

proJugend

Fachzeitschrift der Aktion Jugendschutz
Landesarbeitsstelle Bayern e.V.

Nr. 1/2018

BELEGEXEMPLAR



Schmeckt's?

Essen und Ernährung als Schauplatz der Pädagogik

Mahlzeiten und andere Verzehrsituationen ● Der „Suppenkaspar“ in pädagogischen Einrichtungen ● Nutritionists leave them kids alone ● Ess-Kulturen Jugendlicher ● Kinderlebensmittel – so wichtig wie das tägliche Brot? ● „GUT DRAUF“ – ein Präventionsprojekt im Kontext Berufsschule ● TeamRezepte – eine Jugendbildungsmaßnahme ● Häppchen-Teller



Ess-Kulturen Jugendlicher –

(K)ein Leitfaden zur Ernährungsbildung durch Ernährungskommunikation

von Gunther Hirschfelder und Markus Schreckhaas

Essen – das ist heute ein schwieriges Thema. Nicht nur für pädagogische Fachkräfte, sondern vor allem für Kinder und Jugendliche. Warum? Vor allem, weil die Ernährung eine Plattform ist, auf der sich beinahe die gesamte Kultur spiegelt, die Weltanschauungen ebenso wie die Frage, wie man es mit Gesundheit und Körper hält. Außerdem steht das Essen immer im Fokus. Bei häufiger Verzeehr findet heute eigentlich nur noch im Privaten statt. Wo andere Menschen sind, präsentiert man sein Essen, kommentiert es und muss sich dafür rechtfertigen. Wer als Hochschullehrer in der Cafeteria isst, weiß ein Lied davon zu singen. Kommentare der Studierenden, Wurstbrötchen seien ungesund, das Croissant zu fett oder der Salat in einer Wegwerfschale, sind an der Tagesordnung. Auf dem Schulhof oder im Sportverein ist der Druck für die Jugend wohl noch größer. Woran liegt das? Und wie damit umgehen? Wir versuchen, Anregungen zu einem Leitfaden zu geben. Aber eben nur Anregungen, denn klare Rezepte sind hier unmöglich. Zudem sind wir – die Autoren – Kulturwissenschaftler, analysieren die Esskultur, aber bewerten sie wissenschaftlich gesehen nicht normativ.

Auf dem Schulhof. Drei Szenarien zum Einstieg.

Eine fiktive Szene. Ob sie sich so zutragen könnte? Pädagogische Fachkräfte können das am besten beurteilen. Ein Junge, 15, ist neu auf der Schule. Die Familie ist zugezogen. In der Pause nähert er sich einer Gruppe, eine Dose Energy-Drink vom Discounter und einen veganen Sportriegel in der Hand. Die Taktik ist wohlüberlegt. Dazugehören ist schließlich alles. Ein Mitschüler bemerkt ihn: „Hey Bro, voll auf Energie, hier,

nimm mal den Ball und zeig deine Skills.“ Der Neue ist dankbar: Signal angekommen.

Szenario zwei, gleicher Anfang. Dann wird der Junge bemerkt. Von den Jungs gegenüber ruft einer: „Hast dich wohl im Schulhof vertan. Hier wird derbe representet. Der Discount-Club trifft sich an der Bushaltestelle!“ Gelächter. Strategie nicht aufgegangen.

Szenario drei. Der Junge kommt auf eine lockere, gemischte Gruppe zu. Ein Mädchen schaut ihn freundlich an: „Hey, bist du der Neue?“ Ihre Freundin sagt leicht gereizt: „Wenn alle mit so Alu-Dosen rumlaufen und

solchen Mist kaufen, dann geht die Welt so schnell unter, da kannst du zugucken. Überleg dir mal, was du da für einen Schwachsinn machst!“ Strategie nicht aufgegangen, aber immerhin: eine Chance auf Dialog. Das konstruierte fiktive Beispiel zeigt: Pädagogen und Ernährungsfachkräfte haben einen klaren Fokus auf die Lebensmittel und ihre Wertigkeiten. Aber aus der Perspektive der Jugendlichen sieht die Situation mitunter grundlegend anders aus.

Die gute alte Zeit

In den alten Zeiten von BRD und DDR war Ernährung noch eine übersichtliche Sache. Man lernte zu Hause, am Familientisch, was man isst und wie man sich zu benehmen hat. Grundsätzlich ernährte man sich gemäß seiner sozialen Schicht beziehungsweise Klasse. Champagner bei Bergarbeitern war eher selten, und wenn die Tochter des Zahnarztes heiratete, trank niemand aus der Bierflasche (außer zu vorgerückter Stunde, und dann war es nachher peinlich). Ansonsten wurde nicht viel Aufhebens gemacht: Der Ost-West-Konflikt, die Ideologien oder auch die Reize des Kapitalismus wurden wesentlich intensiver diskutiert als die Vorzüge der Chia-Samen (die man damals noch gar nicht kannte). Auf dem Schulhof dominierte das Butterbrot – fast für alle. Rückblickend war das eine schön einfache Zeit mit klaren Leitperspektiven, aber das ist subjektiv und unwissenschaftlich. Klar ist aber: Aus esskultureller Perspektive war diese Zeit übersichtlich. Ernährungsbildung war damals eine Sache, die vor allem im Hauswirtschaftsunterricht stattfand, und außerhalb der Schule in jenen Berufen, die etwas mit Gemeinschafts- und Krankenverpflegung zu tun hatten. Diese waren primär weiblich.

Essen hat heute nichts (oder kaum etwas) mit Ernährung zu tun

Die deutsche Einheit fiel mit einer Zeitenwende zusammen, deren Schlagworte Globalisierung, Digitalisierung und – in Bezug auf die großen politischen Weltanschauungen des 20. Jahrhunderts – Ent-Ideologisierung lauten. Auf diesem Weg wurden aus den nivellierten Mittelstandsgesellschaften, in denen man sein Verhalten zum Großteil an Herkunft, Stand und Tradition orientiert hatte, moderne Lebensstilgesellschaften, in denen sich der Mensch neu und individuell verorten muss. Lebensstile müssen dokumentiert werden, und eines der wichtigsten Kommunikationsmittel ist das Essen. Neue Lebensmittel aus dem Bereich „super food“ wie Goji-Beeren sind dabei nicht nur Müslizu-

satz, sondern vor allem Bekenntnis. Was wir essen, posten wir, reden darüber, zeigen, was wir uns leisten können oder wie wir die Welt gerne hätten: nachhaltig oder als Ressource des Konsums. Die neuen Pole in diesem Spiel sind nicht mehr Kommunismus und Kapitalismus, sondern Urban Gardening oder das Konzept der „Essbaren Stadt“ auf der einen und japanisches Rindfleisch auf dem Hightech-Grill auf der anderen Seite. Dazu kommt: Essen wird ständig reflektiert und in Frage gestellt. Macht die Wurst dick? Verursacht rotes Fleisch Krebs? Wirkt eine basische Ernährung lebensverlängernd? Diese extreme Fokussierung auf das Essen ist aber nicht lächerlich, sondern real. Das hat auch etwas mit der spätkapitalistischen Globalgesellschaft und ihrer permanenten Unsicherheit zu tun. Junge Menschen fühlen sich in ihren biografischen Chancen bedroht. Sie wissen um die Risiken und sie bekommen in der Bilderwelt der Medien vermittelt: Wer gut im Job ist, dem sieht man das an. Der kluge Kopf steckt in einem starken schönen Körper; und wer nicht leistungsfähig aussieht, ist bei der Jobsuche im Nachteil. Das ist ebenso zutreffend wie logisch. Was zur Konsequenz hat, dass Abibälle aussehen wie Hollywood-Castings und Eiweißdiäten zum Muskelaufbau für Heranwachsende verbreitet sind. Ernährung ist Symbol und Werkzeug gleichermaßen und wird von vielen vor allem in diesen Kontexten wahrgenommen und kommuniziert. Anders sieht es in Teilen bildungsferner und einkommensarmer Schichten aus. Hier findet die Resignation bereits beim sorglosen Umgang mit Hochkalorischem ihre Entsprechung.

Ernährungskommunikation als neue pädagogische Herausforderung

Jugendliche versuchen in der modernen Gesellschaft zu überleben, ihre Chancen zu finden und dann auch zu nutzen, ihren Platz in Peer-Group und Gesellschaft einzunehmen und zu behaupten – wie alle Jugendlichen dieser Welt vor ihnen. Was aber neu ist: Essen und Ernährung sind heute zu zentralen Instrumenten und Kommunikationsmitteln geworden. Dass Jugendliche dabei wenig Bereitschaft zeigen, sich für Ernährungsregeln zu begeistern, die zudem im Imperativ vorgebracht werden, liegt auf der Hand. Genauso gut könnte man ihnen empfehlen, in wen sie sich verlieben sollten. Im Grunde müssen die alten Ernährungsbildungskonzepte kritisch hinterfragt werden. Erforderlich ist ein Paradigmenwechsel: Ernährungskommunikation statt Ernährungsbildung. Wer mit Jugendlichen spricht, sollte erst ihre Befindlichkeiten und Alltage, dann aber

auch ihre Wünsche, Vorlieben und Strategien erkunden. Auf dieser Ebene kann dann partnerschaftlich diskutiert werden, für welche Ernährungswege (immer im Plural!) sich die Jugendlichen bewusst und aktiv entscheiden wollen. Dazu ist aber Hilfestellung notwendig, denn für diese schwierigen Entscheidungen braucht es Expertise. Nicht nur, was die erforderlichen Nährstoffmengen oder die gängigen Risiken falscher Ernährung betrifft, sondern vor allem hinsichtlich der Produkte und ihrer Zubereitung: Woran erkennt man im Geschäft gute Avocados oder Kohlköpfe? Und was macht man in der Küche damit? All das ließe sich leicht umsetzen – wenn Staat, Kitas und Schulen in der Lage und bereit wären, dafür Geld zur Verfügung zu stellen und institutionelle Räume zu schaffen. Das werden sie kurzfristig kaum tun. So bleibt nur Selbsthilfe. Was übrigens durchaus realisierbar ist: Warum nicht im Sportverein über Leistung und Ernährung diskutieren und danach handeln? Warum nicht im Chemieunterricht kochen und dabei Aggregatzustände, Osmose und Diffusion erklären? Aber es geht auch niedrigschwelliger – in jedem Schulfach, in jedem Gespräch. Denn Ernährung ist vor allem Kommunikation und Kultur.

Ernährungsbildung braucht Ritualisierung

Mit der Ernährungsbildung ist es im Grunde wie mit der Religion. Einmal die Gebote erklären reicht nicht. Die Kirche hat die Institution Gottesdienst etabliert, das hat sich bewährt, man kann über bestimmte Sachen ruhig wöchentlich nachdenken und sprechen: Was ist gut und böse, warum bin ich auf der Welt, muss ich Angst vor dem Tod haben und so weiter. Eigentlich sollte Ernährungsbildung ähnlich funktionieren: Das ist kein einmaliger Prozess, sondern sie sollte institutionalisiert, permanent eingeübt und dialogisch gestaltet sein und nicht als Imperativ – zumindest, wenn sie wirken soll. Die eigene Ernährung ist schließlich ein lebenslanges Experiment, das nur funktionieren kann, wenn bereits Jugendlichen permanent ein offenes Angebot gemacht wird, sich mitzuteilen oder Fragen zu stellen. Im besten Fall geschieht dies völlig frei von Ängsten und Zwängen – Peinlichkeiten darf es in diesem Diskurs eigentlich nicht geben. Ein spielerischer, forschender Zugang zum Thema Ernährung ist evident, wirklich „falsch“ an spezifisch jugendlichen Ernährungsstilen ist erstmal gar nichts. Auch der Energy-Drink auf dem Schulhof ist per se nicht verkehrt, denn auch hier folgen junge Konsumenten lediglich einer klaren Logik, die es seitens der Pädagogik zu entschlüsseln gilt. Im Dialog ließen sich also Fragen formulieren, die auf die Funktionswei-

sen von Statussymbolen oder Hedonismus abzielen. Man könnte gemeinsam überlegen, was eigentlich die Empfindung Ekel bedeutet, wie sich Identität über die eigene Ernährung definiert und woran es wohl liegen mag, dass bestimmte Lebensmittelprodukte gestern noch absolut hip waren, heute bei Jugendlichen aber ein No-Go sind. Übergeordnete Fragestellungen laden Jugendliche dazu ein, sich dem Thema Ernährung selbstreflektiert zu nähern und Reflexion ist immer auch der erste Schritt zu einer bewussten Ernährung. Solche ernährungsbildenden Angebote brauchen aber ihren festen Platz im wöchentlichen oder monatlichen Ablauf, um wirklich Eingang in die alltägliche Wahrnehmung der Jugendlichen zu gewährleisten. Einen einzigen Stimulus zu setzen reicht nicht aus, ein einziger Projekttag zum Thema „Gesunde Ernährung“ beispielsweise würde wohl kaum von Jugendlichen ernst genommen werden.

Ernährungsbildung ist nicht mehr analog

Ernährungsbildung wird meist als Bildung in Unterrichtsformaten oder in anderen pädagogischen Kontexten verstanden. Das war sie im 20. Jahrhundert auch: Wissenschaftliche Resultate wurden meist über die Deutsche Gesellschaft für Ernährung in die Institutionen kommuniziert und von dort aus vermittelt. Die Essregeln wurden dann auch kaum verändert: Viele Kohlenhydrate sind wichtig, Obst ist gesund, und Eiweiß nicht vergessen.

Die digitale Welt des 21. Jahrhunderts hat die alte Bildungswelt allerdings zum Einsturz gebracht. Ernährungswissen wird heute nicht mehr allein institutionell vermittelt, sondern findet seinen Weg zu den Verbrauchern über digitale Medien. Die Abkehr vom Analogen birgt natürlich ein sagenhaftes Versprechen, das nicht nur den Alltag von Jugendlichen nachhaltig beeinflusst: nämlich den Zugriff auf das gesamte Ernährungswissen und zwar unmittelbar auf Abruf. Das Resultat stellt die Ernährungsbildung allerdings vor ein erhebliches Problem, denn an die Stelle alter vertrauenswürdiger Institutionen sind nun Akteure gerückt, die ihr oftmals ideologisiertes Wissen über netzbasierte, nicht-lineare Kanäle verbreiten. Deutungshoheiten über das, was richtiges Ernährungsverhalten sein soll, haben sich disruptiv verschoben. Oder kennen Sie noch Jugendliche, die wissen, was ein Ernährungskreis oder eine Ernährungspyramide sind und was man daran kritisieren kann?

Junge Konsumenten wählen diese neuen Kanäle selbst aus und entscheiden bewusst je nach Interessenslage,

welche Informationen sie annehmen möchten, welchem Youtuber sie vertrauen. Somit haben diese neuen Influencer – wie sie von der Werbebranche genannt werden – spielerisch eines erreicht, was mittlerweile quasi zum Existenzrecht aller Wissensvermittler geworden ist, sie haben Reichweite. Und wie kann man diesen Erfolg erklären? Akteure der neuen Plattformen des Social Media wie Lefloid, AlexV, Sophia Thiel aber auch Attila Hildmann oder Ingo Froböse haben alle gleichermaßen verstanden, dass Ernährung für Jugendliche in erster Linie Bekenntnis zu einem bestimmten Lifestyle bedeutet. Und es sind genau diese Lifestyles, die Orientierung bieten. Jugendlichen wird so gezeigt, wie sie sozial interagieren, sich kleiden und eben auch essen sollen. So ist es möglich, vom Fastfood-Burger bis hin zum veganen Matcha-Eis, Lebensmittel und den Umgang mit ihnen quasi vorzuleben. Ein Angebot an Jugendliche in Sachen Ernährungsbildung hat 2018 deutlich nachhaltigere Chancen, wenn pädagogische Fachkräfte verstehen, dass beispielsweise der neueste Food-Haul von Saskias-BeautyBlog auf YouTube einen größeren Einfluss auf das Ernährungsverhalten hat als das neubesetzte Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft.

Zudem ist es für Jugendliche wiederum ohnehin häufig zweitrangig, aus welchen Inhaltsstoffen genau sich ein Lebensmittel zusammensetzt. Viel wichtiger sind Symbolik und die Frage, ob Nahrungsmittel instagrammable sind, also ob sie sich visuell im eigenen Social-Media-Kanal vorteilhaft darstellen lassen. Da aber eine letzte und übergeordnete Instanz fehlt, haben wir es mit dem Phänomen der kulturellen Gleichzeitigkeit zu tun: Die einen sanktionieren auf dem Schulhof beim Anblick einer umweltschädlichen Alu-Dose, während die anderen die Chiffre „Energy-Drink“ und „veganen Sportriegel“ sofort entziffern und zu sozialer Interaktion einladen. Aber ist all das im Grunde genommen wirklich so neu?

Ernährung folgt Grundmustern

Unsere Essregeln unterliegen einem ständigen Wandel und sind abhängig von Faktoren wie Glaubenssätzen, wissenschaftlichen Studien, wirtschaftlichen Möglichkeiten aber auch vom Wetter oder dem sozialen Nahbereich. Unsere Vorstellungen von Tradition, Ethik und Moral oder unsere individuelle Eigenwahrnehmung, die sich immer stärker an Moden und Lebensstilen orientiert, formen Identität und vervollständigen das Bild vielschichtiger Esskulturen. Es ist also keinesfalls zufällig, was, wie, wann, wo und mit wem wir essen und trinken. Vielmehr lassen sich Grundmuster identifizie-

ren, die sich über Jahrhunderte – sogar Jahrtausende – entwickelten und unser Essverhalten auch heute noch bestimmen. Eigentlich tun sie dies auch völlig unabhängig von Herkunft oder sozialem Status, denn wir haben es in der Ernährung mit grundsätzlichen, psychologischen Bedürfnissen zu tun. Im heutigen visualisierten und digitalisierten Alltag Jugendlicher wird Ernährung mehr denn je eingesetzt, um Zugehörigkeit zu demonstrieren oder sich abzugrenzen. Dadurch bildet sich (richtige) Identität, wodurch dann die ersehnte Akzeptanz in einer bestimmten Peer-Group gewährleistet wird. Dabei verlaufen die Trennlinien zwischen dem, was akzeptiert ist, und dem, was sanktioniert wird, nicht mehr klar trennscharf. Das Konsumverhalten der sogenannten Generation Y ist so sprunghaft wie noch nie, Markenbindung und Vertrauen in ein bestimmtes Produkt haben mittlerweile kurze Halbwertszeiten. Ernährung ist Kommunikation und Kommunikation ist immer auch Sprache. Eine Ernährungsbildung, die am Alltag Jugendlicher andocken will, muss die Grammatik dieser Sprache begreifen. Dabei bedarf es seitens der Pädagogik keiner tiefgreifenden Medienanalyse, um zentrale Codes zu entschlüsseln. Fachkräfte sollten sich in einem ersten Schritt einfach mit den Kommunikationsplattformen vertraut machen, herausfinden, welche netzbasierten Kanäle genutzt werden. Denn wenn signalisiert wird, dass ein grundsätzliches Verständnis für die Bedürfniswelt Jugendlicher vorhanden ist, entstehen Bereitschaft zum Dialog und in der Folge ein bewusster, zumindest reflektierter Umgang mit Ernährung. Die Zeit der allgemeinen Ernährungsempfehlungen und Schautafeln mit Ernährungskreisen ist endgültig vorbei.

Literatur & Links

BICER, ENIS/WINDZIO, MICHAEL/WINGENS, MATTHIAS (HGG.): **Soziale Netzwerke, Sozialkapital und ethnische Grenzziehungen im Schulkontext**. Wiesbaden 2014.

HAGEDORN, JÖRG (HG.): **Jugend, Schule, Identität: Selbstwerdung und Identitätskonstruktion im Kontext Schule**. Wiesbaden 2014.

HELSPER, WERNER: **Jugend im Diskurs von Moderne und Postmoderne**. In Ders. (Hg.): *Jugend zwischen Moderne und Postmoderne*. S. 11–38, Opladen 1991.

HIRSCHFELDER, GUNTHER: **Das Bild unserer Lebensmittel zwischen Inszenierung, Illusion und Realität**. In: Stefan Leible (Hg.): *Lebensmittel zwischen Illusion und Wirklichkeit (Schriften zum Lebensmittelrecht, Bd. 30)*, S. 7–34, Bayreuth 2014.

HIRSCHFELDER, GUNTHER; PLOEGER, ANGELIKA; SCHÖNBERGER, GESA (HGG.): **Die Zukunft auf dem Tisch. Analysen, Trends und Perspektiven der Ernährung von morgen**. Wiesbaden 2011.

HIRSCHFELDER, GUNTHER; SCHRECKHAAS, MARKUS: **„Einfach ist mehr“. Anmerkungen zur ALDI-Kampagne 2016**. In: *Mitteilungen des Regensburger Verbunds für Werbeforschung (Band 4)*, S. 40–48 (2016). URL: <http://epub.uni-regensburg.de/rvw.html>.

SCHRECKHAAS, MARKUS: **Die Sache mit der Qualität**. In: *Journal Culinaire* 23, S. 19–23 (2016).

WESTPHAL, KRISTIN; JÖRISSSEN, BENJAMIN (HG.): **Vom Straßenkind zum Medienkind. Raum- und Medienforschung im 21. Jahrhundert**. Weinheim/München 2013.