



# Fakten, Trends und Meinungen

Gesunde Ernährung interdisziplinär aufbereitet

Aktuelle Zahlen

Geldverwendung

Kinder als (Mit-)Entscheider

Geld statt Pausenbrot?

Hunger oder Lebenskultur?

Ist weniger mehr?



## Ich ess' was mir gefällt!

### Welche Rolle spielt das steigende Kapital von Kindern und Jugendlichen für das Essverhalten?

Taschengeld und sonstige verfügbare Geldmittel erfüllen wichtige Funktionen: Kinder und Jugendliche lernen schon früh, finanzielle Verantwortung zu übernehmen und vernünftig mit Geld umzugehen. Taschengeld hilft, den Stellenwert von Geld zu vermitteln und trägt dazu bei, zwischen Wünschen und echten Bedürfnissen differenzieren zu lernen. Heutzutage erhält fast jedes Kind und fast jeder Jugendliche in Deutschland Taschengeld, teilweise sogar weit mehr als empfohlen. Das Geld wird für Freizeitaktivitäten, Handy und Mode ausgegeben, aber auch häufig für Süßigkeiten und Fast Food – ein Verhalten, das durchaus nachvollziehbar ist. Kinder und Jugendliche kaufen sich Dinge, die sie von den Eltern möglicherweise nicht bekommen, die „cool“ sind und in der Peergroup Ansehen genießen. Wäre also die Schlussfolgerung zulässig, dass weniger Taschengeld zu einem geringeren Süßigkeiten- und Fast Food-Konsum und somit zu einer gesünderen Ernährung führt? Oder greift hier ein sehr viel breiteres

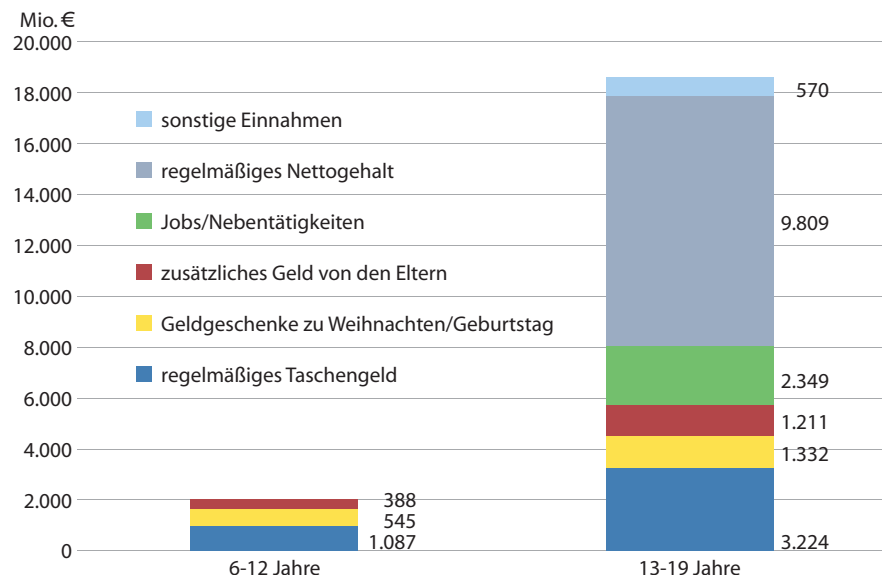
Ursachen-Wirkungs-Geflecht, dessen Zusammenhänge noch lange nicht eindeutig geklärt sind?

#### Aktuelle Zahlen

Das Einkommen von Kindern und Jugendlichen ist in den letzten Jahren kontinuierlich gestiegen. Doch nun scheint es, als habe die Krise auch den

Nachwuchs erreicht. Kinder und Jugendliche im Alter von 6 bis 19 Jahren nehmen 2009 mit rund 20,5 Mrd. Euro 10% weniger ein als noch im Vorjahr (2008: 23,1 Mrd. Euro). Das zeigen die Hochrechnungen der Studie Trend Tracking Kids 2009 [1]. Die Einnahmen setzen sich aus verschiedenen Posten zusammen und steigen mit zunehmendem Alter an (Abb. 1).

Abb. 1: Die jährlichen Einnahmen der 6- bis 19-Jährigen (nach [1])



Basis: n=1.468, 6- bis 19-Jährige / Hochrechnung / Angaben in Mio €



Laut KidsVerbraucherAnalyse (KVA) 2009 [2] erhalten 94% der 6- bis 13-Jährigen monatlich Taschengeld oder kleine Geldzuwendungen (z. B. als Belohnung für gute Noten, Mitarbeit im Haushalt) in Höhe von durchschnittlich 21,87 Euro. Das sind rund 1,50 Euro weniger als noch 2008 [3], aber immerhin noch fast 3,50 Euro mehr als 2002 [4]. Differenziert nach Alter erhalten die 10- bis 13-Jährigen 2009 mit 29,88 Euro pro Monat mehr als doppelt so viel Taschengeld wie die 6- bis 9-Jährigen mit 13,75 Euro. Beide Altersgruppen liegen damit deutlich über Empfehlungen wie sie z. B. vom Deutschen Sparkassen- und Giroverband ausgegeben werden (Tab. 1).

Tab. 1: Orientierungswerte für das Taschengeld nach Altersgruppen [5]

Alter	Betrag / Zahlweise
< 6 Jahre	0,50 Euro/Woche
6-7 Jahre	1,50-2,00 Euro/Woche
8-9 Jahre	2,00-2,50 Euro/Woche
10-11 Jahre	13-16 Euro/Monat
12-13 Jahre	17-19 Euro/Monat
14-15 Jahre	20-22 Euro/Monat
16-17 Jahre	30-40 Euro/Monat
18 Jahre	60 Euro/Monat

Im Gegensatz zur KVA untersucht das LBS Kinderbarometer Deutschland [6] auch die Situation von Kindern mit Migrationshintergrund und kommt zu dem Ergebnis, dass Kinder zwischen 9 und 14 Jahren mit Migrationshintergrund deutlich mehr Taschengeld erhalten als Kinder ohne Migrationshintergrund (Ø 7,50 Euro/Monat mehr). Etwas mehr Taschengeld erhalten auch Kinder Alleinerziehender (im Vergleich zu Kindern aus Zweielternfamilien) sowie Kinder, deren Eltern von Arbeitslosigkeit betroffen sind (im Vergleich zu Kindern von berufs-

tätigen Eltern). Warum diese Kinder mehr Geld erhalten und wofür sie es verwenden, wurde nicht untersucht.

### Geldverwendung

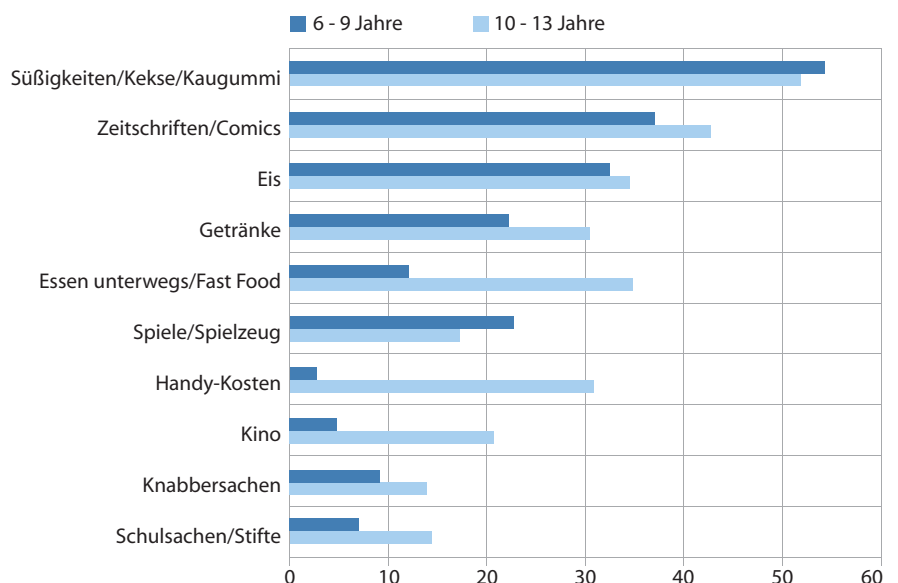
Kinder und Jugendliche im Alter von 6 bis 19 Jahren geben 2009 im Schnitt 22,86 Mrd. Euro aus, wovon rund 20,5 Mrd. Euro auf die 13- bis 19-Jährigen fallen. Insgesamt fließt das meiste Geld in Kleidung, Ausgehen und Handy. Im Vergleich dazu sind die Ausgaben für Essen und Trinken relativ gering. Insgesamt werden 2009 für Fast Food ähnlich wie im Vorjahr rund 1,3 Mrd. Euro ausgegeben, für Süßigkeiten mit etwa 857 Mio. Euro an die 100 Mio Euro weniger als 2008 [1]. Betrachtet man allerdings die Häufigkeit, mit der Kinder und Jugendliche Süßigkeiten und Fast Food kaufen, sieht die Situation anders aus: Rund 53% der 6- bis 13-Jährigen geben Geld für Süßigkeiten aus (2004: 60%) und 24% für Fast Food und Essen unterwegs (2004: 19%) [2]. Mit zunehmendem Alter sinkt der prozentuale Anteil an Ausgaben für Süßwaren, während der Erwerb von Getränken und Fast Food ansteigt.

Die Zahlen zeigen, dass Kinder und Jugendliche über teils beachtliche Summen verfügen und somit zumindest die Möglichkeit haben, ihre Ernährung (mit-) zu gestalten. Kinder und Jugendliche geben allerdings auch Geld für Essen aus, das sie eigentlich gar nicht haben: Nach der Studie Jugend und Geld 2005 [7] gelten 6% aller Kinder und Jugendlichen als verschuldet. Dabei ist Fast Food mit ¼ aller Nennungen der häufigste Grund, noch vor Schulden für Ausgehen und Kleidung mit jeweils 16% (wobei die Trennung zwischen Ausgehen und Essen häufig unscharf ist). Zusammenhänge zwischen soziokulturellen oder individuellen Bedingungen und der Verschuldung sind nicht bekannt.

### Kinder als (Mit-)Entscheider

Kinder werden heute immer früher an Entscheidungsprozessen in den Familien beteiligt und haben großen Einfluss, auch in Fragen des Konsums. Welche Freiheiten Kinder haben, zeigt sich auch in ihren Aktionsräumen. So dürfen rund 60% der 6- bis 9-Jährigen (2004: 48%) und 88% der 10- bis 13-

Abb.2: Taschengeldverwendung (in %) der 6- bis 13-Jährigen (nach [2])





Jährigen (2004: 76%) ihr Taschengeld selbständig ausgeben. Soviel Süßigkeiten kaufen, wie sie möchten, dürfen 21% der 6- bis 9-Jährigen (2004: 22%) und 45% der 10- bis 13-Jährigen (2004: 49%). Hier ist ein leichter Rückgang zu verzeichnen, der möglicherweise Mit-Ursache ist für die sinkenden Ausgaben, die Kinder 2009 für Süßigkeiten tätigen. Alleine in ein Restaurant (wie z. B. Mc Donald's) gehen, dürfen immerhin 4% der 6- bis 9-Jährigen und 38% der 10- bis 13-Jährigen (2004: nicht abgefragt) [2, 4]. Auch beim dazuverdienten Geld haben Kinder maßgeblich Mitspracherecht. In vielen Familien entscheiden Eltern und Kinder zwar gemeinsam, was mit dem Geld gekauft wird (48%), ein fast ebenso großer Anteil entscheidet jedoch selbst darüber (44%) [6]. Diese Tendenz scheint einer wichtigen sozio-kulturellen Entwicklung zu folgen: Eltern fördern eine zunehmende Selbständigkeit und Autonomie ihrer Kinder. Sie werden immer früher als gleichberechtigte Partner angesehen, die ihre Wünsche einbringen dürfen und oftmals auch durchsetzen. Zudem verlagern sich die physischen und geistigen Reifeprozesse von Kindern und Jugendlichen nach vorne (Akzeleration), d. h. Produkte, die noch vor 20 Jahren 12-Jährige begeistern konnten, sind heute für diese Altersgruppe oft schon zu „kindisch“ [8]. Diese Entwicklung greift scheinbar auch bei der Ernährung: So stimmen laut LBS Kinderbarometer 2007 [9] zwar rund 50% der Kinder völlig zu, dass ihre Eltern sehr auf regelmäßige Mahlzeiten und gesunde Ernährung achten. Mit steigendem Alter der Kinder verändert sich aber das Verhalten der Eltern: So achten Eltern bei Kindern der 4. Klasse noch stärker auf regelmäßige Mahlzeiten und eine gesunde Ernährung als bei Kindern der 7. Klasse. Möglicherweise trauen El-

tern ihren Kindern mit zunehmendem Alter auch in Sachen Ernährung eine größere Selbständigkeit zu und legen die Verantwortung für eine gesunde Ernährung stärker in deren Hände. Denkbar ist aber auch, dass Eltern resignieren, da ihre Kinder letztendlich doch machen, was sie wollen, egal wie die Anstrengungen der Eltern aussehen. Parallel zu dieser wachsenden Selbstverantwortung der Kinder ist die zunehmende Berufstätigkeit von beiden Elternteilen zu sehen, durch die Kinder unweigerlich stärker auf sich allein gestellt sind.

#### Geld statt Pausenbrot?

Ein Teil der Kinder und Jugendlichen in Deutschland erhält von zu Hause Geld für die Verpflegung in oder nach der Schule, teilweise auch zusätzlich zum Pausenbrot. Bereits in den 1970ern haben 17% der Kinder Geld für die Pausenverpflegung bekommen [10]. Laut Ernährungsbericht 2000 [11] nehmen an die 90% der unter 8-Jährigen ein Pausenfrühstück mit, nur 4% kaufen zusätzlich etwas am Kiosk. Bei den 8- bis unter 12-Jährigen bekommen 98% etwas zu essen mit, 28% erhalten noch zusätzlich Geld. Auch in Ganztagschulen mit Mittagsverpflegung bekommen 36% aller Schüler bzw. bei den 8. bis 13. Klässlern gut jeder zweite ca. 8,50 Euro pro Woche von den Eltern, die unabhängig vom Mittagessen in der Schule zusätzlich für den Kauf von Essen und Trinken bestimmt sind, so eine Studie der ZMP [12]. Je jünger die Kinder sind, umso häufiger wird etwas zum Essen und Trinken mitgenommen. Das ändert sich deutlich ab etwa 13 Jahren. Mit zunehmendem Alter bestimmen die Kinder außerdem selbst, was sie in die Schule mitnehmen. So entscheiden bei Grundschulern nur 13% alleine, wie das Pausenbrot aussieht

#### Kommentar

##### Fürsorge ist kein Auslaufmodell

Früher wie heute wollen Kinder und Jugendliche mit ihres Gleichen sein und verbringen mehr und mehr Zeit außerhalb des Elternhauses. Ein sicherlich ganz natürlicher Schritt in Richtung Erwachsenwerden. Allerdings haben sich die Rahmenbedingungen verändert. Wo früher vielfach noch die Eltern bestimmten, ob es im Kino ein Eis gibt, dürfen Kinder und Jugendliche heute sehr viel häufiger selbst entscheiden, was sie (essen) wollen – und oft haben sie auch das Geld dazu.

Doch geht es wirklich nur ums Essen? Oder ist das Essen nicht eher Teil einer Jugendkultur, die sich darin ausdrückt, dass der junge Mensch zwischen Familie und Peergroup, Fürsorge und beginnender Selbstständigkeit hin und her pendelt? Denn auch wenn „Bemutterung“ uncool ist, zeigt die Berliner Jugendesskulturstudie 2006, dass die (meist mütterliche) Fürsorge innerhalb der Familie durchaus willkommen ist.

Ich meine, wir müssen uns ernsthaft Gedanken darüber machen, wie Kinder und Jugendliche auch außerhalb der Familie „gut versorgt“ sein können – und das nicht nur mit Essen. Das heißt auch, sinnvolle Freizeitangebote schaffen und Lebensräume gestalten, die Kinder und Jugendliche gerne annehmen. Vielleicht kann so das „gute Essen“ ganz nebenbei vom Zankapfel zur Selbstverständlichkeit werden.

Ihre

Dr. Gesa Schönberger

und 65% gemeinsam mit den Eltern. In der Oberstufe (11.-13. Klasse) entscheiden schon 88% alleine. Ein deutlicher Bruch ist auch hier wieder bei Kindern ab etwa dem 13. Lebensjahr zu erkennen, von denen bereits 59% selbst entscheiden, was sie mitnehmen. Die Studie zeigt zudem, dass das



## Impressum

### Herausgeber:

Dr. Rainer Wild-Stiftung  
 Mittelgewannweg 10  
 D-69123 Heidelberg

Tel: +49 (0) 6221-7511 200  
 Fax: +49 (0) 6221-7511 240

E-Mail: [info@gesunde-ernaehrung.org](mailto:info@gesunde-ernaehrung.org)  
 Internet: [www.gesunde-ernaehrung.org](http://www.gesunde-ernaehrung.org)

Die Dr. Rainer Wild-Stiftung ist eine rechtsfähige Stiftung des bürgerlichen Rechts.

### Inhaltlich verantwortlich:

Dr. Gesa Schönberger (Geschäftsführerin)

### Redaktion:

Nicole Schmitt M.A.

Pausenbrot in den seltensten Fällen im Papierkorb landet. Stattdessen essen 95% der Ganztagschüler das mitgebrachte Pausenbrot fast immer selbst, 43% tauschen es manchmal mit anderen, während 13% es manchmal ganz oder teilweise wegwerfen. Ein Zusammenhang zwischen hohem Mitspracherecht und dem tatsächlichen Verzehr des Pausenbrots wurde nicht untersucht, ist aber durchaus denkbar.

Wie viel Geld zusätzlich zum Verpflegungsgeld z. B. vom Taschengeld am Schulkiosk oder beim Bäcker nebenan landet, ist nicht bekannt. Fraglich ist auch, welcher Prozentsatz an Süßigkeiten tatsächlich am Schulkiosk gekauft wird. Laut LBS Kinderbarometer 2007 haben drei Viertel der Kinder einen Kiosk an der Schule, wobei die Zahlen je nach Bundesland differieren. Während in bayrischen Schulen zu 85% Kioske vorhanden sind, sind es in Baden-Württemberg 69% und in Sachsen nur 50%. Grundschulen haben seltener ein Kiosk als weiterführende Schulen (38% versus 89%). Etwa die Hälfte der Kinder gibt an, dass sie nie oder selten gesunde Lebensmittel am Kiosk kaufen können [9]. Dies lässt auf ein mangelndes Angebot schließen – doch ob und wie ein gesünderes Angebot angenommen werden würde, bleibt unbeant-

wortet. Für kleinere Kinder spielt der Kiosk sicherlich eine geringere Rolle. Zum einen verfügen sie über weniger Geld als die älteren, zum anderen unterliegen sie noch stärker der Kontrolle und Steuerung durch die Eltern. So zeigt der Ernährungsbericht 2000, dass Kinder bis zu 8 Jahren bis auf wenige Ausnahmen wie Brezel oder Milch/Kakao die meisten Sachen von zu Hause mitbringen, darunter auch Schoko- und Müsliriegel, Gummibärchen und Bonbons [11].

## Hunger oder Lebenskultur?

Welchen Einfluss hat die Versorgungssituation darauf, wie Kinder und Jugendliche ihr Geld ausgeben? Legen sie ihr Taschengeld in Schokoriegel und Fast Food an, weil sie Hunger haben? Oder spielen andere Motive eine Rolle? Verschiedene Studien der letzten zehn Jahre zeigen, dass ein Großteil der Kinder und Jugendlichen (rund 80%) zu Hause frühstückt [4, 6, 11, 12]. Mit zunehmendem Alter verzichten Kinder häufiger auf das Frühstück, der stärkste Umbruch ist auch hier wieder ab einem Alter von ca. 13 Jahren zu erkennen [12]. Gründe für ein ausgelassenes Frühstück sind nicht nur im mangelnden Angebot zu suchen, sondern können z. B. auch Appetitlosigkeit, Aufregung vor Klassenarbeiten, Müdigkeit (v. a. bei Teenagern) oder eine Diät sein. Wie das Frühstück werden auch Mittag- und Abendessen häufig zu Hause oder im

Kreis von Familienmitgliedern eingenommen. So setzen sich jeweils rund 60% der 9- bis 14-Jährigen [6] und der 13- bis 20-Jährigen [13] zum Mittagessen an den heimischen Tisch. Eine Sonderbefragung der Eltern im Rahmen der KVA 2004 ergab, dass von Montag bis Freitag bei 97% der Familien zu Hause Frühstück angeboten wird, bei 83% Mittagessen und bei 97% Abendessen [4]. Auch wenn diese Zahlen nichts über die Qualität der Mahlzeiten aussagen, scheint das fehlende Angebot zu Hause nicht immer Grund für den Gang zum Kiosk oder zum Fast-Food-Restaurant zu sein.

Schule, Freizeit, Peergroup und Werbung bestimmen immer ein Stück weit mit, welche Lebensmittel gerade gefragt sind. Die Peergroup spielt besonders ab dem 12./13. Lebensjahr eine verstärkte Rolle. Für Kinder ist es wichtig, das zu essen, was andere essen. Es geht nicht nur darum, was für ein Lebensmittel es ist, sondern auch, welches Image das Lebensmittel hat. Ist es cool oder uncool? [14] Außerdem legen schon über 40% der 6- bis 13-Jährigen bei süßen Brotaufstrichen, Schokolade, Getränken und Cerealien Wert auf eine besondere Marke [2].

Auch Fast Food scheint mehr als eine billige und bequeme Variante zum häuslichen Mittagessen zu sein. Besonders bei Jugendlichen und vor allem am Nachmittag sind Zwischenmahlzeiten außer Haus stark verbreitet. Einer schweizer Untersuchung

Abb. 3: Fast Food als Teil jugendlicher Lebenskultur [13]

- Angestellte sind oft jung und sprechen die gleiche Sprache
- Preislich günstig
- Strategisch günstige Standorte, ausgedehnte Öffnungszeiten
- Geringe soziale Zwänge
- Bewusstes ignorieren von Normen der Erwachsenenwelt (kein Geschirr, weitestgehender Verzicht auf Tischsitten)
- Standardisierung des Angebots schafft ein Gefühl der Vertrautheit und Orientierung



zufolge machten diese rund 20% der Gesamtenergiezufuhr aus [13]. Der Nährwert spielt dabei allerdings eine untergeordnete Rolle – viel mehr ist das Fast Food-Restaurant Treffpunkt, Freizeitgestaltung und Teil der jugendlichen Lebenskultur (Abb. 3).

### Ist weniger mehr?

Aus den vorgestellten Daten wird deutlich, dass die Höhe der verfügbaren Geldmenge bestimmt, welcher Grad an Selbstversorgung für Kinder und Jugendliche *möglich* ist. Mit steigenden Beträgen *können* selbstbestimmt ganze Mahlzeiten bestritten und durch Fast Food, Süßigkeiten, Knabberartikel, Getränke und Eis ersetzt werden. *Ob*, bei *welchen* Kindern und Jugendlichen und *warum* aus der Möglichkeit eine Tatsache wird, ist noch nicht geklärt. Unbestritten ist jedoch, dass mit der steigenden Möglichkeit, sich selbst zu versorgen auch die *Gefahr* zunimmt, dass die Qualität der Ernährung sinkt. Das ist Grund genug, eine Beschäftigung mit vielen noch ungeklärten Fragen anzustoßen,

die darauf abzielt, konkrete Maßnahmen für Eltern sowie für Kinder und Jugendliche zu entwickeln: Was muss vom Taschengeld bezahlt werden? Erhalten Kinder mit Migrationshintergrund vielleicht deshalb mehr Taschengeld, weil davon andere essentielle Dinge wie Schulsachen, Kleidung oder auch Essen finanziert werden müssen? Wie viel Verpflegungsgeld erhalten die Kinder zusätzlich zum Taschengeld und wofür wird es ausgegeben? Wird es möglicherweise gespart, um das Taschengeld aufzubessern? Welche Motive stecken hinter dem Kaufverhalten? Und welche Rolle spielen die Versorgungssituation zu Hause und in der Schule sowie andere sozio-kulturelle Bedingungen für das Kauf- und Konsumverhalten von Kindern und Jugendlichen? Pauschal für weniger Taschengeld zu plädieren wäre zu kurzfristig – schließlich ist eine steigende Selbstversorgung ab einem gewissen Alter durchaus wünschenswert und entwicklungsgerecht. Voraussetzung ist jedoch, dass diese von wachsenden Verbraucherkompetenzen begleitet

wird, die durch das Elternhaus und die Schule vermittelt werden und dass sinnvolle Angebote für die Grundversorgung von Kindern und Jugendlichen vorhanden sind.

### Buchvorstellung

#### Dicke sterben. Dünne auch.

#### Vom Verdruss zum Genuss

Gesa Schönberger/Sigrid Krekel

176 Seiten, Hardcover, Lesebändchen

ISBN: 3-86528-654-2

(D) € 16,90 / € (A) 17,40 / CHF 26,80



Sie kommen mit einem kalorienreduzierten Äpfelchen nicht durch den Tag? Eine köstlich samtige Mousse au chocolat schmeckt Ihnen besser als eine Reiswaffel?

„Dicke sterben. Dünne auch.“ führt vergnüglich durch die Welt der Ernährung und zeigt, wie Gene, Esskultur, Marketingstrategien, Wunschdenken und Ratgeber unser Essverhalten beeinflussen. Mit einer lebendigen Sprache will das Buch guter Ernährung den genussfeindlichen Beigeschmack nehmen und den Einstieg in das Thema erleichtern. „Dicke sterben. Dünne auch.“ ist wissenschaftlich fundiert und kunstvoll illustriert – ein Buch das fesselt, motiviert, unterhält und informiert.

### Quellen

- [1] iconkids & youth international research GmbH: Kids: Weniger Taschengeld, aber ungebrochene Konsumlust, Pressemitteilung zur Studie Trend Tracking Kids © 2009. [http://www.iconkids.com/deutsch/download/presse/2009/07\\_14/pm\\_iconkids\\_taschengeld%20\\_09.pdf](http://www.iconkids.com/deutsch/download/presse/2009/07_14/pm_iconkids_taschengeld%20_09.pdf) (Zugriff 26.08.2009).
- [2] Egmont Ehapa Verlag GmbH: KidsVerbraucherAnalyse 2009, Berlin 2009.
- [3] Egmont Ehapa Verlag GmbH: KidsVerbraucherAnalyse 2008, Berlin 2008.
- [4] Egmont Ehapa Verlag GmbH: KidsVerbraucherAnalyse 2004, Berlin 2004.
- [5] Sparkassen-Finanzgruppe Beratungsdienst, „Geld und Haushalt“: Budgetkompass für die Familie, Berlin 2004/2008.
- [6] LBS Initiative Junge Familie in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Kinderschutzbund: LBS-Kinderbarometer Deutschland 2009, Berlin 2009.
- [7] Lange, Elmar/Fries, Karin: Jugend und Geld 2005, Münster/München 2006.
- [8] Barlovic, Ingo: Kinder in Deutschland – ihre Lebenssituation, ihre Vorlieben, ihre Konsumwelt. In: Leonhäuser/Berg (Hg.): Kids & Food, Bingen 1998, 10-32.
- [9] LBS Initiative Junge Familie in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Kinderschutzbund: LBS-Kinderbarometer Deutschland 2007, Berlin 2007.
- [10] DGE: Ernährungsbericht 1976, Frankfurt a.M. 1976.
- [11] DGE: Ernährungsbericht 2000, Frankfurt a.M. 2000.
- [12] ZMP: Marktstudie: Schulverpflegung an Ganztagschulen, Bonn 2005.
- [13] SGE: State-of-the-Art-Bericht, „Fast Food und Gesundheit“, Bern 2005.
- [14] Fries, Karin/Patschfeld, Conny: Bei Mutti schmeckt's am besten? In: aid infodienst (Hg.): Gut gemeint – genial daneben, Bonn 2007, 11-20.