmen hat viele einfache Ansätze, die es sehr seniorenfreundlich machen, wie z.B.

- wöchentliche Bestellung (weniger Zeit online oder am Telefon)
- Paketmenü-Optionen (Auswahl kann für Sie getroffen werden)
- gefroren (daher keine künstlichen Zusatzstoffe und weniger Abfall, da nur bei Bedarf verwendet)
- ofenfester Kanister (einfacher Erhitzungsprozess - kein Umfüllen von Produkten)
- telefonische Bestellungen werden akzeptiert
- Änderungen des Menüs werden berücksichtigt

Herausforderungen und Übertragbarkeit:

Viele Senioren in Irland haben Schwierigkeiten, unabhängig zu leben, vor allem, weil sie nicht in der Lage sind, selbst einzukaufen und nahrhafte Mahlzeiten zu kochen. Dieses führt zu einem schlechten Gesundheitszustand oder Unterernährung. Ein unabhängiges Leben ist im ländlichen Irland sehr notwendig. Irland altert schnell, und die Wirtschaft, das Gesundheitswesen und die Familien selbst müssen sich darauf einstellen. Nach Angaben des ESRI wird die Nachfrage im Bereich der stationären Langzeitpflege, zu der auch Pflegeheime gehören, voraussichtlich um bis zu 54 Prozent steigen. "Dies stellt die Anbieter, die Aufsichtsbehörden und die Staatskasse vor die Herausforderung, einen angemessenen Pflegestandard und ein angemessenes Finanzierungsniveau für die Pflege dieser schutzbedürftigen Bewohner mit intensivem Pflegebedarf zu gewährleisten".

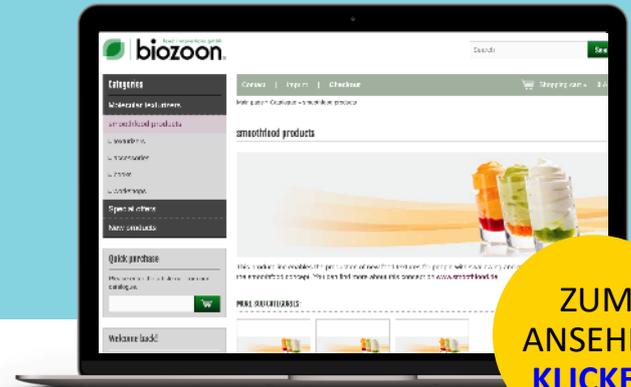
Bia-at-Home unterstützt mit seinem Service die ältere Bevölkerung dabei, das unabhängige Leben zu führen, das sie anstreben. Das Unternehmen ist auch bei der Nutzung seiner Website vorbildlich... sie ist leicht zu navigieren, sehr informativ und bietet einfache Auswahlmöglichkeiten. Für Senioren, die nicht über die nötigen IT-Kenntnisse verfügen, bietet das Unternehmen telefonische Kundenbetreuung an. Ihr Lieferservice ist das letzte Glied in der Kette. Damit brauchen die Kunden nicht mehr einkaufen zu gehen oder die Mahlzeiten abzuholen.

Produkt: Biozoon, Smoothfood & 3D printing

Region: Bremerhaven, Deutschland

smoothfood

“ Das moderne Ernährungskonzept für pürierte und passierte Lebensmittel ”



ZUM ANSEHEN [KLICKEN](#)

Warum ist das eine Bewährte Praxis?

Die innovative Smoothfood-Diät bietet eine basale Stimulation durch Schaumnahrung, pürierte Nahrung und das Andicken von Getränken. Um das Risiko einer Unterernährung zu verringern oder zu verhindern, insbesondere bei Menschen mit Kau- und Schluckstörungen. Biozoon hat die Smoothfood-Silikonformen entwickelt, um das Servieren der modifizierten texturierten Nahrung zu verbessern. Dadurch wird sichergestellt, dass sie in Form, Farbe, Geruch, Geschmack und Zusammensetzung dem Original so nahe wie möglich kommt. Diese Praxis führt zu einer größeren Akzeptanz von modifizierten Lebensmitteln in der Seniorengemeinschaft, insbesondere bei Menschen mit Schluckstörungen, Dysphagie, Demenz oder anderen Krankheiten. Außerdem verringert oder beseitigt sie damit das Risiko von Mangelernährung oder anderen Krankheiten.

[Biozoon Silikonformen für die pürierte Kost in Form](#)

Pürierte Kost mit Gelea Cold

Über:

Biozoon agiert als Spezialanbieter für innovative Lebensmittelprodukte in Europa. Smoothfood wurde von den Spitzenköchen Markus Biedermann und Herbert Thill auf der Basis von modernen Texturierern von Biozoon entwickelt. Von der basalen Stimulation für Personen mit schwerster Schluckstörung über Schaumnahrung und das Andicken von Getränken bis hin zu pürierten und passierten Speisen in modellierte Formen. Eine Smoothfood-Mahlzeit basiert auf den frischen Zutaten, die Sie in Ihrer Küche haben. Diese Zutaten werden püriert und anschließend in ihrer Struktur und Textur verändert. Dank der Texturierungsmittel von Biozoon lassen sich diese Nahrungsmittel leicht in geformte Formen bringen.

Darüber hinaus hat Biozoon einen 3D-Drucker entwickelt, der in der Lage ist, Mahlzeiten für Menschen zu drucken, die Schwierigkeiten beim Kauen haben. Der 3D-Drucker verwendet ein Jetting-System, um verschiedene Smoothfoods zu extrudieren, die mit einem Verfestigungsmittel gemischt werden können. Jede Mahlzeit kann genau auf die Bedürfnisse des Einzelnen zugeschnitten werden, sowohl in Bezug auf die Textur als

auch auf den Nährstoffgehalt.

Erfolg:

Das Konzept von Smoothfood spricht das Bedürfnis und die visuelle Anziehungskraft traditioneller Speisen an und schafft so eine höhere Akzeptanz für diese neue Form der Ernährung. Durch das Angebot einer identischen Auswahl an Gerichten aus der regulären Speisekarte erhalten die Verbraucher mit dem Smoothfood-Standard das gleiche Maß an kulinarischer Wertschätzung. Das Unternehmen ist Leiter des von der Europäischen Kommission finanzierten PERFORMANCE-Projekts und hat bereits fünf Marken auf den Markt gebracht: texturePro®, cocktailPro®, partyPro®, seneoPro® und myBiosportiv®. Die Marken werden in 18 Ländern auf der ganzen Welt vertrieben und Fachleute erkennen das Sortiment an. Smoothfood ermöglicht es allen Köchen und pflegenden Angehörigen, schnell und einfach frische Speisen zuzubereiten, die den Bedürfnissen der betroffenen Person entsprechen.

Herausforderungen und Übertragbarkeit:

Das Konzept erfordert eine Fachkraft, die die Mahlzeiten zubereitet. Daher kann es eine Herausforderung sein, ausreichend qualifiziertes Personal zu finden, vor allem, wenn sie sich sowohl an Pflegeheime als auch an pflegende Angehörige wenden. Biozoon bietet regelmäßig Workshops an, um hier zu helfen. Die logistische Herausforderung größerer Pflegeheime schränkt die Möglichkeiten der Personalisierung der Mahlzeiten ein. Die Vielfalt der Mahlzeiten ist durch das Angebot an Silikonformen begrenzt. Aber die Technologie ist da, um diese Herausforderung zu vereinfachen.

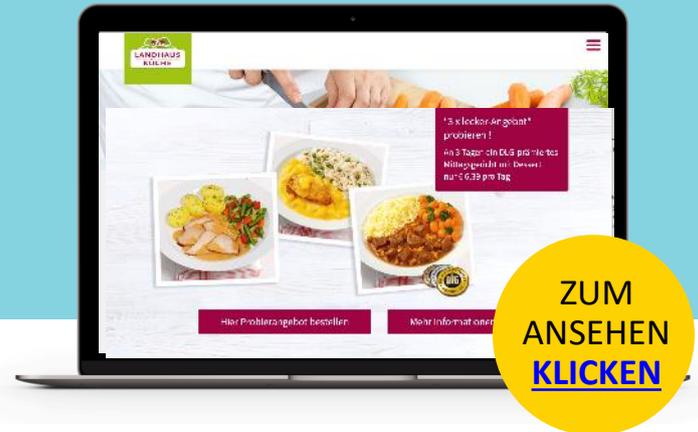
Die Lebensmitteldrucktechnologie hat ein großes Potenzial als Ressource, und die Herstellung von Formen trägt dazu bei, das Aussehen von Lebensmitteln zu bewahren und so den Appetit der Verbraucher anzuregen und den Grad der Akzeptanz zu erhöhen. Es gibt eine Möglichkeit für ein IT-System zur Erfassung und Verarbeitung von Nährwertangaben.

Produkt & Dienst: Landhaus Küche, Meal delivery

Region: Schwaikheim, Deutschland



“ Mit Liebe gekocht. Mit Freude gebracht...von Apetito... ”



Warum ist das eine Bewährte Praxis?

Die Landhaus Küche ermöglicht es Menschen, die aufgrund ihrer eingeschränkten Fähigkeiten und Mobilität nicht kochen, einkaufen oder Taschen tragen können, 365 Tage im Jahr eine warme Mahlzeit zu genießen. Mit einem Mausklick können die Benutzer einen bequemen Online-Menü-Service genießen. Für alle Ernährungsbedürfnisse ist gesorgt, sogar ein Menü mit pürierter Nahrung ist verfügbar. Um sicherzustellen, dass die Gerichte heiß und bemerkenswert frisch an den Tisch des Kunden geliefert werden, verwenden einige Mahlzeitendienste Lieferfahrzeuge mit integriertem Ofen. Die Gerichte werden während der Fahrt schonend gegart. Alternativ werden sie in einzelnen isolierten Boxen transportiert, die sicherstellen, dass sie bis zu Ihrem Tisch heiß gehalten werden. Dieser wertvolle Service fördert die Gesundheit und das Wohlbefinden von Senioren. Die Online-Bestellung macht es für Angehörige sehr bequem, sich um die Bedürfnisse ihrer Lieben zu kümmern, aber es gibt auch die Möglichkeit, telefonisch oder direkt beim Kurierdienst zu bestellen.

Über:

Vor einem Vierteljahrhundert wurde das neue Angebot "Ihr mobiles Restaurant" von Apetito der Öffentlichkeit vorgestellt. Das Versprechen der ersten Stunde hat sich bis heute gehalten: ein hochwertiges Mittagessen für Senioren direkt nach Hause zu bringen. Deshalb wird der Service später auch "Apetito zuhause" und ab 2011 "Country-kitchen by Apetito" genannt. Eines hat sich in all den Jahren nicht geändert: das Streben nach höchster Qualität durch die Verwendung hochwertiger Zutaten, die große Vielfalt im Speiseplan mit neuen Rezepten und die zuverlässige Lieferung direkt ins Haus. Die Köche in der Landhausküche kochen nicht nur Klassiker der guten deutschen Küche, sondern auch beliebte mediterrane Gerichte. Es ist für jeden Geschmack etwas dabei. Sie legen großen Wert auf den natürlichen Reichtum an Aromen und verzichten konsequent auf alle künstlichen Zusatzstoffe wie Geschmacksverstärker, Würzmittel, Hefeextrakt, Farbstoffe sowie Phosphate und Salze. Ihre Fertig- und Tiefkühlkost wird auch über lokale Partner

und Wohlfahrtsverbände wie das Deutsche Rote Kreuz, die Johannitern, Diakoniestationen, Caritas und die Arbeiterwohlfahrt verteilt. Die bunte Auswahl sorgt für kulinarische Abwechslung auf dem Mittagstisch und bietet Senioren ein großes Essvergnügen.

Erfolg:

Dieses Unternehmen zeigt seinen Erfolg durch seine Nachhaltigkeit und Langlebigkeit bei der Erfüllung der Bedürfnisse seiner Kunden. Das tägliche Leben dieser Menschen wird erleichtert, ihre Unabhängigkeit bleibt erhalten und sie haben täglich soziale Kontakte. Die außergewöhnlich hohe Qualität der Lebensmittel lässt sich durch Zertifizierungen wie DIN ISO 9001 belegen oder sie erhalten regelmäßig die DLG-Qualitätsprüfungspreise.

Herausforderungen und Übertragbarkeit:

Es kann schwierig sein, die richtigen Partner zu finden, aber sobald diese Partnerschaften etabliert sind, können sie von unschätzbarem Wert sein. Die IT-Fähigkeiten von Senioren zur Nutzung der Plattform könnten eine Herausforderung darstellen. Sie stellen aber fest, dass Familienmitglieder dazu neigen, diesen Teil zu übernehmen. Wenn dies nicht der Fall ist, haben sie eine eigene Telefonleitung für Bestellungen oder, um es noch weiter zu vereinfachen, können ältere Kunden direkt über ihr Lieferpersonal bestellen. Dadurch kann eine Pflegekraft als Vermittler zwischen dem Unternehmen und den Senioren überflüssig werden. Das Unternehmen bietet unverbindliche Probebestellungen an und schafft damit Flexibilität und Vertrauen bei seinen Kunden.

Das Konzept zeigt, wie wichtig Partnerschaften mit Liefernetzen für die Versorgung von Senioren mit hochwertigen Lebensmitteln sind. Sie konzentrieren sich auf die Lieferung von warmen Speisen und tiefgekühlten, ausgewählten Lieferungen. Der bequeme Ansatz spielt eine wichtige Rolle bei innovativen Lebensmitteln für Senioren; die Online-Plattform kommt dem Bedürfnis nach Essensbestellungen bei Senioren und ihren Angehörigen entgegen.

Produkt & Dienst: Standards & procedures for senior catering

Region: Deutschland

“ Fit im Alter... gesund
essen, besser leben ”



Warum ist das eine Bewährte Praxis?

Fit im Alter ist ein Programm im Rahmen der deutschen Initiative 'INFORM' für gesunde Ernährung und mehr Bewegung. Ziel der Initiative ist es, die Ernährungsgewohnheiten und die körperliche Aktivität der Menschen dauerhaft zu verbessern. Fit im Alter fällt unter den DGE-Qualitätsstandard für die gesamte Verpflegung bei 'Essen auf Rädern' und in Senioreneinrichtungen. Die Initiative "Fit im Alter - gesund essen, besser leben" zielt darauf ab, die Verpflegung älterer Menschen zu optimieren. Außerdem möchte sie das Wissen von Fachleuten, Multiplikatoren und älteren Menschen über eine ausgewogene, altersgerechte Ernährung und Bewegung aktualisieren. Ziel ist es, den Bedürfnissen älterer Menschen gerecht zu werden und so die höchstmögliche Lebensqualität zu erhalten, sowohl in Einrichtungen für ältere Menschen, zu Hause als auch bei Aktivitäten in Seniorengruppen.

Über:

Auf Wunsch und in Absprache mit den Senioren setzt das Programm das Konzept "Fit im Alter, gesund essen, besser leben" mit der Zertifizierung des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft um. Es schafft bedarfsgerechte Möglichkeiten für:

- Diätetik und Ernährung im Alter.
- Einfache Methoden, die es Ihnen erleichtern, selbstständig zu essen.
- Sie berücksichtigen sowohl regionale, saisonale und traditionelle Gerichte als auch individuelle Wünsche.
- Intensive Abstimmung mit dem Pflegemanagement und aktive Einbeziehung der Bewohner.

Ziel des "DGE-Qualitätsstandards für die Verpflegung bei 'Essen auf Rädern' und in Senioreneinrichtungen" ist es, die für die Verpflegung Verantwortlichen bei der Umsetzung einer bedarfsgerechten und zugleich nachhaltigen Verpflegung zu unterstützen. Damit Kunden und Bewohner einen entsprechenden Qualitätsstandard der Dienstleistung erhalten.

Erfolg:

Das Programm unterstützt die Bereitstellung von qualitativ hochwertigen Mahlzeiten für ältere Erwachsene, die den ernährungswissenschaftlichen und physiologischen Empfehlungen entsprechen. Die Mahlzeiten werden ansprechend präsentiert und sind geschmacklich sorgfältig aufeinander abgestimmt. Fit im Alter unterstützt und motiviert Senioren, sich gesund zu ernähren und sorgt dafür, dass sie mit den richtigen Vitaminen und Nährstoffen versorgt werden. Durch eine enge Zusammenarbeit mit allen Beteiligten erfüllt das Programm auch eine Vielzahl von Anforderungen an Speisen und Getränke für Senioren mit z. B. Schluckbeschwerden, Demenz und anderen Schwierigkeiten.

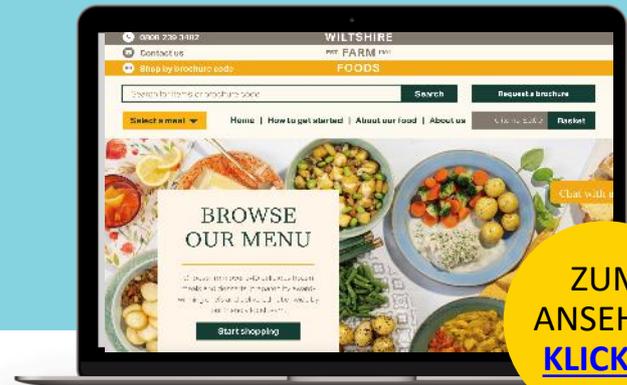
Herausforderungen und Übertragbarkeit:

Dieses Konzept erfordert geschultes und kompetentes Personal und die ständige Zusammenarbeit mit Senioren, Pflegern/Personal/Caterern in Wohneinrichtungen und denjenigen, die mit Essen auf Rädern zu tun haben. Essen sollte als ein Erlebnis gesehen werden. Die Konzentration auf die peripheren Bedürfnisse und externen Faktoren, die sich auf den Essensprozess der Senioren auswirken (z.B. Besteck, saisonale Unterschiede), bietet neue Möglichkeiten für Lebensmittelservice und Produktinnovation.

Das Programm nutzt seine Website vorbildlich, um alle Interessengruppen zu erreichen. Sie bieten Webinare, praktische Beispiele, Rezepte und Hintergrundinformationen zu allen Aspekten des Programms und zum Qualitätsstandardprozess. Auf diese Weise schaffen sie einen standardisierten Ansatz zur Ernährungs- und Bewegungsförderung und unterstützen so die Gesundheit der alternden Bevölkerung in Deutschland. Dieser Ansatz ist sehr leicht übertragbar.

Produkt & Dienst: Wiltshire Farm Foods, Meal delivery**Region: Nottingham, UK**

“ Bleiben Sie sicher und warm zu Hause und lassen Sie sich von uns die Sonne in jede Mahlzeit bringen ”

**Warum ist das eine Bewährte Praxis?**

Das Unternehmen Wiltshire Farm foods bietet einen Mahlzeiten-Lieferservice an. Diese Lieferservice ist auf den Markt für ältere Menschen ausgerichtet und versorgt Fertiggerichte mit ausgewogenem Nährwert für ältere Verbraucher in ganz Großbritannien und Irland. Dies trägt dazu bei, die Nachfrage nach schmackhaften, gesunden, ausgewogenen und bequemen Lebensmitteln für ältere Menschen zu befriedigen und leistet einen wichtigen Beitrag zu ihrer allgemeinen Gesundheit und ihrem Wohlbefinden. Seit Juli 2021 entwickelt das Unternehmen außerdem eine neue Strategie, indem es ein neues Sammel- und Recyclingprogramm einführt, um nachhaltiger zu werden. Zum Beispiel, indem sie das Leergut der Verbraucher einsammeln, so wie es der Milchmann tat. Das ist ein wirklich bahnbrechendes System und das erste seiner Art auf der Welt.

Über:

Das Unternehmen Wiltshire Farm foods wurde 1991 gegründet. Seitdem entwickeln sie großartige Menüs (mit ihrem Chefkoch und Diätassistenten), kochen die Mahlzeiten und liefern sie tiefgekühlt an die Haustür der Verbraucher, wobei sie ihre lokalen Teams einsetzen. Sie zielen auf den Seniorenmarkt ab und verkaufen traditionelle Lieblingsgerichte zum Frühstück, Mittag- und Abendessen sowie zum Dessert. Ihr Angebot ist ernährungsphysiologisch ausgewogen und bietet bei Bedarf sogar pürierte oder texturierte Mahlzeiten, um allen Ernährungsbedürfnissen gerecht zu werden. Ihre Produkte und ihr Service kommen vielen Verbrauchern zugute, vor allem aber der Gruppe der Senioren.

Sie haben eine Auswahl von mehr als 300 Gerichten, die Sie online, über ihre neue App oder per Telefon bestellen können. Diese Lebensmittel sind nicht nur köstlich, sondern auch ernährungsphysiologisch ausgewogen und können bequem direkt aus dem Gefrierschrank in der Mikrowelle oder im Ofen zubereitet werden. Auf Wunsch des Verbrauchers werden die Produkte kontaktlos geliefert. Die Lieferung erfolgt kostenlos an eine beliebige Adresse auf dem britischen Festland, da das Unternehmen Fahrer aus lokalen Teams einsetzt.

Erfolg:

Das Unternehmen Wiltshire Farm foods kann auf 30 Jahre Erfahrung zurückblicken und hat mehrere Preise gewonnen

(darunter zwei Queens's Awards for Enterprise). Das Unternehmen bietet eine Lösung für die heutigen Verbraucherbedürfnisse (insbesondere für gefährdete Gruppen, wie ältere Menschen), indem es die tägliche Nahrungsaufnahme verfolgt, um deren Ernährung und Gesundheit zu überwachen. Das Unternehmen nutzte auch erfolgreich lokale Medien (z.B. eine Weihnachtszeitschrift), um mit seinem älteren Markt zu interagieren. Das Unternehmen veranstaltete einen Wettbewerb, bei dem die Kunden die Rezepte für die Mahlzeiten auswählen konnten, die ihnen "Sonnenschein" bringen. Der Gewinner bekam sein Gericht vom Chefkoch des Unternehmens zubereitet. Diese Idee war sehr erfolgreich, da sie das Engagement der Zielgruppe weckte und dem Team Ideen für die Entwicklung köstlicher und gesunder Lebensmittelprodukte lieferte. Außerdem wurde dadurch der hochwertige Service mit 'Freude', für den das Unternehmen bekannt ist, verbessert.

Die Website des Unternehmens ist einfach zu bedienen und Sie können Ihre Lieblingsgerichte speichern und Ihre früheren Bestellungen wiederholen. Für Senioren, die nicht in der Lage sind, Apps oder Computer zu benutzen, werden auch Bestellungen per Telefon entgegengenommen.

Herausforderungen und Übertragbarkeit:

Auf dem heutigen Markt gibt es eine steigende Nachfrage nach schmackhaften, bequemen und gesunden Lebensmitteln für die Gruppe der älteren Menschen, die einen wachsenden Markt darstellt. Es gibt immer noch eine große Lücke in diesem Markt, die die Lebensmittelhersteller schließen müssen, damit die Silver Economy mehr gesunde Lebensmitteloptionen und Dienstleistungen anbieten kann, um ihr Altern auf angemessene Weise zu unterstützen. Es könnte eine Herausforderung sein, erfahrene Köche zu finden, die bewusst und beständig köstliche und nahrhafte Lebensmittel für die Zielgruppe kreieren können.

In der Covid-Situation könnte ein kontaktloser Lieferservice erforderlich sein, d.h. es werden mehr lokale Fahrer (Lieferteams) benötigt, um diesen hochwertigen Service anzubieten. Für ein neu gegründetes Unternehmen kann es anfangs eine Herausforderung sein, qualitativ hochwertige lokale Lieferteams zu haben. Dieses Modell hätte jedoch ein großes Potenzial, in anderen Regionen der Welt verbreitet zu werden, um mehr älteren Verbrauchern zu helfen.

07

Schlußfolgerungen



Schlußfolgerungen

Der Bewährte-Praxis Leitfadens enthält detaillierte Informationen darüber, wie die "Silver Economy" und der moderne Lebensmittelmarkt durch Innovationen in den Projektpartnerregionen gefördert werden können. Aus den gesammelten Bewährten Praktiken geht hervor, dass der Lebensmittelmarkt für Senioren sehr vielschichtig ist und von innovativen Nahrungsergänzungsmitteln über die Entwicklung von Lebensmitteln für Menschen mit spezifischen Gesundheitsproblemen bis hin Lebensmittel-Lieferdiensten und Kursen zur Lebensmittelzubereitung reicht.

Im Ergebnis wurden 20 verschiedene bewährte Praktiken identifiziert, was zeigt, wie wichtig der Lebensmittelmarkt für den Sektor der Silberwirtschaft ist. Bewährte Praktiken sind einer der wichtigsten Grundsätze für den Erfahrungsaustausch zwischen den Projektregionen. Durch die Analyse dessen, was andere Regionen haben und tun, um die Entwicklung des Lebensmittelmarktes für Senioren zu fördern, wird die Berufsbildung in den Projektregionen in der Lage sein, diese Beispiele als Inspiration zu nutzen, um zu verstehen, wie ihre lokalen Probleme und Lücken im Ökosystem des Lebensmittelmarktes gelöst werden könnten.



**innovating
food** for seniors