

KELLOGG führt Lehrerumfrage durch

Lehrkräfte sind sich einig:

Kinder, die ohne Frühstück in die Schule kommen, leiden unter den negativen Auswirkungen

Hamburg, Januar 2020. 85 Prozent aller Lehrer/innen der Klassenstufen 1-6 geben an, dass Schüler mehrfach die Woche morgens ohne Frühstück im Unterricht erscheinen*. Die Hälfte der befragten Lehrkräfte vermuten, dass den Kindern zu Hause gar kein Frühstück angeboten wird. Die fehlende Mahlzeit am Morgen hat eine erschreckende Folge: 98 Prozent der Lehrer/innen sind sich einig, dass sich dies unmittelbar negativ auf die Schüler auswirkt.

Die Konzentrationsfähigkeit der Kinder sinkt, sie sind nur eingeschränkt lernfähig, ihre Auffassungsgabe ist beeinträchtigt, sie sind leichter abgelenkt, zeigen zunehmend störendes Verhalten und sind lethargischer. Ein Großteil der Lehrkräfte (61 Prozent) schätzt, dass den Kindern ohne Frühstück so täglich im Schnitt ungefähr eine Stunde an Lernzeit fehlt. Und es gibt kaum Abhilfe, denn nur ca. einem Drittel der Schüler, die ohne Frühstück in die Schule kommen, wird mit einem kostenlosen Frühstück geholfen. Jede zehnte Lehrkraft kauft den Kindern sogar aus privaten Ersparnissen ein Frühstück.

Deutschlandweit ist dies die traurige Realität. Aus diesem Grund unterstützt KELLOGG den Verein brotZeit e.V. bereits seit 2015. Das ganzheitliche Konzept von brotZeit findet sich schon im Namen wieder: Brot und Zeit geben. Schüler erhalten ein ausgewogenes Frühstück, vorbereitet und betreut von mehr als 1.300 Senioren deutschlandweit. Dass dieser Ansatz funktioniert, zeigt sich in den Ergebnissen einer zweiten repräsentativen Umfrage von Lehrkräften an Schulen, an denen es durch brotZeit ein Frühstücksangebot gibt**.

Im Schnitt nimmt jedes fünfte Kind täglich das brotZeit-Frühstücksangebot wahr. Der durchweg positive Einfluss von brotZeit wird von Lehrer/innen klar bestätigt. So sind sich 95 Prozent der Lehrkräfte einig, dass sich Schüler mit Frühstück besser konzentrieren. Zudem sind 91 Prozent der Lehrer/innen davon überzeugt, dass das gemeinsame brotZeit Frühstück das Sozialverhalten der Schüler fördert und die Interaktionen der Kinder miteinander und mit Erwachsenen verbessert.

Pressemitteilung

Der Großteil der Lehrkräfte (84 Prozent) geht außerdem davon aus, dass sich ein brotZeit-Frühstück positiv auf das Lernverhalten auswirkt und so bessere Lernerfolge erzielt werden können, da die Schüler weniger lethargisch sind. Das Frühstücksangebot hat des Weiteren einen positiven Einfluss auf die Pünktlichkeit und den allgemeinen Bildungsstand. Jede zweite Lehrkraft meint, dass Schüler häufiger pünktlich zum Unterricht erscheinen und sogar ihren Bildungsstand verbessern können, wenn ihnen regelmäßig ein brotZeit-Frühstück zur Verfügung gestellt wird.

Oliver Bruns, Geschäftsführer KELLOGG Germany & Austria, kommentiert: „Die Ergebnisse der beiden Umfragen zeigen, wie wichtig die Arbeit von brotZeit e.V. für die Kinder ist. Auf den ersten Blick wird ein tägliches Frühstück angeboten, langfristig aber verbessert brotZeit mit seinem Angebot die Chancengleichheit der Schüler. Wir freuen uns über und sind stolz auf die Zusammenarbeit mit brotZeit, einem Verein mit einer essentiellen Mission für die Zukunft unserer Gesellschaft.“

Uschi Glas, Mitbegründerin und Vorstandsmitglied brotZeit e.V. erklärt: „Dank KELLOGG können wir viele Grundschulen in Hamburg unterstützen und somit hunderten Kindern ein nahrhaftes Frühstück anbieten. Um noch mehr Kinder zu versorgen, wird unser Verein weiter wachsen. Ich freue mich, dass Kellogg uns bei diesem Schritt in die Zukunft begleitet und uns langfristig unterstützt.“

Der Verein brotZeit e.V. richtet gemeinsam mit seinen Förderern den Blick in die Zukunft. So sollen die Frühstücksangebote von 225 auf 1.500 Schulen erweitert werden, um noch mehr Kindern einen produktiven Schultag zu ermöglichen.

*Repräsentative Umfrage 1 - Zielgruppe: Lehrer/innen der Klassenstufen 1-6 in Deutschland; Stichprobengröße: 601 Teilnehmer

**Repräsentative Umfrage 2 - Zielgruppe: Schulleiter/innen bzw. Lehrer/innen in Schulen mit Schülern der Klassenstufen 1-6 in Deutschland, in denen durch brotZeit e.V. ein Frühstücksangebot vorhanden ist; Stichprobengröße: 185 Teilnehmer

Pressemitteilung

Über KELLOGG:

Wir bei KELLOGG verfolgen das Ziel, das Leben der Menschen durch hochwertige Produkte und relevante Marken zu bereichern. Im Jahr 2018 erzielte KELLOGG mit Marken wie beispielsweise KELLOGG'S® CORN FLAKES, KELLOGG'S® MÜSLI, KELLOGG'S® TOPPAS®, KELLOGG'S® FROSTIES®, KELLOGG'S® CHOCOKRISPIES® sowie PRINGLES® einen Umsatz von 13,5 Milliarden US-Dollar. Über unsere Plattform Better Days unterstützen wir weltweit soziale Projekte und haben uns dazu verpflichtet, bis 2030 drei Milliarden Better Days mit unseren Partnern zu gestalten. Wenn Sie mehr über KELLOGG, unsere Corporate Social Responsibility-Projekte sowie unsere Unternehmensgeschichte erfahren möchten, besuchen Sie unsere Website www.kelloggs.de, www.kelloggcompany.com oder www.OpenforBreakfast.com.

Pressekontakt:

KELLOGG (DEUTSCHLAND) GMBH
Christiane Repenning
Communication Specialist Germany/ Austria & High Growth Markets
Burchardstraße 14
20095 Hamburg

Tel: +49 40 370 229 340
E-Mail: christiane.repenning@kellogg.com