



Dr. Rainer Wild-Stiftung  
Stiftung für gesunde Ernährung

**Internationaler Arbeitskreis für Kulturforschung des Essens**

# Mitteilungen

Heft 16 • Dezember 2008



**Der Krieg gegen Übergewicht: Warum er geführt wird,  
warum er verloren ist, wie er beendet werden könnte**

---

**Ernährung im Fernsehen:  
Darstellung und Wirkung**

---

**Zukunftsfähige Produktentwicklung  
am Beispiel Ernährung**

---

**Unser Speichel  
oder: Spucke ist nicht nur zum Spucken da!**

---

Internationaler Arbeitskreis  
für Kulturforschung des Essens



Dr. Rainer Wild-Stiftung  
Stiftung für gesunde Ernährung

Mitteilungen

Heft 16 • Dezember 2008

Liebe Leserinnen und Leser,

nicht nur zur besinnlichen Weihnachtszeit, sondern auch im Alltag kommt der gemeinsamen Mahlzeit im Kreise der Familie eine besondere Rolle zu. Prägung von Essgewohnheiten, Austausch oder Wertevermittlung sind nur einige Beispiele, die uns beim Stichwort Familienmahlzeit einfallen. Doch entspricht dieses Idealbild tatsächlich der Wirklichkeit? Müssen wir uns nicht vielmehr auch die schwierigen Aspekte der Familienmahlzeit vor Augen führen, um eine sachliche Diskussion über sinnvolle Verpflegungsangebote auch außer Haus führen zu können? Wer von Ihnen am 12. Heidelberger Ernährungsforum der Dr. Rainer Wild-Stiftung teilgenommen hat, konnte einige Anregungen dazu mit nach Hause nehmen. Eine Zusammenfassung finden Sie in unserem Tagungsbericht „Schulverpflegung contra Familienglück“.

Weitere spannende Aspekte zum Thema Ernährung bieten Ihnen unsere interdisziplinär ausgerichteten Hauptbeiträge, Berichte und Rezensionen. Wussten Sie beispielsweise, dass Speichel essentiell ist für den Geschmack und sich ohne ihn Bakterien ungehemmt in unserer Mundhöhle vermehren könnten? Petra Schling und Gerhard Gröger verraten Ihnen mehr dazu in ihrem Beitrag zum Thema Spucke. Wenn es Sie interessiert, wie eine zukunftsfähige Produktentwicklung und erfolgreiche Kommunikationsstrategien im Bereich Ernährung aussehen könnten, lesen Sie den Beitrag von Karl-Michael Brunner und Florian Heiler, die das Projekt „Sustainable Lifestyles“ vorstellen. Mit Kommunikation beschäftigt sich auch der Beitrag von Patrick Rössler „Darstellung und Wirkung von Ernährung im Fernsehen“. Er wirft die Frage auf, ob Fernsehen an sich einen negativen Einfluss auf das Essverhalten hat oder ob Werbewirkungsmechanismen nicht auch positiv zur Promotion von gesund erhaltenden Nahrungsmitteln genutzt werden können. Ein wichtiger Aspekt in einer Zeit, in der steigendes Übergewicht Schlagzeilen macht. Dass die gesellschaftliche Thematisierung von Übergewicht aber kein Phänomen der Moderne ist, sondern sich auf die unterschiedlichste Weise durch die gesamte abendländische Geschichte zieht, zeigt Christoph Klotter in „Der Krieg gegen Übergewicht“. Die Frage allerdings, inwieweit wir – die wir freie Meinungsäußerung besitzen, unsere Regierung wählen und nicht willkürlich verhaftet werden dürfen – auch selbst darüber entscheiden (dürfen), ob wir schlank oder wohlbeleibt sind, bleibt jedem selbst zu beantworten.

Uns bleibt nun noch, Ihnen ein gesundes neues Jahr zu wünschen und natürlich eine anregende Lesezeit mit den *Mitteilungen*.  
Die Redaktion

## INHALT

### Beiträge

- |  |  |
|--|--|
| <p>2 Christoph Klotter<br/>Der Krieg gegen Übergewicht – warum er geführt wird, warum er verloren ist oder wie er beendet werden könnte</p> <p>12 Patrick Rössler<br/>Ernährung im Fernsehen: Darstellung und Wirkung</p> <p>24 Karl-Michael Brunner, Florian Heiler<br/>Zukunftsfähige Produktentwicklung am Beispiel Ernährung</p> <p>34 Petra Schling, Gerhard Gröger<br/>Unser Speichel –<br/>oder: Spucke ist nicht nur zum Spucken da!</p> | <p>46 Food Literacy geht weiter!</p> <p>48 Neue Blicke auf alltägliche und literarische Nahrungslandschaften im Rahmen einer „Semiotik der Speise“</p> <p>50 „Schulverpflegung contra Familienglück“<br/>Tagungsbericht zum 12. Heidelberger Ernährungsforum</p> <p>52 „From under-nutrition to obesity“<br/>Tagungsbericht zum Symposium der ICREFH</p> <p>54 Sarah Wiener Stiftung:<br/>Für gesunde Kinder und was Vernünftiges zu essen</p> |
|--|--|

### Arbeitskreis intern

- 43 Aus dem Arbeitskreis

### Berichte

- 44 Internetbasierte Risikokartierungen am Beispiel Nahrungsergänzungsmittel

### Literatur

- 55 Literaturhinweise  
60 Rezensionen

### Nicht zuletzt

- 64 Presse- und Themenservice der Dr. Rainer Wild-Stiftung  
64 Wir über uns / Impressum

# Der Krieg gegen Übergewicht – warum er geführt wird, warum er verloren ist oder wie er beendet werden könnte<sup>1</sup>

CHRISTOPH KLOTTER

## Einleitung

Auf allen Medienkanälen werden wir über realisierte oder vereitelte Terroranschläge informiert. Die sich ankündigende Klimakatastrophe beherrscht die Schlagzeilen gleichermaßen. In diesen taucht eine andere Gefahr für unsere Gesellschaft ebenfalls auf: die bereits existierende oder drohende Übergewichtsepidemie. Immer mehr Menschen sollen übergewichtig sein, Übergewicht wird das Gesundheitsproblem Nr. 1 werden – mit den entsprechenden finanziellen Belastungen für das Gesundheitswesen.

Was liegt da näher, quasi als natürlicher Überlebensreflexwunsch, als den Krieg gegen das Übergewicht lautstark auszurufen und mit dieser Metapher intensiv zu arbeiten. Alleine auf einer Seite einer Veröffentlichung tauchen bei Blackburn<sup>2</sup> folgende Terme auf: zweimal „combating“, einmal „agressive government policies“, einmal „fight against obesity“ und einmal „America’s losing battle against obesity“. Wer den Krieg erklärt, der definiert damit einen Gegner, der zu bekämpfen, oder auch einen Feind, den es zu vernichten gilt. Auf jeden Fall wird ein Freund-Feind-Verhältnis (Carl Schmitt) bestimmt. Ob Gegner oder Feind, niemand lässt sich gerne besiegen und nimmt den Kampf auf.

Als 1984 in Frankreich (und 1986 in Deutschland) Foucaults Werk „Der Gebrauch der Lüste – Sexualität und Wahrheit 2“<sup>3</sup> erschien, da wurde ersichtlich, dass er „Sexualität und Wahrheit 1“<sup>4</sup> nicht einfach fortgesetzt hatte. Foucault hatte seinen Fokus deutlich verändert: von einer, vereinfacht formuliert, Geschichte der Sexualität hin zu einer Fragestellung, wie sich Menschen selbst gestalten, mit welchen

Methoden sich Subjekte herstellen – auch bezüglich des Umgangs mit Sexualität. Dieses Thema bedeutete für Foucault auch die Hinwendung zur Antike, zu den antiken Texten, die das Abendland so entscheidend konfiguriert haben. Bei diesem Vorhaben stieß Foucault auf den Begriff der *diäta*, der Diätetik, die als Lehre von der Lebensweise übersetzt werden kann. Sie kreist um Fragen, wie etwa: Wie ernähre ich mich? Wie praktiziere ich Sexualität? Wie stark kontrolliere ich meine innere Natur? Welches Verhältnis gehe ich hiermit zu mir selbst ein? Diätetik stellt so einen selbst bestimmten Umgang mit sich selbst dar. Es gibt keine Religion, die vorschreibt, wie das Leben zu gestalten ist, es gibt keine quasi rechtsverbindliche wissenschaftliche Lehrmeinung, wie die Nahrungsaufnahme zu bewerkstelligen ist, vielmehr ist der freie Bürger aufgerufen, selbst zu definieren, wie der Umgang mit dem eigenen Körper und der Zugang zur Welt sein soll.

Heute ist uns dieser Begriff der Diätetik überwiegend fremd. Die Sexualität wird tendenziell als etwas begriffen, was sich *natürlich* Bahn bricht, was sich ereignet, aber weniger als bewusster Umgang mit sich selbst wahrgenommen wird. Bezüglich der Nahrungsaufnahme ist die Freiheit geblieben, zwischen verschiedenen Diäten auszuwählen, also zwischen unterschiedlichen Kostregimes. Wenn Diätetik im antiken Sinne als Lebenskunst verstanden werden kann, dann ist diese heute zu einem bestimmten Kostplan verkümmert. Die nahezu selbstverständliche Annahme, dass wir in Westeuropa als freie Bürger in einer freien Welt leben, ist mit diesem historischen Prozess von der Diätetik zur Diät etwas untergraben. Mit den

1 Der Beitrag basiert auf dem Text KLOTTER, Ch.: Von der Diätetik zur Diät – Zur Ideengeschichte der Adipositas. In: Schmidt-Semisch, H./Schorb, F. (Hg.): Kreuzzug gegen Fette, Wiesbaden 2008, 21–34.

2 BLACKBURN, G. L.: Teaching, learning, doing: best practises in education, Am J Clin Nutr (suppl), 2005, 218S–221S, hier 207.

3 FOUCAULT, M.: Der Gebrauch der Lüste – Sexualität und Wahrheit 2, Frankfurt 1986.

4 FOUCAULT, M.: Sexualität und Wahrheit. Band 1, Frankfurt 1977a.

Idealen der Menschenrechte, der bürgerlichen Aufklärung (z.B. Ausgang aus einer selbst verschuldeten Unmündigkeit – Kant) und der Demokratie als neue Freiheiten korrespondieren möglicherweise neue Zwänge, mit denen die Subjekte reguliert und kontrolliert werden, vor allem über den Eingriff in den Körper. Auch das ist ein Grundgedanke von Foucault.<sup>5</sup> Das Subjekt, das seine Regierung wählen darf, freie Meinungsäußerung besitzt und nicht willkürlich verhaftet werden darf, darf im Prinzip nicht darüber befinden, ob es schlank oder wohlbeleibt ist, ob es das Rauchen lassen oder nicht lassen soll. Denn im Falle der Entscheidung zur Wohlbeleibtheit drohen massive negative Sanktionen wie verbale Diskriminierung, schlechtere Chancen auf dem Arbeitsmarkt oder bei der Partnersuche. Die gesellschaftliche Thematisierung des Übergewichts eignet sich vorzüglich zur Kontrolle der Körper, und das nicht nur in unserer Zeit, sondern – wie ich im Folgenden darlegen möchte – auf die unterschiedlichsten Weisen in der gesamten abendländischen Geschichte.

### Diätetik

Die von Hippokrates (460–377 v. Chr.) fundierte Diätetik umfasst die gesamte Lebensweise hinsichtlich dessen, was gesundheitsförderlich oder -abträglich ist. Sie bezieht sich auf die Bereiche Übungen, Speisen, Getränke, Schlaf und sexuelle Beziehungen.<sup>6</sup> Die bekannteste Systematisierung der Diätetik stammt von Galen (2. Jahrhundert n. Chr.). Sein System hat die abendländische Medizin 1500 Jahre lang beherrscht.<sup>7</sup> Galen unterscheidet zwischen den *res naturales*, also den natürlichen Dingen, welche die Gesundheit des Menschen ausmachen, den *res contra naturam*, den Dingen, die die Gesundheit schädigen, und den *res non naturales*, d.h. den nicht natürlichen Dingen, die die fundamentalen Lebensbereiche betreffen: 1. Licht und Luft, 2. Essen und Trinken, 3. Bewegung und Ruhe, 4. Schla-

fen und Wachen, 5. Stoffwechsel und 6. Gemütsbewegungen. Galen hat sich die Frage gar nicht gestellt, ob eher Umweltverhältnisse gesund bzw. krank machen oder ob das Individuum hierfür verantwortlich ist. Er umgeht das heute heiß diskutierte Problem, entweder Verhaltens- oder Verhältnisprävention zu präferieren, indem er selbstverständlich beides einbezieht. So ist für Galen die Bestimmung des Ausmaßes an sexueller Aktivität oder die Wahl der Getränke im Rahmen der Diätetik nicht abzulösen von der Berücksichtigung klimatischer oder jahreszeitlicher Bedingungen. Für Hippokrates oder Galen steht Gesundheit bzw. Krankheit in einem hoch komplexen System zahlreicher Dimensionen. Die naturwissenschaftliche Medizin, welche die Diätetik als vorherrschendes Modell im 19. Jahrhundert abgelöst hat, hat mit dieser Komplexität Schluss gemacht und Umweltbedingungen und psychosoziale Faktoren tendenziell ausgeklammert. Allerdings darf in diesem Zusammenhang nicht unerwähnt bleiben, dass dieses Ausklammern einen ungeheuren Innovationsschub für die Medizin bedeutet und so manches Leben gerettet hat. Somit gibt es eine erste Antwort auf die Frage, wie aus der Diätetik eine Diät geworden ist: durch Reduktion von Komplexität. So wie heute ein Medikament den Kopfschmerz besiegen soll, so soll eine bestimmte Diät Gesundheit und ewiges Leben gewährleisten.

Hippokrates und Galen hätten nicht nur über diese Reduktion den Kopf geschüttelt, sie wären auch verwundert gewesen, dass normativ ein rechtes Maß (die gesamte Diätetik kreist um das rechte Maß) für alle Menschen aufgestellt wird, wie z.B.: „Das Idealgewicht ist mit der höchsten Lebenserwartung verbunden. Alle Menschen müssen das Idealgewicht erreichen.“ Diese Norm wurde in den 60er Jahren des letzten Jahrhunderts gesetzt und hat für Jahrzehnte einen Maßstab gesetzt.<sup>8</sup> Die Diätetik ist dagegen individuumszen-

5 FOUCAULT, M.: Überwachen und Strafen, Frankfurt 1977b.

6 FOUCAULT, M.: Der Gebrauch der Lüste – Sexualität und Wahrheit 2, Frankfurt 1986, 131.

7 ACKERKNECHT, E.H.: Therapie von den Primitiven bis zum 20. Jahrhundert, Stuttgart 1970.

8 KLOTTER, Ch.: Adipositas als wissenschaftliches und politisches Problem, Heidelberg 1990.

triert. Für sie gibt es das rechte Maß nur unter Berücksichtigung des jeweiligen Individuums. Für die Diätetik dürften einige Menschen durchaus ein bisschen mehr wiegen und würden damit ihre Gesundheit schützen. Die sich im 19. Jahrhundert durchsetzende Normierung hat damit Schluss gemacht. Messzahlen zur Bewertung des Gewichts wie der BMI gelten als Maßstäbe für alle Menschen, obwohl empirisch nicht bestätigt werden kann, dass z.B. ab einem BMI von 25 Gesundheitsgefährdungen beginnen.<sup>9</sup> Von der Diätetik zur Diät: Das ist dann auch der Weg von der Anerkennung der individuellen Unterschiede zur Norm. Diese Norm besitzt gesellschaftliche Relevanz (s.u.) und birgt in sich eine bestimmte Gesundheitsexperten-Patienten-Beziehung: Der Patient hat den Anweisungen der Gesundheitsexperten einfach Folge zu leisten. Dies nennt sich Compliance. Die Diätetik ist etwas grundlegend anderes: „Die Diätetik des Körpers muss, um verständig zu sein, um sich an die Umstände und den Augenblick richtig anzupassen, auch eine Angelegenheit des Denkens, der Reflexion, der Klugheit sein.“<sup>10</sup> Dieser Grundgedanke der Diätetik ist heute wieder aufgetaucht in neueren Konzepten wie „shared decision making“ oder Partizipation, ohne dass ein Wissen darüber besteht, dass dies im Grunde uralte Ansätze sind.

#### Von der Dialektik zur Vorschrift

„Compliance“ ist zwar immer noch eines der Zauberworte des heutigen Gesundheitswesens. Sie ist aber nicht in den heutigen Zeiten erfunden worden. Gab es in der griechischen Antike noch ein offenes und potenziell kontroverses Gespräch (*dialegere*: sich unterhalten) darüber, wie das Leben zu gestalten sei und wie körperliche Gesundheit bewahrt werden könne, so änderte sich dies bereits in der römischen Antike.<sup>11</sup> Es war vor allem Seneca, ein Stoiker, der das offene Gespräch durch ein Lehrer-

Schüler-Verhältnis ersetzte: Der Schüler muss den Anweisungen des Lehrers Folge leisten, quasi blind gehorchen. Die römisch-katholische Kirche orientierte sich in ihrem didaktischen Konzept stark an Seneca: Die Gläubigen müssen das tun, was die Kirche vorschreibt, müssen das glauben, was die Kirche verkündet. Auch wenn Luther die Kirche als Institution anzweifelte und die Absicht hegte, zur Bibel zurückzukehren, so übernahm er dennoch das traditionelle didaktische Konzept der Stoa und der römisch-katholischen Kirche: Die Gläubigen müssen nicht nur Gott gegenüber Rechenschaft ablegen, vielmehr müssen sie auch dem folgen, was die evangelische Kirche ihnen vorschreibt. In der Neuzeit setzte sich eine protestantische Ethik durch, die Pflichterfüllung, Leistungsfähigkeit, Gesundheit und Gottgefälligkeit als Synonyme verwandte.<sup>12</sup> Krankheit wurde hingegen als Zeichen eines gottungefälligen Lebens begriffen. Es muss fast nicht erwähnt werden, dass Völlerei und Wohlbeleibtheit im Lichte der protestantischen Ethik als Sünden angesehen wurden. Es waren dann in den folgenden Jahrhunderten nicht nur die Priester, die alltagsbezogene Vorschriften machten, sondern auch die Verwaltung (die Medizinische Policey) oder die Wissenschaftler, also sozusagen säkularisierte Priester. Mit der Verwissenschaftlichung des Lebens im 19. Jahrhundert, mit der Aufklärungsphilosophie transformierte sich die protestantische Ethik in die Schlankheitsnorm. Von nun an erschien auf der manifesten Ebene Dicksein weniger als Ausdruck eines sündigen Lebens als eines gesundheitsabträglichen Verhaltens.

Von der Diätetik zur Diät, von der Dialektik zur Compliance – bei dieser Wahrnehmung der Geschichte könnte der Verdacht aufkommen, die Antike insgeheim zu verherrlichen. Unbedacht bleibt aber bei der vermeintlichen Glorifizierung, dass in der griechischen Antike nur einige männliche Bürger frei waren. Vielleicht ist Diätetik oder Dialektik nur in einer derart kleinen

9 KLOTTER, Ch.: Einführung Ernährungspsychologie, München 2007.

10 FOUCAULT, M.: Der Gebrauch der Lüste – Sexualität und Wahrheit 2, Frankfurt 1986, 11.

11 KLOTTER, Ch.: Lebenskunst in historisch-psychologischer Perspektive. Journal für Psychologie 8, 2000, 50–62.

12 LABISCH, A.: Homo Hygienicus, Frankfurt 1992.

Gruppe möglich, nicht aber bei so großen *Zielgruppen*, wie sie das Christentum und der moderne Staat vor Augen haben. Es könnte allerdings auch sein, dass der Diät-Compliance-Ansatz aus der Angst vor der großen, vermeintlich unsteuerbaren Masse geboren ist, auch wenn diese Angst nicht berechtigt ist. Sie führte und führt faktisch noch immer dazu, dass Elemente des aufgeklärten Absolutismus unsere demokratische Gesellschaft durchdringen – z.B. im Versuch, den individuellen Körper gesellschaftlich zu kontrollieren. Es ist für uns, da wir alle vom Geist des aufgeklärten Absolutismus durchtränkt sind, nahezu selbstverständlich, dass es einer Krankenversicherung gestattet ist, Bonuspunkte an die zu verteilen, die nicht rauchen und normalgewichtig sind, und entsprechend Malus-Punkte zu vergeben – anstatt dem Gedanken nachzugehen, dass es in der Verantwortung eines jeden liegt, sofern er andere gesundheitlich nicht beeinträchtigt, sich gesundheitsabträglich oder gesundheitsförderlich zu verhalten und zu entscheiden, wie das eigene Leben insgesamt auszusehen hat.

Der preußische Staat Friedrich II. wird als aufgeklärter Absolutismus begriffen, weil er einerseits freie Religionswahl und philosophische Aufklärung wie die von Kant zuließ, weil er andererseits die staatliche Willkür, wie sie z.B. noch bei Ludwig XIV. geherrscht hatte, einschränkte. Im aufgeklärten Absolutismus wurde auch die Leibeigenschaft aufgehoben. Aufgeklärter Absolutismus meint aber auch, dass der Staat die Bevölkerung im Wesentlichen unter dem Gesichtspunkt des staatlichen Nutzens betrachtet, und die Würde und Integrität des Individuums weniger im Blick hat. Die Bevölkerung hatte dem Wohle des Staates zu dienen und diesen zu stärken. Für den vorliegenden Text ist dies das zentrale Merkmal des aufgeklärten Absolutismus. Kant<sup>13</sup> bringt es bei seiner Diskussion, was denn nun Aufklärung sei, auf den Punkt: Es stehe jedem Menschen frei zu denken, was er will, aber als Bürger habe

er seine ihm auferlegten Pflichten zu erfüllen. Da gebe es keine Wahl. Und diesen Pflichten könne er nur nachgehen, wenn er hinreichend gesund sei. Also gehöre es auch zu den Pflichten jedes einzelnen, für den Staat gesund zu bleiben. Kant selbst hat dies paradigmatisch vorgelebt. Er lebte das, was er schrieb.

### Historischer Kristallisationspunkt Übergewicht

Der Geist des aufgeklärten Absolutismus erklärt heute Nikotin und Übergewicht zu den Feinden individueller und gesellschaftlicher Gesundheit und nicht nur das: Sie erscheinen als die schlimmsten Feinde unserer Gesellschaft insgesamt, sieht man einmal vom Terrorismus ab. Dieser Geist sorgt sich hingegen nicht um die Schlafdauer, um die Arbeitsdauer, auch nicht intensiv um das Problem der Arbeitslosigkeit. All die genannten Faktoren können Gesundheit beeinträchtigen und Leben verkürzen. Umgekehrt ist die Sexualität nicht zu vernachlässigen, die über die Maßen gesundheitsförderlich zu sein scheint. Aber keine Krankenversicherung denkt daran, Bonus-Punkte denjenigen zuzusprechen, die hinreichend gut belegen können, dreimal in der Woche 30 Minuten lang Sex zu haben. Ganz offenkundig ist das Programm des aufgeklärten Absolutismus löchrig. Diese Löchrigkeit hat System. Der Geist des aufgeklärten Absolutismus ahndet nur das, was historisch Sinn macht. Dies soll am Beispiel Übergewicht nun veranschaulicht werden.

Übergewicht wird in der griechischen Antike als etwas begriffen, das das Ideal der Mäßigung und des rechten Maßes unterläuft. Die Übergewichtigen werden verdächtigt, keine hinreichende innere Harmonie zu besitzen. Die individuelle Wahl, „Will ich dick oder dünn sein“, der freie Austausch der Bürger darum, wie die individuelle Lebensweise auszusehen hat, findet bereits in der griechischen Antike beim Thema Übergewicht ihre deutliche Grenze. Das Christentum

13 HINSKE, N.: Kant und die Aufklärung, Hamburg 1993.

erklärt Übergewicht zur Sünde, sie dokumentiere die Huldigung des und die Verfallenheit an das „Fleisch“. Christlich zu essen, so Augustinus, bedeutet, nur das zu sich zu nehmen, das den Hunger stillt. Genuss darf Essen aber nicht sein.<sup>14</sup> Mit der protestantischen Ethik verschärft sich die christliche Doktrin der Askese und des Verzichts.<sup>15</sup> Diese Ethik wird ab dem 19. Jahrhundert in eine wissenschaftliche Norm – das Normalgewicht – transformiert, die sich über einen Gesundheitsbezug legitimieren soll. Diese Legitimation ist bis heute massiv brüchig, sprich es gibt, wie bereits erwähnt, wenige empirische Belege dafür. Vielmehr ist zu vermuten, dass so etwas wie die Propagierung des Normalgewichts weniger auf Gesundheit zielt, sondern auf die Aufrechterhaltung einer Ethik: der protestantischen Ethik und ihrer Vorläufer. Nur darf offiziell Wissenschaft in unserer Zeit zunächst nicht mit Ethik konfundiert sein. Deshalb wird eine Norm wie die Schlankheitsnorm wissenschaftlich begründet – allerdings ohne hinreichende empirische Absicherung. Die geringe Absicherung lässt sich auch damit belegen, dass diese Norm im 20. Jahrhundert permanent gesunken und insgesamt höchst variabel ist.<sup>16</sup> Bei jeder Ausprägung der Schlankheitsnorm wird und wurde jedes Mal behauptet, dass die herrschende Norm mit Gesundheit negativ korreliere.

Der vom Geist des aufgeklärten Absolutismus durchdrungene Kampf gegen das Übergewicht stützt sich auf die abendländische Geschichte. Er greift sich diesen Aspekt als Angriffsziel heraus, weil Übergewicht all das repräsentiert, das das Abendland, um sich selbst zu konstituieren, ablehnt: Maßlosigkeit und Sünde, Müßiggang und Laster. Er pickt sich potenzielle Gesundheitsprobleme wie Schlaflosigkeit oder maßloses Arbeiten deshalb nicht heraus, weil viel Arbeiten und wenig Schlafen nahezu perfekt zur protestantischen Ethik und ihren Vorläufern passen.

Die den Geist des aufgeklärten Absolutismus verkörpernde Schlank-

heitsnorm ist in der Moderne ein Bollwerk gegen die Moderne, gegen die Pluralisierung von Lebenswelten, gegen die Individualisierung. Von wegen, jeder und jede solle sich selbst verwirklichen und seinen oder ihren eigenen Weg gehen. Die Schlankheitsnorm versucht, alle gleich zu machen. Sie braucht dennoch die Abweichung von der Norm, um als Norm überhaupt zu existieren. Die von der Norm Abweichenden bekommen eine spezifische Identität, weil sie sich fragen, warum sie von der Norm abweichen, und sich anschließend z.B. als Anorektikerinnen oder Adipöse definieren. Aber diese Identität ist nicht Resultat von Individualisierung, sondern Effekt einer Norm – einer Norm, die zwar höchst variabel sein kann, aber in ihrem Kern traditionelle abendländische Werte verkörpert. Von Werteverfall kann keine Rede sein – die Werte haben sich nur *verkörpert*. Selbst das liberale Antlitz des aufgeklärten Absolutismus, jeder möge nach seiner Façon glücklich werden, rückt in die Nähe der Illusion. Die Möglichkeit zum Glück wird in unserer Gesellschaft nur dem zugesprochen, der dem vorherrschenden Schlankheitsideal entspricht. Es gibt nur eine Façon.

### Die vielfältigen Wurzeln des Schlankheitsideals

Die Wirkmächtigkeit unseres heutigen Schlankheitsideals resultiert nicht alleine aus der ethischen Tradition des Abendlandes, und es wäre unangemessen, sie darauf zu reduzieren. Es gibt diverse historische Prozesse, die in das Schlankheitsideal einfließen. Geschichte ist ähnlich zu begreifen, wie Freud die Neurose verstanden hat. Eine Neurose entsteht nach Freud aus unterschiedlichen biografischen Spuren, die sich in der Neurose bündeln. Geschichte oder eine Neurose lassen sich niemals in ein einfaches unilineares Ursache-Wirkungsgefüge pressen. Somit ist die Schlankheitsnorm überdeterminiert.

Es springt gleichsam ins Auge, dass sich die Schlankheitsnorm in dem

14 Nach HECKMANN, H.: Die Freud des Essens, München 1979.

15 CULIANU, J.P.: Eros und Magie in der Renaissance, Frankfurt 2001.

16 KLOTTER, Ch.: Adipositas als wissenschaftliches und politisches Problem, Heidelberg 1990.

Augenblick radikalisierte, als in den Industrieländern die Epoche begann, in der es im Prinzip der gesamten Bevölkerung vergönnt war, sich regelmäßig satt zu essen, also seit ca. 100 Jahren. Die Industrialisierung der Lebensmittelproduktion und bessere Konservierungs- und Transportmöglichkeiten führten und führen zu einem Überfluss an Lebensmitteln. Dieser Überfluss war in unserer evolutionären Programmierung nicht vorgesehen. Unsere evolutionäre Programmierung sagt uns: „Iss so viel Du kannst und zwar jetzt auf der Stelle und vor allem viel Süßes und Fett.“ Unsere Vorfahren hätten ohne diese Programmierung nicht überlebt, da ihre Lebensmittelversorgung nicht kontinuierlich gewährleistet war, und sie dann essen mussten, wenn es etwas gab. Die Schlankheitsnorm fungierte dementsprechend als Gegensteuerung zur evolutionären Programmierung.

Immensen Auftrieb erhielt diese Gegensteuerung durch ein soziales Phänomen: die soziale Distinktion.<sup>17</sup> Solange sich in unserer Kultur nur wenige regelmäßig satt essen konnten, galt Wohlbeleibtheit als Ausdruck von hohem sozialem Prestige und Wohlstand. Da sich heute im Prinzip alle einen dicken Bauch anessen können, versuchen sich nun sozial besser gestellte Menschen durch Schlankheit von denen abzugrenzen, die „da unten“ sind. Dementsprechend ist heute Schlankheit mit beruflichem Erfolg, Flexibilität und Attraktivität assoziiert.

Die Radikalisierung der Schlankheitsnorm in den 60er Jahren des letzten Jahrhunderts, verkörpert durch Twiggy, erfolgte parallel zur Entkoppelung der Sexualität von der Fortpflanzung. Voraussetzung hierfür war die Anti-Baby-Pille. Mit dieser Entkoppelung veränderten sich die Kriterien für die Objektwahl: So sucht sich ein Mann keine Frau mehr aus, die mit etwas üppigeren Rundungen und einem dickeren Bauch aus einer evolutionären Perspektive ihren Kindern eine höhere Überlebenswahrscheinlichkeit bieten kann als eine sehr schlanke Frau. Der evolutionäre Blick wird

gleichsam überflüssig. Dass aber das traditionelle Frauenbild durch Twiggy so radikal vertrieben werden musste, ist alleine mit der genannten Entkoppelung nicht zu erklären. Twiggy verkörpert die Negierung des traditionellen Weiblichen, fast eine Auslöschung, eine Kriegserklärung gegen jede Form von Mütterlichkeit. Ließe sich die Abkoppelung der Sexualität von der Fortpflanzung als Befreiung der Sexualität verstehen oder zumindest als Potenzialität der Befreiung, und ließen sich neue Chancen der Autonomie für die Frauen in den 60er Jahren des letzten Jahrhunderts konstatieren (wie z. B. in Ausbildung und Beruf), dann könnte Twiggy ein Teil einer Konstellation sein, die Brumberg<sup>18</sup> als ein Zusammenspiel von neuen Freiheiten und neuen Zwängen beschreibt. Neue Freiheiten bedingen neue Zwänge. Neue Autonomie-Chancen in der Sexualität und im beruflichen Werdegang rufen neue Restriktionen herauf – z. B. bezüglich der Nahrungsaufnahme.

In den letzten Jahren lässt sich dieses Paradox zwischen neuen Freiheiten und neuen Zwängen anschaulich an der Mode der bauchfreien Tops bei Mädchen und jungen Frauen studieren. Diese Tops enthüllen und sollen sexy wirken, und zugleich ermöglicht der frei liegende Bauch die perfekte Kontrolle des Essverhaltens. Freud hätte nicht vom Paradox von neuen Freiheiten und neuen Zwängen gesprochen. Vielmehr geht Freud davon aus, dass jede Kultur auf Triebunterdrückung basiert. Lebten wir im Schlaraffenland, so würde kein Mensch arbeiten und keine einzige Kirche wäre gebaut worden. Wenn der Anschein stimmt, dass sich die Sexualität in den letzten 100 Jahren liberalisiert hat und tabubefreit erscheint, dann müsste in der Logik Freuds ein anderer wichtiger Trieb der Repression unterzogen worden sein. Dies könnte der Nahrungstrieb sein. Der sichtbar dünne Bauch der jungen Frau oder der Waschbrettbauch des jungen Mannes repräsentieren die Restriktion der Nahrungsaufnahme.

Auch wenn die Ansätze von Elias<sup>19</sup> und Foucault<sup>20</sup> nicht ähnlich sind, so

17 BOURDIEU, P.: Die feinen Unterschiede, Frankfurt 1987.

18 BRUMBERG, J.J.: Todeshunger – Die Geschichte der Anorexia nervosa vom Mittelalter bis heute, Frankfurt 1994.

19 ELIAS, N.: Über den Prozess der Zivilisation. Band 1 und 2, Frankfurt 1978.

20 FOUCAULT, M.: Überwachen und Strafen, Frankfurt 1977b.



diagnostizieren doch beide, dass der Mensch von heute affektkontrolliert bzw. diszipliniert sein muss. Elias erklärt dies über den Prozess der Zivilisation vom Mittelalter zu heutigen Verhältnissen. Da in diesem Prozess die Interdependenzketten, in die die Menschen verwoben sind, exponentiell gewachsen sind, müssen wir uns heute anders verhalten als im Mittelalter. Menschen in der damaligen Zeit waren überwiegend Selbstversorger, also weitgehend autark. Wir hingegen sind auf über die gesamte Welt verstreute Interdependenzketten angewiesen. Wir brauchen den Chip aus Taiwan, wir sind nicht arbeitsfähig, wenn er nicht lieferbar ist. Je umfassender die Interdependenzketten werden, umso stärker müssen wir vorausschauend planen und unsere Affekte kontrollieren. Wenn wir ein bestimmtes Studium ergreifen, um später einen bestimmten Beruf auszuüben, dann können wir den Kommilitonen oder den Lehrenden nicht zusammenschlagen, wenn wir sauer sind, weil damit das Studium und die spätere Berufswahl gefährdet sind. Nach Elias zeichnet es hingegen die Menschen im Mittelalter aus, dass sie ihren Gefühlen freien Lauf lassen konnten. Foucault<sup>21</sup> spricht nicht von Affektkontrolle, sondern vom disziplinierten Körper, der in der Moderne geformt werden musste, weil nur mit ihm das moderne Massenheer und die industrielle Produktion funktionieren konnten. Sichtbarer Ausdruck mangelnder Affektkontrolle und Disziplin ist der dicke Leib. Somit ist er auch aus dieser Perspektive der Feind Nr. 1. Ihn zu verfolgen, erscheint unausweichlich.

### Effekte des Kriegs gegen das Übergewicht

Der Krieg gegen Übergewicht hat für unsere Gesellschaft wichtige *positive* Effekte. Er führt zwar nicht dazu, dass sich die Anzahl derjenigen, die übergewichtig sind, verringert oder dass sich der durchschnittliche BMI der Bevölkerung reduziert.<sup>22</sup> Es liegt in

der Logik einer Kriegserklärung, dass sich über diese Erklärung der Feind erst richtig organisiert und sich mit dem Label Übergewicht identifiziert. Dünn und dick sind die zentralen Kennzeichen zweier *Bürgerkriegs*parteien, und stärker als in vormodernen Zeiten strukturiert sich die Gesellschaft optisch über diese beiden dichotomen Klassen. Allerdings wurden diese Merkmale in den letzten 100 Jahren ausdifferenziert. Unterschied man bis ins 19. Jahrhundert hinein simpel zwischen dick und dünn, so kann heute jedem Menschen qua Berechnung von Gewichtsindikatoren (Waist to Hip Ratio oder BMI) ein Wert zugewiesen werden: 2 oder 3% Übergewicht, 17,5% Untergewicht etc. Der Gesellschaftskörper wird damit einerseits feingliedrig differenziert, strukturiert und die als bedrohlich wahrgenommene anonyme Masse geordnet. Andererseits findet jeder Mensch seinen Platz in der *Rangordnung* von dünn zu dick. Menschen können sich dann damit auseinandersetzen, warum sie ein Übergewicht von 5% haben; sie können ihre gesamte Biografie dahingehend befragen, was schief gelaufen ist, was Mutter oder Vater bloß falsch gemacht haben. Die Zuweisung eines Rangplatzes wirkt dementsprechend identitätsstiftend. Ähnlich wie der moderne Diskurs über die Sexualität und die damit verbundenen Praktiken, so können auch der Diskurs über das Gewicht und daran geknüpfte Praktiken Identität verleihen.<sup>23</sup> Ob wir wollen oder nicht, wir sind gleichsam gezwungen, uns über unsere Sexualität und unser Gewicht zu definieren – und das in einem beängstigenden prä-occupierenden Ausmaß. Heute lebende Jugendliche und junge Menschen haben immer weniger Zeit oder Interesse, sich politisch zu betätigen. Vor dem Spiegel zu stehen, zu prüfen, ob man zu fett ist, wo die Problemzonen sind, zu überlegen, was man jetzt gerne essen möchte, aber eigentlich nicht darf, mit der besten Freundin über Techniken des künstlich herbeigeführten Erbrechens zu reden, absorbiert

<sup>21</sup> Siehe 20.

<sup>22</sup> KLOTTER, Ch.: Einführung Ernährungspsychologie, München 2007.

<sup>23</sup> FOUCAULT, M.: Sexualität und Wahrheit. Band 1, Frankfurt 1977a.

große Teile der gesamten Aufmerksamkeit. Die Problematisierung des Gewichts lässt sich so vielleicht auch als Opium für das Volk beschreiben, das den politisch aktiven Bürger im Prinzip gar nicht mehr entstehen lässt.

Der innergesellschaftliche Krieg zwischen dick und dünn ist für unsere Gesellschaft sinnstiftend. Auf diesem Kriegsschauplatz werden traditionelle ethische Werte und historische Entwicklungen, wie etwa die derzeitige Überflussgesellschaft, die Etablierung neuer Formen der sozialen Distinktion, der Zivilisationsprozess, der moderne disziplinierte Körper und die Probleme der Massengesellschaft verdeckt verhandelt. Auf diesen Krieg kann möglicherweise gar nicht verzichtet werden, weil er unsere Gesellschaft so vortrefflich und unnachahmlich strukturiert. Dieser Krieg muss anders als andere Kriege dafür sorgen, dass die Gegner, die Übergewichtigen, nicht verschwinden, sondern eher zunehmen. Mit einer potenziellen Niederlage des Gegners verschwinden wesentliche Elemente gesellschaftlicher Strukturierung.

### Alternativen zum Krieg gegen das Übergewicht

Die Alternative zum Krieg bestände u.a. in einem gesellschaftlichen Dialog über die genannten Punkte und deren kritische Reflexion. Fragen, die aufgeworfen werden müssten, lauten:

- Warum tragen wir ethische Diskussionen verdeckt über den Körper und die Schlankheitsnorm aus? Warum kann Ethik nicht offen gesellschaftlich verhandelt werden? Warum scheint es heute *uncool* zu sein, unvermittelt für ein maßvolles Leben einzutreten?
- Haben wir andere Möglichkeiten, dem Überfluss entgegen zu treten, als mit der Radikalisierung des Schlankheitsideals? Kann unsere Gesellschaft z.B. bessere Bewegungsmöglichkeiten schaffen (mehr und sichere Fahrradwege, mehr und lustvolleren Schulsport)?
- Brauchen wir eine soziale Distinktion mittels Schlankheitsideal? Brau-

chen wir überhaupt soziale Distinktion? Wenn ja, gibt es unschädlichere Instrumente als die Schlankheit?

- Finden wir Mittel, um der vermeintlichen Identität vom disziplinierten und schlanken Körper gesellschaftlich gegenzusteuern?
- Können wir die Bevölkerung, die als anonyme Massengesellschaft wahrgenommen wird, anders strukturieren als über die Gewichtsnorm, anhand derer jedem ein Rangplatz zugewiesen wird, über den sich dann die Menschen eine Identität verschaffen? Oder: Ist die Angst vor der Massengesellschaft berechtigt? Muss sie überhaupt über den Körper strukturiert werden?
- Wenn der zentrale Effekt des Zivilisationsprozesses die Affektkontrolle darstellt, und wenn sich diese in einem schlanken Körper realisiert, könnte es dann nicht möglich sein, gesellschaftliche Gegensteuerungen zu entwickeln, mehr Toleranz und Gelassenheit hinsichtlich der Schlankheit zu bekommen?

Die sich mit Übergewicht beschäftigende Wissenschaft könnte zu dieser Toleranz einen bedeutsamen Beitrag leisten, indem sie an aktuelle Forschungsergebnisse angepasste Maßzahlen nutzt. Damit würde sie die empirischen Daten anpassen, anstatt an dem viel kritisierten Konzept des BMI festzuhalten, aus lauter Angst, dass eine Liberalisierung dazu führen könnte, dass die Bevölkerung noch dicker wird. Denn vermutlich ist das Risiko für die Gesundheit erst ab einem BMI von 35 erhöht, wohingegen es zwischen BMI 25 und 35 nur eine wenig gesicherte Datenlage gibt. Dies könnte ein kleiner Schritt aus dem Teufelskreis heraus sein: sich zu dick fühlen, eine Diät machen, keinen Erfolg mit der Diät haben, depressiv auf den Misserfolg reagieren und noch mehr essen als zuvor. Zwar können wir auf den disziplinierten Körper heutzutage nicht verzichten und wir können auch nicht zurückgehen und von alten Zeiten träumen. Aber Disziplin muss nicht zwingend übersetzt werden in absolute Schlankheit. Auch ein übergewichtiger Körper funktioniert im Straßenverkehr und am Arbeitsplatz.

Mit diesen möglichen Alternativen zum Krieg gegen Übergewicht wäre das Wagnis verbunden, den aufgeklärten Absolutismus aus der Demokratie heraus zu lösen. Ob dies möglich ist, ist zumindest zweifelhaft, weil die Thematisierung des Übergewichts in der gesamten abendländischen Geschichte ein Mittel gesellschaftlicher Kontrolle des individuellen Körpers gewesen ist. Der aufgeklärte Absolutismus ist also nicht nur eine bestimmte historische Epoche, sondern ein Kernelement abendländischer Politikgestaltung.

### Das Bild des Dicken

Politikgestaltung über das Thema Übergewicht gelingt dann gut, wenn ein bestimmtes Bild des Übergewichtigen vor Augen ist. In der abendländischen Geschichte formierte sich das Bild vom „Dicken“ über fünf Kriterien: das ästhetische, das ethische, das ökonomische, das funktionale und das gesundheitliche.

Die antiken griechischen Skulpturen stellen stets den idealen schlanken Körper dar. Eine Venus von Milo ist nicht füllig, darf nicht füllig sein – weil hier die Ästhetik aus einer Ethik hervorgeht. Der ideale Mensch der griechischen Antike soll in der Lage sein, seine innere Natur zu beherrschen, seine Triebe zu bändigen.<sup>24</sup> Warum aber soll er seine körperlichen Impulse kontrollieren können? Weil nur derjenige, der seine innere Natur zu unterwerfen weiß, in der Lage ist, als vernünftiger Bürger die Polis mit zu gestalten. Der Mensch hingegen, der sich von seinen Impulsen und Affekten mitreißen lässt, der nicht Herr im eigenen Haus ist, der wird auch eine schlechte Politik betreiben. Somit ist Schlankheit ein Synonym für die Beherrschung des Körpers und die Dominanz der Vernunft. Somit gilt Schlankheit als schön.

Es lässt sich bereits jetzt absehen, dass die beiden erstgenannten Kriterien miteinander verflochten sein können. Die Ästhetik wird häufig durch eine bestimmte Ethik fundiert. Oder durch

die wirtschaftlichen Verhältnisse, also durch das dritte Kriterium. Der übliche Zustand in der Menschheitsgeschichte ist die Mangelernährung bzw. Unterernährung.<sup>25</sup> Daraus folgt zwingend, dass die Wohlbeibtheit fast immer in der Menschheitsgeschichte einen erstrebenswerten Zustand darstellte. Was erstrebenswert ist, das ist auch schön.

Festzuhalten ist, dass es keine Ästhetik an sich gibt. Der schlanke Körper ist nicht schön, weil er schlank ist, sondern weil die Schlankheit etwas repräsentiert, z. B. die platonische Ethik. Ein dicker Körper ist in manchen Epochen auch nur deshalb das Schönheitsideal, weil der dicke Körper anzuzeigen vermag, dass Wohlstand herrscht, zumindest bei denjenigen, die dick sind. Festzuhalten ist auch, dass Schlankheit oder Wohlbeibtheit in allen menschlichen Kulturen stets etwas bedeuten, etwas repräsentieren. Ihre unausweichliche Sichtbarkeit lässt sie zu Indikatoren von etwas anderem werden. Sie sind etwas „Politisches“, eine Angelegenheit der Polis, der antiken Stadt, aber auch der Gesellschaft.

Die politische Dimension von Schlankheit und Wohlbeibtheit zeigt sich auch bei dem vierten Kriterium: der Funktionalität. Dieses Kriterium lässt sich mit der Frage umreißen: Wie viel Wohlbeibtheit toleriert eine Gesellschaft? Bzw.: In welchem Umfang wird von einer Gesellschaft Übergewicht als schädigend wahrgenommen? Dazu ein Beispiel aus der Antike, dieses Mal nicht aus Athen, sondern aus Sparta. Funktionalität bezieht sich hier auf Kriegstüchtigkeit. So berichtet Bruch, dass in diesem Stadtstaat jedes Jahr die jungen Männer nackt antreten mussten, um beurteilen zu können, wer zu dick sei und zusätzliches Training machen müsse.<sup>26</sup> Wadd weiß Ähnliches mitzuteilen: „Bei den Spartanern, welche rührige und kriegstaugliche Männer brauchten, galt die Corpulenz für eine Schande, weil dieser Zustand die Idee von Schläfrigkeit und Schwäche in sich schloss. Daher wurden dann die Personen, welche eine Hinneigung zu dieser Krankheit

24 FOUCAULT, M.: Der Gebrauch der Lüste – Sexualität und Wahrheit 2, Frankfurt 1986.

25 HIRSCHFELDER, G.: Europäische Esskultur, Frankfurt 2001; MONTANARI, M.: Der Hunger und der Überfluss, München 1993.

26 BRUCH, H.: Eating Disorders, New York 1973, 17.

zeigten, auf der Ephoren Geheis, der Behandlung mittelst Frictionen unterworfen; in einigen Fällen geboten sie sogar, dass dieselben mit Ruthen gepeitscht wurden.“<sup>27</sup> Ebstein erwähnt noch, dass dicke Spartaner nicht in das Heer aufgenommen und stattdessen mit Geldbußen belegt wurden.<sup>28</sup>

Das Beispiel Sparta kann man nun keinesfalls ausschließlich der Vergangenheit zuordnen. Auch heute wird Übergewicht unter funktionellen Gesichtspunkten betrachtet. Welche direkten und indirekten Kosten werden dadurch verursacht? Wann wird Übergewicht das Gesundheitsproblem Nr.1 sein? Leisten übergewichtige Arbeitnehmer weniger als nicht übergewichtige? Und einige Gesundheitsexperten von heute würden sich über die Idee der Spartaner, den Dicken Geldbußen auferlegen, entzückt zeigen, haben sie doch Vergleichbares im Sinne, wenn sie planen, Übergewichtige höhere Krankenversicherungsbeträge zahlen zu lassen.

Sieht man von der gesellschaftlichen Funktionalität einmal ab, dann rückt als fünftes Kriterium die individuelle Gesundheit in den Vordergrund. Übergewicht wird dann begriffen als mögliche Einschränkung der Lebenserwartung und als Faktor, der die Morbiditätsanfälligkeit erhöht.

Eine Zusammenschau dieser fünf Kriterien lässt erkennen, dass zwar einerseits Übergewicht in vielen menschlichen Gesellschaften als Ausdruck von Macht und Reichtum gegolten hat und noch heute gilt, dass andererseits nicht erst in heutiger Zeit Übergewicht stark negativ bewertet wurde: als Ausdruck der Unfähigkeit, seine innere Natur zu kontrollieren, als Maßlosigkeit, als Sünde, als gesellschaftsschädigend und, im Falle von Adipositas, als

Krankheit mit gravierenden Folgen. In einer Zeit wie der heutigen, in der sich in den westlichen Industrienationen fast alle Menschen ausreichend ernähren können und niemand mehr Macht und Reichtum über einen dicken Bauch präsentieren kann, ist diese Ambivalenz in der Beurteilung des Übergewichts zusammengebrochen, es wird nur noch negativ sanktioniert. Der Schlankheitswahn und der Krieg gegen das Übergewicht dürfen ungestört triumphieren. Nach den Waffen des aufgeklärten Absolutismus, der gesellschaftlichen Kontrolle des individuellen Körpers und der Bevormundung des Individuums, wird immer lauter verlangt, ohne die Gefahren für die gesellschaftliche Pluralität und die individuellen Freiheiten angemessen wahrzunehmen. Auf dem „Kriegsfeld Übergewicht“ wird sich zeigen, wie autoritär unsere Gesellschaft ist oder wie viel Toleranz sie wagen will.

*Prof. Dr. habil. Christoph KLOTTER (Dipl. Psych., Psychologischer Psychotherapeut) studierte in Berlin und Kiel Mathematik, Philosophie und Psychologie. Wissenschaftlicher Mitarbeiter an der TU Berlin, Lehrgebiet Persönlichkeitspsychologie, Dissertation über Geschichte der Adipositasforschung, Institutsleiter von Gesundheitsförderungsinstituten, Hochschulassistent an der TU Berlin, Habilitation über Gesundheitsförderung, Professor für Ernährungspsychologie und Gesundheitsförderung an der HS Fulda, Dekan des Fachbereichs Oecotrophologie. Aktuelle Forschungsschwerpunkte: Gesundheitsförderung in den Settings Gemeinde und Schule. Aktuelle Veröffentlichungen: Einführung Ernährungspsychologie (2007), So funktioniert Gesundheitsförderung (2009).*

27 WADD: Die Corpulenz (Fettleibigkeit) als Krankheit, ihre Ursachen und ihre Heilung, Weimar 1839, 130.

28 EBSTEIN, W.: Die Fettleibigkeit (Corpulenz) und ihre Behandlung nach physiologischen Grundsätzen, Wiesbaden 1904, 12.

## Ernährung im Fernsehen: Darstellung und Wirkung

PATRICK RÖSSLER

Der Tatort-Kommissar steht an der Imbissbude und verdrückt eine Currywurst. – ZAPP – In einer Reality-Soap schwitzt ein augenscheinlich übergewichtiger Mitmensch auf einem Trainingsgerät. – ZAPP – Ein Sender sucht das neue Top-Model und verfolgt junge Frauen bei ihren täglichen Aktivitäten – nur nicht beim Essen. – ZAPP – Werbung: Eine adrette Dame, geschätzter BMI: 17, schiebt sich genüsslich einen Schokoriegel in den Mund... Das Fernsehen mit seinen zig-tausend jährlichen Sendestunden spiegelt viele Facetten unseres Alltags, und deswegen verwundert es kaum, dass auch Ernährung im weitesten Sinn einen hohen Stellenwert besitzt. Über die reine Darstellungsebene hinaus wird gleichzeitig eine Wirkungsbeziehung zwischen Fernsehen und Ernährungsverhalten des Publikums vermutet. Der Beitrag fasst ausgewählte Befunde dieses vielschichtigen Themengebiets zusammen und gibt einige Hinweise, wie fernsehen möglicherweise positiv zu einem gesund erhaltenden Ernährungsverhalten insbesondere von Kindern beitragen kann.

In der öffentlichen Diskussion ist die Beziehung zwischen Fernsehen und Ernährung durch die pauschale Unterstellung gekennzeichnet, dass fernsehen an sich einen negativen Einfluss auf das Ernährungsverhalten ausübt.<sup>1</sup> Insbesondere zwei Aspekte werden immer wieder thematisiert: (1) Der TV-Konsum wird häufig begleitet von einem Konsum kalorienreicher Getränke, Knabbereien und anderer Snacks; eine unnötige Kalorienzufuhr, da unser Bedarf in der Regel durch die festen Mahlzeiten ausreichend gedeckt ist. Vermutete Konsequenz: „Wer viel Zeit vor dem Fernsehgerät verbringt, bewegt sich nicht nur zu wenig, er isst und trinkt zusätzlich auch noch zu viel und zwar um so mehr, je länger er fernsieht.“ (2) Bestimmte TV-Genres, speziell die Werbung, tragen zur Fehlernährung bei, weil sie bevorzugt zum Kauf solcher Speisen und Getränke anregen, die nicht zu einem ausgewogenen und gesund erhaltenden Ernährungsstil beitragen.

Empirische Befunde zu diesen beiden Aspekten sind in Fülle vorhanden, aber in ihrer Interpretation alles andere als eindeutig. Im Folgenden könnte diese Literaturlage nicht mal ansatzweise vollständig aufgearbeitet werden, ohne den vorliegenden Rah-

men zu sprengen.<sup>2</sup> Stattdessen sollen einige ausgewählte Aspekte zum Zusammenhang zwischen Fernsehen und Ernährung anhand neuerer Studien und Ansätze aus der Kommunikationswissenschaft aufgezeigt werden, deren Erkenntnisse im Kontext der Ernährungsforschung oft nur sporadisch rezipiert werden. Im Sinne eines interdisziplinären Dialogs werden zunächst einige Kernbefunde eines umfassenden Grundlagenprojekts vorgestellt, bevor mögliche Auswirkungen auf die Publikumsvorstellungen von Ernährung sowie die Bedeutung von Medien speziell für Personen mit einem pathologischen Ernährungsverhalten einerseits und für Kinder andererseits referiert werden. Abschließend wird mit dem Entertainment-Education-Konzept eine Strategie skizziert, die das Potenzial zu einer positiven Synthese von Fernsehen und Ernährung birgt.

### 1. Grundlagen: Ernährungsinformationen im Fernsehen<sup>3</sup>

Im Jahr 2002 wurde das Grundlagenprojekt „Ernährungsinformationen im Fernsehen“ vom damaligen Bundesministerium für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft (BMVEL)

1 Vgl. die Zusammenfassung der Diskussion bei DIEHL, Joerg M.: Übergewicht in Deutschland: Food-Werbung als Sündenbock? Teil 1: Fernsehgewohnheiten und Werbewirkung bei Kindern, Ernährung im Fokus 7, 2007, 34–39, hier 34.

2 Für eine ausführliche Darstellung des Forschungsstands aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht siehe LÜCKE, Stephanie / RÖSSLER, Patrick / WILLHÖFT, Corinna: Appetitlich verpackt, aber schwer zu verdauen? Darstellung und Wirkung von Ernährung in Massenmedien: ein Forschungsüberblick, Medien & Kommunikationswissenschaft 51, 2003, 407–430.

3 Siehe dazu auch „Darstellung und Wirkung von Ernährungsinformationen im Fernsehen.“ In: DEUTSCHE GESELLSCHAFT FÜR ERNÄHRUNG e.V. (Hg.): Ernährungsbericht 2004, Bonn 2004, 347–406.

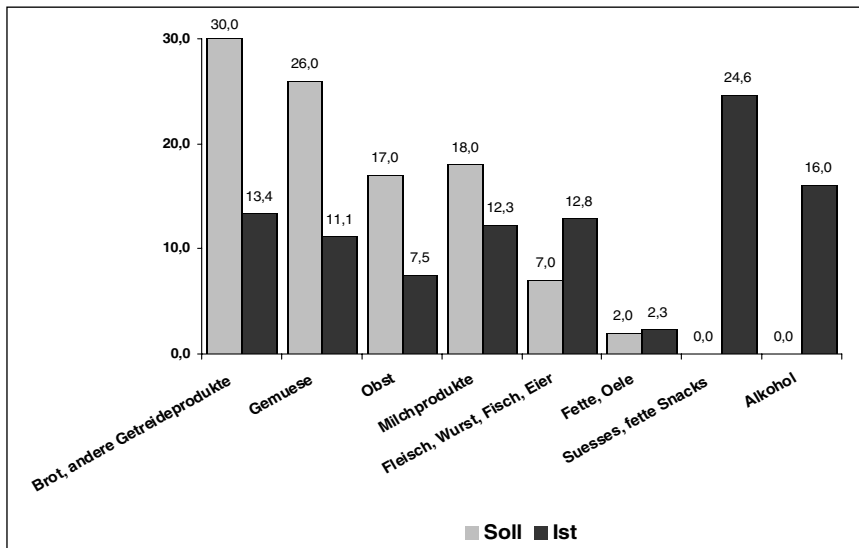


Abbildung 1:  
Lebensmittelwelt im Fernsehen (Ist) und  
Verzehrempfehlungen der DGE (Soll)  
(n = 18700 Darstellungen von Lebensmitteln  
im TV-Programm, Prozentwerte)

in Auftrag gegeben und von Ernährungswissenschaftlern der Bundesforschungsanstalt für Ernährung und Lebensmittel (BFEL) in Karlsruhe und Kommunikationswissenschaftlern der Universität Erfurt gemeinsam bearbeitet.<sup>4</sup> Das Projekt umfasste insgesamt drei Teilstudien: (1) eine umfangreiche Inhaltsanalyse der reichweitenstärksten deutschen Fernsehsender (insgesamt 1344 Stunden Programm); (2) eine repräsentative telefonische Verbraucherbefragung (unter 1060 deutschsprachigen Personen zwischen 16 und 75 Jahren) und (3) ein Laborexperiment (mit 200 Probanden zwischen 16 und 75 Jahren).<sup>5</sup>

Ernährungsdarstellungen erreichen im Fernsehprogramm einen erheblichen Umfang, denn rund zwei Drittel aller Fernsehsendungen (65,5%) enthalten ernährungsrelevante Inhalte wie beispielsweise den Einkauf von Lebensmitteln, ihre Zubereitung oder den Verzehr – ständig kochen, essen und trinken Menschen. In mehr als einem Zehntel (12,3%) der untersuchten Gesamt-Sendezeit ist Ernährung Thema oder wird zumindest am Rande der Handlung präsentiert.

Stellt man die „ideale“ Ernährung (Soll, auf Basis von Verzehrempfehlungen der DGE) der tatsächlich im Fernsehen angetroffenen Lebensmittelwelt (Ist) gegenüber, erscheint das Bild von Ernährung, das das Fernse-

hen vermittelt, denkbar ungünstig (Abb.1): Ein alarmierend hoher Anteil, nämlich ein Viertel der gezeigten Lebensmittel, sind Süßigkeiten und fette Snacks (oft auch in der Werbung); weitere 16% entfallen auf alkoholhaltige Getränke, obwohl beide Lebensmittelgruppen nach Empfehlungen der Ernährungsaufklärung am besten keinen oder bestenfalls einen geringen Anteil am täglichen Speiseplan haben sollten. Andererseits werden Getreideprodukte, Gemüse und Obst im Fernsehprogramm viel zu selten gezeigt.

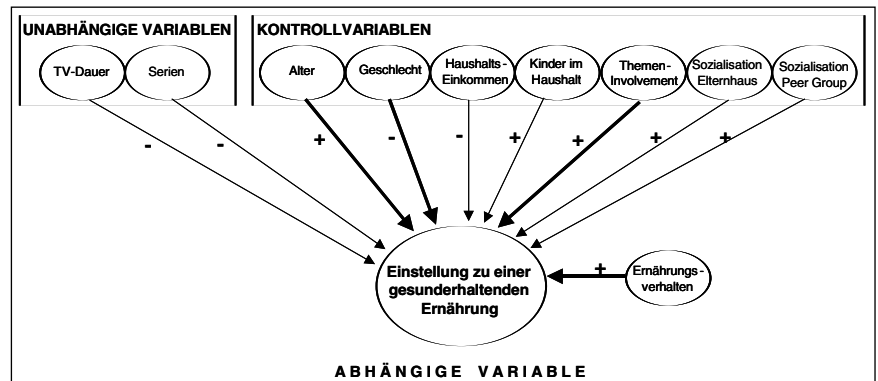
Gleichzeitig wird das Potenzial des Massenmediums Fernsehen, zielgerichtet über gesund erhaltende Ernährung aufzuklären, noch deutlich zu wenig genutzt. So werden beispielsweise nur in zehn Prozent der ernährungsrelevanten Sequenzen in Nachrichten, Magazinen oder Ratgebersendungen tatsächlich Aufklärungsbotschaften genannt. Und weiterführende Informationsmöglichkeiten über das Fernsehangebot hinaus (Internetseiten, Videotext, Broschüren zum Bestellen etc.) wurden zum Zeitpunkt der Studie noch eher selten angeboten. Unter den Bezügen, die in Nachrichten, Magazinen und Ratgebersendungen hergestellt werden (sogenannte „Frames“<sup>6</sup>), dominieren bei den privaten Anbietern eher Risiko- und Lifestyle-Kontexte. Öffentlich-rechtliche Sender betonen dage-

4 RÖSSLER, Patrick / LÜCKE, Stephanie / LINZMAIER, Vera / STEINHILPER, Leila / WILLHÖFT, Corinna: Ernährung im Fernsehen. Darstellung und Wirkung: eine empirische Studie, München 2006.

5 Vgl. hier und im Folgenden auch: RÖSSLER, Patrick / LÜCKE, Stephanie / WILLHÖFT, Corinna: Darstellung und Wirkung von Ernährungsinformationen im Fernsehen, Fachjournalist 5, 2005, 7–10.

6 Vgl. SCHEUFELE, Bertram: Frames – Framing – Framing-Effekte, München 2003.

Abbildung 2:  
Einflussfaktoren auf die Einstellung  
zu einer gesunderhaltenden Ernährung  
(n = 942 Befragte,  
Ergebnisse einer multiplen Regression)



gen die Service-, Politik- oder Wirtschaftsperspektive auf Ernährung.

Die Fernsehnutzung in der befragten Repräsentativstichprobe legt nahe, dass das oben dargestellte, allgemeine Bild von Ernährung einflussreich ist. Denn die Wahrnehmung ernährungsrelevanter Magazine und Ratgebersendungen (seinerzeit z.B. „Alfredissimo“, ARD oder „Kochduell“, VOX), die dieses allgemeine Bild korrigieren könnten, hängt fast ausschließlich von der gesamten täglichen Sehdauer ab. Sprich: Die gezielte Nutzung von ernährungsrelevanten Programmen ist eher die Ausnahme. In der Folge ist auch die Einstellung zu einer gesundheitsfördernden Ernährung zwar schwach, aber signifikant negativ mit der Fernsehnutzung verknüpft. Das bedeutet, dass Personen, die einer vollwertigen Ernährung gegenüber aufgeschlossen sind, tendenziell weniger fernsehen und umgekehrt Personen, die viel fernsehen, eine eher ungünstige Einstellung zur Ernährung aufweisen (Abb.2). Aus diesem Grund würde sich das Fernsehen als Informationskanal durchaus eignen, um gerade diese Personengruppe zu erreichen.

Eine zusätzliche Auswertung, die sich auf die Wahrnehmung von „Lebensmittelrisiken“ durch die Verbraucher konzentrierte, bestätigt die Bedeutung der Fernsehnutzung. Für dieses besonders sensible Themenfeld gilt, je häufiger ein Zuschauer speziell die öffentlich-rechtlichen Sender einschaltet, desto besser fühlt er oder sie sich durch das Fernsehen

über Lebensmittelrisiken informiert (Tab.1). Und insgesamt hat erstaunlicherweise nur eine knappe Minderheit unserer Befragten den Eindruck, aus dem Fernsehen alles Wesentliche über die mit Lebensmitteln verbundenen Probleme zu erfahren – trotz der in der Vergangenheit ausführlich behandelten Skandale wie BSE, Maul- und Klauenseuche (MKS) oder Acrylamid.<sup>7</sup>

Für die Experimentalstudie wurde ein fiktiver Skandal als Fallbeispiel verwendet und derselbe Filmbericht aus drei unterschiedlichen Perspektiven kommentiert. Entweder eine auf Lebensmittelrisiken, eine auf die Ratgeberfunktion oder eine auf Ernährung als Lifestyle bezogene Fassung wurde unterschiedlichen Testgruppen als Teil einer längeren Magazinsendung vorgeführt. Die Wirkung dieser speziell gestalteten Ernährungsbeiträge auf die Ernährungseinstellungen der Zuschauer wurde zu zwei Zeitpunkten gemessen, und zwar unmittelbar nach der Vorführung und mit zweiwöchigem Abstand.

Dabei konnte der mit einem jeweils unterschiedlichen Frame versehene Filmbeitrag nur unter bestimmten Bedingungen und für einen Teil der Probanden Einstellungsänderungen hervorrufen: Der Risikoframe beispielsweise veränderte vor allem die Einstellungen von älteren Menschen, die wenig fernsehen und nicht für das Einkaufen zuständig sind. Der Serviceframe beeinflusste gerade jüngere Menschen mit geringem Bil-

<sup>7</sup> Vgl. die ausführliche Studie von LINZ-MAIER, Vera: Lebensmittelkandale in den Medien. Risikoprofile und Verbraucherverunsicherung, München 2007.

Fühlen Sie sich durch das Fernsehen ausreichend über Risiken bei Lebensmitteln informiert?	Antworten in Prozent	Durchschnittsalter in Jahren	Fernsehnutzungsdauer in Minuten	Nutzung öff.-rechtl. Sender/Wo.
Ja	41,8	43,8	141,5	7,3
Nein	47,1	40,4	119,3	6,2
p		<.001	<.001	<.01

Tabelle 1:  
Einschätzung der Fernseh-Berichterstattung über Lebensmittelrisiken  
(n = 942 Befragte; auf 100% fehlende Werte: Antwort „Weiß nicht / keine Angabe“ 4,8%, keine Fernsehnutzung 6,3%)

dungsstand und wenig Interesse am Thema Ernährung. Der Lifestyleframe schließlich wirkte sich eher auf jüngere, männliche Versuchspersonen aus, die häufig selbst kochen. Darüber hinaus tragen Risiko- wie Service-rahmung zu einer guten Erinnerungsleistung an die Kernbotschaft des Beitrags bei. Sie scheinen einen kognitiven Modus zu aktivieren, der das Gesehene aufmerksamer aufnehmen und Inhalte besser erinnern lässt. Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass Ernährungseinstellungen grundsätzlich durch Medienframes beeinflusst werden können, auch wenn die Einstellungsänderungen – bezogen auf einen einzigen Beitrag (wie in diesem Experiment) – nur von kurzfristiger Dauer sind.

Alles in allem legen die Befunde dieser Grundlagenstudie nahe, dass sich das Massenmedium Fernsehen als Instrument der Ernährungsaufklärung durchaus eignet. Allerdings muss hierzu sein Aufklärungspotenzial planmäßiger als bislang genutzt werden – die Ernährungsinformationen sollten gezielter als bisher ihren Weg in das Fernsehprogramm finden. Gerade die klassischen Aufklärungseinrichtungen könnten dazu stärker beitragen als bisher, indem sie ihre Öffentlichkeitsarbeit speziell mit Blick auf das Fernsehen optimieren. Denn ernährungsbezogene Inhalte sind im Fernsehprogramm tatsächlich allgegenwärtig und werden von den Redaktionen anscheinend gerne aufgegriffen. Und auch im Fernsehen ist eine zielgruppenspezifische Ansprache des Publikums möglich – durch kurze, einprägsame Aufklärungsspots ebenso wie durch die Einbindung von Aufklärungsbotschaften in verschiedenste Sendeformate (siehe Abschnitt 5).

## 2. Auswirkungen auf die Publi-kumsvorstellungen

Als separate Fragestellung wurde anhand des eben vorgestellten Datensatzes auch untersucht, inwieweit die Fernsehdarstellung von Ernährung möglicherweise die Vorstellungen des Fernsehpublikums von diesem Bereich prägt. Der Grundidee des vom US-amerikanischen Kommunikationswissenschaftler George Gerbner entwickelten Kultivierungsansatzes zufolge nähert sich das Bild der gesellschaftlichen Wirklichkeit für Zuschauer mit einem hohen Fernsehkonsum eher der Fernsehdarstellung an, während die Wahrnehmungen und Einstellungen von Zuschauern mit einem geringen Fernsehkonsum der Realität näher kommen.<sup>8</sup> Die durch das Fernsehen wieder und wieder vermittelten Realitätsaspekte formen also demnach – allerdings erst kumulativ und langfristig – die generellen Vorstellungen der Zuschauer von „der Wirklichkeit“ und beeinflussen ihre Überzeugungen, ihre Einstellungen und in der Folge auch ihr Verhalten. Wenn die im Fernsehen dargestellte „Realität“ von der tatsächlichen Realität abweicht, sind Zuschauer, die sehr viel fernsehen, dieser verzerrten Realität stärker ausgesetzt. Die sogenannten „Vielseher“ entnehmen Einschätzungen von gesellschaftlichen Fakten dementsprechend weniger der tatsächlichen Realität, sondern passen sie der „Fernseh-Realität“ an („First-Order-Cultivation“). Aus diesen Einschätzungen resultieren entsprechend ihre Einstellungen und Verhaltensweisen („Second-Order-Cultivation“). Obwohl einige Annahmen des Kultivierungsansatzes durchaus umstritten sind und sich auch die methodische

8 Vgl. GERBNER, George / GROSS, Larry: Living with Television: The Violence Profile, Journal of Communication 26, 1976, 172–199.



Vorgehensweise in manchen Studien als problematisch erwiesen hat,<sup>9</sup> belegt das Gros der Kultivierungsforschung die beschriebenen Zusammenhänge.<sup>10</sup>

Übertragen auf das vorliegende Thema könnte vermutet werden, dass der Fernsehkonsum auch ernährungsbezogene Vorstellungen von der Wirklichkeit erzeugt, welche in einem weiteren Schritt die Ernährungseinstellungen und das Ernährungsverhalten der Zuschauer beeinflussen. Kultivierungseffekte sollten vor allem dort auftreten, wo Ernährung im Fernsehen gegenüber der Wirklichkeit verzerrt dargestellt ist (s. o.). Für die Kultivierungsanalyse wurden – neben den erwähnten Lebensmittelgruppen Süßigkeiten und fette Snacks sowie Gemüse und Obst – auch die Repräsentation von Bio-Lebensmitteln und weiblichen Berufsköchen zugrunde gelegt, die im Fernsehen weniger vertreten sind als in der Wirklichkeit.<sup>11</sup> Für Kultivierungseffekte zweiter Ordnung wurden die Einstellungen zu einer gesunden Ernährung und die Einschätzung von eigenem und fremdem Ernährungsverhalten herangezogen. Die Datenanalyse bestätigte frühere Befunde der Kultivierungsforschung, wenn sich zwar systematische, aber schwache Effekte auf allen Untersuchungsebenen einstellen, so dass die einbezogenen TV-Nutzungsmaße (nach Kontrolle von Persönlichkeitsmerkmalen, soziodemografischen Faktoren und einer Reihe von ernährungsbezogenen Variablen) zwischen einem und drei Prozent in der Varianz der Wahrnehmungen und Einstellungen erklären. Dies mag auf den ersten Blick wenig spektakulär erscheinen; es ist dabei allerdings zu berücksichtigen, dass es sich um eine kontinuierliche, kumulative Langzeitwirkung von Massenmedien in einem Bereich handelt, in dem das Individuum (aus biologischen Gründen) permanente konkurrierende Realitätserfahrungen hat und deswegen das Fernsehen nur eine Sozialisationsinstanz unter vielen verkörpert.

Mögliche Konsequenzen dieser Befunde für die Praxis der Ernährungsaufklärung knüpfen insbesondere an jene Teilergebnisse an, die die Effekte unterschiedlicher inhaltlicher Gattungen von Fernsehprogrammen präzisieren. Für klassische Formate der Informationsvermittlung wie Nachrichten, Magazine oder Ratgeber zeichnet sich ein Potenzial zur Vermittlung von Verhaltensnormen ab, wie sie sich im aktuellen Zeitgeschehen spiegeln. Zwar kann durch Berücksichtigung von medialen Selektionslogiken (z. B. Nachrichtenwerte) eine höhere Präsenz von Ernährungsthemen erreicht werden; zu beachten ist dabei jedoch, dass wesentliche Zielgruppen für die Ernährungsaufklärung eher unterhaltende Informationsangebote wie Boulevardmagazine bevorzugen. Für fiktionale Unterhaltungsformate empfehlen sich Strategien wie „Entertainment Education“ (s. Abschnitt 5), während im Bereich der Werbung darüber nachgedacht werden sollte, den übermächtigen Botschaften der Lebensmittelindustrie prosoziale Spots für gesund erhaltende Nahrung (so genannte Public Service Announcements, PSAs) entgegenzusetzen (s. Abschnitt 4). Bevor beide Aspekte vertieft werden, sei zunächst ein Blick auf eine spezielle Zielgruppe des Fernsehens geworfen, die jene extremen Formen von abweichendem Ernährungsverhalten aufweist, die zunehmend größere Teile der Bevölkerung betreffen und auch im Kontext medialer Präsentationsformen diskutiert werden.

### 3. Fernsehen im Kontext von Essstörungen

Besonders markante Erscheinungsformen von Fehlernährung sind Essstörungen, die mit extremem Über- oder Untergewicht einhergehen (Anorexie, Bulimie, psychogene Adipositas). Einerseits sind entsprechende Fälle als Themen in den Medien und damit auch im Fernsehen derzeit ständig präsent; andererseits stellt sich die

9 Zusammenfassend siehe SCHENK, Michael: Medienwirkungsforschung, Tübingen 2008, hier 578–613.

10 Vgl. SHANAHAN, James / MORGAN, Michael: Television and its Viewers. Cultivation Theory and Research, Cambridge 1999.

11 Vgl. hier und im Folgenden LÜCKE, Stephanie: Ernährung im Fernsehen. Eine Kultivierungsstudie zur Darstellung und Wirkung, Wiesbaden 2007.

Medienhandlungstyp (MH-Typ) / Cluster	Bezeichnung	Anzahl der MH	Anteil
Medienhandlungstyp 2	Opfer der Medienvorbilder	119	14%
Medienhandlungstyp 6	Therapie	100	12%
Medienhandlungstyp 16	Flucht	87	11%
Medienhandlungstyp 4	Gefolgschaft	64	8%
Medienhandlungstyp 9	Anwaltschaft der Essgestörten	58	7%
Medienhandlungstyp 15	Betroffenheit	59	7%
Medienhandlungstyp 1	Bestätigung in Essstörung	53	6%
Medienhandlungstyp 5	Enttarnung und Abgrenzung	51	6%
Medienhandlungstyp 8	Machtlosigkeit	34	4%
Medienhandlungstyp 11	Recherche über Essstörung	29	4%
Medienhandlungstyp 12	Anleitung zur Essstörung	36	4%
Medienhandlungstyp 3	Kampf gegen paradoxe Werbeversprechen	23	3%
Medienhandlungstyp 10	Klage über Diskriminierung Dicker	22	3%
Medienhandlungstyp 13	Wunsch nach Vielfalt der Körperbilder	23	3%
Medienhandlungstyp 14	Selbstschutz	27	3%
Medienhandlungstyp 7	Kritik an Schlankeits- und Diätterror	20	2%
Medienhandlungstyp 17	Identifikation	19	2%
Gesamt		824	100%

Abbildung 3:  
Medienhandlungstypen von Personen mit  
Essstörungen  
(n = 842 Medienhandlungen von 45 Patientinnen mit gestörtem Essverhalten)

Frage, welche Bedeutung nicht nur solche Mediendarstellungen, sondern Medien insgesamt für den Krankheitsverlauf der Betroffenen besitzen. Dass holzschnittartige Erklärungsversuche hier zu kurz greifen, illustriert eine kürzlich an der Hochschule für Musik und Theater Hannover eingereichte Dissertation, die auf problemzentrierten Intensivinterviews mit 45 Patientinnen überwiegend jüngeren Alters beruht, die an Magersucht, Ess-Brech-Sucht oder Binge-Eating-Disorder litten.<sup>12</sup> Deren Ergebnisse verdeutlichen, dass Massenmedien in unterschiedlichen Krankheitsphasen unterschiedliche Funktionen für die Betroffenen besitzen und über die Art und Weise der individuellen Aneignung der jeweiligen Inhalte kaum pauschale Aussagen getroffen werden können.

Insgesamt konnten die medienbezogenen Aussagen in den Gesprächen zu 17 verschiedenen Medienhandlungstypen verdichtet werden, die sich jeweils als eine Verknüpfung von Medienangebot, Zuwendungsmotivation, Nutzungsform, Verarbeitung und Folgen der Rezeption darstellen (vgl. Abb. 3). Es würde an dieser Stelle zu weit führen, alle diese Typen zu erläutern; allerdings sei darauf hingewiesen, dass die Rolle der Massenmedien in allen inhaltlichen Kontexten als ambivalent beschrieben wird: Greift man exemplarisch den Aspekt der Selbst-

wirksamkeit („self-efficacy“) heraus, werden Medien genauso als Instrument zur Therapie der Essstörung wie zur Anleitung für ein „optimal“ gestörtes Verhalten benutzt. Ihre Inhalte dienen – situations- und personenabhängig – zur Identifikation wie zur Problemflucht, Berichte können ebenso das Gefühl der Machtlosigkeit vermitteln, wie sie zur weiteren Recherche anregen. Die Interviews zeigen, dass diese vermeintlich widersprüchlichen Formen von Medienhandlungen teilweise von ein oder derselben Person an den Tag gelegt werden – bedeutsam ist hier die Phase der Erkrankung, denn Medien eröffnen den Betroffenen in verschiedenen Stadien auch unterschiedliche Handlungs- und Aneignungsoptionen.

Ein wichtiges Ergebnis der Studie ist daher der Hinweis, dass Essstörungen und Mediennutzung nur als komplexes und dabei flexibles Beziehungsgeflecht angemessen beschrieben werden können. Dies heißt, dass das jeweilige Medienhandeln jenseits aller Pauschalurteile mit dem Krankheitstyp variiert; situativ im Verlauf der Krankheit und dem speziellen Ereigniskontext unterschiedliche Funktionen erfüllen kann; intendierte und nicht-intendierte Züge trägt; Ursache, Symptom oder Folge der Krankheit sein kann; und sich gesundheitsfördernd, -schädigend und/oder gar nicht

12 Vgl. hier und im Folgenden BAUMANN, Eva: Die Symptomatik des Medienhandelns. Zur Rolle der Medien im Kontext der Entstehung, des Verlaufs und der Bewältigung eines gestörten Essverhaltens, Dissertation, HMT Hannover 2008.

auf die Essstörung auswirkt. Speziell mit Blick auf das Fernsehen lässt sich festhalten, dass ihm als Leitmedium auch in der Gruppe der Betroffenen eine erhöhte Bedeutung zukommt. Diese wird durch die Eigenarten bestimmter TV-Formate noch gesteigert – unter anderem sorgt der serielle Charakter mancher Angebote (Daily Soaps, Casting Shows wie „Germany’s Next Topmodel“) für eine permanente Konfrontation mit dem Phänomen, und die bewegten Bilder eröffnen andere dramaturgische Möglichkeiten (Emotionalisierung, Personalisierung etc.) als beispielsweise Abbildungen in Magazinen oder Werbemotive.

Dass es sich bei Essstörungen insgesamt um ein gesellschaftlich relevantes Phänomen handelt, mag die Tatsache verdeutlichen, dass sich der 15. Shell-Jugendstudie zufolge 43 % aller Mädchen zwischen 12 und 25 Jahren als zu dick empfinden (gegenüber 24 % der Jungs). Gleichzeitig konstatiert die Repräsentativerhebung ein generell ungünstiges Essverhalten deutscher Jugendlicher: Abhängig vom sozialen Status werden Obst, Gemüse und Salat deutlich zu wenig, zuckerhaltige Getränke und Süßigkeiten zu viel verzehrt, was als ein Besorgnis erregender Zustand bezeichnet wird.<sup>13</sup> Es lohnt sich also, besonders die Zielgruppe der Kinder und Jugendlichen hinsichtlich des Zusammenhangs von Fernsehen und Ernährungsverhalten zu betrachten.

#### 4. Fernsehen, Fernsehwerbung, Ernährung und Kinder

Ein besonderes Augenmerk der Ernährungsforschung gilt der Zielgruppe der Kinder und Jugendlichen, da Ernährungsverhalten, wie im vorigen Abschnitt bereits angedeutet, schon in frühen Lebensphasen sozialisiert wird – und statistisch immer wieder erschreckend hohe Anteile gerade von übergewichtigen Kindern ausgewiesen werden. Beispielsweise charakterisieren die für Deutschland repräsentativen Körperhöhen- und

Körpergewichtsdaten für 3- bis 17-jährige Kinder und Jugendliche, die für die KiGGS-Studie erhoben wurden, 15 % der Teilnehmer als übergewichtig und 6,3 % als adipös.<sup>14</sup>

Ein unmittelbarer Effekt von hoher Fernsehnutzung auf Adipositas im Kindheitsalter wird zwar immer wieder behauptet, von der empirischen Forschung aber nicht eindeutig bestätigt, wie ein neuerer Literaturüberblick verdeutlicht.<sup>15</sup> Vielmehr handelt es sich um einen komplexen Entwicklungsprozess, in dem auch eine Vielzahl nicht-medialer Einflüsse zu berücksichtigen sind. Der grundsätzliche Zusammenhang zwischen beiden Variablen lässt sich andererseits aber genauso wenig leugnen; an dieser Stelle sei exemplarisch auf den Forschungsbericht der amerikanischen Kaiser Family Foundation zur Rolle der Medien bei Übergewicht in der Kindheit verwiesen: „The rising rates of childhood obesity present one of the most significant public health problems we face. While there are many factors that contribute to the problem, this review of the major studies indicates that children’s use of media is an important part of the puzzle. [...] Exactly *how* media may contribute to childhood obesity has not been conclusively documented.“<sup>16</sup>

Als möglichen zentralen Faktor nennt die Studie die an Kinder und Jugendliche gerichtete Fernsehwerbung für nicht empfehlenswerte Nahrungsmittel, die den Löwenanteil beworbener Lebensmittel ausmachen.<sup>17</sup> Schon amerikanische Studien in den 1970er Jahren vermuteten, dass sich die Frühstückspräferenzen von Grundschulern an Fernsehangeboten orientieren: Wurden Werbespots für zuckerhaltige Cerealien etc. gezeigt, griffen die Kinder selbst eher zu entsprechenden Produkten.<sup>18</sup> Seither hat sich eine Vielzahl von Untersuchungen dem Zusammenhang zwischen Werbung und Ernährungsverhalten bei Kindern gewidmet, aus denen beispielhaft die großflächig angelegte Studie des britischen „Office

13 Vgl. HURRELMANN, Klaus / ALBERT, Mathias: Jugend 2006. 15. Shell-Jugendstudie, Frankfurt a.M. 2006; hier bes. 86–96.

14 Vgl. die ständig aktualisierte Dokumentation von KROMEYER-HAUSSCHILD, Katrin / WABITSCH, Martin: Aktuelle Sicht der Prävalenz und Epidemiologie von Übergewicht und Adipositas bei Kindern und Jugendlichen in Deutschland [http://www.a-g-a.de/aga\_content.html] Stand 01.07.2008.

15 Vgl. JORDAN, Amy B.: Heavy Television Viewing and Childhood Obesity, *Journal of Children and Media* 1, 2007, 45–54.

16 KAISER FAMILY FOUNDATION (ed.): *The Role of Media in Childhood Obesity. Report #7030*, Februar 2004 [www.kff.org] Stand 01.07.2008.

17 Vgl. die internationale Vergleichsstudie des European Heart Network in 20 europäischen Staaten: MATTHEWS, Anne / COWBURN, Gill / RAYNER, Mike / LONGFIELD, Jeanette / POWELL, Charlie: Werbung und Marketing „ungesunder“ Lebensmittel für Kinder in Europa, Deutsche Herzstiftung, 2005.

18 Vgl. GOLDBERG, Marvin / GORN, Gerald / GIBSON, Wendy: TV Messages for Snack and Breakfast Foods: Do They Influence Children’s Preferences? *The Journal of Consumer Research* 5, 1978, 73–81.

of Communications“ (Ofcom) herausgegriffen sei.<sup>19</sup> Die Befunde ähneln den eben genannten: Der Einfluss von Nahrungsmittelwerbung, namentlich der im Fernsehen, auf die Lebensmittelpräferenzen der Kinder ist nachweisbar, aber gering im Verhältnis zu anderen Faktoren wie geschmackliche Vorlieben, Bequemlichkeit, Druck der Peers oder Gewohnheiten der Eltern. Allerdings sind indirekte Effekte (beispielsweise die Kultivierung bestimmter Vorstellungen von korrektem Essverhalten; s. o.) nicht auszuschließen, aber durch empirische Forschung kaum nachweisbar.<sup>20</sup> Dennoch, so ein etwa zur selben Zeit veröffentlichter Forschungsbericht für die britische Food Standards Agency, deuten die kumulativen Evidenzen darauf hin, dass von einer unvorteilhaften Wirkung der Nahrungsmittelwerbung auszugehen ist, und tendenziell würden diese Effekte von der Forschung eher unterschätzt.<sup>21</sup>

Für Deutschland hat Joerg M. Diehl von der Universität Gießen eine Reihe von Publikationen vorgelegt, deren Tenor im Wesentlichen die internationalen Trends bestätigen. Er argumentiert, dass während der vergangenen zehn Jahre zwar der Anteil übergewichtiger Kinder in Deutschland angestiegen ist, nicht aber der Fernsehkonsum von Kindern (der vergleichsweise konstant blieb). Werbemaßnahmen können die Marktanteile von Produkten zwar massiv verändern, „es gibt jedoch keine Hinweise, dass durch die an Kinder gerichtete Werbung deren Gesamtverzehr von Süßigkeiten und Snacks erhöht wird. Zahlreiche Studien konnten keine signifikante Beziehung zwischen Fernsehnutzung und Gewichtsstatus feststellen.“ Auch würden übergewichtige Kinder zumeist nicht häufiger Werbung für entsprechende Food-Produkte sehen als ihre schlankeren Vergleichsgruppen.<sup>22</sup>

Eine Wirkung von Lebensmittel-Spots auf Kinder und Jugendliche versuchte auch eine Studie von Pudel nachzuweisen, die untersuchte,

wie gut sich Kinder und Jugendliche zwischen sechs und 17 Jahren – abhängig von ihrem Fernsehkonsum – an Lebensmittelspots erinnern. Die Erinnerungsleistung der Kinder hing zwar signifikant vom Fernsehkonsum ab; ein Abgleich der Daten mit dem tatsächlichen Essverhalten (basierend auf einem Sieben-Tage-Verzehrprotokoll) zeigte jedoch keinen unmittelbaren Einfluss des Fernsehkonsums und der Erinnerungsleistung auf das tatsächliche Ernährungsverhalten. Möglicherweise prägt die Existenz der Ware im Handel und bei Freunden das Essverhalten von Kindern und Jugendlichen wirksamer als Fernsehspots.<sup>23</sup>

Allerdings stellt sich die Frage, ob Werbewirkungsmechanismen nicht auch positiv zur Promotion von gesund erhaltenden Nahrungsmitteln genutzt werden können. In der Pilot-Kampagne „SpotFit“ von aid, Kinderkanal (KI.KA) und der Barmer, die von Forschern der Universität Erfurt wissenschaftlich begleitet wurde, waren Kinder bis 12 Jahre aufgefordert, Werbung für gesunde Ernährung und Bewegung zu machen. Es konnten selbst gestaltete Werbeplakate und Werbespots eingereicht werden; und obgleich die Teilnahmeanforderungen durchaus anspruchsvoll gestaltet wurden, haben sich über 3000 Kinder an der Aktion beteiligt.

Die Untersuchung von deren Einsendungen zeigt, dass die Kinder weniger auf negative Effekte ungesunder Nahrung abstellen, sondern in ihren Werbebotschaften hauptsächlich ‚gesunde‘ Lebensmittel präsentieren (dabei aber stereotyp Obst und Gemüse bevorzugen).<sup>24</sup> Insbesondere Apfel und Banane bzw. Möhre und Tomate kommen dabei eine Symbolfunktion zu. Speziell in der älteren Gruppe der 10–13jährigen lässt die Machart der Einsendungen deutlich darauf schließen, dass grundsätzliche Techniken und Strategien von Werbung erkannt wurden – es finden sich gereimte Slogans, Testimonials und selbstproduzierte Musikstücke.

19 OFCOM: Children's Food Choices, Parents' Understanding and Influence, and the Role of Food Promotions. Forschungsbericht, 2004 [[http://www.ofcom.org.uk/research/tv/report/food\\_ads/](http://www.ofcom.org.uk/research/tv/report/food_ads/)] Stand 01.07.2008.

20 Vgl. den Kommentar zum Ofcom-Bericht von LIVINGSTONE, Sonja: A Commentary on the Research Evidence Regarding the Effects of Food Promotion on Children, London School of Economics, Februar 2004.

21 Vgl. HASTINGS, Gerard / STEAD, Martine / MCDERMOTT, Laura / FORSYTH, Alasdair / MACKINTOSH, Anne Marie / RAYNER, Mike / GODFREY, Christine / CARAHER, Martin / ANGUS, Kathryn: Review of Research on the Effects of Food Promotion to Children, Final Report, September 2003 [<http://www.csm.strath.ac.uk>] Stand 01.07.2008.

22 Vgl. die zusammenfassende Darstellung in DIEHL, Joerg M.: Macht Werbung dick? Einfluss der Lebensmittelwerbung auf Kinder und Jugendliche. Ernährungs-Umschau 52, 2005, 40–47.

23 Vgl. PUDEL, Volker: Essverhalten und Ernährungszustand von Kindern und Jugendlichen – eine Repräsentativerhebung in Deutschland. In: Deutsche Gesellschaft für Ernährung e.V. (Hg.): Ernährungsbericht 2000, Frankfurt a.M. 2000, 115–146.

24 Vgl. hier und im Folgenden RÖSSLER, Patrick / ARENDT, Kathleen: SpotFit! – Clever essen und bewegen. Dokumentation und Evaluation der Mitmachaktion für Kinder. Unveröffentlichter Forschungsbericht, Universität Erfurt 2007.

Aus medienpädagogischer Sicht wäre zu folgern, dass ein Ziel der Kampagne erreicht wurde, nämlich das Bewusstsein für Werbewirkung im Allgemeinen und von ernährungsbezogener TV-Werbung im Besonderen zu schärfen.

Beweggrund für die Teilnahme war dementsprechend primär die kreative Herausforderung, ein Werbemittel zu gestalten, und erst nachrangig das Interesse am Thema. Wie die Befragung der Teilnehmer ergab, wiesen diese ein großes Wissen über und sehr positive Einstellungen zu Ernährung und Bewegung auf. Durch das post-hoc-Design lässt sich freilich nicht zweifelsfrei klären, ob der Wettbewerb zu diesen Dispositionen beigetragen hat, oder von vornherein bevorzugt Kinder und Gruppen teilgenommen haben, die sich sowieso für das Thema interessieren und entsprechende Prädispositionen aufwiesen. Beim Vergleich mit einer Kontrollgruppe selben Alters, deren Kinder keine Beiträge eingereicht haben, ergaben sich kaum nennenswerte Unterschiede: „Die Teilnehmer [essen] nicht gesünder, wissen nicht besser über Ernährung Bescheid und sind in ihrer Freizeit auch nicht stärker bewegungsaktiv als Kinder, die nicht an SpotFit! teilgenommen haben.“ Dies könnte sich einerseits dadurch erklären lassen, dass durch die inzwischen erhebliche gesellschaftliche Durchdringung des Themas die Gefahr sozial erwünschter Antworten in Befragungen erheblich ansteigt. Andererseits würde dann alleine das Wissen um diese Standards belegen, dass bereits bei Kindern die bekannte Kluft zwischen Wissen/Einstellungen und Verhalten besteht: Man weiß sehr genau, was gut für einen ist, und findet gute Ernährung auch erstrebenswert – aber an der Umsetzung in tatsächlich gesundes Essverhalten hapert es letztlich. Der abschließende Abschnitt wendet sich einer neueren Strategie zu, diese Kluft zu überwinden.

## 5. Entertainment Education: Ernährungsaufklärung durch Fernsehen

Angesichts der befürchteten negativen Wirkungen der Fernsehnutzung mag es zwar wünschenswert sein, den Fernsehkonsum insbesondere von Kindern stark zu reduzieren. In Zeiten einer mediatisierten Gesellschaft ist dies aber oft ein unrealistisches Ziel. Eine mögliche Alternative besteht darin, das Potenzial der Massenmedien als „agents of entertainment and persuasion“<sup>25</sup> auszunutzen. Schließlich lernen Rezipienten nicht nur dann, wenn sie Nachrichten oder Dokumentationen sehen – im Gegenteil: Unterhaltende Genres wie Seifenopern, Spielfilme, Krimis etc. oder sogenannte Reality-Shows wie „Notruf“ oder „Super-Nanny“ enthalten Informationen, die im unterhaltenden Kontext die Wissensbestände der Rezipienten bewusst oder unbewusst, intendiert oder zufällig beeinflussen. „Entertainment [...] is the most pervasive media genre; it tells us how to dress, speak, think, and behave. Thus, we are ‘educated’ by the entertainment media, even if unintended by the source and unnoticed by the audience.“<sup>26</sup>

Das Wissen um eine Unterhaltungsorientierung der Rezipienten, d.h. ihre eher affektive, unbeabsichtigte Rezeptionshaltung, eröffnet die Möglichkeit, beiläufige Lernprozesse zu initiieren, die Wirkungen auf der Verhaltensebene entfalten und damit die oben beschriebene Kluft überwinden sollen. Dieses auf der Basis von Albert Banduras Lerntheorie (social cognitive theory)<sup>27</sup> entwickelte Konzept namens Entertainment-Education (kurz: EE) bindet prosoziale Botschaften in einen narrativen, unterhaltenen Kontext ein, um den Rezipienten ein angenehmes Erleben zu beschaffen und so mögliche Resistenzen gegenüber offenkundig persuasiven Botschaften abzubauen (z.B. durch die verschleiende Struktur der Narration, die Herabsetzung der selektiven Wahrnehmung des Rezipienten

25 SINGHAL, Arvind/ROGERS, Everett M.: A Theoretical Agenda for Entertainment-Education. *Communication Theory* 12, 2002, 117–135; hier 119.

26 SINGHAL, Arvind/ROGERS, Everett M.: Entertainment-Education and Social Change. *A Communication Strategy for Social Change*, Mahwah NJ, 1999, 7–8.

27 Vgl. im vorliegenden Kontext BANDURA, Albert: Social Cognitive Theory for Personal and Social Change by Enabling Media. In: Singhal, Arvind et al. (eds.): *Entertainment-Education and Social Change History, Research, and Practice* Mahwah NJ, 2004, 75–96.

oder das Unterbinden von Gegenargumentationen). Das gewünschte soziale Verhalten wird anschließend durch die Beobachtung von Modellen und deren Imitation erlernt, wobei es keine Rolle spielt, ob diese Modelle reale Personen oder fiktionale Fernsehcharaktere sind. Von zentraler Bedeutung ist jedoch ein Gefühl der Selbstwirksamkeit (self-efficacy), das die persönliche Überzeugung beschreibt, notwendige Veränderungen selbst meistern zu können.<sup>28</sup>

Erfolgreiche Kampagnen auf Basis einer EE-Strategie werden häufig aus weniger entwickelten Ländern berichtet, in denen prominent platzierte mediale Botschaften eine überproportionale Wirkung entfalten. Als prominentes Beispiel aus einer sogenannten „mediengesättigten“, westlich orientierten Kultur gilt die vom Center for Health Communication der Harvard School of Public Health entwickelte „Designated Driver Campaign“, in welcher jungen Erwachsenen in den USA die Problematik von Alkohol am Steuer vor Augen geführt und gleichzeitig ein Lösungskonzept angeboten wurde – jeweils einen Fahrer in der Gruppe zu bestimmen, der keinen Alkohol konsumiert. Diese prosoziale Botschaft wurde zwischen 1988 und 1992 in mehr als 160 Prime-Time Shows im amerikanischen Fernsehen kommuniziert, und Evaluationsstudien konnten zeigen, dass 89% der Erwachsenen und 97% der jungen Erwachsenen mit dem Konzept des „Designated Driver“ vertraut waren.<sup>29</sup>

Die EE-Strategie wurde bislang nur wenig auf Ernährungsthemen und für die Zielgruppe Kinder angewendet. Am ehesten gelingt dies derzeit der in Island entwickelten und mittlerweile in 98 Länder verkauften TV-Serie „LazyTown“ ([www.lazytown.com](http://www.lazytown.com)). In jeder der ca. 25-minütigen Episoden werden die kindlichen Bewohner der fiktiven Stadt LazyTown vor Aufgaben gestellt, die sie mit Hilfe des Superhelden Sportacus, aber dennoch aus eigener Kraft und ge-

gen die Manipulationsversuche des hinterhältigen Freddie Faulig lösen müssen. Die Vermittlung von Ernährungsinformationen (Obst und Gemüse sind „Powersnacks“), positiven Einstellungen gegenüber Ernährung (Obst und Gemüse sind cool und machen Spaß) und adäquatem Ernährungsverhalten (Obst und Gemüse geben Energie, Süßigkeiten rauben Energie) stehen im Mittelpunkt der Handlung, die durch Gesang und Tanz unterstützt wird. In Deutschland wird die Serie seit August 2005 von dem Sender SuperRTL mit großem Quotenerfolg ausgestrahlt.

Obwohl es sich bei der Serie um keine EE-Intervention im klassischen Sinne handelt (beispielsweise fehlen begleitende Maßnahmen wie Präsenzveranstaltungen oder Info-Materialien, und es wird am Ende der Sendung kein die Kernbotschaft zusammenfassender Epilog ausgestrahlt), lässt sich an diesem Fall das Potenzial des Konzepts im Hinblick auf Wissens-, Einstellungs- und Verhaltensänderungen im Ernährungsbereich untersuchen. In einer mehrteiligen Reihe von Feldversuchen mit Kindern konnte gezeigt werden, dass die EE-Strategie durchaus in der Lage ist, prosoziale Botschaften zu einer gesund erhaltenden Ernährung zu vermitteln. Hier hat sich unter anderem ergeben, dass sich diese Botschaften auch von konkurrierenden werblichen Botschaften im unmittelbaren Sendeumfeld nicht substantiell beeinträchtigen lassen, und die Einbindung der TV-Serie in umfassendere Maßnahmen (wie begleitende Spiele und andere Formen der Anschlusskommunikation) den Effekt noch zu steigern vermögen.<sup>30</sup>

Stellvertretend sei hier auf ein Teilerperiment eingegangen, das neben dem grundsätzlichen EE-Gedanken auch die Effektivität eines so genannten Epilogs (s.o.) überprüfte.<sup>31</sup> Denn obwohl die EE-Strategie auf der unbewussten Vermittlung von Botschaften beruht, ist es dennoch Teil der Strategie, diese durch kurze

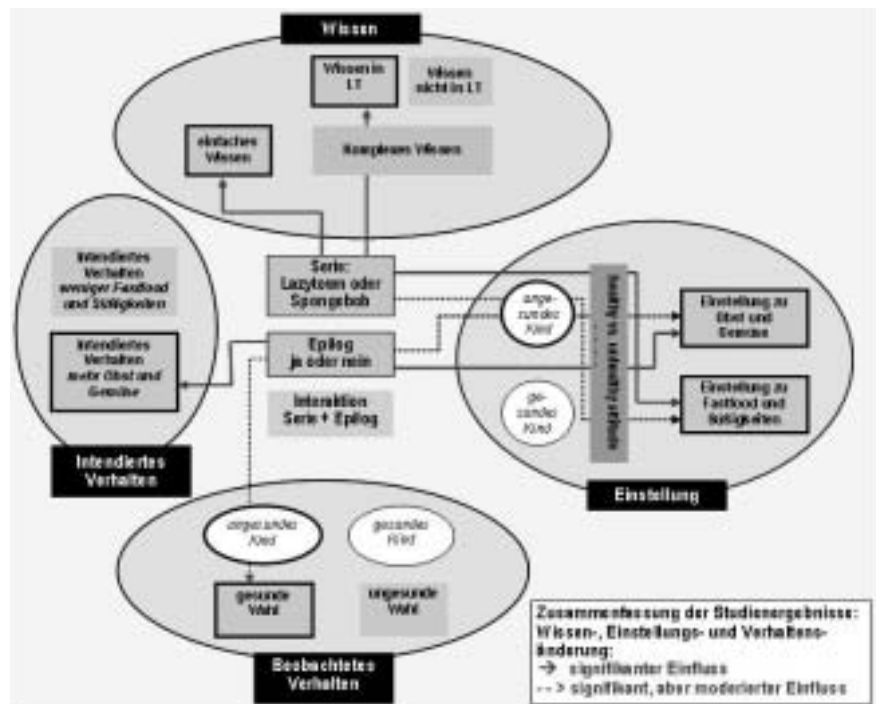
28 Vgl. LAMPERT, Claudia: Gesundheitsförderung durch Unterhaltung? Zum Potenzial des Entertainment-Education-Ansatzes für die Förderung des Gesundheitsbewusstseins, Medien & Kommunikationswissenschaft 51, 2003, 461–477.

29 KAISER FAMILY FOUNDATION (ed.): Entertainment Education and Health in the United States. Report #7047, Spring 2004 [[www.kff.org](http://www.kff.org)] Stand 01.07.2008.

30 Vgl. RÖSSLER, Patrick: Commercials and Entertainment-Education – distracting from or supporting the message? Paper presented to the Annual Conference of the International Communication Association, Montreal, May 2008.

31 Vgl. ARENDT, Kathleen: Der Einfluss der Serie LazyTown und eines LazyTown-Epilogs auf Ernährungswissen, -einstellungen und -verhalten. Ergebnisse einer Experimentaltstudie mit Grundschulkindern. Unveröffentlichter Forschungsbericht, Universität Erfurt 2006.

Abbildung 4:  
Befunde der Epilog-Studie  
zur Serie LazyTown (LT) (Arendt 2008)



Clips im Anschluss an die unterhaltende Sendung zu explizieren und damit auch auf kognitiver Ebene zu verankern, ohne das Unterhaltungserlebnis zu stören. Darüber hinaus dient der Epilog dazu, dem Publikum Möglichkeiten zum eigenen Handeln (im Sinne von Selbstwirksamkeit und Anschlusskommunikation) zu eröffnen. In einem 2x2-Between-Subject-Design wurde den Versuchspersonen jeweils eine Folge der Serien LazyTown oder Sponge Bob (diese ohne Ernährungsbezug) vorgeführt, gefolgt von einem Epilog oder nicht. Insgesamt haben 149 Kinder an der Untersuchung teilgenommen, jeweils etwa hälftig aus den Orten Erfurt und Köln bzw. dem dritten und vierten Schuljahr (Altersdurchschnitt 9,2 Jahre).

Auf Wissensebene löste die Serie die stärksten Effekte aus: Kinder, die LazyTown gesehen haben, wussten mehr als Kinder, die Sponge Bob gesehen haben – und dies in allen relevanten Bereichen, d. h. sowohl auf der Ebene einfachen wie auch komplexeren Ernährungswissens. Die Analysen zeigen, dass diese Wissensunterschiede eindeutig auf die Rezeption

des Stimulus zurückzuführen sind; allerdings führten weder Epilog noch die Interaktion aus Epilog und Serie zu signifikanten Ergebnissen, wenngleich die Tendenzen in der erwarteten Richtung liegen (Abb. 4).

Diese starken und eindeutigen Ergebnisse differenzieren sich bei der Betrachtung der Einstellungsänderung bezüglich Obst/Gemüse und Fast-Food/Süßigkeiten: Sich ungesund ernährende Kinder, die LazyTown gesehen haben, zeigen eine negativere Einstellung zu ungesundem Essen im Vergleich zu Kindern, die Sponge Bob gesehen haben. LazyTown vermag in dieser Gruppe die Ablehnung von ungesundem Essen (Fast-Food/Süßigkeiten) zu verstärken. Der Epilog wiederum verbessert zusätzlich die Einstellung dieser Kinder gegenüber Obst/Gemüse. Sich vorher bereits gesund ernährende Kinder verändern ihre Einstellungen zwar nicht signifikant, aber wieder in die erwartete Richtung. Insgesamt scheinen also sowohl Episode als auch Epilog in einer besonders wichtigen Zielgruppe die Einstellung hin zu einer gesünderen Ernährung zu beeinflussen, und es ist umso bemerkenswerter, dass

bereits ein kurzer Einspieler messbare Effekte hervorruft.

Die Veränderung eines Verhaltens, das über Jahre gewachsen ist, lässt sich hingegen durch einen punktuellen Stimulus kaum bewirken. Daher wurden sowohl bei der Frage nach dem beabsichtigten zukünftigen Ernährungsverhalten als auch bei einer tatsächlichen Lebensmittelwahl nach dem Experiment kaum signifikante Ergebnisse entdeckt. Lediglich der Epilog bedingte, dass die Kinder nach eigener Aussage zukünftig häufiger Obst/Gemüse essen wollen. Das reale Verhalten, sprich die Wahl einer kleinen Belohnung zwischen Süßigkeiten und Obst oder Gemüse, unterlag vielen potenziellen Störfaktoren; dennoch wurden perspektivisch wieder die erwarteten Ergebnisse erzielt.<sup>32</sup>

Diese Befunde einer ersten Pilotstudie sind durchaus ermutigend, deuten sie doch das Potenzial von EE-Strategien auch in der Ernährungsaufklärung an: Mit der Einbettung entsprechender Botschaften in narrative Unterhaltungsformate steigt tendenziell das Ernährungswissen, verbessert sich die Einstellung zu Gesundem und verschlechtert sich die Einstellung gegenüber Ungesundem, und es wird sich häufiger gesund verhalten. Erwartungsgemäß ist das existierende Ernährungsverhalten jedoch ein starker Moderator für Medieneffekte – deswegen wäre es sicher verfehlt, in Entertainment-Education nun ein „Allheilmittel“ für Kampagnen aller Art zu vermuten. Zum einen ist es von TV-Veranstaltern dramaturgisch weder gewollt noch realisierbar, Spielhandlungen massiv mit prosozialen Botschaften zu unterlegen, und zum anderen würde die inflationäre Verwendung sicherlich das Wirkungspotenzial der einzelnen Maßnahme erheblich reduzieren. Gerade Akteure und Organisationen

auf dem Gebiet der Ernährungsaufklärung sollten freilich verstärkt auf eine punktuelle Anwendung dieses Kommunikationskonzepts hinwirken, auch wenn deswegen nicht gleich jede Kochshow voreilig als Entertainment-Education-Maßnahme gefeiert werden sollte.<sup>33</sup>

*Prof. Dr. Patrick RÖSSLER, geb. 1964, studierte Publizistik, Rechts- und Politikwissenschaft an der Universität Mainz, promovierte 1987 an der Universität Hohenheim zum Dr. rer. soc. und wechselte von 1997 bis 2000 als wissenschaftlicher Assistent an die Ludwig-Maximilians-Universität München, Institut für Kommunikationswissenschaft (ZW). 2000 wurde er als Professor (C3) für Kommunikationssoziologie und -psychologie an der Universität Erfurt berufen, seit 2004 ist er an selber Stelle Lehrstuhlinhaber für Kommunikationswissenschaft mit dem Schwerpunkt Empirische Kommunikationsforschung. Im Herbst 2004 besuchte er als DAAD-Gastprofessor die Annenberg School for Communication, USC Los Angeles, USA. Er war von 2006 bis 2008 Vorsitzender der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK). Seine Forschungsschwerpunkte sind Politische Kommunikation, Medienwirkungen, Medieninhalte, Gesundheitskommunikation, neue IuK-Technologien und die Geschichte der visuellen Kommunikation. Er gibt die Buchreihen „Internet Research“ und „Medien und Gesundheit“ heraus, beide im Verlag R. Fischer, München. Daneben wirkt er als Ausstellungskurator zur Kunst der klassischen Moderne und zu verschiedenen Themen der Massenpresse, u.a. zu Künstlern und Publizistik des Bauhaus, zur Geschichte des Taschenbuchs, der Illustrierten der 50er Jahre, der Filmpublizistik in der Weimarer Zeit und den Wechselwirkungen zwischen amerikanischem und deutschem Zeitschriftendesign.*

32 Vgl. ARENDT, Kathleen: The epilogue – a secret ingredient for the Entertainment-Education strategy? Paper presented to the Annual Conference of the International Communication Association, Montreal, May 2008.

33 Vgl. diese fälschliche Zuschreibung von BENDER, Ute: Kochshows als Education Entertainment? Ernährung im Fokus 8, 2008, 194–199.



# Zukunftsfähige Produktentwicklung am Beispiel Ernährung

KARL-MICHAEL BRUNNER, FLORIAN HEILER

## Nachhaltige Entwicklung und die Ko-Evolution von Angebot und Nachfrage

Nachhaltigkeit als Entwicklungskonzept ist auf die Zukunftsfähigkeit von Gesellschaften in ökologischer, ökonomischer und sozialer Hinsicht gerichtet. International angestoßen durch die Konferenz für Umwelt und Entwicklung 1992 in Rio de Janeiro ist Nachhaltigkeit in den letzten Jahren zu einem zentralen Thema für Wirtschaft, Politik und Zivilgesellschaft geworden. Auch im Ernährungssystem ist die Frage nachhaltiger Entwicklung von hoher Relevanz. Wie Lebensmittel produziert, verarbeitet, gehandelt und konsumiert werden, hat ökologische, soziale, ökonomische und gesundheitliche Auswirkungen. Die ernährungsbezogene Wertschöpfungskette gilt als eine der ressourcenintensivsten und stellt deshalb eine große Herausforderung für eine nachhaltige Entwicklung dar.<sup>1</sup>

Unternehmen haben für den Umsetzungsprozess einer nachhaltigen Entwicklung eine zentrale Bedeutung. Sie wirken an der gegenwärtigen und zukünftigen Konsumkultur mit, sie entscheiden als Produkt- und Dienstleistungsanbieter oder als Händler durch die von ihnen angebotenen Leistungen und kommunikativen Aktivitäten mit, ob sich nachhaltigkeitsrelevante Bedürfnisse in einem entsprechenden Nachfrageverhalten niederschlagen können. Konsumentinnen und Konsumenten<sup>2</sup> wiederum beeinflussen durch ihre Nachfrage, welche Produkte und Dienstleistungen am Markt angeboten werden und ob Nachhaltigkeitsbemühungen der Unternehmen honoriert werden.

Häufig scheitern Nachhaltigkeitsinnovationen daran, dass sie mit bestehenden Lebens- und Konsumstilen nicht kompatibel sind. Andererseits gibt es eine Vielzahl an nachhaltigkeitsbezogenen Bedürfnissen, Werten und Handlungsweisen, für die es (noch) keine adäquaten „Produkt- und Dienstleistungs-Antworten“ gibt. Nachhaltige Entwicklung erfordert eine „Ko-Evolution“ von Angebot und Nachfrage.<sup>3</sup> Dazu braucht es sowohl Kenntnisse über nachhaltigkeitskompatible gegenwärtige und emergente Bedürfnisse von Konsumenten als auch innovative Formen des Produktentwicklungs- und -vermarktungsprozesses. Beide Aspekte waren Bestandteil eines Forschungsprojekts, das im Folgenden kurz beschrieben wird.

## Das Projekt „Sustainable Lifestyles“

„Sustainable Lifestyles“<sup>4</sup> knüpft an diese beiden Erfordernisse mit dem Ziel an, durch partizipative Innovationsprozesse nachhaltige Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln, welche an die Lebensrealitäten unterschiedlicher gesellschaftlicher Milieus angepasst sind und dadurch die Diffusion entsprechender Angebote im Markt stärken. Dabei werden zwei Herangehensweisen miteinander verschränkt: Zum einen werden Lebensstil- und Konsumtypologien sowie gesellschaftliche und konsumspezifische Trends zur Identifizierung nachhaltigkeitsaffiner Konsumentengruppen analysiert, die als Grundlage für die lebensstilorientierte Entwicklung und Vermarktung nachhaltiger Produkte dienen sollen. Zum anderen wird ein partizipativer Ansatz zur nachhaltigen

1 BRUNNER, Karl-Michael / SCHÖNBERGER, Gesa U. (Hg.): Nachhaltigkeit und Ernährung. Produktion – Handel – Konsum, Frankfurt/New York 2005.

2 Aus redaktionellen Gründen werden im Folgenden Männer und Frauen einschließende Sprachformen nicht durchgehend verwendet, auch wenn beide Geschlechter gemeint sind.

3 PFRIEM, Reinhard / RAABE, Thorsten / SPILLER, Achim (Hg.): OSSENA. Das Unternehmen nachhaltige Ernährungskultur, Marburg 2006.

4 Das Forschungsprojekt „Sustainable Lifestyles“ wurde im Zeitraum 2006–2008 im Rahmen der Programmlinie „Nachhaltig wirtschaften – Fabrik der Zukunft“ des BMVIT (Bundesministerium für Verkehr, Infrastruktur und Technologie) in den beiden ressourcenintensiven Handlungsfeldern Freizeit/Tourismus und Ernährung durchgeführt. Beide Autoren waren Mitglied des Projektteams.

keitsfokussierten und innovationsbasierten Produktentwicklung erarbeitet und erprobt, die sog. „Lifestyle Panel-Methode“. Diese ist ein Ausdruck eines – wengleich branchenspezifisch unterschiedlich ausgeprägten – Trends, dass Kunden und Stakeholder bei der Entwicklung und Diffusion von Produkten aktiv eingebunden werden und nicht nur als Zielgruppen von Marktanalysen fungieren. Kunden und Stakeholder verfügen über bedeutungsvolles Wissen und nützliche Ressourcen für die Entwicklung nachhaltiger Angebote. Dieses implizite Wissen – also Kenntnisse, Fähigkeiten und Erfahrungen, die nicht explizit verbal formulierbar sind – kann nicht einfach abgefragt werden. Um es zu erschließen, bedarf es einer gezielten und kooperativen Einbindung in Form eines offenen Dialoges. Ein dialogischer und pro-aktiver Austausch, der darüber hinaus für den Aufbau von Transparenz und Vertrauen erforderlich ist. Für eine aktive Kundeneinbindung spricht auch, dass nur 6 Prozent aller Produkteinführungen ein Markterfolg werden.<sup>5</sup> Eine frühzeitige Einbindung von Konsumenten in Innovationsprozesse kann den Bedürfnissen und Sehnsüchten der Kunden von heute und morgen besser gerecht werden und hilft Flopraten zu reduzieren, wie empirisch belegt ist.<sup>6</sup>

### **Nachhaltigkeitspotenziale in der gegenwärtigen Konsumwelt: Die Vielfalt an Lebens- und Ernährungsstilen**

Wie sich Menschen ernähren, hängt von einer Vielzahl an Faktoren ab. Ernährungspraktiken sind durch Merkmale der sozialen Lage wie Einkommen, Bildung oder Geschlecht ebenso bestimmt wie durch Wertorientierungen und Mentalitäten und die alltägliche Lebensführung. Konsumpraktiken und -stile sind eingebettet sowohl in soziale Milieukontexte und die Lebensstile bestimmter sozialer Gruppen als auch in makrostrukturelle

Kontexte (Diskurse, gesellschaftliche Trends, Konsumtrends, Produktions- und Angebotsstrukturen, politische Regulierungen und Rahmenbedingungen).<sup>7</sup>

Zur Identifizierung nachhaltigkeitsrelevanter Bedürfnisse, Werthaltungen und Handlungsweisen im Konsumfeld Ernährung ist ein Rückgriff auf Studien zu Lebens-, Konsum- und Ernährungsstilen sinnvoll.<sup>8</sup> Daraus lässt sich ableiten, welche Gruppen von Konsumenten bereits gegenwärtig eine starke Affinität zu nachhaltiger Ernährung zeigen und welche Gruppen für eine Erweiterung ihres nachhaltigen Konsums zu motivieren wären.

Eine hohe Affinität zu nachhaltiger Ernährung zeigen etwa die Lebensstile „kulturbezogen-asketisch“ und „Selbstdarstellung, Genuss und Avantgardismus“<sup>9</sup>, die Ernährungsstile „ernährungsbewusste Anspruchsvolle“ und „fitnessorientierte Ambitionierte“<sup>10</sup> oder der Ernährungsstil „bewusst und kritisch“<sup>11</sup>. Umweltschutz hat bei diesen Stilen einen hohen Stellenwert, Bio-Lebensmittel werden selbstverständlich und in einer breiten Produktpalette konsumiert, neben Gesundheits-, Geschmacks- und Genussaspekten wird auch die Umweltfreundlichkeit der Produktion geschätzt. Diese Typen gehören zu den Kernzielgruppen für Bio-Lebensmittel; Regionalität, Frische und Natürlichkeit sind wesentliche Kaufkriterien. Der Fleischkonsum ist vergleichsweise gering, Vollwertkost und Fair-Trade-Produkte werden bevorzugt. Das Ernährungswissen dieser Gruppen ist relativ hoch, es herrscht ein ausgeprägtes Interesse an Lebensmitteln und gesunder Ernährung vor. Spaß am Kochen und Genießen sind weit verbreitet. Fast Food und Functional Food werden eher abgelehnt, der Ernährungsindustrie gegenüber sind diese Typen kritisch eingestellt. Soziodemographisch sind diese Gruppen deutlich in den höheren Gesellschaftsschichten (Oberschicht und obere Mittelschicht) zu verorten, hohes Einkommen, hohe Bildung

5 COOPER, Robert G.: Top oder Flop in der Produktentwicklung – Erfolgsstrategien: Von der Idee zum Launch, Weinheim 2002.

6 VON HIPPEL, Eric: Democratizing Innovation, Cambridge/MA 2005.

7 BRUNNER, Karl-Michael: Ernährungspraktiken und nachhaltige Entwicklung – eine Einführung. In: Brunner, Karl-Michael / Geyer, Sonja / Jelenko, Marie / Weiss, Walpurga / Asteithner, Florentina: Ernährungsalltag im Wandel. Chancen für Nachhaltigkeit, Wien/New York 2007, 1–38.

8 Im Projekt „Sustainable Lifestyles“ wurden mehr als 200 Lebens- und Konsumstiltypologien im Hinblick auf ihre Nachhaltigkeitspotenziale analysiert.

9 GEORG, Werner: Soziale Lage und Lebensstil. Eine Typologie, Opladen 1998.

10 STIESS, Immanuel / HAYN, Doris: Ernährungsstile im Alltag, Frankfurt 2005.

11 LÜTH, Maren / SPILLER, Achim / ENNEKING, Ulrich: Analyse des Kaufverhaltens von Selten- und Gelegenheitskäufern und ihre Bestimmungsgründe für/gegen den Kauf von Öko-Produkten, Göttingen 2004.

und gehobene Berufspositionen sind zentrale Merkmale<sup>12</sup>, außerdem sind deutlich mehr Frauen als Männer vertreten. Mental ist auf der einen Seite ein konservativer Zugang zu nachhaltigem Essen sichtbar, meist charakterisiert durch die klassische geschlechtsspezifische Arbeitsteilung mit der Hausfrau am häuslichen Herd. Bei diesen (älteren) Typen bilden Tradition, Heimat und Region wichtige Ankerpunkte für nachhaltige Ernährung, Nachhaltigkeit im Sinne von Bewahren wird hochgeschätzt. Demgegenüber stehen eher jüngere Typen im sozialen Milieu der Postmaterielten, die Wert auf individuelle Selbstverwirklichung legen und ein egalitäres Geschlechtermodell praktizieren. Bei dieser Teilgruppe kocht auch der Mann öfters, sind links-liberale und „grüne“ politische Einstellungen vertreten und meist auch die Frauen berufstätig. Wichtige Ankerpunkte für nachhaltiges Essen sind hier Umwelt, Solidarität, Tierschutz, Qualität und Gesundheit.

Hohe Affinität zu nachhaltiger Ernährung kann demnach bei ganz unterschiedlichen Gruppen von Menschen gegeben sein. Nachhaltige Produktinnovationen müssen sich an diesen verschiedenen sozialen, mentalen und bedürfnisbezogenen Differenzen orientieren, wollen sie erfolgreich sein. Doch es gibt auch Gruppen, die gegenwärtig erst in Ansätzen nachhaltiges Essen praktizieren, jedoch aufgrund ihrer Bedürfnisse und Werthaltungen für eine Ausweitung nachhaltigen Konsums motivierbar wären. Als Beispiel kann hier das soziale Milieu der „Modernen Performer“ dienen.<sup>13</sup>

#### **Milieuorientiertes Nachhaltigkeitsmarketing am Beispiel der „Modernen Performer“**

Nachhaltige Produkte und Dienstleistungen brauchen zielgruppenbezogene, milieuspezifische Kommunikations- und Marketingstrategien, um Konsumenten zu entsprechendem

Nachfrageverhalten zu motivieren. Dies erfordert ein Anknüpfen an vorhandenen Werten, Einstellungen und Verhaltensmustern und eine Ausrichtung der kommunikativen Zugänge (Orte der Ansprache, Methoden/Medien, Ansprechweise, inhaltliche und grafische Gestaltung) an den im jeweiligen Milieu vorherrschenden ästhetischen Vorlieben.<sup>14</sup>

In soziodemographischer Hinsicht sind die „Modernen Performer“ meist jünger und umfassen mehr Männer als Frauen. Weitere Merkmale der sozialen Lage sind: hohes Bildungsniveau, hohes Haushaltseinkommen, vermehrt Single-Haushalte, viele Schüler bzw. Studenten, Freiberufler sowie qualifizierte und leitende Angestellte. Dieses Milieu ist flexibel, mobil und leistungsorientiert, fühlt sich als junge Elite und strebt nach Selbstverwirklichung durch Selbstmanagement. Die „Modernen Performer“ legen Wert auf hohen Lebensstandard, konsumieren spontan und sind Luxusprodukten nicht abgeneigt. Generell dominiert ein „postmodernes“ Lebensgefühl einer Kombination von Haben, Sein und Genießen. Dieses Milieu steht der Globalisierung positiv gegenüber und hat neue Technologien bereits in den Alltag integriert. Wesentliche Interessen sind neben Wirtschaft und Kapitalmärkten u.a. Fitness und Wellness, Sport und Reisen sowie moderne Technologien (z.B. Internet). Umweltschutz und Ökologie stehen nicht im Vordergrund.

Milieuspezifische Anknüpfungspunkte für nachhaltigen Konsum sind bei diesem Milieu Qualität, Convenience, Fitness, Körper und Gesundheit, Geschmack, Genuss und moderne Technologien. Im Hinblick auf das Selbstverständnis dieses Milieus als ökonomische und technologische Elite kann Ökologie als „modernes“ Trendsetter-Thema im Spannungsfeld von Fitness, Convenience und Gourmet-Genuss positioniert werden, wobei Anklänge an Fundamentalismus, Kulturpessimismus oder

12 KROPP, Cordula / BRUNNER, Karl-Michael: Ökologisierungspotentiale der privaten Konsum- und Ernährungsmuster, München/Wien 2004.

13 Soziale Milieus sind subkulturelle Einheiten innerhalb einer Gesellschaft, die Menschen ähnlicher Lebensauffassung und Lebensweise zusammenfassen. Dabei werden Merkmale der objektiven sozialen Lage (z.B. Einkommen) mit Merkmalen subjektiver Wertorientierungen und Lebensziele (z.B. Postmaterialismus) und tlw. auch mit konkreten Praktiken (z.B. Konsumverhalten) verbunden. Bekanntestes Milieumodell ist jenes des SINUS-Instituts, das seit Ende der 1970er Jahre solche Milieustudien durchführt; vgl. Fußnote 14.

14 KLEINHÜCKELKOTTEN, Silke: Suffizienz und Lebensstile, Berlin 2005; HUNSICKER, Stefan: Soziale Milieus und Ressourcenverbrauch, Berlin 2005.

Technologiefreundlichkeit wenig anschlussfähig sein dürften.

Insgesamt sind die „Modernen Performer“ nachhaltigem Essen gegenüber aufgeschlossen, in ihrem Konsum jedoch nicht gefestigt. Eine Identifikation mit „Bio“ ist nicht vorhanden, ohne subjektiven Zusatznutzen (z.B. Fitness, Qualität, Modernität) werden Bio-Lebensmittel nicht konsumiert. Nachhaltige Lebensmittel stehen für Gesundheit, Reinheit und Geschmack, allerdings werden sie teilweise auch als zu teuer und nicht unumstritten wahrgenommen (Stichwort: Bio-Schwindel oder Öko-Ideologie). Bio-Produkte werden als bessere und gesündere Lebensmittel wahrgenommen, sie dienen als Ausgleich zum hektischen Berufsalltag, als Gegengewicht zu den auch konsumierten ungesunden, schnellen Gerichten und Snacks. Aspekte des Umweltschutzes erscheinen den „Modernen Performern“ als Vorteil, sind aber nicht unbedingt Kauf entscheidend. Bio ist eine Option unter anderen. Dieses Milieu ist aufgeschlossen für neue Trends und Produkte, will sich aber nicht fixieren. Sollen Bio-Lebensmittel in diesem Milieu Bestand haben, dürfen sie nicht zu dogmatisch auftreten, da dieses Milieu stilistische Vorbehalte gegenüber Bio hat.

Nimmt man die „Modernen Performer“ als Kernzielgruppe, so bieten sich folgende Marketingstrategien für Produzenten an<sup>15</sup>:

- Betonung der positiven Wirkung der eigenen Produkte auf die Gesundheit und Fitness – kurze und präzise Informationen; auch wissenschaftliche Begründung (evtl. Internet-Link für nähere Informationen);
- Betonung des Gourmet-Erlebnisses;
- reduzierte und klare Ästhetik (bei Verpackung, Internet-Auftritt usw.);
- Orientierung an aktuellen Form- und Farbtrends (abstrakt, Anleihen bei der Postmoderne, Neo-Romantik);
- Betonung von Authentizität und Selbstbewusstsein;

- Dokumentation von Professionalität;
- Hinweise auf die Verwendung modernster Technologie sowie die ständige Weiterentwicklung und Innovationsorientierung.

Doch nicht nur gegenwärtige Konsumwelten sind relevant für Nachhaltigkeitsinnovationen, auch mögliche Zukünfte sollten vorausschauend berücksichtigt werden.

### Die Trends von morgen – Sichtung möglicher Zukünfte

Die Milieu-, Lebens- und Konsumstilforschung gibt Auskunft über bestehende Bedürfnisse und deren zielgruppenspezifische Ausprägungen. Die Erschließung von Nachhaltigkeitspotenzialen braucht aber auch eine Sichtung von Gesellschafts- und Markttrends, um emergente Bedürfnisse (und damit Zukunftsmärkte) sichtbar zu machen.

Eine Analyse gesellschaftlicher Megatrends (z.B. Globalisierung, Strukturwandel der Arbeit, Individualisierung) im Hinblick auf Chancen für nachhaltigen Konsum zeigt, dass diese Trends per se keine Entwicklung in Richtung Nachhaltigkeit mit sich bringen, sondern ambivalenten Charakter haben.<sup>16</sup> So ist die ökonomische, politische und kulturelle Globalisierung mit einer Verringerung der Möglichkeiten nationalstaatlicher Regulierung von Produktions- und Konsumstandards und einer weltweiten Handelsliberalisierung verbunden. Doch Globalisierung ist begleitet von Gegentrends der Regionalisierung, von einer Aufwertung der Region und des Lokalen, was aber nicht nur als kulturelle Gegenbewegung zu verstehen ist, sondern oft auch politisch gefördert wird, um der eigenen Region Vorteile im Standortwettbewerb zu verschaffen. Globalisierung kann so neben dem globalisiert-westlichen „Einheitsessen“ (These der „McDonaldisierung“) auch nachhaltigen Konsum fördern. Regionalität spielt im Kontext des Essens eine wichtige,

15 SINUS SOCIOVISION: Unterschiede zwischen Bio-Käufern und Bio-Nichtkäufern in den für den Biomarkt wichtigsten Sinus-Milieus, Aschaffenburg 2007.

16 BRAND, Karl-Werner / GUGUTZER, Robert / HEIMERL, Angelika / KUPFAHL, Alexander: Sozialwissenschaftliche Analysen zu Veränderungsmöglichkeiten nachhaltiger Konsummuster, Berlin 2002.

Vertrauen generierende Rolle und wird auch unter Nachhaltigkeitskriterien positiv beurteilt. Der Strukturwandel der Arbeit führt zu neuen Formen der Unternehmens- und Arbeitsorganisation (schlanke Produktion, Flexibilisierung, Erhöhung der Eigenverantwortung), was wiederum Auswirkungen auf den Ernährungsalltag haben kann. Erhöhte Anforderungen im Arbeitsleben und die Individualisierung von Verantwortung tragen zum Bedeutungsgewinn von Gesundheit und gesundem Essen bei. Hier ergeben sich vielfältige Chancen für nachhaltige Ernährung, etwa im Rahmen von Gesundheitsförderungsmaßnahmen (betriebliche Gemeinschaftsverpflegung).

Neben langfristigen gesellschaftlichen Mega-Trends sind aber auch – von diesen nicht unabhängige – mittelfristige Ernährungstrends zu berücksichtigen. Rützler geht davon aus, dass „die Zukunft unseres Essens (...) nicht von einem, sondern von vielen, sich zum Teil überlagernden, verstärkenden, zum Teil aber auch widersprechenden Foodtrends bestimmt werden (wird)“.<sup>17</sup> Sie ortet 13 verschiedene Food Trends, wobei neben Slow Food vor allem die folgenden nachhaltigkeitsrelevant sind:

- **Ethic Food:** In den letzten Jahren ist es zu einer zunehmenden Sensibilisierung der Konsumenten für ethische Qualitätskriterien der Nahrung gekommen. Öffentliche Kampagnen von Umweltorganisationen über negative Umweltfolgen, Lebensmittel-skandale und Berichte über nicht artgerechte Tierhaltung und ausbeuterische Verhältnisse in der globalen Lebensmittelproduktion haben dazu beigetragen. Daraus ergeben sich zunehmend Chancen für Produkte, bei deren Herstellung ethische Kriterien eine ausgewiesene Rolle spielen. Ethic Food verbindet zunehmend Umweltkriterien mit Kriterien der sozialen Gerechtigkeit (Bio und Fair Trade) und wird daher dem Nachhaltigkeitsanspruch in besonderem Maße gerecht.

- **DOC Food:** Die Industrialisierung und Globalisierung der Lebensmittelproduktion haben auf Seiten der Konsumenten zu einer wachsenden Entfremdung geführt. Lebensmittel werden zunehmend als „UFOs“ (Unidentified Food Objects) wahrgenommen. Konsumenten suchen nach Orientierungshilfen und dabei spielt die kontrollierte Herkunftskontrolle eine immer bedeutendere Rolle. Diesem Trend entspricht das wachsende Bedürfnis vieler Menschen nach regional erzeugten Lebensmitteln, die Unsicherheit reduzieren.

- **Nature Food:** Im Unterschied zur ideologischen Konnotation von Bio-Lebensmitteln in den 1970er bis 1990er Jahren wird in Zukunft biologisches Essen von weniger ideologisch überfrachteten Trends wie Wellness gestützt. Moralischer Hedonismus boomt im Einzelhandel, jährlich steigt der Anteil an konsumierten Bio-Lebensmitteln. Es wächst die Bereitschaft, für natürlich erzeugte und verarbeitete Lebensmittel mehr zu bezahlen (auch im Zusammenhang mit dem Clean Food Trend, wo die Nachfrage nach Lebensmitteln ohne Zusatzstoffe durch die Zunahme an Lebensmittelallergien steigt).

- **Health Food:** Das steigende Interesse an Gesundheitsfragen ist eng mit der Sorge um die eigene Lebensqualität verbunden. Im Zuge der Deregulierung der Arbeits- und Lebenswelten suchen immer mehr Menschen nach einer Balance zwischen Körper, Seele und Geist, wobei Ernährung eine wichtige Rolle spielt. Die wachsende Bedeutung von Health Food resultiert auch aus einem gewandelten Gesundheitsbegriff. Wurde früher Gesundheit als Abwesenheit von Krankheit begriffen, gleichsam passivschicksalhaft aufgefasst, wird zunehmend der aktive, eigenverantwortliche Aspekt betont.

Generell sind Chancen für nachhaltigen Konsum dann gegeben, wenn nicht gegen die Trends gearbeitet wird, sondern nachhaltige Produkte und Dienstleistungen „trend-

<sup>17</sup> RÜTZLER, Hanni: Foodtrends – Was essen wir morgen? In: bioskop, Nr. 4, 2007, 4; vgl. auch RÜTZLER, Hanni: Was essen wir morgen? 13 Food Trends der Zukunft, Wien / New York 2005.

gemäß“ gestaltet werden und eine motiv- und milieudifferenzierte Ansprache der unterschiedlichen Konsumentengruppen bzw. eine Orientierung an emergenten Bedürfnissen und Trends erfolgt. Die Wahl der Zielgruppe kann dabei entweder nach Marktpotenzialen, unternehmensspezifischen Expansionsstrategien oder nach gesellschaftlichen Leitmilieus erfolgen, von denen eine Diffusion in die Gesamtbevölkerung erwartet wird.

### LOHAS – Nachhaltigkeit als Trend?

Seit einigen Jahren tauchen in der Trenddiskussion vermehrt die sog. „LOHAS“ (Lifestyle of Health and Sustainability) auf, „eine neue Super-Zielgruppe“.<sup>18</sup> LOHAS definieren ihr Handeln, Sein, Denken, Fühlen und Konsumieren über einen positiven Bezug auf Werte wie Familie, Spiritualität, Moral, Verantwortung für sich selbst, für den anderen, für die Umwelt und machen dies auch als Anspruchshaltung in der Konsumsphäre geltend. Als wesentliche Merkmale der LOHAS werden genannt: Postmaterialismus, Selfness/Wellness, Spiritualität, Kulturinteresse und moralischer Hedonismus. LOHAS streben nach einem gesunden und genussvollen Leben (Stichwort: Gesundheitshedonismus). Auffallend an den Charakterisierungen der LOHAS ist, dass sich Gegensätze (Postmaterialismus und genussvolles Konsumieren) scheinbar ohne Probleme vereinen lassen. In Bezug auf Ernährung wird festgestellt: „Authentizität und Reinheit kombinieren die genießenden LOHAS mit den Errungenschaften der modernen Massenkultur: Cool Convenience, hochwertige Fertigprodukte und Fast Good zeigen, dass Bio in der Jetztzeit angekommen ist“<sup>19</sup>. Leider bleibt diese Gruppe bisher noch sehr diffus und unbestimmt. Die durch die euphorisierend-optimistische Rhetorik der Trendforschung gekennzeichnete

Diskussion neigt zur Übertreibung und zur Einebnung von Unterschieden und Gegensätzen. So wird bei den LOHAS Gesundheit und Wellness als „ganzheitliches Wohlbefinden“ identifiziert. Diese Stilisierung vergisst aber, dass es sehr unterschiedliche Auffassungen von Gesundheit gibt. Nicht in jedem Fall ist mit einer Gesundheitsorientierung ein Nachhaltigkeitspotenzial gegeben.<sup>20</sup> LOHAS verweist auf ein zielgruppenübergreifendes Konsumentenpotenzial, das auf 30 bis 40 Prozent der Bevölkerung hochindustrialisierter-westlicher Länder geschätzt wird, woraus sich erhebliche Marktchancen für Unternehmen ableiten lassen. Da das LOHAS-Potenzial aber sehr unterschiedliche Lebens- und Konsumstile vereint, sind für nachhaltige Produktentwicklung und -vermarktung weiterhin Differenzierung und lebensstilbezogene Strategien notwendig.

### Zukunftsfähige Produktentwicklung: Das „Lifestyle-Panel“

Lifestyle Panels sind eine praxiserprobte Methode zur Einbeziehung von Konsumenten und Stakeholdern in die nachhaltige Produktentwicklung. Sie sind ein geeignetes Instrument zur Ideengenerierung, zur strategischen Identifikation, Auswahl und Konkretisierung von Produkt- und Serviceinnovationen sowie zur Vorbereitung der Markteinführung.

Lifestyle Panels gehen von der Metafragestellung „Wie wollen wir leben?“ aus. Zu Beginn und den Prozess durchziehend, geht es um die Frage nach Bedürfnissen und Werthaltungen in Lebensfeldern und damit wie Lebensstile nachhaltiger gestaltet werden können. Lifestyle Panels sind eine Weiterentwicklung bzw. Adaption der in Dänemark, Finnland und den Niederlanden erfolgreich angewandten Product Panel-Methode. Zentrales Element der Panel-Methodik allgemein ist die Einbeziehung von Stakeholdern und die kooperative Erarbeitung von Strategien und Lö-

18 HORX, Matthias / HUBER, Jeanette / STEINLE, Andreas / WENZEL, Eike: Zukunft machen. Wie Sie von Trends zu Business-Innovationen kommen, Frankfurt / New York 2007, 143.

19 WENZEL, Eike / KIRIG, Anja / RAUCH, Christian: Greenomics. Wie der grüne Lebensstil Märkte und Konsument/innen verändert, München 2008, 104.

20 WEISS, Walpurga: Gesundheit. In: Brunner, Karl-Michael / Geyer, Sonja / Jelenko, Marie / Weiss, Walpurga / Astleithner, Florentina: Ernährungsalltag im Wandel. Chancen für Nachhaltigkeit, Wien / New York 2007, 97–117.

Abbildung 1:  
Prozessarchitektur der Lifestyle Panels



sungen im generativen Dialog. Dabei beschäftigt sich eine gleich bleibende Gruppe von Personen über einen längeren Zeitraum hinweg regelmäßig und wiederholt mit einer konkreten Produktgruppe. Ausgangspunkt ist somit ein bestehendes Produkt bzw. eine Produktgruppe mit dem Ziel einer ökologischeren bzw. nachhaltigeren Gestaltung. Die Weiterentwicklung der Panel-Methode von Product Panels zu Lifestyle Panels besteht im Wesentlichen darin, dass bei der partizipativen Entwicklung und Vermarktung von nachhaltigen Produkten und Dienstleistungen bewusst von nachhaltigkeitsaffinen Bedürfnissen und Lebensstilen ausgegangen wird und nicht wie beim klassischen Product Panel vom zu optimierenden Produkt.

Dauer und Intensität der einzelnen Phasen im Lifestyle Panel sind grundsätzlich flexibel an die Ressourcenverfügbarkeit von Unternehmen anpassbar. Im Rahmen des Projektes entsprach jede Phase ohne Vor- und

Nachbereitung einem eintägigen Workshop mit allen Panelteilnehmern. Das Lifestyle Panel für den Ernährungsbereich umfasste 17 Teilnehmer und inkludierte neben Konsumenten und Unternehmen auch Experten. Alle Panels wurden unter Anwendung verschiedener Kommunikations- und Kreativitätstechniken professionell moderiert. Die Prozessarchitektur der Lifestyle Panels besteht aus einer spezifischen Sequenz von fünf Phasen, welche transdisziplinäres, kooperatives, dialogorientiertes und nachhaltigkeitsfokussiertes Arbeiten ermöglicht. Die fünf Phasen sind aufeinander folgend Problemanalyse, Zukunftsvision (Bedürfnis- und Zielformulierung), Re-Vision, Produkt-(ideen)entwicklung sowie Kommunikation und Marketing.

#### Phase 1:

##### *Status Quo- und Problemanalyse*

In Phase 1 wird gemeinsames Systemwissen erarbeitet, indem eine kontextsensible Analyse gegenwärtiger und emergenter Lebensstile sowie Produktionsweisen im Hinblick auf Nachhaltigkeitspotenziale durchgeführt wird.

#### Phase 2:

##### *Wertebasierte Zukunftsvision*

Aufbauend auf Phase 1 erfolgt in Phase 2 eine gemeinsame Werte-, Visions- und Zukunftsarbeit als strategisches Prozesselement nachhaltiger Produktentwicklung. Die Entwicklung gemeinsamer werte- und nachhaltigkeitsorientierter Zukunftsbilder („Nachhaltiges Zukunftsbild 2017“), in denen die identifizierten nicht nachhaltigen Entwicklungen und Probleme gelöst bzw. transzendiert sind, schafft Zielwissen. Diese erstrebenswerten, aufgeladenen und breit getragenen Zukunftsbilder entbinden von gegenwartsorientierten Denk- und Wahrnehmungsroutinen. Nicht die Veränderung und inkrementelle Verbesserung gegenwärtiger Bedingun-

gen (z.B. Produkte, Produktionsprozesse, Wertschöpfungssysteme) stehen dadurch im Fokus der Betrachtung, sondern die „öffnende“, kreativitäts- und innovationsfördernde Arbeit an potenziellen und erwünschten Zukunftsbildern. Gemeinsam erarbeitete Werte – das Ausrichten auf Lebensqualität sowie auf nachhaltigkeitsaffine Bedürfnisse und Werthaltungen – dienen im weiteren Panelverlauf als „Nährboden“ für die Produktentwicklung und als regulativer Orientierungsrahmen. Dahinter steht die Annahme, dass Bedürfnisse und Werte wesentliche Treiber für Konsumhandlungen sind.

*Phase 3:  
Re-Vision (Backcasting-Analyse)*

In Phase 3 werden aus der erarbeiteten und intendierten Zukunft heraus im Panel Strategien und Maßnahmen entwickelt, um diese Zukunftsbilder bestmöglich zu erreichen. Im Gegensatz zum Forecasting wird ein derartiger Ansatz Backcasting genannt. Zukunft wird nicht extrapoliert, das heißt basierend auf gegenwärtigen Entwicklungen in die Zukunft projiziert, sondern es werden basierend auf der interaktiven Erarbeitung einer gewünschten Zukunft, rückwärtsgerichtet Wege und Möglichkeiten der Umsetzung dieses Zukunftsbildes gesucht. Backcasting gilt als viel versprechende und vor allem nachhaltigkeitsorientierte Methode.<sup>21</sup> Leitende Fragen einer Backcasting-Analyse können u.a. sein:

- Was sind notwendige Veränderungen (technologisch, kulturell, verhaltensbezogen, strukturell, organisatorisch, institutionell, individuell, regulativ etc.) zur Realisierung der Zukunftsvision?
- Wie werden/wurden diese Veränderungen realisiert?
- Welche Stakeholder sind dafür notwendig und was haben sie getan?
- Welche Aktivitäten können initiiert werden? (Formulierung einer Handlungsagenda)

In dieser Phase werden auch ausgewählte Befunde aus der nachhaltigkeitsfokussierten Analyse von Lebens- und Konsumtypologien sowie Trends in den Prozess eingespielt, um Anknüpfungspunkte und Spannungsfelder zur Realisierung der angestrebten Zukünfte sichtbar werden zu lassen. Ergebnisse dieser Sequenz sind Re-Visionen, also revidierte, konkretisierte Zukunftsbilder.

*Phase 4:  
Produkt(ideen)entwicklung<sup>22</sup>*

In der vierten Phase erfolgt der Schritt von den – den gesamten Lebensbereich betreffenden – Zukunftsbildern auf die konkrete Ebene nachhaltiger Produkte und Dienstleistungen und damit auf die unternehmerische Ebene. Angeregt durch Kreativprozesse wurden für den Lebensbereich Ernährung und Getränke im Panel 75 kurz-, mittel- und langfristige Produkt- und Dienstleistungsideen entwickelt. In Abstimmung mit den beteiligten Unternehmen wird für eine der ausgewählten Ideen eine exemplarische Produktentwicklung durchgeführt. Dabei geht es bewusst nicht nur um Bedingungen und Möglichkeiten, das Produkt zu realisieren, sondern um die exemplarische Ausformulierung des Angebots selbst.

*Phase 5:  
Kommunikation und Marketing*

Phase 5 dient der Unterstützung zur Entwicklung von produkt- und zielgruppenbezogenen Kommunikations- und Marketingstrategien für die ausformulierten Produktideen. Der Vorteil liegt darin, dass Konsumenten-Sichtweisen direkt in die Erarbeitung und Erprobung von Vermarktungsstrategien einfließen. Vielfach haben vor allem Klein- und Mittelunternehmen keine bis wenig Erfahrung mit der zielgruppengerechten Kommunikation von nachhaltigen Angeboten. Wichtige Elemente, die im Rahmen dieser Phase erarbeitet werden

21 QUIST, Jaco: Backcasting for a Sustainable Future. The Impact after ten Years, Delft 2003.  
22 Wir verwenden den Terminus „Produkt(ideen)entwicklung“, weil es im Rahmen der Lifestyle Panels um ausgereifte Produktideen und noch nicht um marktreife Produktumsetzungen geht.



können, sind beispielsweise Produktname, Produktcharakteristika, Identifikation von Zielgruppen, Werbebotschaften, Alleinstellungsmerkmale, Kundenansprache, Werbeträger und -mittel oder Vertriebsarten. Dabei kommen die Grundsätze milieuorientierten Nachhaltigkeitsmarketings, wie sie weiter oben beispielhaft beschrieben wurden, zur Anwendung.

### Lifestyle Panels und Ernährung

Ein Produkt bzw. eine Produktidee, die im Rahmen des Lifestyle Panels Ernährung entwickelt wurde und im Moment von einem beteiligten Unternehmen weiterverfolgt wird, ist ein „Nachhaltigkeitsgetränk“. Der Name des Produkts: „Give Me 5“, ein echter Sustainable Drink. Das Produkt vereint fünf Grundwerte nachhaltiger Entwicklung, die gemeinsam formuliert wurden. Ausgehend von diesen nachhaltigen Werten und Eigenschaften (die auch Elemente einiger der oben formulierten Ernährungstrends beinhalten) werden ein Konzept sowie eine Kommunikationslinie für ein Produkt sozusagen von innen nach außen entwickelt. Damit unterscheidet sich diese Herangehensweise von konventionellen Produktentwicklungs- und Vermarktungsstrategien, bei denen derartige Inhalte und Eigenschaften für ein Produkt nachträglich entwickelt werden. Die fünf erarbeiteten Werte werden mit den Attributen *bunt*, *gut und sicher*, *sauber*, *authentisch* und *(inter)aktiv* gleichgesetzt:

- *Bunt* meint Vielfalt und beinhaltet Aspekte wie Sortenvielfalt oder Verpackungsvielfalt – beispielsweise als „Drink-Stick“, mit dem man umrührt bzw. der ein Konzentrat an das Flüssigmedium abgibt, oder als „Pille“.
- *Gut und sicher* heißt Natürlichkeit und Sicherheit. Diese Produkteigenschaften beziehen sich ausschließlich auf biologische Produkte sowie deren kontrollierte, transparente Herstellung und Herkunftsverfolgung.

- *Sauber* bedeutet Dematerialisierung. Diese kann durch entsprechende Verpackung, etwa in Form von biologisch abbaubarem Plastik, ebenso erfolgen wie durch eine maximale Rohstoffverwertung, beispielsweise indem Abfallprodukte wie Obstkerne nicht entsorgt, sondern zur Weiterverarbeitung für die Rohölgewinnung verwendet werden.

- *Authentisch* bezieht sich auf Nähe und Dezentralität. Gemeint sind u. a. regionale Herstellung sowie gezielte Reduktion des ökologischen Fuß- resp. Handabdrucks<sup>23</sup> bei Grundstoffproduktion, Produktherstellung, Distribution und Recycling.

- *(Inter)aktiv* bezieht sich auf Einbindung und Kreativität, was bedeutet, das Angebot als „lebendiges“ Produkt anzubieten, etwa durch aktive Kundeneinbindung bei Produktverbesserung und Marketing über webbasierte Plattformen.

Das Markenbranding „Give Me 5“, welches für das Produkt im Panel gefunden wurde, nimmt Bezug auf das inhaltsreiche Symbol der Hand mit ihren fünf Fingern (Werten), die erst in der Ganzheit die volle Wirksamkeit entfalten können. Die offene Hand ist ein vieldeutiges, emotionales, global kommunizierbares „Hand“-Zeichen mit Signalwirkung und Zukunftsbezogenheit („Stopp“, „Achtung“, „Gib mir Fünf“, „Ich reiche dir die Hand“, „Nimm meine Hand“). Die Zahl 5 spielt demgemäß sowohl bei der Produktentwicklung als auch bei der Kommunikation eine zentrale Rolle (5 Produkte, Sorten, Geschmäcker, Werte etc.).

### Fazit

Partizipative Produktentwicklungsprozesse in Verbindung mit zielgruppenspezifischen Ermittlungen nachhaltigkeitsaffiner Konsumentengruppen unter Einbezug relevanter Zukunftstrends bieten Chancen, die Ko-Evolution von Angebot und Nachfrage, d. h. die Entwicklung nachhaltiger Produkte und die gleichzeitige Förde-

23 Im Rahmen des Panels hat man sich auf den Begriff „ökologischer Handabdruck“ geeinigt, weil dieser geschmackvoller als ein Fuß ist und besser zur Kommunikationsidee und zu einem Genussmittel passt.

rung entsprechenden Konsumhandels als Voraussetzung nachhaltiger Produktions- und Konsummuster auf Schiene zu bringen. In den Lifestyle-Panels wurde u.a. intensiv an der Frage „Was sind Attribute und Werte nachhaltiger Angebote im Lebensbereich Ernährung?“ gearbeitet. Dabei wurden Kriterien wie gut, sauber, fair, umweltfreundlich, authentisch und transparent entwickelt. Im Kontext von Nachhaltigkeitsprozessen müssen sich solche Kriterien sicherlich an objektiven Normen und Überprüfungen messen lassen, wie z.B. Reduktion des Energie- und Materialeinsatzes, faire und kontrollierte Arbeitsbedingungen und Entlohnung, transparente Herkunftsgarantien, saubere Produktlebenszyklen. Was Produktattribute aber darüber hinaus an ihre Zielgruppen vermitteln müssen, liegt jenseits dieser „Vernunftsebene“. Dieses „Jenseits der Vernunft“ umfasst eine immaterielle, empathische und subjektorientierte Aufladung von Angeboten, zu denen sich die Kunden hingezogen fühlen und zwar emotional. Sinn, Werte, Verbundenheit, Nähe, Sinnlichkeit, Transparenz, Sicherheit, Orientierung – der sog. „Value for Meaning“, also das Schaffen von Bedeutung und mehrfachem Wert. Ohne sozialen, ökologischen und kulturellen „Wert“ laufen nachhaltige Angebote Gefahr, nicht den Vorstellungen von Ethik, Gesundheit, Lebensqualität und Status von Konsumenten zu entsprechen und damit nicht marktfähig zu sein. Nachhaltige Entwicklung setzt ein enges Zusammenspiel von unternehmerischer Innovation und einem Wandel von Kultur und Lebensstilen voraus. Nachhaltigkeitsorientierte Unternehmen müssen Produkte und Dienstleistungen entwickeln, die kulturell und sozial anschlussfähig sind.

Dazu sind neue, partizipative Formen des Produktentwicklungsprozesses ein Erfolg versprechender Weg.

*Dr. Karl-Michael BRUNNER studierte Soziologie und Pädagogik in Klagenfurt und Wien. Er ist Professor für Soziologie am Institut für Soziologie und empirische Sozialforschung der Wirtschaftsuniversität Wien. Seine gegenwärtigen Forschungsschwerpunkte umfassen die Bereiche Umwelt- und Ernährungssoziologie, Konsum- und Nachhaltigkeitsforschung sowie qualitative Methoden. Sein besonderes Interesse gilt den Themen nachhaltiger Konsum und nachhaltige Ernährung. Letzte Buchpublikation: Ernährungsallday im Wandel. Chancen für Nachhaltigkeit, zusammen mit Sonja Geyer, Marie Jelenko, Walpurga Weiss und Florentina Astleithner, Wien/New York: Springer 2007. Das Buch wurde mit dem „Förderpreis Ernährungskultur 2007“ der Universität Kassel und der Firma Johannes Fehr GmbH ausgezeichnet.*

*DI Dr. Florian HEILER studierte Landschaftsplanung und -entwicklung in Wien mit den Schwerpunkten nachhaltige Entwicklung, Innovation und Regionalplanung. Er forschte 2002 bis 2006 an der Universität für Bodenkultur Wien und war ab 2007 Projektleiter am Österreichischen Institut für Nachhaltige Entwicklung (ÖIN). 2008 wurde er Gesellschafter bei p l e n u m – ganzheitlich nachhaltige entwicklung gmbh, einem Unternehmen, das in Agenden nachhaltiger Entwicklung beratend, forschend und bildend tätig ist. Ebenfalls 2008 promovierte er mit einer Arbeit über das Hervorbringen radikaler Innovationen in ländlichen Kommunen im Kontext einer nachhaltigen Entwicklung. Neben der Innovations- und Emergenzforschung beschäftigt er sich intensiv mit Fragen nachhaltiger Lebensstile.*

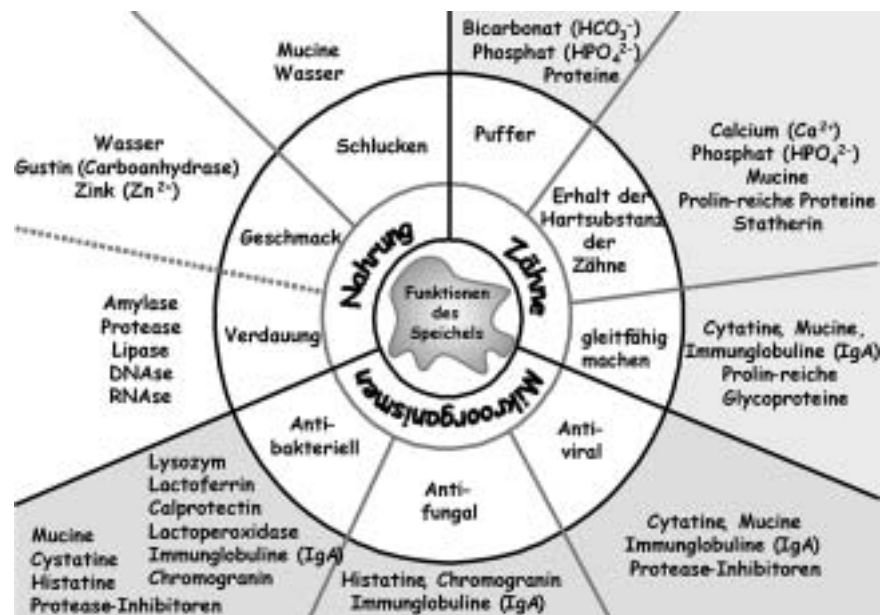
## Unser Speichel – oder: Spucke ist nicht nur zum Spucken da!

PETRA SCHLING, GERHARD GRÖGER

Unser Speichel besteht zu 99% aus Wasser. Das verbleibende 1% enthält jedoch eine Vielzahl Substanzen, die nicht nur für die Befeuchtung der Oberflächen im Mund, sondern auch für Nahrungsaufnahme und Geschmack, Zahnerhaltung und Kontrolle der mikrobiellen Besiedlung verantwortlich sind. In den letzten Jahren ist das Verständnis der Prozesse, die mit Hilfe des Speichels in der Mundhöhle ablaufen, enorm gewachsen und eröffnet Möglichkeiten der Diagnose, Früherkennung und Behandlung von oralen Krankheitsgeschehen.

Täglich produzieren die Speicheldrüsen, die um unseren Mundraum angeordnet sind, etwa 1–2 Liter Speichel. Als Grundlage für die Speichelproduktion wird Blutplasma verwendet, dem durch die Speicheldrüsen bestimmte Stoffe entzogen, andere hinzugefügt werden. Die Liste der Inhaltsstoffe, die bislang im Speichel gefunden wurden, ist lang und wächst unaufhörlich. Ebenso vielfältig sind die Funktionen dieser Flüssigkeit, von denen nur einige wesentliche hier angerissen werden können.

Abbildung 1:  
Einige Inhaltsstoffe des Speichels  
und ihre Funktionen<sup>1</sup>



### 1. Speichel zum Spucken

#### *Warum spucken Tiere?*

Viele Tiere verwenden ihren Speichel auch außerhalb des Mundraumes. So verschaffen sich Lamas Respekt vor ihren Artgenossen, indem sie sie anspucken. Alle Spinnen, aber auch einige Käfer, Kraken und Tintenfische können ihre Beute nicht zerteilen und auch nicht am Stück verschlingen. Sie spucken oder injizieren daher Verdau-

ungssaft auf oder in das Beutetier und schlürfen die so verflüssigte Nahrung anschließend auf. Zecken spucken in die Wunde, die sie in unsere Haut gebissen haben. Ihr Speichel enthält ein sehr wirksames Betäubungsmittel, so dass wir den Biss nicht spüren und die Zecke sich ungestört satt saugen kann. Viele Tiere verwenden ihren Speichel, um ein Nest für die Aufzucht ihrer Jungen zu bauen. Darunter sind die Schwalben, die staaten-

<sup>1</sup> Nach NIEUW AMERONGEN, A.V./ VEERMAN, E.CI.: Saliva – the defender of the oral cavity, Oral Diseases 8, 2002, 12–22.

bildenden Insekten, wie auch die Kampffische (Bettas).

### Warum spucken Menschen?

Neben dem Ausspucken ungenießbarer Speisen, wozu im weitesten Sinne auch das Ausspucken von nicht getrunkenem Wein bei der Weinprobe oder das Ausspucken von Kautabak zählen, gibt es für den Menschen keinen physiologischen Grund, seinen Speichel nicht zu schlucken. Abergläube, Imponierverhalten und das Streben nach raschem Gewichtsverlust vor Kampfsport-Wettkämpfen sind wohl die häufigsten Gründe, warum wir unseren Speichel nicht schlucken.

Alle bisherigen Forschungsergebnisse haben gezeigt: Unser Speichel wird im Mund gebraucht, wo er uns die Nahrungsaufnahme schmackhaft macht, die Oberflächen der Mundhöhle schützt und pflegt und gleichzeitig eine Vielzahl an Mikroorganismen kontrolliert.

## 2. Nahrung und Speichel

### Damit beim Schlucken nichts daneben geht

Eine wichtige Funktion des Speichels bei der Nahrungsaufnahme ist in seiner Schleimigkeit begründet. Während des Kauvorgangs wird aus der trockenen, bröseligen oder zerfließenden Nahrung ein weicher, aber in sich zusammenhaltender Klumpen geformt, der sogenannte „Bolus“<sup>2</sup>. Der Zusammenhalt des Bolus geschieht durch das Einweben langer, fädiger Moleküle, den Mucinen, die sich jeweils an ihren Enden miteinander verheddern. Mucine binden zudem große Mengen an Wassermolekülen und halten damit den Nahrungsklumpen feucht und weich.

Wasser ist mengenmäßig mit ca. 99% der Hauptbestandteil des Speichels.<sup>3</sup> In einem Wassermolekül hängt ein Sauerstoff-Atom mit zwei Wasserstoff-Atomen über feste (= kovalente) Bindungen zusammen.

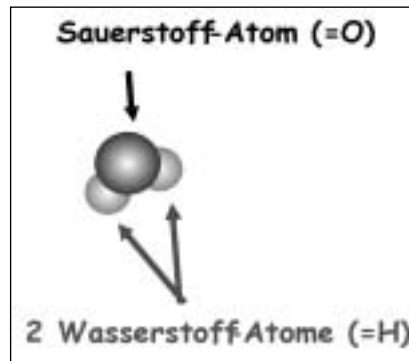


Abbildung 2:  
Aufbau eines Wasser-Moleküls

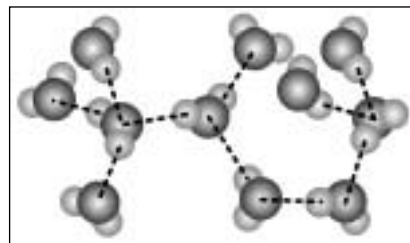


Abbildung 3:  
Im Innern eines Wassertropfens

Wassermoleküle bilden untereinander weitere Bindungen, die Wasserstoffbrücken, aus. Diese sind nicht so fest wie die kovalenten Bindungen, erlauben aber vielen Wassermolekülen, ständig in einem lockeren Verband miteinander Kontakt zu halten.

Wassertropfen sind jedoch nur in kugelförmiger Form und nur bis zu gewissen Grenzen stabil. Um einen ganzen Nahrungsklumpen zusammenzuhalten, benötigen sie Hilfe in Form der Mucine.<sup>4</sup> Diese bestehen aus einem langen fädigen Molekül aus Aminosäuren und weiteren Bausteinen mit vielen Hydroxylgruppen.



Abbildung 4:  
Schematische Darstellung eines Mucins

Hydroxylgruppen sind den Wassermolekülen so ähnlich, dass sie mit diesen dieselben Wasserstoffbrücken ausbilden können wie Wassermoleküle selbst. So kommt es, dass sich viele Wassermoleküle wie ein Mantel um ein Mucin-Molekül herumlegen.

2 PEDERSEN, A.M. et al.: Saliva and gastrointestinal functions of taste, mastication, swallowing and digestion, *Oral Diseases* 8, 2002, 117–129.

3 HUMPHREY, S.P./WILLIAMSON, R.T.: A review of saliva: Normal composition, flow, and function, *J Prosthet Dent* 85, 2001, 162–169.

4 OFFNER, G.D./TROXLER, R.F.: Heterogeneity of High-molecular-weight Human Salivary Mucins, *Adv Dent Res* 14, 2000, 69–75.

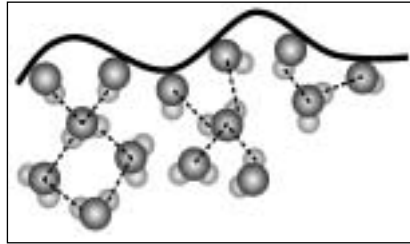


Abbildung 5:  
Schematische Darstellung eines Mucins  
mit gebundenem Wasser

Um möglichst viele Hydroxylgruppen auf kleinstem Raum unterzubringen, verwenden die speichelproduzierenden Zellen Oligosaccharide, also kurze Zuckerketten, die sie an den zentralen Faden aus Aminosäuren hängen.

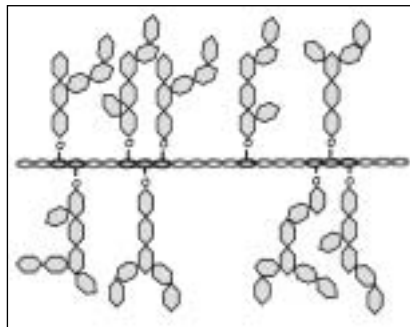


Abbildung 6:  
Ausschnitt aus einem Mucin-Molekül

Mehrere Mucin-Moleküle können sich an den Enden, die keine Zuckerketten tragen, verheddern, und bilden so ein lockeres Netz.<sup>5</sup>

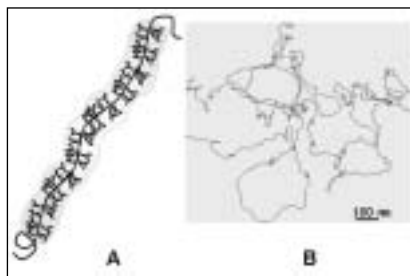


Abbildung 7:  
Mucin-Moleküle: A) Schematische Darstellung  
eines Mucin-Moleküls; B) Mucine im Raster-  
Elektronenmikroskop

5 THORNTON, D.J. et al.: Structure and Function of the Polymeric Mucins in Airways Mucus, *Annu Rev Physiol* 70, 2008, 459–486.

6 Siehe 2.

7 SMITH, D.V./BOUGHTER jr, J.D.: Neurochemistry of the Gustatory System. In: Lajtha, A./Johnson, D.A. (eds.): *Handbook of Neurochemistry and Molecular Neurobiology*, Springer US, 2007, 109–135.

Wichtig ist dies, damit wir uns nicht verschlucken und die Speiseröhre nicht durch raue Nahrungsbestandteile geschädigt wird. Beim Schluckvorgang wird die Nahrung von der

Zunge in den Rachen befördert, der sowohl den Zugang für die Luftröhre wie auch die Speiseröhre bildet. Durch den Nahrungsklumpen und entsprechend angespannte Muskeln wird ein kleines Plättchen, Epiglottis oder auch Kehldeckel genannt, nach unten gebogen und leitet damit wie eine Weiche den Bolus an der Luftröhre vorbei in die Speiseröhre. Der Verschluss der Luftröhre ist dabei vor allem zu Beginn des Schluckens nicht vollständig und nur der gute Zusammenhalt des Bolus verhindert ein Verschlucken. Je krümeliger oder flüssiger das Geschluckte ist, umso leichter verschluckt man sich daran, da es um den Kehldeckel herum in die Luftröhre gelangen kann und nicht vom Hauptbolus festgehalten wird.<sup>6</sup>

#### Schmecken

Der Geschmackssinn sagt uns, ob die Substanz, die wir im Mund haben, essbar oder trinkbar ist oder nicht. Nach derzeitigem Kenntnisstand können wir mit den Geschmacksknospen auf der Zunge 5 bis 7 – je nachdem, wie eng man den Begriff „Geschmack“ fasst – verschiedene Geschmacksrichtungen unterscheiden.<sup>7</sup>

Geschmack	ausgelöst z. B. durch
süß	einfach Zucker (Mono- und Disaccharide), künstliche Süßstoffe
salzig	Ionen, vor allem Natrium (Na <sup>+</sup> ) und Chlorid (Cl <sup>-</sup> )
sauer	Protonen
bitter	Gifte
umami	Aminosäuren, vor allem Glutamat und Nukleotide
(fettig) <sup>a</sup>	vermutlich Fettsäuren
(scharf) <sup>b</sup>	Capsaicin

Tabelle 1:

Die Geschmäcker der menschlichen Zunge (a: beim Menschen ungeklärt; b: wissenschaftlich spricht man bei scharf nicht von Geschmack, sondern von Hitze/Schmerz)

Süß, umami und fettig sind angenehme „Geschmackssensationen“, die unserem Gehirn melden, dass wir gerade wichtige Energieträger und Baustoffe zu uns nehmen. Sauer und

salzig sind Geschmacksrichtungen, bei denen geringe Mengen als positiv, erhöhte Konzentrationen jedoch als bedrohlich eingestuft werden: Denn diese Geschmacksrichtungen werden von Kochsalz und Protonen ausgelöst, die der Körper zwar regelmäßig über Urin, Schweiß und andere Körperausscheidungen verliert und die deshalb durch die Nahrung ersetzt werden müssen. Doch bei einem Überangebot können diese Ionen nicht gespeichert werden, im Gegensatz zu Zucker, Aminosäuren und Fetten. Auch einige ungenießbare Lebensmittel, wie unreife Früchte und verdorbene Nahrung, werden an ihrem sauren Geschmack erkannt.

Fehlen Geschmacksinformationen oder wird dem Gehirn gar eine bittere Substanz gemeldet, so sollte der Kauvorgang abgebrochen werden. Zumindest Kinder reagieren noch sehr empfindlich auf Bitterstoffe, wohingegen bei erwachsenen Menschen Lernprozesse (Erziehung, Gewöhnung) diese Abneigungen zum Teil abgemildert haben. So konnten sich sogar gewisse Vorlieben für bittere Genussmittel wie Kaffee, Kakao oder Bier entwickeln. Während unserer Evolution haben wir immer wieder neue Gifte kennengelernt und nur diejenigen unserer Vorfahren überlebten, die diese an ihrem bitteren Geschmack erkannt und gemieden haben. So trugen unsere überlebenden Ahnen immer mehr verschiedene Rezeptoren für die unterschiedlichsten Bitterstoffe mit sich herum. Ob eine Substanz bitter schmeckt oder nicht, kann man nicht an ihrer chemischen Struktur erkennen. Man weiß heute jedoch, dass die Zungenoberfläche mit etwa 25 verschiedenen Bitter-Rezeptoren ausgestattet ist, von denen jeder einen eigenen Satz Bitterstoffe erkennt.

Der scharfe „Geschmack“<sup>8</sup> einiger Pflanzen soll uns davon abhalten, sie zu essen. So ist es für die Chili-Pflanze von Nachteil, wenn wir oder andere Säugetiere ihre Schoten essen, da ihre Samen in unserem Ver-

dauungstrakt zerstört werden. Das in der Schote enthaltene Capsaicin bindet an einen Ionenkanal, der eigentlich für die Wahrnehmung von hohen Temperaturen über 43 °C zuständig ist. Zu Recht wird also im englischen Sprachgebrauch zwischen scharfem Essen und heißem Essen nicht unterschieden. Beides bekommt das Prädikat „hot“. Einem Vogel dagegen als Mahlzeit zu dienen ist für die Chili-Schote von Vorteil, da der Samen unverdaut ausgeschieden, über weite Flächen verteilt und der Boden für den jungen Keimling gleich gedüngt wird. Die chemische Struktur des Capsaicins hat sich daher in der Evolution so entwickelt, dass sie nur an den Säuger-Rezeptor, nicht jedoch an den der Vögel binden kann.<sup>9</sup>

Speichel ist essentiell für den Geschmack. Die Geschmacksknospen liegen auf unserer Zunge versteckt in tiefen, schmalen Einfurchungen, die von trockenen, verklumpten Geschmacksstoffen nicht erreicht werden können. Als Experiment kann man sich auf die ausgestreckte Zunge bei geschlossenen Augen ein Stück Kandiszucker oder einen kleinen Salzbrocken legen lassen. Die Unterscheidung wird umso schwerer fallen, je trockener die Zunge ist. Erst nach dem Befeuchten des Klumpens mit Speichel lösen sich die einzelnen Zucker- oder Salz-Moleküle und wir schmecken süß oder salzig. Diese Funktion des Speichels wird durch seinen Hauptbestandteil, das Wasser, erledigt. Komplexere Nahrungsmittel, wie z.B. Stärke oder Proteine, benötigen jedoch weitergehende Hilfe durch unseren Speichel, um von uns als wohlschmeckend erkannt zu werden. So können wir durch unsere Rezeptorenausstattung auf den Geschmacksknospen nur kleine Moleküle und Ionen, nicht jedoch große Polymere schmecken. Obwohl also ein Stärkemolekül aus Millionen von Einfachzuckern besteht, schmeckt es für uns nicht süß. Unser Gehirn würde stärkehaltige Nahrung also ablehnen. Um die

8 Wissenschaftlich spricht man bei scharf nicht von Geschmack, sondern von Hitze/Schmerz.

9 TEWKSBURY, J.J./NABHAN, G.P.: Directed deterrence by capsaicin in chillies, NATURE 412, 2001, 403–404.

wahre Identität jedoch aufzudecken, befinden sich im Speichel sogenannte Verdauungsenzyme.<sup>10</sup> Jedes Enzym beschleunigt eine ganz bestimmte chemische Reaktion, die ohne seine Hilfe für unsere Zwecke zu langsam ablaufen würde. Die Amylase z.B. hilft den Wassermolekülen im Speichel, die chemischen Bindungen zwischen den einzelnen Zuckermolekülen in der Stärke zu brechen. Die während des Kauvorgangs freigesetzten Einfachzucker können sodann an unsere Rezeptoren für „süß“ binden und dem Gehirn die Nachricht vermitteln, dass dies tatsächlich wertvolle Nahrung ist, die wir beruhigt schlucken können. Gleiches gilt für Proteine, aus denen durch Proteasen im Speichel einzelne Aminosäuren abgespalten werden, die daraufhin den „umami“-Rezeptor stimulieren. Leider nehmen sich nur noch wenige Menschen die Zeit, den Geschmack ungewürzter Lebensmittel zu genießen. Viele Hersteller von Fertiggerichten wissen dies und ersparen ihren Konsumenten das lästige Kauen. Sie mischen den Gerichten bereits die schmackhaften Monomere zu: Zucker und Natrium-Glutamat. Bei den Fetten ist die Forschung noch nicht so weit. Sie kann den Lebensmittelkonzernen noch keine einzelnen Moleküle als Geschmacksverstärker anbieten. Ohne jegliches Fett schmecken jedoch viele Lebensmittel fad, selbst wenn die Textur der fetthaltigeren Variante perfekt angepasst wurde.

### 3. Speichel als Baumeister

Die Hartschmelz unserer Zähne, also der Schmelz und das Dentin, besteht aus einem sehr harten Salzkristall, dem sogenannten Hydroxylapatit. Hydroxylapatit setzt sich aus Calcium-, Phosphat- und Hydroxyl-Ionen zusammen. Daneben finden sich organische Moleküle, vor allem das Kollagen, und im Dentin auch Zellfortsätze der Odontoblasten.

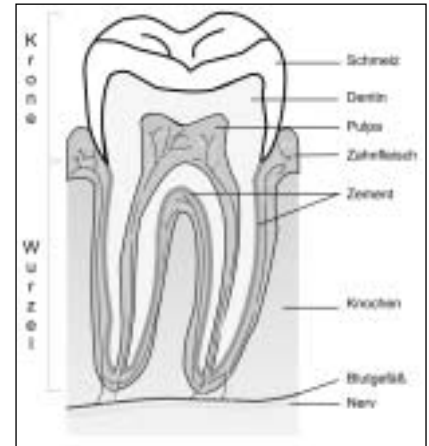


Abbildung 8a:  
Schematische Darstellung eines Zahns<sup>11</sup>

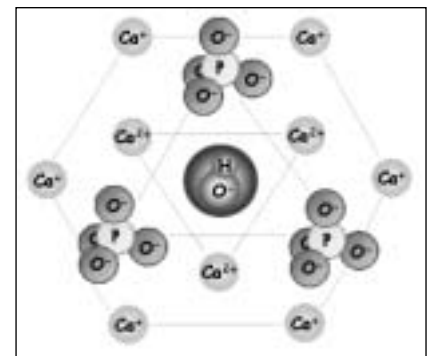


Abbildung 8b:  
Schematische Anordnung der Ionen im Hydroxylapatit

### Baustofflieferant

Wasser kann mit seinem starken Dipol-Charakter Ionen aus Salzkristallen herauslösen. So zerfällt ein Kochsalz-Kristall (Natriumchlorid) in Wasser sehr schnell in einzelne Natrium- und Chlorid-Ionen. Im Hydroxylapatit sind die einzelnen Ionen zwar sehr fest miteinander verbunden, dennoch würde der Kristall in Wasser kontinuierlich Ionen von der Oberfläche verlieren und schrumpfen.

Um diesen Vorgang umzukehren, ist unser Speichel gesättigt mit Calcium- und Phosphat-Ionen. Diese besetzen die frei gewordenen Gitterplätze im Kristall wieder und verhindern so die ständige Korrosion der Schmelzoberfläche allein durch die Wasser-Moleküle im Speichel. Wird unser Speichel ständig mit Wasser verdünnt, so reicht die Calciumphosphat-Konzentration

<sup>10</sup> MESE, H. / MATSUO, R.: Salivary secretion, taste and hyposalivation, Journal of Oral Rehabilitation 34, 2007, 711–723.

<sup>11</sup> Wikipedia, public domain: [http://de.wikipedia.org/wiki/Ontogenetische\\_Entwicklung\\_der\\_Z%C3%A4hne](http://de.wikipedia.org/wiki/Ontogenetische_Entwicklung_der_Z%C3%A4hne) (Stand 21.10.2008).

nicht mehr aus und der Schmelz der Zähne wird löchrig. Dies geschieht z. B. beim „nursing-bottle-syndrome“ (Fläschchenkaries) bei Kleinkindern. Durch das ständige Nuckeln an einer Babyflasche, selbst wenn sie nur mit Wasser gefüllt ist<sup>12</sup>, werden die Zähne an der Oberfläche porös, Bakterien finden Nischen, in denen sie sich festhalten können (s. Absatz 4) und es kommt zu einer typischen Zahnkaries an den oberen Frontzähnen.<sup>13</sup>

*Neutralisation von Säuren*

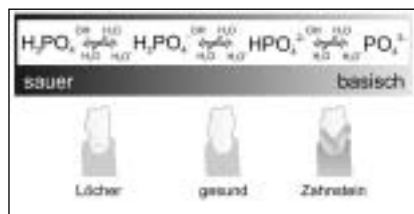


Abbildung 9: Verschiedene Formen des Phosphat-Ions in Abhängigkeit vom pH-Wert

Hydroxylapatit bildet sich nur, wenn ausreichend Hydroxyl-, also OH<sup>-</sup>-Ionen und Phosphat in der höchsten Ionisierungsstufe als PO<sub>4</sub><sup>3-</sup> vorhanden sind. Diese Bedingungen herrschen bei basischen pH-Werten vor. Im Saureren dagegen werden die OH<sup>-</sup>-Ionen zu Wasser und die Phosphate zu Mono-, Di- oder Trihydrogenphosphaten protoniert. Diese passen nicht in das Kristallgitter und werden herausgelöst.<sup>14</sup>

Unser Speichel verhindert dies, indem er Stoffe, sogenannte Puffer, enthält, die den pH-Wert konstant nahe dem neutralen Bereich um pH 7 hal-

ten. Die drei wichtigsten sind das Kohlendioxid/ Hydrogencarbonat-System, das Hydrogenphosphat/ Dihydrogenphosphat-System und die Proteinpuffer. Ist der pH-Wert über längere Zeit zu basisch, so wächst der Hydroxylapatit-Kristall schneller, als er soll: Es bildet sich rasch Zahnstein. Im Gegensatz dazu führt eine langfristige Benetzung mit sauren Lösungen, wie z. B. durch das Nuckeln an einer Babyflasche mit Saft, zu einem löchrigen, dünnen Schmelz.

*Oberflächenbeschichtung*

Die Oberfläche des Hydroxylapatit-Kristalls, der unseren Schmelz bildet, ist also wie beschrieben anfällig gegen Veränderungen in der Speichelzusammensetzung und es finden kontinuierlich Umbauprozesse statt. Unsere Zähne sollen jedoch viele Jahrzehnte in ihrer Form und Funktion erhalten bleiben. Ein möglichst konstantes Milieu direkt auf der Oberfläche des Schmelzes wäre also wünschenswert. Unser Speichel sorgt auch dafür: Bestandteile des Speichels, unter ihnen vor allem wieder die Mucine, lagern sich fest auf der Kristalloberfläche an und bilden einen Schutzfilm<sup>15</sup>. Dieser Schutzfilm aus Schleimmolekülen, genannt Pellikel, bindet Wasser und Ionen und hält sie an Ort und Stelle fest, wie der Neopren-Anzug eines Tauchers. Außerdem gleicht er Unebenheiten in der Kristalloberfläche aus und macht die Oberfläche damit glatt und gleitfähig.

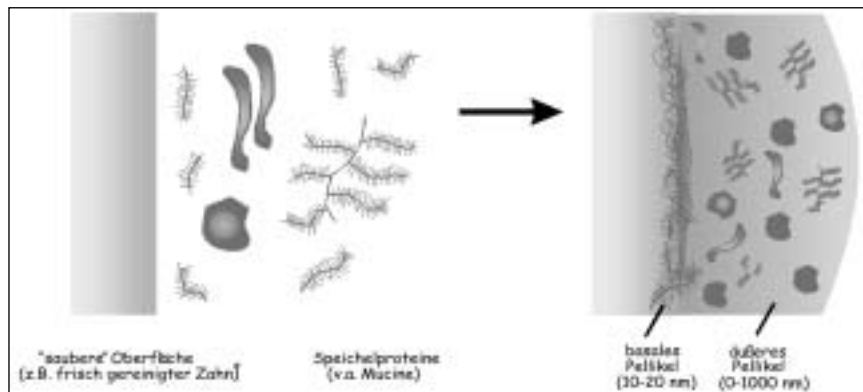


Abbildung 10: Schematische Darstellung der Bildung eines Pellikels auf einer Zahnoberfläche

12 <http://www.gzfa.de/funktion-therapie/kinderzahnheilkunde/karies-durch-dauernuckeln/> (Stand 01.07.2008) und [http://www.uniklinikum-leipzig.de/tipp\\_db/tipp.php?action=show\\_entry&kat\\_id=1&entry\\_id=13](http://www.uniklinikum-leipzig.de/tipp_db/tipp.php?action=show_entry&kat_id=1&entry_id=13) (Stand 02.07.2008).

13 SCHILKE, R.: Das Nursing-Bottle-Syndrom, Monatsschrift Kinderheilkunde 145, 1997, 693–698.

14 ROBINSON, C. et al.: The Chemistry of Enamel Caries, Crit Rev Oral Biol Med 4, 2000, 481–495.

15 WETTON, S. et al.: Exposure Time of Enamel and Dentine to Saliva for Protection against Erosion: A Study in vitro, Caries Res 40, 2006, 213–217.



Das Pellikel kann man durch einen kleinen Versuch im eigenen Mund spürbar machen:

1. Mit der Zunge die Zahnoberflächen betasten; evtl. leicht mit den Zähnen knirschen.  
– Zähne fühlen sich normal und glatt an.
2. Dann einen Schluck Cola in den Mund nehmen und damit spülen (nicht sofort schlucken!).
3. Nach 20–30 Sekunden Cola schlucken und wieder mit der Zunge die Zahnoberflächen betasten; evtl. leicht mit den Zähnen knirschen.  
– Zähne fühlen sich rau an und knirschen.
4. Nach ein paar Minuten wieder mit der Zunge die Zahnoberflächen betasten; evtl. leicht mit den Zähnen knirschen.  
– Zähne fühlen sich wieder normal und glatt an.

Dabei entfernt man mit der Säure, die in der Cola enthalten ist, die Proteine von der Schmelzoberfläche. Diese fühlt sich auf einmal rau an und die Zähne gleiten nur noch schlecht übereinander. Für einige Sekunden kann man so den Hydroxylapatit-Kristall selbst spüren. Schon nach einer Minute hat sich jedoch wieder eine erste Schicht an Proteinen über den Kristall gelegt, das basale Pellikel hat sich gebildet. An diese erste Proteinschicht lagern sich weitere Proteine an, die nun vor allem Unebenheiten in der Kristallstruktur ausgleichen. Nach etwa 45 Minuten bis 2 Stunden wächst das äußere Pellikel an den meisten Stellen nicht weiter und es kommt zu einem Gleichgewicht zwischen Proteinen, die sich anlagern, und solchen, die aus dem Pellikel herausgelöst werden.<sup>16</sup>

#### 4. Speichel im Biotop Mundhöhle

##### *Unsere Mitbewohner*

Unsere Mundhöhle ist ein Biotop, also ein „Ort des Lebens“. Die vielen feuchten und warmen Oberflächen

dienen als idealer Lebensraum für Kleinstlebewesen, darunter vor allem Bakterien, aber auch Hefen (*Candida*, *Histoplasma*) und kleine einzellige Tiere (*Entamoeba gingivalis*, *Trichomonas tenax*).<sup>17</sup> Neben dem idealen Klima profitieren diese Lebewesen natürlich auch von der üppigen „Fütterung“, die wir ihnen durch unsere regelmäßige Nahrungsaufnahme angedeihen lassen.

Am besten untersucht sind bisher die bakteriellen Bewohner unseres Mundes. Je nach Zählung soll es zwischen 300 und 700 verschiedene Bakterienarten in einer Mundhöhle geben.

##### *Überleben im Biotop Mundhöhle*

Bakterien haben nur dann eine Chance, in unserem Mund zu überleben, wenn sie sich festhalten können und nicht verschluckt werden. Dazu können sich einige wenige Bakterienarten, allen voran die Streptokokken, direkt an dem Pellikel festhalten. Dies geschieht zum einen über Calcium-Ionen, die zwischen den negativ geladenen Proteinen des Pellikels und der negativ geladenen Bakterienoberfläche vermitteln, zum anderen jedoch auch über direkte, spezifische Bindung bakterieller Proteine (Lectine) an Zuckerketten des Pellikels.

Bereits fünf Minuten nachdem die Zahnoberfläche gereinigt wurde, können sich an das gerade neu gebildete Pellikel die ersten Bakterien anlagern. Diese vermehren sich selbst durch Zellteilung und bilden einen sogenannten Biofilm. Diese erste Schicht an „Pionieren“ ermöglicht es wiederum anderen Bakterienarten, sich festzuhalten. Nach zwei bis drei Stunden bildet sich so die auch mit bloßem Auge wahrnehmbare Plaque. An geschützten Stellen im Mund wachsen die Bakterienkolonien in den nächsten Tagen zu hohen, komplexen, dreidimensionalen Gebilden, die sogenannte reife Plaque, heran. Bleibt die Plaque von Zahnbürste und Co. ungestört, so kann sie in ein bis zwei Wochen bis zu 1 mm dick und

16 LENDENMANN, U. et al.: Saliva and Dental Pellicle – A Review, *Adv Dent Res* 14, 2000, 22–28.

17 PRIETO-PRIETO, J./CALVO, A.: Microbiological Bases in Oral Infections and Sensitivity to Antibiotics, *Med Oral Patol Oral Cir Bucal* 9 Suppl, 2004, 11–18.

300 Bakterien hoch werden.<sup>18</sup> In solch großen Kolonien kommt es vor allem in den unteren, dem Zahn zugewandten Schichten zum Sauerstoffmangel. Um weiterhin Energie aus der Nahrung gewinnen zu können, müssen diese Bakterien auf Gärung umschalten, ein Prozess, bei dem statt  $\text{CO}_2$  und Wasser organische Säuren als Endprodukte anfallen. Das lokale saure Milieu löst wie in Kapitel 3 besprochen den Hydroxylapatit-Kristall auf und Karies entsteht.

Nach ca. einer Woche beginnt die Plaque zu mineralisieren: Calcium- und Phosphat-Ionen aus dem Speichel lagern sich in die Bakterienkolonie ein und verhärten diese. Zahnstein entsteht.

#### *Speichel als Wildhüter, nicht nur im Mund*

Derart hohe und feste Plaque kann sich nur an Stellen im Mund ausbilden, an denen sich die Bakterien über viele Tage ungestört vermehren können. Unser konstanter Speichelfluss verhindert dies an den meisten Zahnoberflächen bereits rein mechanisch über das Wegspülen weniger fester Bakterien-schichten. Auch bei Personen, die das Zähneputzen über einen längeren Zeitraum vernachlässigen, bilden sich auf den gut zugänglichen Zahnoberflächen keine Plaque und Zahnstein. Nischen wie die Zahnzwischenräume und die Zahnfleischtaschen bieten dagegen genügend Schutz vor der mechanischen Spülfunktion des Speichels.

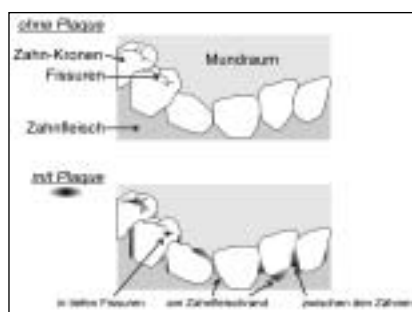


Abbildung 11:  
Typische Lokalisation von Plaque auf einer Zahnoberfläche

Der Speichel kann jedoch noch mehr: Die Proteine, die das Pellicel auf der Zahnoberfläche bilden, an dem sich die ersten Bakterien festhalten, sind natürlich auch weiterhin gelöst im Speichel vorhanden. Die Bakterien können nicht aktiv unterscheiden, ob das Mucin, an das sie gebunden haben, an einer Zahnoberfläche klebt, oder ob es frei im Speichel schwimmt und beim nächsten Schluckvorgang in den Magen befördert wird. Viele Bakterien werden so „überlistet“ und heruntergeschluckt. Des Weiteren enthält Spucke ein Enzym namens Lysozym, das die Zellwand von bestimmten Bakterien angreift und diese löchrig macht. Lysozym bringt so Bakterien zum Platzen. Außerdem werden Antikörper (Immunglobulin A) in den Speichel sezerniert. Diese binden an bis zu vier Bakterien gleichzeitig und können so gezielt Krankheitserreger daran hindern, sich in der Mundhöhle einzunisten.<sup>19</sup>

Unser Speichel fördert zudem Bakterien, die ohne Säureproduktion auskommen, und hilft, die unliebsamen und überzähligen Bakterien abzutöten. Dazu verwendet er Nitrat. Nitrat ist eine wichtige Stickstoffquelle für Pflanzen und wird daher auch als Düngemittel verwendet. Viele Pflanzen, vor allem Salat und Gemüse, speichern Nitrat, um eine Reserve für schlechte Zeiten zu haben. Unsere Zellen können mit Nitrat nicht viel anfangen und daher schwimmt das Nitrat, das wir mit der Nahrung aufnehmen, mehr oder weniger ungenutzt in unserem Blut, bis wir es mit dem Urin abgeben. Manche Bakterien jedoch können Nitrat ( $\text{NO}_3^-$ ) statt Sauerstoff „atmen“ und wandeln es dabei zu Nitrit ( $\text{NO}_2^-$ ) um. Nitrit wird bei Kontakt mit Säuren zu einem starken Gift, das Bakterien in der nächsten Umgebung abtöten kann. Unsere Speicheldrüsen sammeln aktiv das Nitrat aus dem Blut und sezernieren es zusammen mit dem Speichel in den Mund. Dort hat es mehrere Funktionen: Es hilft solchen Bakterien im Mund, die Nitrat statt Sauerstoff at-

18 KOLENBRANDER, P.E. et al.: Bacterial interactions and successions during plaque development, *Periodontology* 2000, 2006, 47–79.

19 RUDNEY, J.D.: Saliva and Dental Plaque, *Mv Dent Res* 14, 2000, 29–39.

men können. Diese Bakterien produzieren bei Sauerstoffmangel Nitrit, aber keine Säuren, so dass sie keine Karies verursachen. Wenn neben dem Nitrat-Atmer ein Säure-Bakterium lebt, dann wird es durch die Reaktion von Nitrit mit seiner eigenen Säure abgetötet und kann keine weitere Säure produzieren: Und weniger Säure bedeutet Schutz der Zähne.<sup>20</sup> Das Nitrit, das wir mit dem Speichel herunter schlucken, kommt spätestens im Magen mit Säuren in Kontakt und kann hier mögliche Krankheitserreger unschädlich machen, die wir über den Mund aufgenommen haben.<sup>21</sup>

Speichel und Magensäure arbeiten also gut zusammen, um Bakterien abzutöten. Speichel ohne Säuren ist jedoch durch die große Anzahl an darin enthaltenen Bakterien eher als infektiös denn als antibakteriell anzusehen. So sind in 1 ml Speichel ca. eine Million Keime enthalten, darunter auch solche, die beim Menschen Krankheiten auslösen können, wenn sie mit dem Blut in Kontakt geraten. Das Lecken von Wunden mag wilden Tieren in Ermangelung von sauberem Wasser und Seife möglicherweise zur Wundreinigung von groben Verschmutzungen dienen, wir Menschen sollten jedoch lieber zu Wasser und Seife greifen.

##### **5. Schlussbemerkungen: Ohne Speichel ...**

Was wäre also, wenn uns wirklich nur Wasser im Munde zusammenlaufen würde? Wir würden uns viel häufiger verschlucken, da der Nahrungsklumpen nach dem Kauen nicht zusammenhält. Makromolekulare Nahrungsmittel wie Proteine, Stärke und

vermutlich auch die Fette würden geschmacksneutral bleiben. Wir könnten nur vorverdaute Nahrung schmecken, die bereits einzelne Aminosäuren und Einfachzucker enthält. Die durch das Wasser und die ungepufferten Säuren aus unserem Hydroxylapatit herausgelösten Calcium- und Phosphat-Ionen würden nicht ersetzt. Der Schmelz würde demineralisiert und löchrig. Bakterien könnten sich ungehemmt vermehren und würden durch die vermehrte Säureproduktion Karies verursachen.

*Dr. Petra SCHLING studierte in Regensburg Biochemie und forschte von 1996 bis 2002 am dortigen Institut für Biochemie III und anschließend in der Klinischen Chemie auf dem Gebiet der Fettzellendifferenzierung, Endokrinologie und Adipositas. Seit 2005 lehrt sie am Biochemiezentrum der Universität Heidelberg (BZH) Grundlagen der Biochemie für Studierende der Biologie, Chemie, Human- und Zahnmedizin. Der vorliegende Beitrag basiert auf ihrer Vorlesung zum Thema Spucke im Rahmen der Heidelberger Kinderuniversität 2007.*

*Dr. Gerhard GRÖGER studierte Zahnmedizin in Regensburg. Nach seiner Promotion behandelte, lehrte und forschte er dort von 1998 bis 2005 als wissenschaftlicher Assistent in der Poliklinik für zahnärztliche Prothetik. In dieser Zeit baute er ein wissenschaftliches Labor zur Untersuchung der Besiedelung zahnärztlicher Werkstoffe mit oralen Bakterien auf. Seine Vorlesung „Biotop Mundhöhle“ für Studierende der Zahnmedizin in Regensburg ist ebenso Grundlage dieses Artikels. Seit 2005 arbeitet er als Zahnarzt in Mannheim.*

20 DOEL, J. J. et al.: Protective effect of salivary nitrate and microbial nitrate reductase activity against caries, *Eur J Oral Sci* 112, 2004, 424–428.

21 WINTER, J. W. et al.: N-Nitrosamine Generation From Ingested Nitrate Via Nitric Oxide in Subjects With and Without Gastroesophageal Reflux, *Gastroenterology* 133, 2007, 164–174.

## Aus dem Arbeitskreis

### 6. Symposium – Juni 2009

Das 6. Symposium des Internationalen Arbeitskreises für Kulturforschung des Essens ist in Vorbereitung. Es trägt den Titel „Der Essalltag als Herausforderung der Zukunft“ und wird vom 21. bis 23. Juni 2009 in Heidelberg stattfinden. Die Leitung des Symposiums hat Prof. Dr. Volker Pudol aus Göttingen in enger Abstimmung mit den anderen Vorständen des Arbeitskreises übernommen.

Ausgehend von einer Analyse der Gegenwart stellt das Symposium die Perspektiven für die Zukunft in den Mittelpunkt. Wie hat sich der Essalltag in den letzten 100 Jahren verändert? Wo bestehen gegenwärtig Risikofaktoren? Welche Lösungsansätze zur Vermeidung dieser Risikofaktoren gibt es? Diese Themen werden interdisziplinär betrachtet – aus ernährungsphysiologisch-medizinischer, psycho-sozialer,

kulturell-gesellschaftlicher und organisatorisch-ökonomischer Sicht.

Ziel des Symposiums ist es, Fachwelt, Wissenschaft und Entscheidungsträger darauf aufmerksam zu machen, dass der Alltag ein wesentlicher, zu berücksichtigender Faktor bei allen Entscheidungen ist.

In 2009 wird das Symposium in einem neuen Format durchgeführt, das teilweise an die Ursprünge des Arbeitskreises 1989 anknüpft. Die Veranstaltung wird auf 2 Tage, die Teilnehmerzahl auf 30 Wissenschaftler und die Dauer der Impulsreferate auf 10 Minuten begrenzt. Dafür wird ausführlich Zeit für Diskussionen sein, aus denen ein Ergebnispapier hervorgehen soll.

Wer an einer Teilnahme ohne Referat interessiert ist, wird gebeten, sich bei der Geschäftsstelle zu melden und eine Bestätigung abzuwarten. Weitere Informationen zum Symposium ab Frühjahr 2009

unter:  
[www.gesunde-ernaehrung.org](http://www.gesunde-ernaehrung.org).

### Mitgliederversammlung mit Vorstandswahlen

Im Rahmen des 6. Symposiums vom 21. bis 23. Juni 2009 in Heidelberg wird eine ordentliche Mitgliederversammlung durchgeführt, zu der alle Mitglieder und Fördermitglieder herzlich eingeladen sind.

Gegenstand der Mitgliederversammlung ist auch eine Neuwahl des Vorstandes. Gemäß den Regulae ist jedes ordentliche Mitglied des Arbeitskreises berechtigt, den Vorstand zu wählen bzw. ein Vorstandsamt zu übernehmen. Mit diesem Amt verbunden sind zwei bis drei Vorstandssitzungen pro Jahr, die Herausgabe der Mitteilungen und der Tagungsbände sowie die Organisation der Symposien. Vorschläge und Kandidaturen werden ab sofort von der Geschäftsstelle entgegenge-

nommen (Internationaler Arbeitskreis für Kulturforschung des Essens, c/o Dr. Rainer Wild-Stiftung, Mittelgewannweg 10, 69123 Heidelberg; [info@gesunde-ernaehrung.org](mailto:info@gesunde-ernaehrung.org)).  
(GS)

### Neue und ausgeschiedene ordentliche Mitglieder

Der Internationale Arbeitskreis für Kulturforschung des Essens freut sich, folgende neue Mitglieder begrüßen zu dürfen:

Prof. Dr. Christoph KLOTTER  
Fachbereich Oecotrophologie  
Hochschule Fulda

Jun.-Prof. Dr. Nicole M. WILK  
Institut für Germanistik und Vergleichende Literaturwissenschaft  
Universität Paderborn

Verabschieden möchten wir uns von Herrn Horst KÜHNE, der zum 31.12.2008 aus dem Arbeitskreis ausscheidet.

## Internetbasierte Risikokartierungen am Beispiel Nahrungsergänzungsmittel – ein Beitrag zu einer zeitgemäßen Verbraucherkommunikation

### Hintergrund

Einige der in der Agrar- und Ernährungswirtschaft in den vergangenen Jahren aufgetretenen Skandale waren mit Risiken verbunden, die häufig mit rezenten Technikentwicklungen einhergehen und wegen ihrer neuen Qualität in der sozialwissenschaftlichen Risikoforschung als „systemische“ Risiken (vgl. u. a. Beck 1986; Klinke u. Renn 2004; OECD 2003) bezeichnet werden. Exemplarisch hierfür stehen BSE, Schweinepest oder Grüne Gentechnik. Der BSE-Skandal hat nicht nur deutlich gemacht, dass andere Formen der Risikoabschätzung und -kommunikation dringend erforderlich sind, sondern hat auch zu einer Neustrukturierung des Politikfeldes Landwirtschaft und Ernährung in Deutschland geführt. Dazu gehörte auch die grundsätzliche Überprüfung der bisherigen Verbraucherpolitik. Dies hatte unter anderem die Formulierung eines neuen verbraucherpolitischen Leitbildes, nämlich das des mündigen, eigenverantwortlich handelnden Verbrauchers zur Konsequenz (vgl. u. a. Reisch 2003).

Gleichzeitig wird seit einigen Jahren im Bereich Ernährungspolitik die wachsende gesundheitspolitische Bedeutung von Ernährung betont und eine engere Verzahnung mit einer künftig anvisierten „Public Health Policy“, bei der der Präventionsgedanke im Vordergrund steht, eingefordert (Meier-Ploeger 2005). Die Ansprüche an Verbraucher, sich „gesund“ zu ernähren, sind dadurch ebenso gestiegen wie jene an Ernährungswissenschaftler, das hierzu erforderliche Fachwissen zur Verfügung zu stellen. Verbraucher sehen sich nun mit einer zunehmenden Wissensvielfalt und ständig neuen Erkenntnis-

sen konfrontiert, die teilweise widersprüchlich sind und in immer neue Ernährungsempfehlungen einfließen (Bergmann 2000, S.25; Barlösius 1999, S.21 f. und 42). Das Ergebnis ist nicht zuletzt eine zunehmende Verunsicherung der Verbraucher bezüglich der Frage, was denn nun die „richtige“ Ernährung sei. Ähnlich wie in anderen wissenschaftlichen Disziplinen wird – sowohl für Wissenschaftler als auch für Politiker und Verbraucher – der kompetente Umgang mit Komplexität, Unsicherheit und Nichtwissen zu einer immer wichtigeren Kategorie bei Entscheidungen (May u. Holzer 2005).

### Das Projekt

Im Rahmen des Projektes „Risikokonflikte kartiert“<sup>1</sup> wurde in den vergangenen zwei Jahren ein Prototyp einer internetbasierten Darstellung von Risikodebatten in Form so genannter Argumentationslandkarten als ein mögliches Element für einen neuen gesellschaftlichen Umgang mit systemischen Risiken entwickelt. Ziel der Kartierung ist es, einen neuen, umfassenden Blick auf Risiken zu geben und allen Betroffenen das aktive Mitwirken an der Gestaltung des Umgangs mit diesen zu ermöglichen. Exemplarisch wurden hierfür die Risikokonflikte um nanoskalige Materialien und um Nahrungsergänzungsmittel ausgewählt. Dieser Beitrag konzentriert sich auf Nahrungsergänzungsmittel.

1 Das Projekt wird vom Wissenschaftszentrum Umwelt (WZU) der Universität Augsburg und der Münchner Projektgruppe für Sozialforschung e.V. (MPS) unter Leitung von S. Böschen, C. Kropp und J. Soentgen durchgeführt. Näheres siehe unter <http://www.risk-cartography.org/>

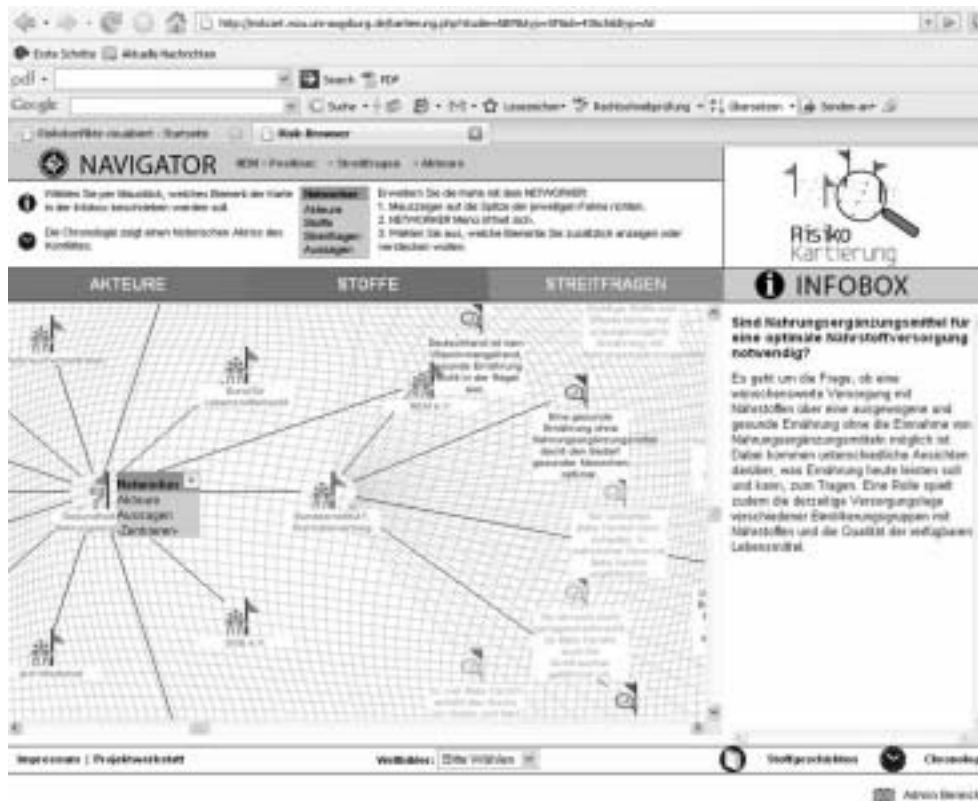
Eine Besonderheit des hier vorgestellten Projektes besteht in der engen Verknüpfung von sozialwissenschaftlichen Verfahren und der informationstechnischen Aufbereitung ihrer Ergebnisse. In einem ersten Schritt erfolgte die diskursanalytische Bearbeitung der Risikodebatten mithilfe einer Dokumenten- und Medienanalyse sowie ergänzender Experteninterviews. Anschließend wurden auf der informationstechnischen Ebene die wesentlichen Strukturen für den Aufbau der Datenbanken festgelegt und ein Visualisierungskonzept entwickelt, bei dem die Zugänge zu den Fallstudien – nämlich über die „Akteure“, die „Streitfragen“ und die „Stoffe“ – direkt in die Kartierungslogik übernommen wurden. Gleichzeitig wurde bei der graphischen Umsetzung auf eine Gestaltung Wert gelegt, die verschiedene Nutzergruppen anspricht.

### Risikodebatte Nahrungsergänzungsmittel

Ein wesentliches Merkmal der Risikodebatte über Nahrungsergänzungsmittel ist die Diskrepanz zwischen der wachsenden Nachfrage einerseits und der kritischen Haltung von Wissenschaft und Regulierungsbehörden andererseits. Während offensichtlich immer mehr Verbraucher zu der Überzeugung kommen, dass Ergänzungen der täglichen Ernährung unverzichtbar sind, um den gegenwärtigen Anforderungen – also mehr Eigenverantwortung für die Gesundheit zu übernehmen oder die eigene Leistungsfähigkeit zu optimieren – gerecht werden zu können, warnen Wissenschaftler vor den nicht abschätzbaren gesundheitlichen Risiken des Konsums von Supplementen. Als Gefähr-

dungen werden unter anderem mögliche Überdosierungen, Wechselwirkungen mit anderen Produkten (beispielsweise Arzneimitteln) und nicht bekannte Nebenwirkungen im menschlichen Körper genannt.

Gleichzeitig wird jedoch eingeräumt, dass das Wissen zur Bewertung der Risiken in vielen Fällen noch lückenhaft ist oder gänzlich fehlt. Dies ist nicht zuletzt durch das rasante Wachstum des Marktes für Nahrungsergänzungsmittel und die Zunahme der Anwendungskontexte bedingt: Die stetig wachsende Produktvielfalt macht es Regulierungsbehörden fast unmöglich, zeitnah entsprechende Verfahren zur Bewertung und Regulierung zu entwickeln. Die Produkte unterscheiden sich nicht nur in der Zusammensetzung der einzelnen Nährstoffe, sondern auch in der Konzentration und den notwendigen Füll- und Begleitstoffen – Faktoren, die ihre Wirksamkeit beeinflussen und bewertet werden müssen. Außerdem werden zunehmend Stoffe eingesetzt, die – im Vergleich zu Vitaminen und Mineralstoffen – bisher wissenschaftlich relativ wenig bearbeitet wurden (wie z.B. sekundäre Pflanzeninhaltsstoffe) oder auch solche, die ursprünglich gar nicht für die menschliche Ernährung gedacht waren (u.a. Extrakte aus Grünlippmuscheln oder Rotkleesamen) (Hahn 2006, S.18). Entsprechend schwierig ist es, eindeutige Kriterien für die Risikobewertung zu entwickeln und adäquate Regulierungsschritte vorzunehmen. Die Bewertung wird durch immer neue Erkenntnisse über ernährungsphysiologische Zusammenhänge und Stoffwechselfvorgänge zusätzlich erschwert, weil dieser Wissensgewinn meist gleichzeitig deren Kom-



plexität – beispielsweise die Wirkungsweise im menschlichen Organismus – sichtbar werden lässt (Hahn 2006).

### Bedarf an neuen Kommunikationsformen

So scheint man auch in wissenschaftlichen Kreisen zu der Überzeugung zu gelangen, dass zwischen Ernährung und Gesundheit zwar ein enger Zusammenhang besteht, eine eindeutige, lineare Zuordnung zwischen Essverhalten und Gesundheitszustand jedoch – anders als ursprünglich erhofft – nicht möglich ist. Nichtsdestotrotz versuchen Wissenschaft und Beratung der nicht zuletzt durch Wissenszunahme und unsicheres Wissen über die Wirkungszusammenhänge verursachten Verunsicherung der Verbraucher durch noch intensivere Wissensvermittlung und Aufklärung zu begegnen. Dies wirkt letztendlich kontraproduktiv, weil der Kern des Problems nicht im Mangel an

zur Verfügung stehender Information liegt. Im Prinzip muss Risiko- respektive Ernährungskommunikation Verbraucher dazu anregen, sich mit einem Thema trotz hoher Komplexität zu befassen. Dies wird wahrscheinlich nur geschehen, wenn bei der je eigenen Betroffenheit angesetzt wird, der Stoff „bewältigbar“ scheint und

die Weise des zur Verfügung gestellten Wissens es ermöglicht, eigene Schlüsse zu ziehen – und nicht nur vorgegebene Lösungen zu rezipieren. Es sollte außerdem nicht versucht werden, den Eindruck von Eindeutigkeit und Sicherheit zu vermitteln, wo es keine gibt. Stattdessen muss die Wissens- und Deutungsvielfalt transpa-

rent gemacht werden, um den Verbrauchern die Möglichkeit zu geben, sich autonom Orientierung zu verschaffen (Renn et al. 2007). Hierzu möchte der im Rahmen des Projektes entwickelte Prototyp einen Beitrag leisten.

### Umsetzung in die Kartierung

Die Graphik (vgl. Abbildung) zeigt den Aufbau der Kartierung: Im oberen Bildschirmbereich befindet sich ein Navigator, der Orientierung gibt, wo man sich in der Karte aktuell befindet und anzeigt, welche Möglichkeiten der Nutzer hat, seinen Gang durch die Kartierung fortzusetzen. Im Zentrum sieht man das Visualisierungsfenster als eigentliches „Herzstück“ der Karte, in dem die Debatten in graphische Abbildungen übersetzt werden. Eine Info-Box im rechten Bereich enthält Hintergrundinformationen zu den jeweiligen Symbolen und Inhalten des Visualisierungsbereiches. Je nach Interesse hat ein Nutzer nun vielfältige Möglichkeiten, sich Zugang zum jeweiligen Diskurs zu verschaffen, dabei unterschiedlichste Perspektiven einzunehmen, Vernetzungen sichtbar zu machen und sich seinen eigenen „Weg“ durch die Karte zu bahnen. Man kann zum Beispiel ent-

### Literatur

- BARLÖSIUS, E.: Soziologie des Essens: Eine sozial- und kulturwissenschaftliche Einführung in die Ernährungsforschung. Grundlagentexte Soziologie, Weinheim / München 1999.
- BECK, U.: Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne, Frankfurt a.M. 1986.
- BERGMANN, K.: Der verunsicherte Verbraucher. Neue Ansätze zur unternehmerischen Informationsstrategie in der Lebensmittelbranche, Berlin u.a. 2000.
- HAHN, A.: Nahrungsergänzungsmittel und ergänzende bilanzierte Diäten, Stuttgart 2006.
- KLINKE, A./RENN, O.: Systemic risks: A new challenge for risk management, EMBO Reports, Science and Society 5, Special Issue, 2004.
- MAY, S./HOLZER, B.: Herrschaft kraft Nichtwissen? Politische und rechtliche Folgeprobleme der Regulierung neuer Risiken, Soziale Welt 56, 2005, 317–337.
- MEIER-PLOEGER, A.: Grundsatzpapier Ernährungspolitik. Diskussionspapier des Wissenschaftlichen Beirats für Verbraucher- und Ernährungspolitik beim Bundesministerium für Verbraucherpolitik, Ernährung und Landwirtschaft, Berlin 2005.
- OECD (Organisation for Economic Co-Operation and Development): Neue Risiken im 21. Jahrhundert: Vorschläge für ein Aktionsprogramm, Paris 2003.
- REISCH, L.: Strategische Grundsätze und Leitbilder einer neuen Verbraucherpolitik. Papier des Wissenschaftlichen Beirats für Verbraucher- und Ernährungspolitik beim BMVEL, Berlin 2003.
- RENN, O./SCHWEIZER, O.-P./DREYER, M./KLINKE, A.: Risiko. Über den gesellschaftlichen Umgang mit Unsicherheit, München 2007.

weder auf eines der im Visualisierungsfenster sichtbaren Fähnchen „klicken“, um mehr Informationen zu diesem Element zu erhalten. Möchte man sich einen Überblick verschaffen, wer sich an der Debatte beteiligt, lässt sich die Ansicht aktivieren, die alle Akteure, die sich zu Wort gemeldet haben, zeigt usw. Auf diese Weise kann man in der Karte Antworten auf die verschiedensten Fragen finden, wie beispielsweise, ob ein Stoff risikobehaftet ist, wer zu den Befürwortern und Gegnern in einer bestimmten Streitfrage gehört und mit welchen Argumenten sich jemand am Diskurs beteiligt.

#### Schlussfolgerungen

Die Stärke der Kartierung besteht in der Vielseitigkeit der

Darstellung. Sie gibt Einblick in die Komplexität und die Vernetztheit der verschiedenen Ebenen eines Risikokonfliktes und macht sichtbar, vor welchem Hintergrund und mit welchem Argumenten Akteure sich an der Debatte beteiligen und verdeutlicht die Einbettung solcher Konflikte in allgemein gesellschaftliche Zusammenhänge. Sichtbar werden außerdem neben den vorhandenen Wissensbeständen auch Felder des Nichtwissens und die offenen, ungeklärten Fragen. Verbraucher haben die Möglichkeit, autonom und je nach persönlichem Interesse ihren eigenen Zugang zum Thema zu finden und eine eigene Position zu entwickeln. Im Idealfall zeigen ihnen die neuen Zugangsweisen neue Handlungsspielräume auf und

motivieren sie, sich aktiv als zivilgesellschaftliche Akteure an der Debatte zu beteiligen. Die internetbasierte Darstellung von Argumentationslandkarten kann eine andere Kommunikation zwischen den beteiligten Akteuren, bei der bisherige Rollenverständnisse und Hierarchien aufgebrochen werden, katalysieren und damit die Integration verschiedener Sichtweisen und unterschiedlicher Wissensbestände befördern.

Der Fokus einer dem systemischen Charakter von Problemlagen im Ernährungsbereich angemessenen Kommunikation sollte nicht „Aufklärung“, sondern Unterstützung eines gesellschaftlichen Diskurses über Ernährung in einem umfassenden Sinn sein. Weiterhin kann man sich fra-

gen, ob nicht über eine neue Kultur der Kommunikation über Ernährung nachgedacht werden müsste, die sich von der aktuell häufig stattfindenden Reduktion auf „Nahrung = Gesunderhaltung“ verabschiedet zugunsten eines Ansatzes, der Ernährung im Zusammenhang seiner kulturellen und sozialen Einbettung sieht und die gesundheitspolitischen Ansprüche, die aktuell an die Ernährung gestellt werden, zumindest relativiert. Zu diskutieren wäre dann auch, inwiefern das hier vorgestellte Tool einen solchen Prozess des Umdenkens unterstützen könnte.

Astrid Engel,

MPS – Münchner Projektgruppe für Sozialforschung e.V.

## Food Literacy geht weiter!

Immer mehr Menschen wissen immer weniger über Nahrungsmittel und können nicht mehr richtig kochen. Die Folgen sind bekannt und werden auch in anderen Zusammenhängen diskutiert. Viele europäische Länder bemühen sich deshalb um eine Ernährungsaufklärung in Form von Projekten und Kampagnen – ob die gewünschte Wirkung erzielt wird, ist noch nicht hinreichend geklärt. Aus Untersuchungen ist jedoch bekannt, dass vor allem sozial benachteiligte und bildungsferne Personen schlecht erreicht werden. Um das zu ändern, entwickelten Wissenschaftler aus neun europäischen Ländern Food Literacy, ein EU-finanziertes Gemeinschaftsprojekt unter österreichischer Leitung.<sup>1</sup> Food

*Food Literacy ist die Fähigkeit, den Ernährungsalltag selbstbestimmt, verantwortungsvoll und genussvoll zu bestimmen.*

(Quelle: Food Literacy Handbuch und Toolbox)

Literacy kann als Vehikel verstanden werden, welches Ernährung als Querschnittsthema in die Erwachsenenbildung transportiert. Dabei berücksichtigt es speziell die Bedürfnisse von bildungsfernen Zielgruppen. Vor allem die deutschen Partner, also der aid infodienst und die Universität Kassel, Fachgruppe ökologische Lebensmittelqualität und Ernährungskultur, investierten viel Zeit, Kraft und Know-How, um das Thema voranzubringen. Das Projekt endete offiziell im Oktober 2007. Die Materialien stehen voraussichtlich noch bis zum 30. September 2009 zum Download auf der Projekt-Homepage ([www.food-literacy.org](http://www.food-literacy.org)) bereit – danach wird sie abgeschaltet.

org) bereit – danach wird sie abgeschaltet.

Zwischenzeitlich fragten jedoch viele Erwachsenenbildner beim aid infodienst an, ob es denn Referenten gäbe, um im Umgang mit den Materialien geschult zu werden. Dies zeigte zum einen, dass grundsätzlich Interesse an den Food Literacy Materialien besteht. Deshalb beschloss der aid infodienst in einem ersten Schritt, die Homepage von Food Literacy zu übernehmen, und reservierte vorsorglich bereits eine entsprechende Domain: [www.food-literacy.de](http://www.food-literacy.de). Zum anderen wurde deutlich, dass das Projekt keineswegs als abgeschlossen zu betrachten ist: Erwachsenen-

bildner benötigen, um Food Literacy in ihren Kursen umsetzen zu können, eine Schulung im Umgang mit den Materialien. Der aid infodienst, vertreten durch Dr. Margret Büning-Fesel, sieht viel Potential für Food Literacy, auch Zielgruppen für Ernährungsthemen zu sensibilisieren, die sonst eher schlecht oder gar nicht erreicht werden. Deshalb wurde beschlossen: Food Literacy soll weiter gehen, es soll aktiv in die Breite gebracht werden.

Zur Verwirklichung dieses Vorhabens suchte sich der aid infodienst Partner, die ihn finanziell, konzeptionell und bei der Evaluation unterstützen. Er fand diese bisher im Deutschen Institut für Erwachsenenbildung (DIE) und in der Dr. Rainer Wild-Stiftung, Stiftung für gesunde Ernährung.

Die Idee für die weitere Vorgehensweise: Train-the-Trainer Seminare sollen Erwachsenen-

<sup>1</sup> SCHNÖGL, Sonja: Food Literacy – Schmackhafte Angebote für die Erwachsenenbildung und -beratung, Mitteilungen Heft 14, Heidelberg 2007, 49–50.



bildner mit den Materialien vertraut machen und ihnen nahe bringen, wie und in welchen Bereichen diese einsetzbar sind. Um diese Train-the-Trainer Seminare bestmöglich an die Bedürfnisse der Erwachsenenbildner anzupassen, luden der aid infodienst und seine Partner Experten aus verschiedensten Bereichen der Erwachsenenbildung am 19. und 20. Juni 2008 in die Dr. Rainer Wild-Stiftung zu einem Workshop ein. Im Rahmen dieses Workshops wurden die Food Literacy Materialien überprüft, Zielgruppen definiert und der Grundstein für ein Train-the-Trainer Konzept gelegt.

Zu Beginn des Workshops stimmte Prof. Dr. Barbara Methfessel, Pädagogische Hochschule Heidelberg, die Teilnehmer mit ihrem Impulsvortrag „Food Literacy – Warum Menschen sie brauchen, aber meist nicht suchen“ auf das Thema ein.

Anschließend erläuterte Dr. Margret Büning-Fesel den Teilnehmern die Hintergründe von Food Literacy und zeigte ihnen das Potential anhand von zwei Pilotprojekten auf.

Neben verschiedenen Moderationsmethoden kamen auch unterschiedliche Tools von Food Literacy zum Einsatz.

2 Food Literacy Handbuch und Tool Box, Wien 2006, 42 (<http://www.food-literacy.org/de/produkte/552.htm>)

So machten sich die Teilnehmer zum Beispiel zu Anfang des Workshops mit dem Tool 3 „Bilder & Sprüche zum Thema Ernährung“<sup>2</sup> bekannt (siehe Infokasten) – dieser Einstieg schaffte eine entspannte Arbeitsatmosphäre und die Teilnehmer erlebten die verbindende Wirkung von Food Literacy. Die Meisten sahen in Food Literacy ein gutes Instrument, da es die verschiedensten Themen veranschaulichen und ihnen einen roten Faden geben könne. Auch ältere Menschen erschienen den Teilnehmern als Zielgruppe geeignet, Jüngere könnten dagegen eher schwer zu erreichen

sein, da sie für das Thema weniger leicht zu begeistern seien. Konkret sahen die Teilnehmer zum Beispiel gute Chancen in der Lehrer- und Erzieherausbildung, der beruflichen Aus- und Fortbildung sowie Sprach- und Integrationskursen.

Am zweiten Tag ging es darum, den Grundstein für ein Train-the-Trainer Seminar zu legen. Hierfür erarbeiteten die Teilnehmer im Rahmen von verschiedenen Szenarien konkrete Richtlinien, wie so ein Seminar für verschiedene Akteure aussehen könnte.

Im Vorfeld standen einige Teilnehmer dem Thema skeptisch gegenüber: „Essen kann

durchaus ein problematisches Thema sein.“ Oder „Wir sind doch keine Ernährungsberater.“ Doch auch diese Zweifel konnten im Laufe des Workshops ausgeräumt werden; einige Teilnehmer bestätigten, Food Literacy künftig selbst einzusetzen. Ausgehend von den Ergebnissen des Workshops werden die Materialien nun geprüft und erweitert; noch in 2008 soll ein erstes Konzept für ein Train-the-Trainer Seminar stehen.

Isabell Zohner,  
Dr. Rainer Wild-Stiftung,  
Heidelberg

### Tool 3: „Bilder & Sprüche zum Thema Ernährung“

#### Lernziele:

- Kennenlernen und Ausdrücken der eigenen Einstellungen zu Gerichten, Lebensmitteln bzw. Ernährung allgemein
- Vielfalt der verschiedenen Zugänge und Bilder wahrnehmen, die es in der Gruppe gibt

#### Beschreibung:

Bilder von Speisen, Lebensmitteln oder Mahlzeitsituationen und/oder Karten mit Sprüchen und Aussagen zur Ernährung werden in der Mitte des Sitzkreises bunt verteilt aufgelegt. Die TeilnehmerInnen wählen je ein Bild/eine Karte und stellen sich damit der Reihe nach der Gruppe vor. Fragen: Warum habe ich dieses Bild/diese Karte gewählt? Was darauf spricht mich besonders an/stößt mich besonders ab?

#### Variante:

Bilder und Karten durch einen großen Korb mit verschiedensten (echten) Lebensmitteln ersetzen

#### Trainingsphase: Einstieg/ Kennenlernen

**Material:** Bilder (z.B. aus Illustrierten ausschneiden), Karten mit Sprüchen und Aussagen (z.B. „Hunger ist der beste Koch“, „Vollkorn ist gesund“, „Der Mensch ist, was er isst“...)

**Gruppengröße:** bis 15 Personen, bei größeren Gruppen gegenseitiges Vorstellen als Kleingruppenarbeit

**Dauer:** ca. 30 Minuten (je nach Gruppengröße)

**Sozialform:** Plenum

**Hintergrundinformation:** siehe Teil 2, insbesondere die Kapitel über die kulturelle, soziale und biografische Dimension der Ernährung



## Neue Blicke auf alltägliche und literarische Nahrungslandschaften im Rahmen einer „Semiotik der Speise“

Ein Bericht über die Sektion „Das Konkrete im kulinarischen Prozess: Semiotik der Speise“ auf dem 12. Internationalen Kongress der Deutschen Gesellschaft für Semiotik „Das Konkrete als Zeichen“ vom 9. bis 12. Oktober 2008, Universität Stuttgart  
Sektionsleitung: Nicole M. Wilk (Paderborn)

Nahrungsmittel sind Symbole. Wir essen nicht gesüßtes Getreide mit Nüssen, sondern einen Powerriegel mit Knusper-Vollkornflocken, Bienenhonig und Haselnusskernen. Der hält fit, steigert die Leistungsfähigkeit, macht schlau, glücklich usw. Dieser über die Energieversorgung hinausgehende Mehrwert verleiht der Nahrung Bedeutung. Nahrung ist zeichenhaft jedoch nicht erst seit für sie geworben wird. Vom Beginn der menschlichen Kulturentwicklung an ist das Nahrungsbedürfnis zum Zwecke der Identitäts- und Gemeinschaftsbildung strukturiert worden.

Diese Zeichenhaftigkeit der Speisen wurde in kultursemiotischen Studien der modernen Sozialwissenschaften hinlänglich gewürdigt. So erkannte der Kulturanthropologe Marcel Mauss im Essen ein Totalphänomen, das wesentliche normative Setzungen einer Gesellschaft spiegelt. Unter dem Einfluss des Strukturalismus hat die Soziologie im 20. Jahrhundert vor allem Form und Wert der Mahlzeitenkultur untersucht.

Georg Simmel erforschte die Hierarchien der Speisen und entzifferte das „Syntagma“ der Mahlzeit als Ausdruck gesellschaftlicher Rangordnungen: Viriles männlich konnotiertes Fleisch dominiert im Zentrum des Tellers über die darum drapierten weichen, kulturell weiblichen Sättigungsbeilagen; Esstabus haben die Funktion, soziale Differenzierungen anzuzeigen und mit ihnen Distinktionen aufrecht zu erhalten usw.

Die Diskussion um den distinktiven Wert des Essens fand einen Höhepunkt in der Frage nach der Herkunft jener Speise-Codes, mit denen Koch- und Essrituale Botschaften übermitteln. Während Claude Lévy-Strauss nach kulturübergreifenden Skalen suchte (tierisch, nicht tierisch, roh, gekocht usw.), postulierte Mary Douglas in den 70er Jahren die kulturelle Relativität von Essverhalten und Nahrungsmitteln, die erst in kulturspezifischen Oppositionen soziale Bedeutung gewinnen: Der Feinschmecker erhebt sich über den Fast-Food-Konsumenten, Honig triumphiert über den ins Lasterregister verbannten Industriezucker usw. Was ist aus dieser Diskussion um Bedeutung und Struktur der Speisen geworden?

Der strukturalistischen Tradition ist es zu verdanken, dass Nahrung in beinahe allen gegenwärtigen ernährungs- und kulturwissenschaftlichen Diskursen als System bedeutungs-erzeugender Differenzen gefasst wird, mit dem Menschen soziale Positionen anzeigen. Wie sie essen, wo sie es tun und was ihnen schmeckt, sind Kennzeichen von Herkunft, Bildung, kurz vom Habitus und den jeweiligen Lebensstilen (Pierre Bourdieu). Nahrung wird daher auch als Sprache (Lévy-Strauss) oder Kommunikationssystem begriffen, als „Regelwerk des Gebrauchs, des Reagierens und sich Verhaltens“ (Roland Barthes).

Mit ihrem Essverhalten teilen sich Menschen wortlos mit, zu welcher Gruppe sie gehören, welche Werte sie teilen und

ganz aktuell: wie sie es mit Schlankheit und Gesundheit halten, aus deren Kehrwert ein sozialer Makel erwächst. **Ist aber die semiotische Systemanalyse der Mahlzeit noch angemessen, um die gegenwärtigen Ernährungsgewohnheiten insbesondere ihre Probleme (Übergewicht, Fehlernährung) zu erklären?** Allein Begriffe wie „Mahlzeit“ oder „Tischgemeinschaft“, bei denen zubereitete „Speisen“ in institutionalisierten Ritualen gemeinsam verzehrt werden, sind angesichts der Fast-, Convenience- und Functional-Food-Welle mit ihren entstrukturalisierten Essgewohnheiten prekär geworden. Wie isst der moderne Mensch? Sitzt er gemeinsam mit anderen am Tisch? Beginnt nicht das Essen seine vergemeinschaftende Funktion zu verlieren zugunsten eines selbstvergewissernden Snackens rund um die Uhr?

Mit der Globalisierung der Weltmarkt- und Arbeitspolitik haben sich auch die Lebensentwürfe der Menschen flexibilisiert. Die Mahlzeitenkultur ist ein hervorragender „Ort“, um diese neuen Selbstverhältnisse zu erkunden. Die konservative Suche nach Codes und Symboliken verspricht jedoch wenig Erfolg. Einen interessanten Ansatzpunkt für die semiotische Analyse der Trend-Nahrungskulturen und Ernährungsstile liefert hingegen der postmoderne Fokuswechsel auf die Materialität, die Funktionalität und Soziabilität der Zeichenformen, den die Semiotik als Kulturwissenschaft vollzogen hat. Der 12. Interna-

tionale DGS-Kongress rückte vom 9. bis 12. Oktober 2008 dieses materiell und funktional „Konkrete als Zeichen“ in den Mittelpunkt. Die konkrete Konsistenz unserer Nahrung, insbesondere der industriell gefertigten „Gaumenschmeichler“ oder „Knuspercrunsher“, ist damit genauso gemeint wie die psychosomatische Wirkung der Lebensmittel oder die Rolle des Sprechens über Essen und Diäten in der alltäglichen, institutionalisierten Diskussion.

Wie über spezifische Lebensmittel und ihre Verzehrsgewohnheiten die leibliche Sinn dimension des Lesers angesprochen wird, erkundeten drei literaturwissenschaftliche Beiträge an ganz unterschiedlichen literarischen Quellen. Auf der antiken Folie von Petrons Roman „Satyricon“ beschrieb Andrea Malits (Zürich) unter dem Titel „Kulinarik als subversive Kunstform“ das Zeichen- und Sinnsystem des Körpers, der im leiblichen Genuss ästhetisiert wird. Miriam Seidler (Düsseldorf) wies im Anschluss daran anhand von Martin Walsers Roman „Der Lebenslauf der Liebe“ nach, wie Nahrungsmittelrituale jene Bartheschen Realitätseffekte (*effets de réel*) zeitigen, die eine Narration „versinnbildlichen“. Den ersten Sektionstag am **Freitag, 10. Oktober 2008**, beschloss Olivia Varwig (Frankfurt am Main), die unter dem Titel „Aspekte einer Literarisierung des Essens am Beispiel von Goethes ‚Wilhelm Meisters Lehrjahre‘ und Thomas Manns ‚Bekenntnissen des Hochstaplers Felix Krull‘“ die Bedeutung von

Krulls Schokoladendiebstahl im Delikatessenladen in Analogie zum Speisekammererlebnis des jugendlichen Wilhelm Meisters leibmetaphorisch und gattungstypologisch konkretisierte.

Am **Samstag, 11. Oktober 2008**, stellte der Theaterwissenschaftler Andreas Häcker (Strasbourg) eine ganz unmittelbar leiblich wirkende Semiosphäre vor, die sich in der Probenarbeit des ungarischen Theaterregisseurs George Tabori entfaltet: In einem Hungerkünstlerprojekt sollen Schauspieler der (körper-)politischen Kraft der Kafka-Novelle nachspüren. Konkrete Wirkungsdimensionen der genossenen Speise wählte der Philosoph Tim Caspar Boehme (Berlin) als Ausgangspunkt, um am Beispiel von Lebensmittelallergien die Schuldfrage des Essens zu verhandeln, die in jenen „Nutritionalpathologien des Alltags“ aufscheint.

Essverhalten und Essgewohnheiten standen in zwei weiteren Vorträgen zur Debatte: Wie Jugendliche mit Nahrungsmittelprodukten umgehen, denen ein hoher symbolischer Wert zugeschrieben wird (Symbolics), erläuterte die Ernährungsforschlerin und Oecotrophica-Preisträgerin Silke Bartsch (Berlin) unter der Fragestellung „Jugendess-

kultur. Von der Tischgemeinschaft zum ‚Dauersnacken‘?“. Schließlich stellte Nicole M. Wilk (Paderborn) unter dem Titel „Selbstwert aus der Schüssel“ am Beispiel aktueller Marketingkampagnen für Müslis und Cerealien kultursemiotische Überlegungen zur gesellschaftlichen Rolle der neuen „Dauerfrühstückskultur“ mit ihren Anklängen an Jugendlichkeit, Neubeginn und Ungeprägtheit an.

Am Ende blieb Raum für grundsätzlich angelegte Fragen der Kultursemiotik des Essens,

Weitere Informationen zum Kongress und zur Sektion unter <http://www.uni-paderborn.de/fakultaeten/kw/institute-einrichtungen/institut-fuer-germanistik-und-vergleichende-literaturwissenschaft/germanistik/personal/wilk/konferenzen>.

insbesondere der, inwieweit diese über eine Analyse symbolischer Systeme hinausreicht, um die besondere Materialität der Nahrung sowie die neuartigen Sozialisationsbedingungen des Functional Food und Convenience Food zu beschreiben. Ein besonderer Stellenwert kam dabei den Handlungs- und den kommunikativen Kontexten zu, in denen sich die soziale Bedeutung von Nahrung sinnlich konkret im individuellen Körper entfaltet – sowohl am Familientisch als auch in der „narrativen“ Konfrontation

zwischen Mensch und Produkt. Darüber hinaus erschien es lohnenswert, die historisch neu besetzte Kategorie des „Verbrauchs“ als Selbststeuerungsinstrument für Individuen neu auszuloten. Denn Verzehr ist eine extreme Form des Verbrauchs. Und Verbrauch ist nach Baudrillard gerade die Negation des Konkreten und Materiellen. Verbrauch ist die Kategorie der Serien und Automatismen, jener Massenprodukte, die als Marken, d.h. Zeichen nur noch in ihrer Differenz konsumiert werden

können. Aber was geschieht unterdes mit der leiblich-konkreten Erfahrung? Ist das Erleben im Konstruktionszyklus der frei flottierenden Zeichen längst abhanden gekommen? Oder kann eine neue Gebrauchslogik in den Konsum eingeführt werden, die alimenter Werte über Körpererfahrung statt über Gesundheitsreligion, Körperkapital und diätetische Machtrituale zuweist? Diese Hoffnung wurde von allen Sektionsmitgliedern geteilt.

Die Kategorie des Konkreten erwies sich schließlich als

adäquater Ausgangspunkt, um jenseits fester Mahlzeitenrhythmen Lebensmittel und Ernährungsverhaltensstile in ihrer Soziabilität zu fassen. Zur Sprache kamen dabei auch Beobachtungen zur Entsinnlichung des Kochens und Essens, der ein sich ausbreitender Diskurs über Essen, Diäten und gesunde Ernährung gegenübersteht, sowie die damit verbundene Entfremdung von der Nahrungsmaterie. Daraus ergab sich, dass die Sektion ihre Arbeit mit dem Film „Unser täglich Brot“ (Österreich 2007) von Nikolaus Geyrhalter über die industrielle Nahrungsproduktion beschloss.

Ein Tagungsband wird in Kürze erscheinen. In ihn werden weitere Beiträge aufgenommen, die zum Stuttgarter Kongress ausfallen mussten, darunter die philosophischen Betrachtungen von Harald Lemke zur Assimilation des konkreten Anderen im Essakt, Jörg Löfflers sprach- und kulturwissenschaftliche Beobachtungen zum gegenwärtigen Schokoladendiskurs sowie Gerhard Neumanns grundsätzliche Überlegungen zur Mahlzeit als Dispositiv der Narration entlang von Motiven aus einem Fontane-Roman.

Dr. Nicole M. Wilk,  
Universität Paderborn

## „Schulverpflegung contra Familienglück“

Tagungsbericht zum 12. Heidelberger Ernährungsforum „Die Mahlzeit – Alte Last oder neue Lust?“

Über den Stellenwert der Mahlzeit im Familienalltag und in der „neuen“ (Ganztags-)Schule diskutierten am 24. und 25. September 2008 rund 70 Ernährungsfachleute, Lehrkräfte und Medienvertreter beim 12. Heidelberger Ernährungsforum der Dr. Rainer Wild-Stiftung, Stiftung für gesunde Ernährung in Heidelberg. Anhand neuer Erkenntnisse aus unterschiedlichen Fachgebieten wurde den Multiplikatoren die Funktion der Mahlzeit als Ort der Entwicklung der Esskultur sehr differenziert dargestellt. Tagungsleiterin Dr. Gesa Schönberger von der Dr. Rainer Wild-Stiftung forderte die Teilnehmer in ihrer Einführung dazu auf, sich auch die schwierigen Aspekte der Familienmahlzeit vor Augen zu führen, wie beispielsweise Macht- und Kontrollrituale zwischen Eltern und Kindern oder Überforderung und Zeitnot der Eltern. Zudem sei es wichtig, die Lockerung der Traditionen und den veränderten Lebensstil als Realität anzunehmen, damit die Verpflegungssituation in der Schule nicht noch schwieriger werde. Im Laufe der beiden Tage wurde deutlich, dass es bei entsprechenden Voraussetzungen sehr wohl möglich ist, dass Außer-Haus-Mahlzeiten wie die Schulverpflegung sinnvolle Bestandteile des Essalltags sein können. Außerdem ließe sich Esskultur, Sozialverhalten und Geschmacksprägung durch das Essen selbst besser lernen als durch Lernprogramme im Unterricht.

Der Essalltag erwerbstätiger Mütter ist von der Versorgungsrolle der Mutter und der Suche nach dem „idealen“ Muttertyp bestimmt, berichteten Jaqueline Köhler und Uta Zander aus den Arbeitsgruppen Prof. Dr. Ingrid-Ute Leonhäuser

und Prof. Dr. Uta Meier-Gräwe der Universität Gießen. In ihrer qualitativen Studie befragten sie Mütter, wie sie den Essalltag ihrer Familie organisieren und worauf sie dabei Wert legen. Hierbei wurde deutlich, dass es sehr unterschiedliche Wertvorstellungen und „Muttertypen“ gibt, die sich in verschiedener lebenspraktischer Umsetzung der Essensversorgung äußert. Die Studie benennt acht Typen, darunter zum Beispiel „Traditionalistinnen“, „berufsorientierte Netzwerkerinnen“ und „pragmatische Selbstständige“. Köhler und Zander betonten, dass jeder dieser Typen einer nachvollziehbaren Eigenlogik folge und deshalb andere Bedürfnisse nach Unterstützung habe.

Weiter ging es um Trends im Frühstücksverhalten von Kindern und Jugendlichen, bei denen Familieneinkommen, Alter, Geschlecht und Vorbild der Eltern eine Rolle spielen, so Dr. Ute Alexy vom Forschungsinstitut für Kinderernährung in Dortmund. Es frühstückten heute weniger Kinder zu Haus als noch vor 20 Jahren. Dafür werden u. a. Lebensstil, Vorbildfunktionen aus der Werbung und Zeitmangel verantwortlich gemacht. Außerdem würde stärker als früher akzeptiert, dass es „Morgenmuffel“ und „Frühstarter“ gibt. In einem weiteren Vortrag stellte Alexy das Optimix-Konzept für Schulmahlzeiten vor, das konventionelle Rezepte so umstrukturiert, dass der gesundheitliche Aspekt besser berücksichtigt wird. Kinder bewerteten diese Mahlzeiten im Allgemeinen gut, was für das Konzept spricht. Lebensmittel- und mahlzeitbezogene Empfehlungen seien außerdem viel leichter umzusetzen als nährstoffbezogene und machten den Verantwortlichen die

Planung deutlich einfacher. Leider seien die erarbeiteten Qualitätsstandards für die Schulverpflegung nur Empfehlungen und keine verbindlichen Richtlinien. Die zuständigen Stellen scheuten die damit verbundenen Qualitätskontrollen und Kosten. „Eine optimierte Schulernährung wird dann erfolgreich sein, wenn sie Teil eines pädagogischen Konzeptes ist.“

„Wir müssen uns von zahlreichen ideologischen Vorstellungen über die Familienmahlzeit befreien“, forderte Prof. Dr. Kirsten Schlegel-Matthies von der Universität Paderborn. Das viel beschworene Gemeinschaftsgefühl der Familie könne auch auf anderen Ebenen im Zusammenleben hergestellt werden. Eindrucksvolle Fotos der Familienmahlzeit über mehrere Jahrhunderte demonstrierten den Wandel im Bewusstsein der Bevölkerung. „Die ideologische Überhöhung der Familienmahlzeit negiert und verschleiert die Arbeitsleistung der Herstellenden (das sind immer noch meist die Frauen) und erschwert eine sachliche Diskussion über Verpflegungsangebote.“ Auf den Familien laste oft ein enormer Druck, vielfachen Ansprüchen gerecht zu werden. Zu viele Erwartungen an die gemeinsame Mahlzeit, die seit den 70er Jahren immer mehr in „Zeitnischen“ verlegt werde oder vor dem Fernseher stattfinde, erzeugten häufig Schuldgefühle, die nicht zu einer harmonischen Atmosphäre beitragen. Wann ist man eine „gute“ Mutter?

Dabei ist die Ernährungserziehung keine leichte Aufgabe, so Dr. Sabine Schmidt, Oecotrophologin aus Gießen. Kinder lernten das Essen beim Essen. Nicht nur das

Angebot der Speisen, sondern auch die kulturellen und familiären Gegebenheiten und die Prägung von Gewohnheiten seien wichtig. Restriktive Strategien, wie z. B. starke Einschränkung im Verzehr von Süßigkeiten, machten diese erst interessant und wirkten oft kontraproduktiv – ebenso wie Belohnungs- und Bestrafungsmaßnahmen, die sich auf die Wertschätzung der Nahrungsmittel auswirkten. Natürliche Sättigungssignale gingen dabei unter. Eltern müssten sich wieder verstärkt als Vorbild wahrnehmen. Dabei – und auch in einem gelasseneren Umgang mit den verschiedenen Empfehlungen – bräuchten sie Unterstützung.

Dass dies von Jugendlichen geschätzt würde und sogar erwünscht sei, berichtete Dr. Silke Bartsch aus Berlin. Die von ihr durchgeführte Jugendesskulturstudie hat ergeben, dass Jugendliche mehr die Gespräche als das Essen selbst suchten. Der Abschied von bürgerlichen Idealvorstellungen über die Bedeutung von Familienmahlzeiten sollte ihrer Meinung nach als Chance zur Neugestaltung des familiären Zusammenlebens gesehen werden.

Über zum Teil unbewusst ablaufende Rituale und Handlungen bei Tisch wusste die Erziehungswissenschaftlerin Dr. Kathrin Audehm von der Freien Universität Berlin zu berichten. In einer teilnehmenden Beobachtung hatte sie die Rituale dreier Familien bei Tisch detailliert aufgezeichnet und analysiert. Sie machte deutlich, dass diese Rituale früh gelernt und immer wieder bekräftigt werden. Damit seien sie Teil einer familieninternen „sozialen Magie“ und Privatheit, die es zu schützen gelte.

Der 2. Tag begann mit der Bedeutung des Ambientes für die Wahrnehmung und Bewertung von Mahlzeiten, die lange Zeit unterschätzt worden sei. Denn neben den Speisen selbst und dem Geschmack spielten auch die Situation, in der sich der Essende befindet sowie seine Stimmungen und Erwartungen eine Rolle, so Dr. Thorsten Seemüller. Anhand einer Studie der Universität Gießen in Zusammenarbeit mit der Dr. Rainer Wild-Stiftung konnte er zeigen, dass sich rund um das Essen eine Vielzahl von Einflüssen ranken, die sich auf die Wahrnehmung und Bewertung des Essens auswirken. Besonders Gewicht habe in dieser Studie jedoch das Geschlecht, das Alter und das Interesse an Ernährung gehabt.

Dass das Ambiente auch in der Schulverpflegung eine Rolle spielt, trug Prof. Dr. Gertrud Winkler von der Hochschule Albstadt-Sigmaringen vor. Um Schulmahlzeiten langfristig attraktiv zu machen und um kalkulierbare Essenszahlen zu erhalten, müssten neben einem qualitativ guten Speisenangebot, einem entsprechenden Umfeld und einem stimmigen Rahmen alle Schulmitglieder angesprochen werden. Die Mensa sei integrierter Teil des Lebensraums Schule. Wenn politische, gesetzliche und bauliche Voraussetzungen fehlten, trüge auch ein gut zusammengestelltes Essen nicht zur Zufriedenheit bei – es bliebe reine Nährstoffversorgung. Natürlich dürften die Kosten der Mahl-

zeit aber nicht zu Ausgrenzungen von Kindern führen.

In einem weiteren Referat ging Dr. Ulla Simshäuser von der Pädagogischen Hochschule Heidelberg der Frage nach, was Schulverpflegung leisten soll und



kann. Bei diesem Thema seien die im Hintergrund schwelenden Auseinandersetzungen über Gestaltungsmacht und Demokratieverständnis der einzelnen Partner zu berücksichtigen. Oft fehlten konkrete eigene Visionen. Durch Rollenzuweisungen,

die Unmut erzeugen, könne es zur Überlastung der Verantwortlichen kommen. Simshäuser machte Mut, an der neuen Qualität des Zusammenlebens im öffentlichen Alltag zu arbeiten. Vergleiche aus anderen

Ländern seien nur bedingt auf Deutschland zu übertragen, da z. B. in Frankreich der gemeinsame Essenstisch ganz anders interpretiert werde.

Abschließend gab Dr. Gesa Schönberger einen Ausblick auf die Mahlzeit im Jahr 2030, der

nachdenklich stimmte, aber auch Anregungen bot, um die Vorbehalte gegen die Schulverpflegung aus Sorge um die Zerstörung der Familienmahlzeit abzubauen. Mahlzeiten über Tag würden zunehmend „Ich-Mahlzeiten“ werden, die nebenbei, gemeinsam oder allein, schnell und unaufwändig und ad hoc konsumiert werden – ab und zu „angereichert“ durch Koch- und Essensevents in oder außer Haus. Speisen würden austauschbar, aber mit vielen Funktionen versehen; wie gehabt würden sich Status und Einkommen im Essen spiegeln und der Genuss der Speisen werde höher bewertet als die Versorgungsfunktion, weil die meisten Menschen schon lange keine Beziehung mehr haben zu Herstellung und Verarbeitung von Lebensmitteln – zumal diese dauernd verfügbar sind. Schönberger forderte auf, nach Möglichkeiten zu suchen, auch im außerhäuslichen Bereich möglichst viele Funktionen einer Mahlzeit zu erfüllen. Schulverpflegung biete gute Ansätze, gesunde Aspekte der Ernährung mit anderen Zielen wie Integration, Kommunikation und Esskultur zu verbinden.

Nun bleibt zu hoffen, dass Unterstützungsangebote, wie die im September 2008 gegründete „Vernetzungsstelle Schulverpflegung Baden-Württemberg“ dazu beitragen, Schulmahlzeiten in die Schulkultur zu integrieren.

Dr. Renate Storch,  
BeKi-Fachfrau für Kinderernährung, Heidelberg

## „From under-nutrition to obesity“

Symposium der International Commission for Research into European Food History, 25. bis 29. September 2007, Oslo

Als die International Commission for Research into European Food History (ICREFH) sich im September 2007 in Oslo traf, gab es allen Grund zum Feiern: Denn die ICREFH traf sich nunmehr nach Symposien u. a. in Münster, Vevey, Wageningen, Helsinki und London bereits zum zehnten Mal und kann damit auf ein zwanzigjähriges Bestehen zurückblicken (für einen Überblick über bisherige Veranstaltungen und Publikationen siehe <http://www.vub.ac.be/SGES/ICREFH.html>). Für eine Vereinigung, deren Vereinsregulieren eher lose und offen sind, die keine Mitgliedsbeiträge und keine strikten Aufnahmeverfahren kennt, deren Treffen ehrenamtlich organisiert, deren Tagungsbände ebenso ehrenamtlich herausgegeben werden und die für die Organisation und Finanzierung der alle zwei Jahre stattfindenden Symposien auf wechselnde Mittelgeber und Institutionen vor Ort angewiesen ist, ist dies ein respektables Alter. Das nunmehr zehnte Symposium wurde nun aber keineswegs nur zur beschaulichen Rückkehr genutzt. Vielmehr widmeten sich die Wissenschaftler in 20 Referaten dem weitgefassen Thema der Entwicklung von der Unterernährung zur Fettleibigkeit und damit einem Themenbereich, der die öffentliche Diskussion um Ernährung in den letzten Jahren fast ausschließlich dominiert. Stärker als vorherige Treffen spiegelte die thematische Ausrichtung der Vorträge ein zeitgenössisches Interesse, zumal unter den Gastgebern der Tagung nicht nur das Norwegische Technikmuseum und das

Landwirtschaft (Norsk Landbruksmuseum) waren, sondern auch das SIFO (Statens Institut for forbruksforskning/National Institute for Consumption Research), das zwar an historischen Entwicklungen interessiert, in seiner Arbeit aber naturgemäß stärker auf aktuelle Aspekte ausgerichtet ist. Tatsächlich hatten Dag Andreassen (Technikmuseum), Inger Johanne Lyngo (Norsk Landbruksmuseum) und federführend vor allem Virginie Amilien (SIFO) als Organisatoren vor Ort zusammen mit dem Präsidium der ICREFH ein breit gefächertes Programm erstellt. Aktuelle Fragestellungen waren dabei stärker präsent als bei früheren ICREFH-Tagungen, wobei aber nicht nur die historische Entwicklung, sondern auch die zeitgenössische Realität wie die Tendenzen der heutigen norwegischen Ernährungssituation theoretisch wie kulinarisch erfahrbar gemacht wurden. So kamen die Teilnehmer nicht nur in den Genuss eines „Mattpakke“ (Roggenbrot, meist mit Käse), der üblichen Mittagsverpflegung der Norweger, eines Abendessens mit regionalen Produkten wie Ross- und Rentierschinken und traditionellen Käsen, sondern auch eines mehrgängigen Feinschmeckermenüs.

Besinnlichen Jubiläumscharakter hatte allenfalls Peter Atkins Einführungsreferat, in dem er ein Plädoyer gegen Reduktionismus hielt und (erneut) auf die enormen regionalen Differenzen innerhalb Europas verwies. Er argumentierte aber auch für den Charakter der Ernährungsgeschichte als eigenständige Disziplin und betonte die Bedeutung vergleichender Geschichtsschreibung

wie die Möglichkeiten der Zusammenarbeit bei verschiedenen Themen im europäischen Rahmen.

Nach diesem Auftakt, der vor allem ein Aufruf zur Zusammenarbeit war, folgten fünf Sektionen. Die erste entwarf den lokalen und zeitgenössischen Rahmen der norwegischen Ernährungspolitik. Zwei Beiträge widmeten sich der Entwicklung der Food Citizenship in Norwegen (Thor Oivind Jensen) bzw. der gegenwärtigen Diskussion um das Food Labeling (Gun Roos). Schon hier wurde – wie es auch später immer wieder der Fall war – klar, wie einfach die norwegische Ernährung bis weit nach Ende des 2. Weltkriegs im europäischen Vergleich war, wie stark die Dominanz einer von Brot, Käse, Milch und Fleisch getragenen Ernährung, in der für Werktätige wie Schulkinder das „Mattpakke“ die tägliche Ernährung bestimmte und bis heute bestimmt. Erst in den letzten Jahrzehnten mit der wachsenden Integration in den europäischen Markt und unter Einfluss einer positiven wirtschaftlichen Entwicklung durch die Ölwirtschaft wie die Telekommunikationsbranche, haben sich hier durchgreifende Änderungen vollzogen, zugleich aber auch eine Feinschmeckerszene und ein neues Bewusstsein für regionale Spezialitäten herausgebildet.

Unter der Überschrift „Trends in Food Consumption“ zeichnete die folgende Sektion für eine Reihe europäischer Länder (Österreich, Sowjetunion, Italien, Spanien) die quantitativen wie qualitativen Trends der Ernährung und der Konsumziffern in sozial- und

wirtschaftshistorischer Perspektive nach, die sich – mit unterschiedlichem zeitlichen Versatz – von einer Situation der Knappheit und Armut um die Jahrhundertwende zum Überfluss entwickelten. Deutlich wurde dabei einmal mehr die einschneidende Rolle des Zweiten Weltkrieges.

„Consumer Choice“ war das Thema der dritten Sektion, in der unter anderem die Ernährungssozialisation der Schulkinder in Frankreich (Anne Dupuy) sowie Ernährungsproteste in Zeiten von Knappheit und Überfluss diskutiert wurden (Laura Terragni und Unni Kjaernes), während sich die vierte Sektion dem Thema der industriellen, politischen und kommerziellen Einflüsse auf den Konsum zuwandte. Hier wurden zunächst die Entwicklung des Markenartikels in Deutschland (Hans-Jürgen Teuteberg), die Produktion und der Konsum von Zucker in Frankreich (Alain Drouard), Standards des Food Labeling und staatlicher Regulierung in Spanien zwischen 1931–1975 (Gloria Sanz Lanfunte) sowie die Steuerung des Zucker- und Fettkonsums im norwegischen Wohlfahrtsstaat (Unni Kjaernes und Runar Doving) und schließlich die Thematisierung von Ernährung, Klasse und Geschlecht und der Diskurs über die „richtige“ Ernährung in deutschen Zeitschriften und Zeitungen seit 1930 (Jürgen Schmidt) thematisiert.

Den Abschluss der Tagung bildete eine Sektion, die sich mit den sozialen und medizinischen Aspekten des Nahrungsmittelkonsums und hier vor allem mit dem Aspekt des Übergewichts beschäftigte. Eine ganze Reihe von Referaten

war dem Übergewicht im Zusammenhang verschiedener politischer Systeme bzw. Länder gewidmet: Julia Csergo untersuchte den medizinischen Diskurs in Frankreich, Martin Franc analysierte die medizinisch-wissenschaftliche Behandlung des Übergewichts und den öffentlichen Diskurs in der Tschechoslowakei zwischen 1950 und 1970, Ina Zweininger-Bargielowska die Diätbewegung im England der Zwischenkriegszeit und Ulrike Thoms den Diskurs um das Übergewicht im Vergleich von DDR und BRD.

Abschließend wurden vor allem Probleme des Vergleichs

und der Vergleichbarkeit der vorliegenden Daten diskutiert, es wurde aber auch klar, dass normative Kategorien und ihre soziale Konstruktion gerade auf dem Feld der Überernährung und der damit verbundenen Probleme eine wichtige Rolle spielen, dass mithin die soziale Konstruktion von Begriffen und deren Rekonstruktion eine besondere Aufgabe darstellen. Verwiesen wurde darauf, dass die Probleme versteckter Unterernährung und des partiellen Ernährungs Mangels kaum thematisiert worden seien: Damit wurde auch die im Titel aufscheinende wie in den Refera-

ten rekonstruierte Entwicklungsperspektive, die scheinbar einsträngig verläuft, aber doch auch Rupturen aufweist, problematisiert. Es wurde unterstrichen, dass es insbesondere Aufgabe des Historikers sein müsse, langfristige Entwicklungen und Kontinuitäten, aber ebenso die Brüche herauszuarbeiten, nach ihren Hintergründen zu fragen und den damit einhergehenden Wandel von Konzepten deutlich zu machen. Eine rein deskriptive Behandlung des Themas sei hier wenig fruchtbringend, dementsprechend dürfe die Diskussion sich nicht allein auf die Datenbasis beschrän-

ken. Nur so könne eine deskriptive Darstellung vermieden werden und der Erkenntniswert der Geschichte für die Gegenwart genutzt werden; Datenfriedhöfe und unterkomplexe Erklärungen seien wenig hilfreich.

Wie üblich, fand im Anschluss an das Symposium die Mitgliederversammlung statt, auf der auch das Thema der folgenden Tagung beraten wurde. Diese wird im September 2009 zum Thema „Krieg und Ernährung“ in Paris stattfinden und federführend von Alain Drouard organisiert werden.

Dr. phil. Ulrike Thoms,  
Charité Berlin

#### Korrigendum

In Heft 15 hat sich ein sachlicher Fehler eingeschlichen:

Thomas Vilgis: „Hydrokolloide – zwischen Avantgardeküche und Einsteins Physik“, S.6, Abschnitt 4: Xanthan – scherkraftabhängiger Texturgeber:

Xanthan ist als Zusatzstoff nicht für reine Fruchtsäfte im Sinne des Lebensmittelrechts zugelassen. Es findet jedoch Anwendung in manchen Erfrischungsgetränken. Häufiger noch wird Pektin – auch ein Hydrokolloid – eingesetzt, so z.B. in Limonaden oder auch in Fruchtnektaren und Fruchtsaftgetränken. Dort trägt es zur Trubstabilisierung bei.

Wir bitten dies zu entschuldigen.

Die Redaktion

## Sarah Wiener Stiftung: Für gesunde Kinder und was Vernünftiges zu essen

Im November 2007 wurde die gemeinnützige Sarah Wiener Stiftung auf Initiative von Sarah Wiener, Deutschlands prominentester Fernsehköchin, gegründet. Mitgründer sind u. a. Dr. Alfred Biolek, Demeter und die Sarah Wiener GmbH. Ziel ist, der Fehlernährung bei Kindern und Jugendlichen wirksam zu begegnen und dabei zugleich soziale, kommunikative sowie feinmotorische Fähigkeiten zu entwickeln. Über unterschiedliche Aktionen fördert die Stiftung zusammen mit privaten und staatlichen Institutionen eine nachhaltige Ernährungskompetenz bei Kindern und Jugendlichen. Vier Ziele stehen dabei im Mittelpunkt: 1. Spaß am Genuss von gesundem Essen erfahren, 2. gesunde Ernährungsgewohnheiten ausprägen, 3. gesunde Gerichte selbst zubereiten lernen und 4. Kenntnisse über gesunde Ernährung erwerben.

Die Stiftung verfolgt dabei vor allem eigene Projekte und Initiativen an Schulen und Kin-

„Botschafterinnen“ und „Botschaftern“ in den Einrichtungen aufgebaut, um das Anliegen und Wissen der Stiftung zu multipli-



zieren und an die Kinder weiterzugeben. Im Fokus stehen dabei besonders die wöchentlichen Koch- und Ernährungskurse an Schulen. Die Stiftung stützt sich überwiegend auf ernährungswissenschaftliche Erkenntnisse und auf Grundlagen der Deutschen Gesellschaft für Ernährung, des Forschungsinstitutes für Kinderernährung Dortmund (optimiX) sowie des aid infodienstes.

Die teilnehmenden Schulen/Einrichtungen entsenden jeweils zwei Lehrer/Erzieher zu Lehrgängen, die von der Stiftung organisiert, durchgeführt und getragen werden. Nach dieser Weiterbildung starten die Schulen die Kurse in kleinen Gruppen. Zehn bis 12 Kinder kochen in einer Arbeitsgemeinschaft



dergärten. Durch kostenfreie Weiterbildungen für Erzieher und Lehrer wird nach und nach ein deutschlandweites Netz von

nachmittags im Hort oder morgens im Unterricht. Die Entscheidung, welche Form die beste ist, liegt bei der Ein-

richtung selbst. Jeder Kurs besteht aus 12 Doppelstunden mit je einer Doppelstunde pro Woche. Die Themen entspre-

chen den entwickelten Modulen wie z.B. „Geniale Pausenbrote und clevere Snacks“, „Abendessen mit Genuss“ oder „Geschmacksspiele“, die frei kombiniert werden können. Jedes Kind kocht also drei Monate und erhält zum Abschluss das „Sarah Wiener Kochdiplom“. Anschließend startet die nächste Gruppe usw. Auf diese Weise kann die Einrichtung die Kurse quasi „unendlich“ fortsetzen, so dass möglichst viele Kinder teilnehmen können. Nach erfolgter Weiterbildung bleiben die Einrichtungen Partner der Sarah Wiener Stiftung: Sie werden weiter beraten und jede Koch-Doppelstunde durch die Stiftung mit Hilfe eines Rückmeldebogens evaluiert.

Seit März 2008 sind die Sarah-Wiener-Kochschulen an Bildungsstätten im Bundesgebiet aktiv, um dort gemeinsam

mit den Pädagogen langfristig angelegte Kurse zu organisieren und nachhaltig zu etablieren – unter anderem in Berlin, Dortmund, Hamburg, der Metropolregion Rhein-Neckar und in Jena. In der zweiten Jahreshälfte geht es weiter mit Frankfurt a.M., München, Nürnberg, Leipzig, Halle a.d. Saale, Kassel, Stuttgart und anderen Regionen. Seit Herbst 2008 starten in den ersten Regionen auch Exkursionen zu Biobauern in der jeweiligen Region der Schulen. Dies soll den Kindern den Zusammenhang von Erzeugung, Verarbeitung und Qualität der Lebensmittel veranschaulichen. Darüber hinaus werden die Partneereinrichtungen schon jetzt dabei unterstützt, Gemüse- und Kräutergärten auf dem Schulgelände anzulegen bzw. vorhandene Anlagen wieder zu nutzen.

Diese Projekte sind nur möglich durch die Spenden und das Engagement vieler Firmen und Privatpersonen – dafür unseren herzlichen Dank!



Weitere Informationen:  
Dr. Georg Eysel-Zahl,  
Geschäftsführender Vorstand,  
[www.sarah-wiener-stiftung.org](http://www.sarah-wiener-stiftung.org)

## Literaturhinweise

Nachfolgend eine Auswahl an aktuellen Publikationen, die keinen Anspruch auf Vollständigkeit erhebt. Sollten Sie Titel, z.B. aus anderen Disziplinen vermissen, so sind wir für ergänzende Hinweise dankbar. Wir freuen uns auf Ihre Unterstützung.

- AASE, Sara: Supermarket Trends: How Increased Demand for Healthful Products and Services Will Affect Food and Nutrition Professionals, *Journal of the American Dietetic Association* 107, 2007, 1286–1288.
- ALBON, Deborah: Exploring food and eating patterns using food-maps, *Nutrition & Food Science* 37, 2007, 254–259.
- ALEXY, Ute/SICHERT-HELLERT, Wolfgang/RODE, Tabea/KERSTING, Mathilde: Convenience food in the diet of children and adolescents: consumption and composition, *British Journal of Nutrition* 99, 2008, 345–351.
- ANNESI, J.J.: Relations of Mood with Body Mass Index Changes in Severely Obese Women Enrolled in a Supported Physical Activity Treatment, *Obesity Facts* 1, 2008, 88–92.
- ANTONI-KOMAR, I./PFRIEM, R./RAABE, T./SPILLER, A. (Hg.): Ernährung, Kultur, Lebensqualität – Wege regionaler Nachhaltigkeit, Marburg 2008.
- ASHFIELD-WATT, PAL/WELCH, A.A./GODWARD, S./BINGHAM, S.A.: Effect of a pilot community intervention on fruit and vegetable intakes: use of FACET (Five-a-day Community Evaluation Tool), *Public Health Nutrition* 10, 2007, 671–680.
- AUDEHM, Kathrin: Erziehung bei Tisch. Zur sozialen Magie eines Familienrituals, Bielefeld 2007.
- AYALA, Guadalupe X./ROGERS, Morgan/ARREDONDO, Elva M./CAMPBELL, Nadia R./BAQUERO, Barbara/DUERKSEN, Susan C./ELDER, John P.: Socioeconomic Status and Adiposity in Childhood: Away-from-home Food Intake and Risk for Obesity: Examining the Influence of Context, *Obesity Research* 16, 2008, 1002–1008.
- BALLMER, P.E.: Macht Essen fit fürs Alter?, *Aktuelle Ernährungsmedizin* 32, 2007, S140–S143.
- BARGÈS, Anne: Culture, territories, and confidence in food: An anthropological view on health in the context of environmental pollution and socio-political tension, *Appetite* 51, 2008, 30–33.
- BARKER, M./LAWRENCE, W./WOADDEN, J./CROZIER, S.R./SKINNER, T.C.: Women of lower educational attainment have lower food involvement and eat less fruit and vegetables, *Appetite* 50, 2008, 464–468.
- BARTSCH, Silke: Jugendesskultur: Bedeutungen des Essens für Jugendliche im Kontext Familie und Peergroup, Köln 2008.
- BATADA, Ameena/SEITZ, Maia Dock/WOOTAN, Margo G./STORY, Mary: Nine out of 10 Food Advertisements Shown During Saturday Morning Children's Television Programming Are for Foods High in Fat, Sodium, or Added Sugars, or Low in Nutrients, *Journal of the American Dietetic Association* 108, 2008, 673–678.
- BATRINO, Anthimia M./SPILIOTIS, Vassilis/SAKELLARIS, George: Acceptability of genetically modified maize by young people, *British Food Journal* 110, 2008, 250–259.
- BEER, Sean: Authenticity and food experience – commercial and academic perspectives, *Journal of Foodservice* 19, 2008, 153–163.
- BENDER, Ute: Kochshows als Education Entertainment?, *Ernährung im Fokus* 8, 2008, 194–199.
- BERE, Elling/BRUG, Johannes/KLEPP, Knut-Inge: Why do boys eat less fruit and vegetables than girls?, *Public Health Nutrition* 11, 2008, 321–325.
- BERGER, Peter L./LUCKMANN, Thomas: Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit. Eine Theorie der Wissenssoziologie, Frankfurt a.M. 2007.
- BIERMANN, Brigitte: Nachhaltige Ernährung. Netzwerk-Politik auf dem Weg zu nachhaltiger Gemeinschaftsverpflegung. *Hochschulschriften zur Nachhaltigkeit* Band 33, München 2007.
- BLAKE, C.E./BISOONI, C.A./SOBAL, J./DEVINE, C.M./JASTRAN, M.: Classifying foods in contexts: How adults categorize foods for different eating settings, *Appetite* 49, 2007, 500–510.
- BODOR, J. Nicholas/ROSE, Donald/FARLEY, Thomas A./SWALM, Christopher/SCOTT, Susanne K.: Neighbourhood fruit and vegetable availability and consumption: the role of small food stores in an urban environment, *Public Health Nutrition* 11, 2008, 413–420.
- BROWNA, Kerry A./OGDENA, Jane/VÖGELE, Claus/GIBSON, E. Leigh: The role of parental control practices in explaining children's diet and BMI, *Appetite* 50, 2008, 252–259.
- BRUHN, Maike: Lebensstilbasierte Segmentierung der Bevölkerung zur Ableitung zielgruppenspezifischer Verbraucherinformationenkampagnen, *Ernährungs-Umschau* 55, 2008, 20–27.
- BRUNNER, Karl-Michael: Ernährungsprozesse und nachhaltige Entwicklung: Alimentäre Biographien und Kompetenzen. In: Antoni-Komar, I./Pfriem, R./Raabe, T./Spiller, A. (Hg.): Ernährung, Kultur, Lebensqualität – Wege regionaler Nachhaltigkeit, Marburg 2008, 279–301.
- BRUNNER, Karl-Michael: Esskulturen im sozialen Wandel. In: Engel, Gisela/Scholz, Susanne (Hg.): Essenskulturen, Berlin 2008, 11–24.
- BRUSS, Mozhdeh B.: Ethnicity and Diet of Children: Development of Culturally Sensitive Measures, *Health Education Behavior* 34, 2007, 735–747.
- BRÜSSOW, Harald: The Quest for Food. A Natural History of Eating, New York 2007.
- CARELS, Robert A./KONRAD, Krista/HARPER, Jessica: Individual differences in food perceptions and calorie estimation: An examination of dieting status, weight, and gender, *Appetite* 49, 2007, 450–458.
- CASSADY, Diana/JETTER, Karen M./CULP, Jennifer: Supermarket Trends: Family Dinner: Is Price a Barrier to Eating More Fruits and Vegetables for Low-Income Families?, *Journal of the American Dietetic Association* 107, 2007, 1909–1915.
- CHANG, Mei-Wei/NITZKE, Susan/GUILFORD, Eileen/ADAIR, Constance H./HAZARD, Diana L.: Motivators and Barriers to Healthful Eating and Physical Activity among Low-Income Overweight and Obese Mothers, *Journal of the American Dietetic Association* 108, 2008, 1023–1028.
- CHIRIBOGA, David E./MA, Yunsheng/LI, Wenjun/OLENDZKI, Barbara C./PAGOTO, Sherry L./MERRIAM,



- Philip A./MATTHEWS, Charles E./HEBERT, James R./OCKENE, Ira S.: Gender Differences in Predictors of Body Weight and Body Weight Change in Healthy Adults, *Obesity Research* 16, 2008, 137–145.
- CHRISTOPH, Inken B./BRUHN, Maike/ROOSEN, Jutta: Knowledge, attitudes towards and acceptability of genetic modification in Germany, *Appetite* 51, 2008, 58–68.
- CLARKE, Kristine K./FREELAND-GRAVES, Jeanne/KLOHE-LEHMANN, Deborah M./BOHMAN, Thomas M.: Predictors of Weight Loss in Low-Income Mothers of Young Children, *Journal of the American Dietetic Association* 107, 2007, 1146–1154.
- COLAPINTO, Cynthia K./FITZGERALD, Angela/TAPER, L. Janette/VEUGELERS, Paul J.: Children's Preference for Large Portions: Prevalence, Determinants, and Consequences, *Journal of the American Dietetic Association* 107, 2007, 1183–1190.
- CONDRASKY, Marge/LEDIKWE, Jenny H./FLOOD, Julie E./ROLLS, Barbara J.: Chefs' Opinions of Restaurant Portion Sizes, *Obesity Research* 15, 2007, 2086–2094.
- CONDRASKY, Marge/WARMIN, Drew/WALL-BASSETT, Beth/HEGLER, Marie: Building the Case for Healthy Menus, *Food Technology* 62 (6), 2008, 46–59.
- COVENEY, John: Food and trust in Australia: building a picture, *Public Health Nutrition* 11, 2008, 237–245.
- COWBURN, Gill/BOXER, Anna: Magazines for children and young people and the links to Internet food marketing: a review of the extent and type of food advertising, *Public Health Nutrition* 10, 2007, 1024–1031.
- DÄRMANN, Iris/LEMKE, Harald (Hg.): Die Tischgesellschaft: Philosophische und kulturwissenschaftliche Annäherungen, Bielefeld 2007.
- DERNDORFER, Eva: Warum wir essen, was wir essen. Eine Entdeckungsreise zum persönlichen Geschmack, Wien 2008.
- DESMET, Pieter M.A./SCHIFFERSTEIN, Hendrik N.J.: Sources of positive and negative emotions in food experience, *Appetite* 50, 2008, 290–301.
- DEUTSCHES KINDERHILFSWERK (Hg.): Kinderreport Deutschland 2007. Daten, Fakten, Hintergründe, Freiburg 2007.
- DILLEN van, Sonja M.E./HIDDINK, Gerrit Jan/KOELEN, Maria A./GRAAF de, Cees/WOERKUM van, Cees M.J.: Exploration of possible correlates of nutrition awareness and the relationship with nutrition-related behaviours: results of a consumer study, *Public Health Nutrition* 11, 2008, 478–485.
- EDWARDS, John S.A./GUSTAFSSON, Inga-Britt: The room and atmosphere as aspects of the meal: a review, *Journal of Foodservice* 19, 2008, 22–34.
- EISENMANN, J. C./BARTEE, R. T./SMITH, D. T./WELK, G. J./FU, Q.: Combined influence of physical activity and television viewing on the risk of overweight in US youth, *International Journal of Obesity* 32, 2008, 613–618.
- ENGEL, Gisela/SCHOLZ, Susanne (Hg.): Essenskulturen. Beiträge zur Rechts-, Gesellschafts- und Kulturkritik, Berlin 2008.
- FANSA, Mamoun/KATZER, Gernot/FANSA, Jonas: Chili, Teufelsdreck und Safran: Zur Kulturgeschichte der Gewürze, Göttingen 2007.
- FELDMAN, Shira/EISENBERG, Marla E./NEUMARK-SZTAINER, Dianne/STORY, Mary: Associations between Watching TV during Family Meals and Dietary Intake Among Adolescents, *Journal of Nutrition Education and Behavior* 39, 2007, 257–263.
- FELSCH, Claudia/WEISS, Annkatrin: Die Kulturgeschichte des Weihnachtssessens, München 2007.
- FERNÁNDEZ-ARANDA, Fernando/KRUG, Isabel/GRANERO, Roser/RAMÓN, Jose M./BADIA, Anna/GIMÉNEZ, Laura/SOLANO, Raquel/COLLIER, David/KARWAUTZ, Andreas/TREASURE, Janet: Individual and family eating patterns during childhood and early adolescence: An analysis of associated eating disorder factors, *Appetite* 49, 2007, 476–485.
- FEUNEKES, Gerda I./GORTEMAKER, Ilse A./WILLEMS, Astrid A./LION, René/KOMMER van den, Marcelle: Front-of-pack nutrition labelling: Testing effectiveness of different nutrition labelling formats front-of-pack in four European countries, *Appetite* 50, 2008, 57–70.
- FIATES, Giovanna M.R./AMBONI, Renata D.M.C./TEIXEIRA, Evanilda: Television use and food choices of children: Qualitative approach, *Appetite* 50, 2008, 12–18.
- FISHER, Carolyn: Selling Coffee, or Selling Out?: Evaluating Different Ways to Analyze the Fair-Trade System, *Culture & Agriculture* 29, 2007, 78–88.
- FORNACIARI, Gino: Food and disease at the Renaissance courts of Naples and Florence: A paleonutritional study, *Appetite* 51, 2008, 10–14.
- FOX, Nick/WARD, Katie: Health, ethics and environment: A qualitative study of vegetarian motivations, *Appetite* 50, 2008, 422–429.
- FRANKO, Debra L./THOMPSON, Douglas/BAUSERMAN, Robert/AFFENITO, Sandra G./STRIEGEL-MOORE, Ruth H.: What's love got to do with it? Family cohesion and healthy eating behaviors in adolescent girls, *International Journal of Eating Disorders* 41, 2008, 360–367.
- FREEDMAN, Paul (Hg.): Essen. Eine Kulturgeschichte des Geschmacks, Darmstadt 2007.
- FRITSCH, Susanne: Das Refektorium im Jahreskreis: Norm und Praxis des Essens in Klöstern des 14. Jahrhunderts, München 2008.
- GALLAWAY, M. Shayne/JAGO, Russell/BARANOWSKI, Tom/ARANOWSKI, Janice C./DIAMOND, Pamela M.: Psychosocial and demographic predictors of fruit, juice and vegetable consumption among 11–14-year-old Boy Scouts, *Public Health Nutrition* 10, 2007, 1508–1514.
- GISKES, Katrina/KAMPHUIS, Carlijn B.M./LENTHE van, Frank J./KREMERS, Stef/DROOMERS, Mariel/BRUG, Johannes: A systematic review of associations between environmental factors, energy and fat intakes among adults: is there evidence for environments that encourage obesogenic dietary intakes?, *Public Health Nutrition* 10, 2007, 1005–1017.
- GOTTWALD, Franz-Theo/FISCHLER, Franz (Hg.): Ernährung sichern – weltweit. Ökosoziale Gestaltungsperspektiven, Hamburg 2007.
- GUIDETTI, Margherita/CAVAZZA, Nicoletta: Structure of the relationship between parents' and children's food preferences and avoidances: An explorative study, *Appetite* 50, 2008, 83–90.
- HAGENMEYER, Moritz: Erziehung durch Kennzeichnung und Werbung, *Ernährungs-Umschau* 55, 2008, 96–101.
- HAMADEH, Sima/MARQUIS, Marie: Food motivation: content analysis of *Châtelaine* women's magazine, *Nutrition & Food Science* 38, 2008, 52–60.

- HANSEN, Signe: Society of the Appetite. Celebrity Chefs Deliver Consumers, Food, Culture and Society: An International Journal of Multidisciplinary Research 11, 2008, 49–67.
- HAUGEN, Heather A./TRAN, Zung V./WYATT, Holly R./BARRY, Mary J./HILL, James O.: Using Telehealth to Increase Participation in Weight Maintenance Programs, Obesity Research 15, 2007, 3067–3077.
- HAWKES, Corinna: Regulating and Litigating in the Public Interest: Regulating Food Marketing to Young People Worldwide: Trends and Policy Drivers, American Journal of Public Health 97, 2007, 1962–1973.
- HAYN, Doris: Ernährungshandeln im Alltag, Ernährungs-Umschau 55, 2008, 346–351.
- HERBST, Kenneth C./STANTON, John L.: Changes in family dynamics predict purchase and consumption, British Food Journal 109, 2007, 648–655.
- HILBERT, A./RIED, J./SCHNEIDER, D./JUTTNER, C./SOSNA, M./DABROCK, P./LINGENFELDER, M./VOIT, W./RIEF, W./HEBE BRAND, J.: Primary Prevention of Childhood Obesity: An Interdisciplinary Analysis, Obesity Facts 1, 2008, 16–25.
- HOWERTON, Mollie W./BELL, B. Sue/DODD, Kevin W./BERRIGAN, David/STOLZENBERG-SOLOMON, Rachael/NEBELING, Linda: School-based Nutrition Programs Produced a Moderate Increase in Fruit and Vegetable Consumption: Meta and Pooling Analyses from 7 Studies, Journal of Nutrition Education and Behavior 39, 2007, 186–196.
- HUININK, Johannes/KONIETZKA, Dirk: Familiensoziologie. Eine Einführung, Frankfurt a.M./New York 2007.
- JANSEN, Esther/MULKENS, Sandra/JANSEN, Anita: Do not eat the red food!: Prohibition of snacks leads to their relatively higher consumption in children, Appetite 49, 2007, 572–577.
- JARVENPA, Robert: Diets of Experience: Food Culture and Political Ecology in Northern Canada and Northern Finland, Food and Foodways 16, 2008, 1–32.
- JONES, Peter/COMFORT, Daphne/HILLIER, David: Marketing and corporate social responsibility within food stores, British Food Journal 109, 2007, 582–593.
- JONES, Peter J./JEW, Stephanie: Functional food development: concept to reality, Trends in Food Science & Technology 18, 2007, 387–390.
- JONES, Sandra/FABRIANESI, Belinda: Gross for kids but good for parents: differing messages in advertisements for the same products, Public Health Nutrition 11, 2008, 588–595.
- JOYCE, Rosemary A./HENDERSON, John S.: From Feasting to Cuisine: Implications of Archaeological Research in an Early Honduran Village, American Anthropologist 109, 2007, 642–653.
- KELLY, Bridget/SMITH, Ben/KING, Lesley/FLOOD, Victoria/BAUMAN, Adrian: Television food advertising to children: the extent and nature of exposure, Public Health Nutrition 10, 2007, 1234–1240.
- KERSTING, Mathilde/CLAUSEN, Kerstin: Wie teuer ist eine gesunde Ernährung für Kinder und Jugendliche?, Ernährungs-Umschau 54, 2007, 508–513.
- KING, Lorraine/HILL, Andrew J.: Magazine adverts for healthy and less healthy foods: Effects on recall but not hunger or food choice by pre-adolescent children, Appetite 51, 2008, 194–197.
- KIRKPATRICK, Sharon I./TARASUK, Valerie: Adequacy of food spending is related to housing expenditures among lower-income Canadian households, Public Health Nutrition 10, 2007, 1464–1473.
- KLINK, Vincent (Hg.): Journal Culinare 5 – Geschmacksbildung, Stuttgart-Degerloch 2007.
- KLOTTER, Christoph: Einführung Ernährungspsychologie, München 2007.
- KOUPIL, I./TOIVANEN, P.: Social and early-life determinants of overweight and obesity in 18-year-old Swedish men, International Journal of Obesity 32, 2008, 73–81.
- LEMKE, Harald: Die Kunst des Essens. Eine Ästhetik des kulinarischen Geschmacks, Bielefeld 2007.
- LEMKE, Harald: Ethik des Essens. Eine Einführung in die Gastrosophie, Berlin 2007.
- LIESE, Angela D./WEIS, Kristina E./PLUTO, Delores/SMITH, Emily/LAWSON, Andrew: Food Store Types, Availability, and Cost of Foods in a Rural Environment, Journal of the American Dietetic Association 107, 2007, 1916–1923.
- LILLGE, Claudia/MEYER, Anne-Rose (Hg.): Interkulturelle Mahlzeiten. Kulinarische Begegnungen und Kommunikation in der Literatur, Bielefeld 2008.
- LINZMAIER, Vera: Lebensmittelskandale in den Medien. Risikoprofile und Verbraucherverunsicherung, München 2007.
- LOOS, Stephan (Hg.): „Essen und Trinken ist des Menschen Leben.“ Zugänge zu einem Grundphänomen, Freiburg 2007.
- LÜCKE, Stephanie: Ernährung im Fernsehen. Eine Kultivierungsstudie zur Darstellung und Wirkung, Wiesbaden 2007.
- MARTE, Lidia: Foodmaps: Tracing Boundaries of ‘Home’ Through Food Relations, Food and Foodways 15, 2007, 261–289.
- McINTYRE, Lynn/TARASUK, Valerie/JINGUANG LI, Tony: Improving the nutritional status of food-insecure women: first, let them eat what they like, Public Health Nutrition 10, 2007, 1288–1298.
- MENNINGER, Annerose: Genuss im kulturellen Wandel: Tabak, Kaffee, Tee und Schokolade in Europa (16.–19. Jahrhundert), Stuttgart 2008.
- MERWE van der, M.-T.: Psychological correlates of obesity in women, International Journal of Obesity 31, 2007, S14–S18.
- MESSER, Ellen: Cultural Factors in Food Habits: Reflections in Memory of Christine S. Wilson, Ecology of Food and Nutrition 46, 2007, 185–204.
- METHFESSEL, Barbara: Zwischen „Core Needs“ und „Convenience“, Ernährungs-Umschau 54, 2007, 378–383.
- MEYER, Rolf: Comparison of scenarios on futures of European food chains, Trends in Food Science & Technology 18, 2007, 540–545.
- MINTZ, Sidney W.: Die süße Macht: Kulturgeschichte des Zuckers, Frankfurt a.M. 2007.
- MITCHELL, Janet: New Zealand cookbooks as a reflection of nutritional knowledge, 1940–1969, Nutrition and Dietetics 65, 2008, 134–138.
- MÖHRING, Maren: Gastronomie in Bewegung. Migration, kulinarischer Transfer und die Internationalisierung der Ernährung in der Bundesrepublik Deutschland, Comparativ. Zeitschrift für Globalgeschichte und Vergleichende Gesellschaftsforschung 17 (3), 2007, 68.
- MÖHRING, Maren: Foreign Cuisine in West Germany: A Research Report. Bulletin of the GHI 41, 2007, 79–88.
- MÖHRING, Maren/NÜTZENADEL, Alexander (Hg.): Ernährung im Zeitalter der Globalisierung, Leipzig 2008.
- MOHR, Philip/WILSON, Carlene/DUNN, Kirsten/BRINDAL, Emily/WITTERT, Gary: Personal and lifestyle cha-

- racteristics predictive of the consumption of fast foods in Australia, *Public Health Nutrition* 10, 2007, 1456–1463.
- MUSHER-EIZENMAN, Dara R. / HOLUB, Shayla C. / HAUSER, Jessica C. / YOUNG, Kathleen M.: The Relationship Between Parents' Anti-fat Attitudes and Restrictive Feeding, *Obesity Research* 15, 2007, 2095–2102.
- MUENNING, Peter / JIA, Haomiao / LEE, Rufina / LUBETKIN, Erica: I Think Therefore I Am: Perceived Ideal Weight as a Determinant of Health, *American Journal of Public Health* 98, 2008, 501–506.
- NIELSEN, A. / KORZEN, S. / HOLM, L.: Inverting the food pyramid? Social and cultural acceptability of Walter Willett's dietary recommendations among people with weight concerns, *Appetite* 51, 2008, 178–186.
- O'CONNOR, Janice / STEINBECK, Katharine / HILL, Andrew / BOOTH, Michael / KOHN, Michael / SHAH, Smita / BAUR, Louise: Evaluation of a community-based weight management program for overweight and obese adolescents: The Loozit study, *Nutrition and Dietetics* 65, 2008, 121–127.
- ORTEGA, F.B. / RUIZ, J.R. / CASTILLO, M.J. / SJÖSTRÖM, M.: Physical fitness in childhood and adolescence: a powerful marker of health, *International Journal of Obesity* 32, 2008, 1–11.
- PARIZKOVA, Jana: Impact of education on food behaviour, body composition and physical fitness in children, *British Journal of Nutrition* 99, 2008, S26–S32.
- PAXTON, Susan J. / McLEAN, Siân A. / GOLLINGS, Emma K. / FAULKNER, Cathy / WERTHEIM, Eleanor H.: Comparison of face-to-face and internet interventions for body image and eating problems in adult women: An RCT, *International Journal of Eating Disorders* 40, 2007, 692–704.
- PETER, Peter: *Kulturgeschichte der deutschen Küche*, München 2008.
- PETTERSSON, Anette / FJELLSTRÖM, Christina: Restaurants as friends of the family: functions of restaurant visits in everyday life, *Journal of Foodservice* 18, 2007, 207–217.
- PITTS, Martin / PATTIE, Charles / DORLING, Danny: Christmas Feasting and Social Class: Christmas Feasting and Everyday Consumption, *Food, Culture and Society: An International Journal of Multidisciplinary Research* 10, 2007, 407–424.
- PRIM, Mia / GUSTAFSSON, Inga-Britt / HALL, Gunnar: The appropriateness of ready meals for dinner, *Journal of Foodservice* 18, 2007, 238–250.
- PROCTER, Sandra B. / HOLCOMB, Carol Ann: Breastfeeding Duration and Childhood Overweight Among Low-Income Children in Kansas, 1998–2002, *American Journal of Public Health* 98, 2008, 106–110.
- PUDEL, Volker: Was Menschen motiviert, richtig zu essen, Teil 1: Prinzipien der Ernährungsberatung, *Ernährungs-Umschau* 54, 2007, 308–313.
- PUDEL, Volker: Was Menschen motiviert, richtig zu essen, Teil 2: Marketing in der Ernährungsberatung und Grenzen der Beratung, *Ernährungs-Umschau* 54, 2007, 373–377.
- PUDEL, Volker: Anmerkungen zur Ernährungspsychologie. *Ernährung, Wissenschaft und Praxis* 1, 2007, 162–166.
- RASCHKE, Verena / CHEEMA, Bobby: Colonisation, the New World Order, and the eradication of traditional food habits in East Africa: historical perspective on the nutrition transition, *Public Health Nutrition* 11, 2008, 662–674.
- RAULIO, Susanna / ROOS, Eva / MUKALA, Kristiina / PRÄTÄLÄ, Ritva: Can working conditions explain differences in eating patterns during working hours?, *Public Health Nutrition* 11, 2008, 258–270.
- REINAERTS, Evelien / NOOIJER de, Jascha / CANDEL, Math / VRIES de, Nanne: Increasing children's fruit and vegetable consumption: distribution or a multicomponent programme?, *Public Health Nutrition* 10, 2007, 939–947.
- RENZHO, A.M.N. / SWINBURN, B. / BURNS, C.: Maintenance of traditional cultural orientation is associated with lower rates of obesity and sedentary behaviours among African migrant children to Australia, *International Journal of Obesity* 32, 2008, 594–600.
- RICE, S. / McALLISTER, E.J. / DHURANDHAR, N.V.: Fast food: friendly?, *International Journal of Obesity* 31, 2007, 884–886.
- ROCKETT, Helaine R.H.: Supermarket Trends: Family Dinner: More than Just a Meal, *Journal of the American Dietetic Association* 107, 2007, 1498–1501.
- RÖMHILD, Regina / ABRESCH, Christian / NIETERT, Michaela et al. (Hg.): *Fast Food. Slow Food. Ethnographische Studien zum Verhältnis von Globalisierung und Regionalisierung in der Ernährung*, Frankfurt a.M. 2008.
- ROODENBURG, Annet J.C. / FEUNEKES, Gerda I.J. / LEENEN, Rianne / RAMSAY, Guy: Food products and dietary guidelines: how to align?, *Trends in Food Science & Technology* 19, 2008, 165–170.
- ROSSFELD, Roman: *Schweizer Schokolade. Industrielle Produktion und kulturelle Konstruktion eines nationalen Symbols 1860–1920*, Baden 2007.
- RÖSSLER-HARTMANN, Margot: *Die Ernährungsversorgung als Lernfeld im Alltag der Jugendlichen*, Hamburg 2007.
- ROUSSET, S. / SCHLICH, P. / CHATONNIER, A. / BARTHOMIEU, L. / DROIT-VOLET, S.: Is the desire to eat familiar and unfamiliar meat products influenced by the emotions expressed on eaters' faces?, *Appetite* 50, 2008, 110–119.
- RÜTZLER, Hanni: *Kinder lernen essen. Strategien gegen das Zuviel*, Wien 2007.
- SCAGLIONI, Silvia / SALVIONI, Michela / GALIMBERTI, Cinzia: Influence of parental attitudes in the development of children eating behaviour, *British Journal of Nutrition* 99, 2008, S22–S25.
- SCHIEBEHENNE, Benjamin / MIESLER, Linda / TODD, Peter M.: Fast and frugal food choices: Uncovering individual decision heuristics, *Appetite* 49, 2007, 578–589.
- SHELL, Roberto / ENZENSBERGER, Hans M. / MEISTER, Willi: *Was ißt Europa: Eine kulinarische Tour d'horizon*, Wien 2007.
- SCHLUDE, Ursula: Agrarexpertin am fürstlichen Hof. Überlegungen zur Sozial- und Geschlechtergeschichte des Agrarwissens in der Frühen Neuzeit, *Zeitschrift für Agrargeschichte und Agrarsoziologie* 56 (1), 2008, 33–48.
- SCHMIDT-SEMISCH, Henning / SCHORB, Friedrich (Hg.): *Kreuzzug gegen Fette. Sozialwissenschaftliche Aspekte des gesellschaftlichen Umgangs mit Übergewicht und Adipositas*, Wiesbaden 2008.
- SCHNEIDER, Margaret / DUNTON, Genevieve Fridlund / COOPER, Dan Michael: Media Use and Obesity in Adolescent Females, *Obesity Research* 15, 2007, 2328–2335.
- SCHOLLERS, Peter: Defining food risks and food anxieties throughout history, *Appetite* 51, 2008, 3–6.
- SCHRYVER, Tamara / SMITH, Chery / WALL, Melanie: Self-identities and BMI of Minnesotan Soy Consumers and Non-consumers, *Obesity Research* 15, 2007, 1101–1106.

- SELLAEG, Kari/CHAPMAN, Gwen E.: Masculinity and food ideals of men who live alone, *Appetite* 51, 2008, 120–128.
- SHEPHERD, Richard: Involving the public and stakeholders in the evaluation of food risks, *Trends in Food Science & Technology* 19, 2008, 234–239.
- SHREWSBURY, Vanessa/WARDLE, Jane: Socioeconomic Status and Adiposity in Childhood: A Systematic Review of Cross-sectional Studies 1990–2005, *Obesity Research* 16, 2008, 275–284.
- SILK, Kami J./SHERRY, John/WINN, Brian/KEESECKER, Nicole/HORODYNSKI, Mildred A./SAYIR, Aylin: Increasing Nutrition Literacy: Testing the Effectiveness of Print, Web site, and Game Modalities, *Journal of Nutrition Education and Behavior* 40, 2008, 3–10.
- SPIEKERMANN, Uwe: Übergewicht und Körperdeutungen im 20. Jahrhundert – Eine geschichtswissenschaftliche Rückfrage. In: Schmidt-Semisch, Henning/Schorb, Friedrich (Hg.): *Kreuzzug gegen Fette. Sozialwissenschaftliche Aspekte des gesellschaftlichen Umgangs mit Übergewicht und Adipositas*, Wiesbaden 2008, 35–55.
- SPIEKERMANN, Uwe: Ausdifferenzierung des Selbstverständlichen. Essen und Ernährung in Deutschland seit der Hochindustrialisierung. In: Antoni-Komar, Irene/Pfriem, Reinhard/Raabe, Thorsten/Spiller, Achim (Hg.): *Ernährung, Kultur, Lebensqualität – Wege regionaler Nachhaltigkeit*, Marburg 2008, 19–40.
- STANZIANI, Alessandro: Defining „natural product“ between public health and business, 17th to 21st centuries, *Appetite* 51, 2008, 15–17.
- STENDER, S./DYERBERG, J./ASTRUP, A.: Fast food: unfriendly and unhealthy, *International Journal of Obesity* 31, 2007, 887–890.
- STRIEN van, Tatjana/BAZELIER, Francien G.: Perceived parental control of food intake is related to external, restrained and emotional eating in 7–12-year-old boys and girls, *Appetite* 49, 2007, 618–625.
- SYDNER, Ylva Mattsson/SIDENVALL, Birgitta/FJELLSTRÖM, Christina/RAATS, Monique/LUMBERS, Margret: Food Habits and Foodwork: The Life Course Perspective of Senior Europeans, *Food, Culture and Society: An International Journal of Multidisciplinary Research* 10, 2007, 367–387.
- TAPSELL, Linda: Working with nutrition information: How far have we come?, *Nutrition and Dietetics* 64, 2007, 222–223.
- TAYLOR, Sarah R./DEMMIG-ADAMS, Barbara: To sip or not to sip: the potential health risks and benefits of coffee drinking, *Nutrition & Food Science* 37, 2007, 406–418.
- TEMPLE, Jennifer L./LEGIERSKI, Christina M./GIACOMELLI, April M./SALVY, Sarah-Jeanne/EPSTEIN, Leonard H.: Overweight children find food more reinforcing and consume more energy than do nonoverweight children, *American Journal of Clinical Nutrition* 87, 2008, 1121–1127.
- TOMASIK, Timothy J./VITULLO, Juliann M. (Hg.): *At the Table. Metaphorical and Material Cultures of Food in Medieval and Early Modern Europe*, Turnhout/Belgium 2007.
- TRICHOPOULOU, Antonia/SOUKARA, Stavroula/VASILOPOULOU, Effie: Traditional foods: a science and society perspective, *Trends in Food Science & Technology* 18, 2007, 420–427.
- TURRELL, Gavin/GISKES, Katrina: Socioeconomic disadvantage and the purchase of takeaway food: A multilevel analysis, *Appetite* 51, 2008, 69–81.
- VAN DIJK, Heleen/HOUGHTON, Julie/VAN KLEEF, Ellen/VAN DER LANS, Ivo/ROWE, Gene/FREWER, Lynn: Consumer responses to communication about food risk management, *Appetite* 50, 2008, 340–352.
- VEIT, Helen Zoe: „We Were a Soft People“: Asceticism, Self-discipline and American Food Conservation in the First World War, *Food, Culture and Society: An International Journal of Multidisciplinary Research* 10, 2007, 167–190.
- VELDE te, Saskia/TWISK, Jos W.R./BRUG, Johannes: Tracking of fruit and vegetable consumption from adolescence into adulthood and its longitudinal association with overweight, *British Journal of Nutrition* 98, 2007, 431–438.
- VISSERS, Dirk/DEVOOGDT, Nele/GEBRUERS, Nick/MERTENS, Ilse/TRUIJEN, Steven/GAAL van, Luc: Overweight in Adolescents: Differences per Type of Education. Does One Size Fit All?, *Journal of Nutrition Education and Behavior* 40, 2008, 65–71.
- WAKE, M./HARDY, P./CANTERFORD, L./SAWYER, M./CARLIN, J.B.: Overweight, obesity and girth of Australian preschoolers: prevalence and socio-economic correlates, *International Journal of Obesity* 31, 2007, 1044–1051.
- WAMMES, B./FRENCH, S./BRUG, J.: What young Dutch adults say they do to keep from gaining weight: self-reported prevalence of overeating, compensatory behaviours and specific weight control behaviours, *Public Health Nutrition* 10, 2007, 790–798.
- WEIJZEN, P.L.G./LIEM, D.G./ZANDSTRA, E.H./GRAAF de, C.: Sensory specific satiety and intake: The difference between nibble- and bar-size snacks, *Appetite* 50, 2008, 435–442.
- WELLMAN, Nancy S.: Prevention, Prevention, Prevention: Nutrition for Successful Aging, *Journal of the American Dietetic Association* 107, 2007, 741–743.
- WIERLACHER, Alois: Interkulturelle Germanistik und Kulinaristik – zwei Visionen und ihre Realisation. In: Baasner, Frank/Klett, Michael (Hg.): *Europa. Die Zukunft einer Idee. Robert Picht zum 70. Geburtstag*, Darmstadt 2007, 383–401.
- WIERLACHER, Alois/BENDIX, Regina (Hg.): *Kulinaristik. Forschung – Lehre – Praxis*, Münster 2008.
- WINTERBERG, Lars: *Wasser – Alltagsgetränk, Prestigeprodukt, Mangelware: Zur kulturellen Bedeutung des Wasserkonsums in der Region Bonn im 19. und 20. Jahrhundert*, Münster 2007.
- WORLD CANCER RESEARCH FUND/AMERICAN INSTITUTE FOR CANCER RESEARCH: *Food, Nutrition, Physical Activity, and the Prevention of Cancer: a Global Perspective. A project of World Cancer Research Fund International*, Washington 2007.
- YANNAKOULIA, Mary/PAPANIKOLAOU, Katerina/HATZOPOULOU, Ioanna/EFSTATHIOU, Eleftheria/PAPOUTSAKIS, Constantina/DEDOUSSIS, George V.: Association Between Family Divorce and Children’s BMI and Meal Patterns: The GENDAI Study, *Obesity Research* 16, 2008, 1382–1387.

Dipl. oec. troph. Anke Borchardt und Prof. Dr. Volker Pudiel,  
Georg-August-Universität Göttingen  
(Ergänzungen durch die Dr. Rainer Wild-Stiftung, Heidelberg)

## Rezensionen

**AUDEHM, Kathrin: Erziehung bei Tisch. Zur sozialen Magie eines Familienrituals. Bielefeld 2007, Transcript, 224 S., EUR 24,80, ISBN 978-3-89942-617-5**

Frühstückszeit bei Familie Zobel. Die Eltern decken gemeinsam den Tisch und wie an jedem Wochentag nimmt die Kaffeekanne den Platz in der Mitte des Tisches ein. Die Mutter legt dazu den Untersetzer für die Kaffeekanne auf den Tisch, der Vater entscheidet über die endgültige Platzierung, indem er den Untersetzer alltäglich noch um ein paar Millimeter verrückt. Die Milch der Kinder steht, etwas schwerer erreichbar, auf der Anrichte. Dieser Anordnung könnte man wenig Bedeutung beimessen und sie als zufällig oder praktisch motiviert betrachten. Für die Erziehungswissenschaftlerin Kathrin Audehm ist sie jedoch ein magisches Detail, das eine rituelle Handlung einleitet. Allmorgendlich steckt es gemeinsam mit anderen nonverbalen und verbalen Handlungen die Generationendifferenz zwischen Eltern und Kindern ab und unterstreicht die Autorität des Vaters.

Das Ziel von Audehms Dissertation mit dem Titel „Erziehung bei Tisch. Zur sozialen Magie des Familienrituals“ ist, „Familienrituale als pädagogische Praxen zu analysieren und damit die Frage zu stellen, was die Familien in ihren Ritualen tun und inwiefern sie sich dabei selbst erziehen, sowohl als Familie als auch gegenseitig als Familienmitglieder“ (S. 63).

Aus Gründen der Vergleichbarkeit und Relevanz richtet sie ihren Fokus auf die Familienmahlzeit und das Tischritual. Audehm nähert sich dem Thema nicht durch eine vorab formulierte Theorie, die sie mit ihrer Untersuchung überprüfen

möchte. Stattdessen bildet die Frage „Was geht hier eigentlich vor?“ den Rahmen. Methodisch versucht sie, die komplexen Rituale über Gesprächsanalysen und teilnehmende Beobachtungen zu erfassen. Dazu kommen Gruppendiskussionen und offene Leitfadeninterviews. Die Datenfülle nutzt sie, um scheinbar winzigen Details ihre Bedeutung in einem komplexen Gefüge zu entlocken. Audehm konzentriert sich dabei nicht allein auf die Analyse der Tischgespräche. Diese machen zwar natürlicherweise einen großen Teil der Familienmahlzeit aus. Ebenso und eher unbeachtet konstituieren jedoch auch nonverbale Interaktionen ein Ritual.

Vermutlich ist Vater und Mutter Zobel daher auch nicht bis ins Letzte bewusst, durch welche rituellen Handlungen sie die Machstrukturen beim sonn täglichen Familienfrühstück im Gegensatz zu den Werktagen etwas öffnen und damit auch einen anderen Raum zur Beziehungsarbeit schaffen. Sonntags steht nicht etwa die Kaffeekanne in der Tischmitte. Stattdessen bildet eine Kerze das Zentrum und trägt mit weiteren Elementen wie dem gemeinsamen Tischdecken, einer veränderten Sitzordnung und der Erlaubnis für den zwölfjährigen Sohn, das „Erwachsenengetränk“ Kaffee zu trinken (wenn auch mit viel Milch verdünnt) zu einer Auflockerung der Generationenverhältnisse bei (S.129).

Audehm führte ihre ethnografische Fallstudie über familiäre Tischrituale an der Freien Universität Berlin durch, im Rahmen eines Teilprojekts des Sonderforschungsbereichs „Kulturen des Performativen“. Im Mittelpunkt dieses Projekts über Rituale und Ritualisierungen in verschiedenen Sozialisationsbereichen wie Schule und

Familie stand eine reformpädagogische Grundschule, die damit auch den Ausgangspunkt für die Suche nach teilnehmenden Familien für Audehms Untersuchung bildete. Nach der Kontaktaufnahme zu sieben Familien, welche die Schulleiterin als kooperativ eingeschätzt hatte, schieden vier von ihnen im Laufe der Untersuchung aus, da familiäre Veränderungen eine weitere Teilnahme verhindert bzw. die Vergleichbarkeit der Daten erschwert hätten. Damit gingen drei deutsche Familien mit insgesamt sechs Kindern im Alter von vier bis 13 Jahren in die vollständige Beobachtung und empirische Auswertung ein. Zwei der Elternpaare sind verheiratet, eine Mutter ist alleinerziehend. Alle Eltern sind berufstätig und gehören der gleichen Generation an. In Bezug auf die Bildungs- und Sozialschicht sind die drei Familien vergleichbar.

Im ersten Kapitel widmet sich Audehm der Definition und dem Zusammenhang von Familie und Ritualen, wobei Audehm Rituale als „konstitutive Elemente familiären Lebens“ beschreibt. Eine besondere Betrachtung verdient, dass Rituale ihre Wirkung eher magisch erzielen, „d.h. die Wirkung von Ritualen entzieht sich bewussten Intentionen oder geht zumindest über diese hinaus“ (S.19). Nach der Erläuterung ihres Vorgehens und der angewandten Methodik im Rahmen der vorliegenden pädagogischen Ethnographie dürfen sich die Leser und Leserinnen schließlich gemeinsam mit den drei Familien an den Esstisch setzen. Die Autorin vermittelt einen detaillierten Einblick in die Szenerie der Mahlzeiten. Dazu gehören auch einzelne Gesprächsprotokolle, die sie anschließend analysiert. Vor dem Hintergrund ihrer Beobachtungen arbeitet Audehm

spezifische Themen heraus, welche die Mahlzeiten der drei Familien vorrangig beherrschen. Dazu gehört unter anderem die Bearbeitung von Geschlechter- und Generationendifferenzen, denen sich das abschließende Kapitel widmet.

Die vorliegende Arbeit analysiert das Verhalten von „nur“ drei Familien. Allgemeine Aussagen über die Wirkungsweise von Ritualen im Kontext von Familienmahlzeiten lassen sich damit verständlicherweise nicht formulieren und sind auch nicht Ziel der Untersuchung. Stattdessen legt Audehm einen wichtigen Ausgangspunkt und Vergleichshorizont für weitere Forschung auf diesem Gebiet. Als ein beachtenswertes Fazit erscheint die Beobachtung, dass die Tischrituale der drei Familien keine starren Strukturen sind. Stattdessen bieten sie Raum, um die Differenzen zwischen den Mitgliedern zu bearbeiten. Die Lektüre des Buchs birgt auch für soziologische Laien einen Nutzen: Die Beschreibungen und Analysen können ein Gefühl für das pädagogische Potenzial gemeinsamer Mahlzeiten vermitteln und sensibilisieren für Details und Strukturen am Familientisch. Denn manchmal ist eine Kaffeekanne mehr als eine Kaffeekanne.

Andrea Fenner,

Ernährungsjournalistin und -redakteurin aus Kaiserslautern

**ROSSFELD, Roman: Schweizer Schokolade. Industrielle Produktion und kulturelle Konstruktion eines nationalen Symbols 1860–1920. Baden 2007, Hier + Jetzt Verlag, 538 S., EUR 52,80, ISBN 978-3-03919-048-5**

Diese Monographie, hervorgegangen aus einer von den Historikern Jakob Tanner (Zü-

rich) und Hartmut Berghoff (damals Göttingen, jetzt Washington) betreuten, 2004 verteidigte Dissertation, ist eine große Bereicherung. In gut lesbarer und überzeugender Weise verbindet sie Wirtschafts- und Kulturgeschichte, wobei Werbung und Marketing als – gerade im Untersuchungszeitraum zentral werdender – Schnittmenge aus beiden ein besonderes Augenmerk gilt. Die Reproduktion und Auswertung historischer Photographien und Werbeplakate, vorwiegend aus dem Firmenarchiv von Suchard, ermöglichen schon für sich einen hervorragenden Einstieg in die Materie (allerdings war Mulhouse 1910 keine „französische“ Stadt! S.224–226). Die rund 80 Abbildungen werden indes durch ebenso kenntnisreiche wie kurzweilige 450 Textseiten, zahlreiche Grafiken, Tabellen und Schaubilder in Forschungs- und Argumentationskontexte eingebettet. Dabei erschließen die von einer Einleitung und einem Schlusswort gerahmten zwölf Kapitel die Geschichte der Schweizer Schokolade (Industrie) nicht primär chronologisch oder anhand einzelner Persönlichkeiten, sondern problemgeschichtlich. So wird aus ganz verschiedenen, um die beiden großen Themen- und Methodenkomplexe „Ernährungsgeschichte als Kulturgeschichte“ und „Unternehmensgeschichte als Marketinggeschichte“ gruppierten Perspektiven nachgezeichnet, wie Schokolade, die „im 18. Jahrhundert noch als unschweizerisches, aristokratisches und der traditionellen Ernährung widersprechendes Luxusprodukt gegolten [hatte], (...) zu einem Tradition und Moderne, Alpwirtschaft und Industrie verbindenden Element der nationalen Identität [wurde]“ (S.459).

Das starke Wachstum und der Bedeutungsgewinn von „Schweizer Schokolade“ seit dem späten 19. Jahrhundert

habe zunächst in den technologischen Innovationen der von Daniel Peter nicht „erfundenen“, aber durchgesetzten Milchschokolade, der nach dem Conchiervorverfahren hergestellten Fondant-/Schmelzschokolade, auf deren „Erfinder“ Rudolf Lindt Ähnliches zutrefte, sowie in der international bescheinigten hohen Qualität seine Gründe gehabt. Die eigentlich kulturelle Deutung und Vereinnahmung sei aber erst durch die in Marketing und Vertrieb erfolgte Assoziation mit Schweizer Bildwelten wie idyllischen Berglandschaften mit Hirten und Milchkühen geleistet worden. Dies alles wird von Rossfeld in einen sehr breiten Rahmen eingeordnet: von den generellen Veränderungen in der Herstellung und dem Konsum von Lebensmitteln, denen immer auch medizinische und juristische Aufmerksamkeit galt (z.B. zur Vermeidung von „Fälschungen“), über die Importbedingungen und Wertigkeit von Kakaobohnen, die Umstellungen in der Vertriebsstruktur der Waren (hin zu reisenden Handelsvertretern und städtischen Kaufhäusern sowie den Landes- und Weltausstellungen als vielbeachteten Schauplätzen), bis hin zum Aufwand, aber auch den Vorbehalten, mit welchen neuen Formen von Werbung und Reklame begegnet wurde.

Rossfeld tritt programmatisch ein für eine Aufwertung der – ihrerseits immer nur im jeweiligen sozialen und kulturellen Kontext verständlichen – Konsumgeschichte im Unterschied zu einer in der deutschen Wirtschaftsgeschichtsschreibung allzu lange vorwaltenden Engführung auf Produktionsprozesse. Besonders überzeugend erscheint dies in seinen Ausführungen zur Gewinnung von Fabrikarbeitern und Militärs als neue Konsumentengruppen (S.266–292). Ihre „Gewinnung für“ Schokolade, auch als Alternative zum Al-

kohol, basierte nicht immer auf individuellen Produktentscheidungen, setzte sich aber in den folgenden Jahrzehnten so nachhaltig durch, dass während des Ersten Weltkriegs weniger produziert werden konnte, als international nachgefragt wurde; Entscheidungen über Exporte des begehrten Energiespenders nahmen in der neutralen Schweiz mit Fortdauer des Krieges gar eine politische Dimension an.

Ist diese Makroebene und auch der Seitenblick auf andere Staaten in der Studie ebenso präsent wie ein souveräner Überblick über die bestehende Literatur, so liegt der empirische Schwerpunkt der Quellenarbeit auf dem Firmenarchiv von Suchard, deren Entwicklung als Beispiel- und Anwendungsfall der übergeordneten Fragestellungen dargestellt wird. Mit dem firmeninternen *Entre Nous: Journal intime du Personnel de la maison Russ-Suchard & Cie.*, wie auch mit dem *Mercur: die Fachzeitung des reisenden Kaufmanns* oder mit dem seit 1895 in Hamburg erscheinenden *Gordian: Zeitschrift für die Cacao-, Schokoladen- und Zuckerwaren-Industrie der Welt*, kann der Autor seinen Ausführungen immer wieder zeitgenössisches Kolorit verleihen und seine These von einem langsamen Wandel von der Produktions- zur Marketingorientierung von Schokolade weiter plausibilisieren.

Wollte man im Anschluss an Rossfelds Arbeit überhaupt Desiderate benennen, so beständen sie wohl – neben einer Ausdehnung des Untersuchungszeitraums bis ins hier immer nur schlaglichtartig eingeblendete spätere 20. Jahrhundert – vor allem in einem empirisch unterfütterten, systematischen Vergleich der Werbepraktiken, -bilder und -diskurse bei Suchard mit konkurrierenden Firmen innerhalb der Schweiz, aber auch international, um auf dieser Grundlage noch besser einschätzen zu

können, wie weit gerade die Nation im Übergang vom 19. zum 20. Jahrhundert „werbe-trächtig“ wurde.

Dr. Marc Schalenberg,  
Helsinki Collegium  
for Advanced Studies

**LEMKE, Harald: Ethik des Essens: Eine Einführung in die Gastrosophie. Berlin 2007, Akademie Verlag, 468 S., EUR 39,80, ISBN 978-3-05004-301-2**

Lemkes Publikation „Ethik des Essens“ ist in ihrer Gliederung sinnigerweise von den Gängen eines Menüs inspiriert. Sie spannt den Bogen ausgehend vom „geistigen Hunger“, von dem sich der Autor angetrieben sieht. Von besonderem Interesse erscheint es ihm, etwas darüber zu erfahren, ob „das Gute“, auf das alle Ethik zielt, auch „essbar“ sein könnte, ob es also auf diese Weise eine Brücke zwischen Ästhetik und Ethik geben könnte. Die Arbeit deckt auf, dass das Thema des richtigen Essens sehr wohl eine Standardthematik der Philosophie durch ihre Geschichte hindurch gewesen war, bis hin zu Nietzsche, nicht jedoch darüber hinaus. Dass es kein systematisches Denken des Essens gebe, habe dazu beigetragen, so Lemke, dass die „Ernährungsweise“ von Menschen beliebig geworden ist und unreflektiert und wenig wählerisch gehandhabt wird.

Der „genealogischen“ Herleitung der Thematik wird eine materialreiche Aufmerksamkeit gewidmet. Die Herkunftsgeschichte wird dabei in zwei Teile zerlegt: (normative) „Diätmoral“ und (reflexive) „Gastrosophie“.

Der erste „Hauptgang“ gilt der „Diätmoral“. Als Ziel ihrer normativen Festlegung dessen, was gegessen werden soll und wie, erscheint die „funktionelle Sättigung“; in der Mäßigung allein sieht sie einen Wesenszug des erfüllten Lebens, von kulinarischer Lebenspraxis daher

schon bei Pythagoras, Platon, Diogenes, Aristoteles keine Spur. Das gilt als Indiz für die „Macht des Essens“, dessen Auswirkungen auf eine als richtig postulierte Lebensweise entweder gesucht oder aber gefürchtet werden. Als Radikalisierung der „platonisch-stoischen Magerküche“ wird das christliche Mahl verstanden. Bereits bei Paulus wird das Sättigungsmahl zu einem „Symbolmahl“ uminterpretiert. Lemke formuliert die interessante These, dass ohne die virtuelle Symbolisierung und reale Entwertung des Essens im Christentum die moderne Fastfood-Kultur nicht denkbar gewesen wäre – freilich kann diese These nicht erklären, wie deren Verbreitung in nichtchristlichen Kulturen zustande kommt. Viel Raum beansprucht die Auseinandersetzung mit Kant, der als „überwiegend“ diätmoralisch orientiert erscheint, jedoch auch „gastrosophische“ Momente kennt. Damit wird die zunächst in der Arbeit geäußerte Auffassung relativiert, dass in Kants Moralthorie eine leibfeindliche Metaphysik des platonisch-christlichen Geistes „systematisiert“ werde.

Der zweite „Hauptgang“ der Arbeit gilt sodann der „Gastrosophie“ und erneut ihrer Genealogie, bei der nun Sokrates von Platon geschieden wird, mit der etwas gewagten These, Sokrates sei der Begründer einer „neuen Küche“ gewesen. In Anspielung auf die Debatte über eine ungeschriebene, gleichwohl existente Lehre Platons wird für Sokrates eine „ungeschriebene Lehre von der gastrosophischen Vernunft“ in Anspruch genommen. Es gelingt der Nachweis, dass Fragen der Herkunft von Lebensmitteln und der richtigen Zubereitung von Speisen tatsächlich Gegenstand sokratischer Gespräche, etwa im Dialog *Lysis* waren; und reizvoll erscheint die Überlegung, ob die Schwierigkeiten zwischen dem Philo-

sophen und seiner Frau Xanthippe auch mit unterschiedlichen Vorstellungen von einer guten Küche zu tun hatten. Unumgänglich ist unter genealogischer Perspektive ferner eine Berücksichtigung der Schriften des Hippokrates, in denen die „Ursprünge der Naturheilkost“ zu finden sind – trotz ihrer diätmoralischen Aspekte werden sie eher der gastrosophischen Genealogie zugerechnet. Eine empirisch orientierte Wissenschaft der Ernährung nimmt mit ihnen ihren Anfang.

Den Abschluss des zweiten gastrosophischen „Hauptgangs“ aber bilden Überlegungen, die kein Bestandteil der Genealogie mehr sind und eigentlich einen unausgewiesenen dritten Hauptteil ausmachen, in dem der wesentliche Ertrag der Arbeit formuliert wird. Als Fortsetzung des „diätmoralischen Denkens“ erscheint der „nutritive Funktionalismus“ der Gegenwart. Eine „kritische“ Gastrosophie, die sich ihrer ökologischen, ökonomischen, sozialen und globalen Implikationen bewusst ist, wird von einer „unkritischen“ unterschieden, die sich dafür nicht interessiert. Es sei dahingestellt, ob diese kritische Haltung dann auch ihren Ort im Umfeld der „Kritischen Theorie“ finden kann, wo Lemke einen „Anknüpfungspunkt“ auszumachen meint, jedoch auch vom „praxisphilosophischen Defizit der Kritischen Theorie“ sprechen muss, ohne kritisch danach zu fragen, ob dafür systemimmanente Gründe verantwortlich sein könnten.

Zu kurz kommt vielleicht die Einbettung der Problematik in den historischen Zusammenhang des Projekts der „Moderne“. Es gehört zu den Besonderheiten der Lebensführung in moderner Zeit, dass Fragen der Ernährung von jedem einzelnen Selbst neu zu entscheiden sind, nachdem traditionelle, konventionelle und religiöse Antworten dar-

auf an Verbindlichkeit verloren haben: Die moderne Freiheit durchquert den Magen des Selbst. Eine historische Errungenschaft dieser Freiheit ist die weitgehende Befreiung moderner Gesellschaften vom Hunger, aber wie jede Befreiung führt auch diese nicht von selbst schon zu einer Formgebung der Freiheit: Von den Nahrungsmitteln, die im Übermaß zur Verfügung stehen, wird zunächst im selben Übermaß, wahllos und unreflektiert, Gebrauch gemacht, mit all den Konsequenzen, die sich daraus für den Körper ergeben. Ein wichtiger Aspekt ist, dass Menschen unter Bedingungen der Moderne darauf angewiesen sind, wie der Autor pointiert sagt, „Wissen zu essen“, da sie vernünftiger Erkenntnisse darüber bedürfen, was sie zu sich nehmen – sofern sie sich bewusst ernähren wollen. Kritisch gesehen werden kann auch, dass dem an sich nachvollziehbaren Bestreben, keine „Diätmoral“ neu zu begründen, die in der Geschichte des Nachdenkens über das Essen eine problematische Rolle spielte, auch der Begriff der „Diätetik“ geopfert wird (trotz einer gegenteiligen Andeutung). Das ist insofern bedauerlich, als es sich hier um einen umfassenden Begriff handelte, der die gesamte Lebensweise (Griechisch *diaita*) bezeichnete, in deren Rahmen die Frage nach dem richtigen Essen allein ihren Sinn hatte.

Nichtsdestotrotz ist Lemkes Einführung in die Gastrosophie ein gelungenes Beispiel für die Möglichkeiten der theoretischen Durchdringung einer Praxis, wie dies eine der gesellschaftlich relevanten Leistungen der Philosophie sein kann. Der philosophische Diskurs der Gegenwart gewinnt hier eine Facette, die sich durch große Eigenständigkeit und Originalität auszeichnet. Inhaltlich gelingt es, der philosophischen Kultur zumindest im deutsch-

sprachigen Raum mit dieser Arbeit wieder deutlicher zu machen, dass über aller kognitiven Orientierung der physiologische Grund des Denkens nicht gänzlich außer Blick geraten sollte. Es liegt nahe, dies an Aspekten der Essenskultur zu exemplifizieren. Insgesamt handelt es sich um die konsequente Fortführung dessen, was jedenfalls im deutschsprachigen Raum über Jahrzehnte hinweg an „Esskultur“ entstanden ist und nun die Ebene der philosophischen Reflexion erreicht. Neben der Interdisziplinarität leistet Lemke auch inter- bzw. transkulturelle Aspekte, um zum einen in den Blick zu bekommen, welche globalen Faktoren bei der Frage des Essens eine Rolle spielen, zum anderen um zu sehen, wie andere Kulturen das Essen als integrale Sinn-Erfahrung behandeln, statt als bloße Ernährung im Sinne von Nahrungsaufnahme, die keiner weiteren Aufmerksamkeit bedarf. Lemke hat die „Mittelmeerkost“ dafür ebenso im Blick wie die „traditionelle japanische Mischkost“, wenn es um Beispiele für gesunde Ernährungsweisen geht. Fraglich ist allenfalls, ob dafür eine „diätetische Wahrheit“ in Anspruch genommen werden muss.

(Auszug aus dem Gutachten zur Habilitationsschrift von Dr. phil. Harald Lemke „Philosophen essen – Einführung in die Gastrosophie“, März 2006)

Prof. Dr. Wilhelm Schmid,  
Universität Erfurt

**LINZMAIER, Vera: Lebensmittelkandale in den Medien – Risikoprofile und Verbraucherverunsicherung. München 2007, Reinhard Fischer Verlag, 331 S., EUR 25,00, ISBN 978-3-88927-441-0**

Lebensmittel und Medien sind sich sehr ähnlich: Beide werden mehrmals täglich konsumiert,

beides sind Massenprodukte und beide sind stark mit Emotionen verbunden. Letzteres zeigt sich vor allem im Falle eines Lebensmittelskandals. „Kommt ein neuer Lebensmittelskandal ans Tageslicht, wird er in der Regel sehr schnell zum Gesprächsthema in der Familie, im Freundeskreis oder unter Kollegen.“ (S.85), stellt Vera Linzmaier in ihrem Buch „Lebensmittelskandale in den Medien“ fest. Auch aus Sicht der Medien lassen sich aus Lebensmittelskandalen und Krisensituationen hoch interessante Berichte für den Informationsmarkt produzieren; und die Nachfrage nach Informationen während eines Lebensmittelskandals ist enorm. Beginnt sich ein Skandal abzuzeichnen, steigt in den ersten Tagen die Anzahl der Artikel rasant an, bis sie nach kürzester Zeit ihren Höhepunkt erreicht. Von da an geht die Intensität vergleichsweise schnell wieder zurück: Bereits nach wenigen Wochen lässt das Medieninteresse spürbar nach, um dann ganz zu verschwinden – natürlich immer unter der Option, bei einem neuerlichen Skandal aus dem Hut gezaubert zu werden. Zurück bleiben häufig, teilweise stark verunsicherte Verbraucher, die zumindest zeitweise auf das ins Fadenkreuz geratene Lebensmittel verzichten.

Medien gelten oftmals als Hauptverursacher dieser Verbraucherverunsicherung. Deshalb vermutet die Kommunikationswissenschaftlerin

Linzmaier, dass eine genaue Analyse der Medienberichterstattung der Schlüssel für ein besseres Verständnis dieser Verunsicherung sein könnte. Sie verbindet in ihrer interdisziplinär angelegten Studie Ansätze aus Kommunikations- und Ernährungswissenschaften und geht im Rahmen ihrer Dissertation der zentralen Frage nach: Sind in der Berichterstattung über Lebensmittelskandale skandalspezifische und/oder skandalübergreifende Risikoprofile nachweisbar und wie sehen sie aus?

Risikoprofile haben ihre Wurzeln in der Risikoperzeptionsforschung: Risiko umschreibt hierbei die Möglichkeit, Schaden zu nehmen (S.45). Dieser Definition nach reagieren Verbraucher häufig ziemlich irrational, da echte Gefahren systematisch unterschätzt werden und geringfügige Bedrohungen immer wieder überzogene Reaktionen auslösen. Risiko scheint demnach keine objektive Größe zu sein, sondern „vielmehr ein multidimensionales Konstrukt, das einem Gegenstand (...) auf Basis der Wahrnehmung und Bewertung bestimmter Merkmale zugeschrieben wird“ (S.47). Verbraucher beziehen bei der Bewertung eines Risikos verschiedene Aspekte ein, zum Beispiel die Neuartigkeit eines Risikos oder die Ernsthaftigkeit der Folgen. Diese verschiedenen Aspekte, oder wie Linzmaier sie nennt „Risikoattribute“, ergeben in der Summe ein Risikoprofil. Linzmaier überträgt

diesen Ansatz erstmals auf Medieninhalte. Mediale Risikoprofile sind demnach skandalbezogene bzw. skandalübergreifende, allgemeine Strukturen der Berichterstattung.

Im theoretischen Teil geht Linzmaier zunächst darauf ein, wie Lebensmittelskandale entstehen und durch was sie gekennzeichnet sind, frei nach dem Motto: Jeder Skandal ist ein Missstand, aber nicht jeder Missstand wird zu einem Skandal. Anschließend setzt sie Lebensmittelskandale und Verbraucherverunsicherung in einen Kontext, um sich im letzten Teil dem zentralen Anliegen ihrer Arbeit zuzuwenden: den medialen Risikoprofilen. Der empirische Teil dieser Arbeit besteht aus vier Gruppendiskussionen und einer systematischen Inhaltsanalyse aller Artikel, die zwischen November 2000 und November 2003 in der Süddeutschen Zeitung und in der Bild zu Lebensmittelskandalen veröffentlicht wurden. Beide Zeitungen gelten als Meinungsführer in der deutschen Presselandschaft und haben eine Vorbildfunktion für andere Medien.

Mit Hilfe dieses Mehrmethodenansatzes kann Linzmaier den Rückschluss ziehen, dass der Grund für eine Medienwirkung von Missständen im Allgemeinen in der optischen Aufbereitung derselben liegt. Aspekte der Platzierung, Umfang, Layout, Photos oder Graphiken führen dazu, dass der Beachtungsgrad seitens der Rezipienten steigt. Sie stellt fest,

dass Journalisten Lebensmittelskandale durchaus flächendeckend mit solchen blicklenkenden Merkmalen versehen.

Laut Medienkritikern leistet die sensationalistische Aufbereitung der Lebensmittelskandale einen erheblichen Beitrag zum Verunsicherungspotential der Berichterstattung. Linzmaiers Buch kann in diesem Fall als Gegenthese zu dieser gängigen Meinung gelesen werden. Die Ergebnisse ihrer Untersuchung zeigen, dass der immer wieder angeprangerte Sensationalismus bei einem Lebensmittelskandal im Forschungszeitraum keineswegs besonders ausgeprägt war; dieser ließe sich laut Linzmaier bestenfalls in den Überschriften nachweisen.

Das Buch ist sehr theoretisch ausgerichtet und aufgrund von Schreibduktus und Wortwahl selbst für Fachleute nicht ohne weiteres zugänglich. Allerdings liefert es wichtige Erkenntnisse hinsichtlich der Berichterstattung über Lebensmittelskandale und deren Wirkung auf den Rezipienten. Es ist für alle diejenigen interessant, die sich mit den Informationsbedürfnissen und Ängsten von Verbrauchern, mit der Informations- und Aufklärungsfunktion von Medien und mit dem Beziehungsgeflecht von medialer Risikokommunikation und Verbraucherverunsicherung im Ernährungsbereich beschäftigen.

Isabell Zohner,  
Dr. Rainer Wild-Stiftung,  
Heidelberg



## NEU – Kostenloser Presse- und Themenservice der Dr. Rainer Wild-Stiftung Fakten, Trends und Meinungen – Gesunde Ernährung interdisziplinär aufbereitet

Unter diesem Titel veröffentlicht die Dr. Rainer Wild-Stiftung etwa drei- bis viermal im Jahr ein Themenpapier zu aktuellen und interdisziplinären Fragen der gesunden Ernährung. Die erste Ausgabe ist im April 2008 erschienen, zwei weitere konnten bisher folgen:

Nr. 1 – 2008

„Wie viel Genuss tut gut?“

Nr. 2 – 2008

„5 am Tag – realistisch oder utopisch?“

Nr. 3 – 2008

„Geschmäcker sind verschieden. Wie sich Geschmackspräferenzen prägen und entwickeln“

Die Themenpapiere stehen als kostenloser Download unter <http://www.gesunde-ernaehrung.org/de/Presse/Themenpapier>.

Die **nächste Ausgabe** erscheint im ersten Quartal 2009 und beschäftigt sich mit der Frage, ob zu hohes **Taschengeld** Übergewicht fördert und wofür Kinder und Jugendliche das ihnen zur Verfügung stehende Geld ausgeben.

Wenn Sie zukünftig über das Erscheinen des Themenpapiers informiert werden möchten, schicken Sie uns eine E-Mail an: [info@gesunde-ernaehrung.org](mailto:info@gesunde-ernaehrung.org), Stichwort „Themenpapier“.



18. November 2008 August 1. 2009  
www.gesunde-ernaehrung.org  
Fakten, Trends und Meinungen  
Gesunde Ernährung interdisziplinär aufbereitet

**Wissenschaftliche Prägnanz der Gesundheitsprävention**  
Angewandte Gesundheitswissenschaften  
Wissenschaftlich praxisorientiert  
Bündelung von Ressourcen und Ausweitung  
Wirkungsbereich  
Angebot im Internet  
Lernbegleitende Inhalte  
Festlegung des Themas

**Geschmäcker sind verschieden**  
Wie sich Geschmackspräferenzen prägen und entwickeln

Der menschliche Geschmackssinn ist ein komplexes System, das durch die Interaktion von verschiedenen Faktoren wie Genetik, Umwelt und Erfahrung geprägt ist. Die Geschmackssinnung beginnt bereits im Mutterleib und setzt sich im frühen Kindesalter fort. Die Geschmackssinnung ist ein wichtiger Bestandteil der Lebensqualität und hat einen erheblichen Einfluss auf die Ernährungsgewohnheiten. Die Geschmackssinnung ist ein wichtiger Bestandteil der Lebensqualität und hat einen erheblichen Einfluss auf die Ernährungsgewohnheiten.

### WIR ÜBER UNS

#### Der Internationale Arbeitskreis für Kulturforschung des Essens

Essen ist ein zentrales Thema menschlicher Existenz. Der Internationale Arbeitskreis für Kulturforschung des Essens widmet sich gezielt diesem Thema und will ein kompetenter Ansprechpartner für Wissenschaft und Öffentlichkeit sein. Seine Arbeit zielt darauf,

- Vorreiter für eine interdisziplinäre Erforschung des Kulturthemas Essen zu sein,
- die Grenzen zwischen den verschiedenen mit Essen und Ernährung befassten Wissenschaftlern zu überwinden,
- die unterschiedlichen Denk- und Erfahrungsweisen der Ernährung in Wirtschaft und Gesellschaft zu vermitteln und
- das öffentliche Interesse am Kulturthema Essen zu stärken.

In Trägerschaft der Dr. Rainer Wild-Stiftung arbeiten gegenwärtig an die 60 Wissenschaftler/innen und Praktiker/innen aus Deutschland und dem benachbarten Ausland zusammen, um diese Ziele zu erreichen. Für Rückfragen steht Ihnen die Geschäftsstelle gerne zur Verfügung.

### IMPRESSUM

Herausgeber:  
Internationaler Arbeitskreis für  
Kulturforschung des Essens  
Mittelweg 10, D-69123 Heidelberg  
Tel.: ++49 (0) 6221 / 75 11 200  
Fax: ++49 (0) 6221 / 75 11 240  
E-Mail: [info@gesunde-ernaehrung.org](mailto:info@gesunde-ernaehrung.org)

Vorstand des Arbeitskreises:  
PD Dr. Gunther Hirschfelder  
Prof. Dr. Angelika Ploeger  
Prof. Dr. Volker Pudol  
Dr. Gesa Schönberger

Redaktion:  
Dipl. oec. troph. Karolin Höhl (KH)  
Nicole Schmitt M.A. (NS)  
Dr. Gesa Schönberger (GS)

Satz: Dr. Dirk Reinhardt, Münster  
Druck: Gutfleisch & Frey GmbH, Eppelheim  
Lithographien: Dr. Rainer Wild-Stiftung  
ISSN 1437-5222

Für den Inhalt der Beiträge sind die Autoren verantwortlich.

**Schutzgebühr: EUR 5,-**