

Ernährung

14. Jahrgang | Januar/Februar 2014 | 4,50 € 01-02 | 14

Zeitschrift für Fach-, Lehr- und Beratungskräfte

IM FOKUS



**Sinnlos? – Blind- und Blendstellen
auf der Schokoladenseite des
Konsums**

Lust und Luxus
Genießen und Gefallen – Was auf den
Tisch kommt, wird (nicht nur) gegessen!

CD zum aid-Ernährungsführerschein

Differenzierte Materialien

Schnippeln, ausprobieren und spielerisch wichtige Kompetenzen erwerben – rund 600.000 Kinder in Deutschland sind bereits stolze Besitzer des aid-Ernährungsführerscheins. Das innovative Unterrichtskonzept ist damit fünf Jahre nach seinem Start ein wichtiger Baustein zur Ernährungsbildung an deutschen Grundschulen. Auf Wunsch vieler Lehrkräfte, die den Ernährungsführerschein auch in sehr heterogenen Klassen durchführen möchten, liegt hier ein Material- und Aufgabenpool für die innere Differenzierung im Unterricht vor.

Die CD mit dem vielseitigen und gut organisierten Material spart Lehrkräften Vorbereitungszeit und gibt Anregungen für die Umsetzung nach den Prinzipien des kooperativen Lernens.

Mit dabei ist eine Kater-Cook-Bastelvorlage. Als lebensgroßer Kater läutet er alle Praxisstunden ein: Jedes Kind ist eingebunden, zum Beispiel durch das Formulieren von Startklar-Fragen oder das Anheften von Schürze, Kochmütze und Seife. Bevor die Kinder zum Schluss aus dem Klassenraum stürzen, bremst Kater Cook die Kinder an der Tür und macht mit ihnen den Fertig-Check.



Die Rezepte sind einfach und ermöglichen eine schrittweise Bearbeitung: zuerst alle Zutaten und Arbeitsgeräte bereitstellen, dann Schritt für Schritt nach den bebilderten fünf Arbeitsschritten arbeiten. Zur Sprachförderung sind Begriffe mit Bild, Namen und Artikel versehen.

Summa summarum bietet die CD vielfältige Differenzierungen als PDF-Dateien, zusätzlich auch alle Kopiervorlagen aus dem Schülerheft als PDF- und Word-Dateien.

Die CD ist als Ergänzung zum Medienpaket „aid-Ernährungsführerschein“ (Bestell-Nr. 3941) konzipiert und nur im Rahmen dieser Unterrichtsreihe sinnvoll einsetzbar.

CD zum aid-Ernährungsführerschein, Differenzierte Materialien
Bestell-Nr.: 3491, ISBN/EAN: 978-3-8308-1103-9
Preis: 9,00 Euro

www.aid.medienshop.de

Alle Informationen zum Ernährungsführerschein
www.aid-ernaehrungsfuehrerschein.de

Ernährung ^{01-02 | 14}

Zeitschrift für Fach-, Lehr- und Beratungskräfte

IM FOKUS

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

„Achtet des einzigen, das Ihr habt: Diese Stunde, die jetzt ist. Als ob Ihr Macht hättet über den morgigen Tag! Wir ruinieren unser Leben, weil wir das Leben immer wieder aufschieben.“

Das hat Epikur von Samos vor über 2000 Jahren gesagt. Der „Ideologe der Spaßgesellschaft“, wie ihn Dr. Rainer Hufnagel in seinem Zwischenruf nennt, hat erkannt, dass das Leben der Menschen endlich und einmalig ist. Er rät uns, die Summe der Lust im Leben zu maximieren, indem wir für Abwechslung im Genuss sorgen, unsere Sinne sorgfältig pflegen und schulen, Luxus mit Geselligkeit und Freundschaft verbinden. Kommt Ihnen das bekannt vor?

Mit PD Dr. Monika Kritzmöller und Prof. Dr. Hartwig Frankenberg greifen wir die Themen Genuss und Luxus auf: Beide fordern uns – quasi mit Epikur – auf, unsere Sinne zu schulen, wahren Genuss zu erfahren und Verantwortung für unseren Körper zu übernehmen. Im besonderen Maß gilt das für einen Stoff, der vielen als Inbegriff von Genuss und Luxus gilt: dem Alkohol. Lesen Sie, welche Neuerungen dieses Marktsegment für uns bereit hält und welche neuen Erkenntnisse es zu Alkohol und dem häufig gemeinsam mit Alkohol konsumierten Nikotin gibt. Beide wirken Sucht erzeugend und sind deshalb im wahrsten Sinn des Wortes mit Vorsicht – oder gar nicht – zu genießen.

Mit dieser Ausgabe verabschieden wir uns von der Rubrik „Diätetik: Theorie & Praxis“, die viele von Ihnen von den praktischen Erfahrungen erfolgreicher Ernährungsberater hat profitieren lassen. Ab der kommenden Ausgabe rüsten wir Sie mit unserem „Werkzeugkoffer Ernährungsberatung“ aus und machen Sie beratungsmethodisch fit!

Für das neue Jahr wünsche ich Ihnen im Namen des ganzen Redaktionsteams Gesundheit, Erfolg, Glück, viele genussvolle Momente und – noch einmal mit Epikur – treue Freundschaften!

„Von allen Geschenken, die uns das Schicksal gewährt, gibt es kein größeres Gut als die Freundschaft – keinen größeren Reichtum, keine größere Freude.“

Ihre



P. S. Unsere Hefte, die Heft-pdf-Dateien und das Jahresabonnement erhalten Sie übrigens jetzt bequem über den aid-Medienshop unter www.aid-medienshop.de. Unsere Abo-Kunden bekommen die Heft-Downloads nach wie vor kostenfrei über die Internetseiten der Zeitschrift www.ernaehrung-im-fokus.de.



INHALT

4 _____ **KURZ GEFASST**

TITELTHEMEN

6 _____ **Sinnlos? – Blind- und Blendstellen auf der Schokoladenseite des Konsums**

Dr. Monika Kritzmöller

12 _____ **Lust und Luxus**

Prof. Dr. Hartwig Frankenberg

Genießen und Gefallen – Was auf den Tisch kommt, wird (nicht nur) gegessen!

EXTRA

18 _____ **Speed, Simplicity, Connectivity**

Gabriela Freitag-Ziegler

Hausarbeit und Küche im Spiegel aktueller Trends

HINTERGRUND & WISSEN

20 _____ **Lebensmittelrecht**

22 _____ **Wissenschaft & Praxis**

28 _____ **Neues aus der Forschung**

Sinnlos? – Blind- und Blendstellen auf der Schokoladenseite des Konsums

6



Foto: fotolia/nas



Foto: fotolia/Alex-D

18

Speed, Simplicity, Connectivity

Lernen sichtbar machen: Die Hattie-Studie

31



Foto: fotolia/Jar Mojzes

SCHULE

Methodik und Didaktik _____ 31

Lernen sichtbar machen: Die Hattie-Studie

Forum _____ 34

Clever essen und trinken mit der
aid-Ernährungspyramide

Teil 1: Das Unterrichtskonzept für die Grundschule

Teil 2: Das Unterrichtsmaterial im Schultest

BERATUNG

Esskultur _____ 40

Gesunde Küche jenseits von Gyros und
Pommes: Griechenland

Trendscout Lebensmittel _____ 44

Alkoholhaltige Getränke
Deutsche Esskultur pur – oder lieber gemischt?

Dr. Rainer Hufnagel

Zwischenruf _____ 49

Hedonisten, Zyniker und Stoiker: Vom Glück

DIÄTETIK: THEORIE & PRAXIS

Clinical Reasoning: _____ 50

Professionalisierung in der
Ernährungsberatung

BÜCHER _____ 58

MEDIEN _____ 60

50

Clinical Reasoning: Professionalisierung in der Ernährungsberatung

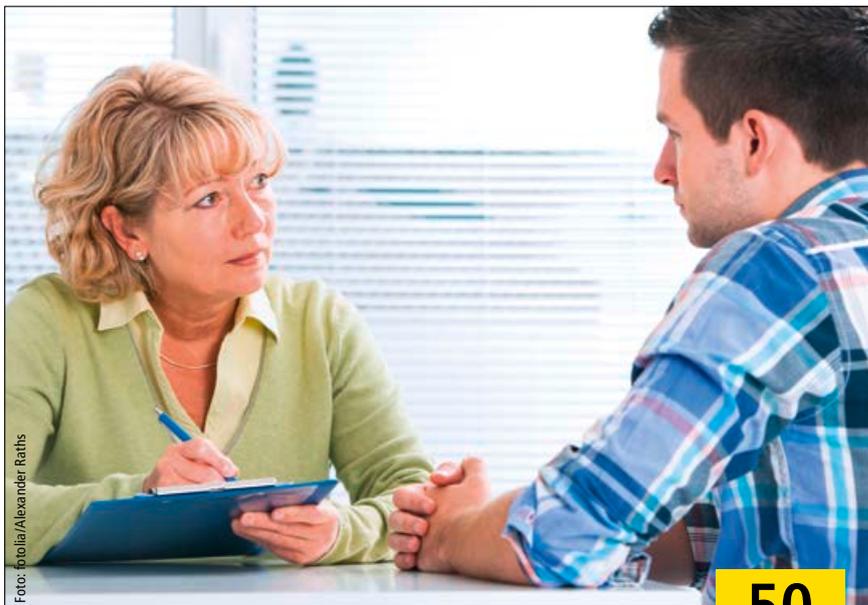


Foto: fotolia/Alexander Rathis



Übergewicht als ständiger Begleiter

Kritische Phase einer „dicken Karriere“ beginnt mit der Einschulung

Übergewicht im Säuglings- und Kindergartenalter bildet sich häufig wieder zurück, ab dem Schulalter nimmt die Wahrscheinlichkeit ab, dass sich das Gewicht spontan wieder normalisiert. Das Forscherteam um Professor Rüdiger von Kries, Institut für Soziale Pädiatrie und Jugendmedizin der Ludwig Maximilians Universität München, verglich das Auftreten und Verschwinden von Übergewicht bei Kindergarten- und Schulkindern. Die Forschergruppe konnte zeigen, dass über 60 Prozent der Kindergartenkinder ihr Übergewicht wieder verloren, während über 80 Prozent der Schulanfänger ihre überschüssigen Kilos auch später

noch hatten. Außerdem wurden fast doppelt so viele der bei der Einschulung normalgewichtigen Kinder bis zum Alter von zehn Jahren übergewichtig wie Kinder im Alter von zwei bis sechs Jahren (15 versus 8 %). Diese epidemiologischen Auswertungen sind von erheblicher Bedeutung für Präventions- und Interventionsprogramme bei Kindern: Im Vorschulalter stehen die noch normalgewichtigen Kinder im Fokus, damit möglichst wenige Übergewicht entwickeln. Ab dem Grundschulalter reicht das nicht mehr aus. Es ist nötig, sich um Kinder mit Übergewicht gezielt zu kümmern, denn ohne Intervention bleiben die meisten Kinder übergewichtig. ■

Kompetenznetz Adipositas, München

von Kries R, Beyerlein A, Müller MJ, Heinrich J, Landsberg B, Bolte G, Chmiztorz A, Plachta-Danielzik S: Different age-specific incidence and remission rates in pre-school and primary school suggest need for targeted obesity prevention in childhood. *Int J Obes* 36, 505–10 (2010)

Vom Luxus zum Standard in 50 Jahren

Was vor 50 Jahren noch kostbarer Luxus war, ist inzwischen für die meisten Haushalte zum Standard geworden: Anfang der 1960er-Jahre konnten sich nur 13 Prozent der Haushalte im früheren Bundesgebiet sowohl einen Kühlschrank als auch einen Fernseher und eine Waschmaschine leisten. Heute gehören diese drei Geräte, plus Telefon, bereits in 90 Prozent der rund 40 Millionen Haushalte in Deutschland zur Standardausstat-

tung. Das ist eines der Ergebnisse der Einkommens- und Verbrauchsstichprobe (EVS) 2013.

Während im Vergleich der einzelnen Gebrauchsgüter nahezu alle Haushalte heute über Telefone und Kühlschränke sowie 95 Prozent über Fernsehgeräte verfügen, waren diese Geräte vor 50 Jahren bei weitem nicht in jedem Haushalt vorhanden: Ein Telefon besaßen lediglich 14 Prozent, ein TV-Gerät 34 Prozent und einen Kühlschrank 52 Prozent. Radios (79 %), Staubsauger (65 %) und mechanische Nähmaschinen (47 %) wa-

ren damals am weitesten verbreitet. Was Anfang der 1960er-Jahre als Neuheit galt, hat inzwischen der Zeitgeist überholt. Damals gab es in 13 Prozent der Haushalte eine Küchenmaschine; heute steht in 71 Prozent der Haushalte ein Mikrowellengerät. Einen Plattenspieler besaßen Anfang der 1960er-Jahre knapp 18 Prozent. 2013 waren CD-Geräte in 85 Prozent der Haushalte vorhanden. Damals verfügten 42 Prozent der privaten Haushalte über einen Fotoapparat, heute sind es mit 84 Prozent doppelt so viele. 73 Prozent können digital fotografieren.

In den vergangenen 50 Jahren haben sich auch die Haushaltsstrukturen deutlich verändert: Während heute drei Viertel der Haushalte Ein- oder Zweipersonenhaushalte sind, traf das Anfang der 1960er-Jahre nur auf knapp die Hälfte (46 %) der Haushalte zu. Besonders stark setzte sich der Trend zum Alleinleben durch: Seit damals hat sich der Anteil der Einpersonenhaushalte von 19 Prozent auf heute 40 Prozent verdoppelt. ■

Destatis



Weitere Informationen:

www.destatis.de und in der Fachserie 15, Heft 1

Präsidium der Deutschen Gesellschaft für Ernährung (DGE) gewählt

Die Mitglieder der Deutschen Gesellschaft für Ernährung e. V. (DGE) haben auf ihrer Jahresversammlung im September 2013 in Freising-Weihenstephan Prof. Dr. Helmut Hesseker, Universität Paderborn, für weitere drei Jahre als Präsident der DGE gewählt. Im Amt als Vizepräsident bestätigt wurde Prof. Dr. Heiner Boeing vom Deutschen Institut für Ernährungsforschung (DIfE), Nutheetal. Unterstützt wird das Präsidium von Prof. Dr. Ulrike Arens-Azevêdo von der Hochschule für Angewandte Wissenschaften in Hamburg, die in ihr neues Amt als zweite Vizepräsidentin berufen wurde. Eine Satzungsänderung hatte die Wahl einer zweiten Vizepräsidentin ermöglicht. Das soll die Umsetzung der Aktivitäten der DGE in die Praxis stärken. Außerdem umfasst das Wissenschaftliche Präsidium weitere acht Mitglieder unterschiedlicher wissenschaftlicher Disziplinen und zwei Vertreter der Sektionsleiter. Als Mitglieder gewählt wurden: Dr. Dorle Grünewald-Funk, Prof. Dr. Ines Heindl, Prof. Dr. Michael Krawinkel, PD Dr. Jakob Linseisen, Prof. Dr. Stefan Lorkowski, Prof. Dr. Jörg Meier, Prof. Dr. Peter Stehle, Prof. Dr. Bernhard Watzl und für die Sektionen Prof. Dr. Christiane Bode und PD Dr. Thomas Ellrott. Gemäß Satzung bestimmte die Mitgliederversammlung auch zwei Vertreter für den Verwaltungsrat, Prof. Dr. Alfred Hagen Meyer aus München sowie Dr. Heiko Zentgraf aus Bonn. Präsident, Vizepräsidenten und alle gewählten Vertreter sind ehrenamtlich für die DGE tätig. ■

DGE e. V., Bonn

Alleinerziehende Frauen überproportional häufig überschuldet

14 Prozent der von Schuldnerberatungsstellen im Jahr 2012 beratenen Personen waren alleinerziehende Frauen. Ihr Anteil war damit mehr als doppelt so hoch wie ihr Anteil an der Gesamtbevölkerung. Alleinlebende Männer waren ebenfalls überproportional häufig von einer Überschuldungssituation betroffen. Mehr als jede vierte von Schuldnerberatungsstellen betreute Person (28 %) zählte zu dieser Personengruppe. Paare ohne Kinder waren vergleichsweise selten überschuldet. Sie stellten 16 Prozent der überschuldeten Personen, ihr Anteil an der Gesamtbevölkerung ist etwa doppelt so hoch.

Hauptauslöser von Überschuldung war der Verlust des Arbeitsplatzes (26 %). Aber auch andere Ereignisse wie zum Beispiel Trennung, Scheidung sowie der Tod des Partners/der Partnerin (zusammen 14 %) oder eine Erkrankung, Sucht oder ein Unfall

(zusammen 13 %) führten häufig zu kritischen finanziellen Situationen. Unwirtschaftliche Haushaltsführung (12 %) und gescheiterte Selbstständigkeit (8 %) waren weitere bedeutende Faktoren.

Auffällig waren die verhältnismäßig hohen Schulden junger Menschen gegenüber Telefongesellschaften. Unter 25-jährige Schuldner hatten durchschnittlich mehr als 1.400 Euro Schulden gegenüber dieser Gläubigergruppe, das waren 19 Prozent ihrer gesamten Verbindlichkeiten. Im Durchschnitt aller beratenen Personen betrug der Anteil der Schulden gegenüber Telefongesellschaften nur 3 Prozent (845 Euro).

Die Ergebnisse beruhen auf Angaben von 238 der insgesamt rund 1.000 Schuldnerberatungsstellen in Deutschland – sie stellten anonymisierte Daten von mehr als 84.000 beratenen Personen mit deren Einverständnis bereit. ■

Destatis

Weitere Informationen:
www.destatis.de



Foto: fotolia/Gordan Jankulo

Diagnose Alkoholmissbrauch

2012 wieder mehr Kinder und Jugendliche stationär behandelt

Im Jahr 2012 wurden 26.673 Kinder und Jugendliche im Alter von 10 bis 19 Jahren aufgrund akuten

Alkoholmissbrauchs stationär in einem Krankenhaus behandelt. Das waren 1,2 Prozent mehr als 2011. Bezogen auf 100.000 Einwohner dieser Altersklasse stieg ihre Anzahl gegenüber 2011 auf 333 (+ 2,4 %). Dabei nahm die Zahl der Mädchen und jungen Frauen um 5,0 Prozent (269 Fälle je 100.000 Einwohner)

zu, die der Jungen und jungen Männer nur um 0,8 Prozent (394 Fälle je 100.000 Einwohner). 75 Prozent der Kinder und Jugendlichen, die stationär behandelt werden mussten, waren noch keine 18 Jahre alt (2011: 72 %). ■

Destatis



Foto: fotolia/rvas

Monika Kritzmöller

Sinnlos? – Blind- und Blendstellen auf der Schokoladenseite des Konsums

Pferdefleischskandal, Verbrauchertäuschung, Deklarationsvorschriften und ihre (unterstellte) Unverständlichkeit, Ampelkennzeichnungen, Genmanipulationen, Bio oder nicht Bio, fast vergessen schon BSE & Co.: Die immer wiederkehrenden Skandale und Diskussionen verweisen nicht nur auf die stofflich-inhaltliche Qualität von Lebensmitteln, sondern belegen auch ein hohes Maß an Verunsicherung im Umgang damit. Banal genug – sie sorgen nicht nur für Gesprächsstoff, sondern sollen auch ... schmecken. In dieser Dimension (unter-)scheiden sich jedoch nicht nur die Meinungen, sondern auch die Zielgruppen mit ihrer jeweils unterschiedlichen sensorischen Kompetenz und die Positionen, wie viel sinnliches Wahrnehmungsvermögen dem Verbraucher denn noch zugemutet werden darf.

Nah und fern zugleich: In diesem Spannungsfeld präsentiert sich einer der zentralsten Lebensbereiche überhaupt – das Essen. Schon Anfang des 20. Jahrhunderts bescheinigt der Soziologe Georg Simmel der Mahlzeit maximale Universalität, denn niemand kann ohne zu essen überle-

ben, zur Freude nicht nur der Anbieter von Lebensmitteln, sondern auch der soziologischen Forschung. Was allen gemeinsam ist, eignet sich aufs Beste, um Vergleiche zwischen Handhabung und Wahrnehmung anzustellen. Wie sehen die Speisen aus? Wie schmecken sie? Wie riechen sie? Wie fühlen sie sich im Mund an? Wie verhält es sich mit dem Nachgeschmack? Die individuelle Wahrnehmung fächert sich jeweils auf entlang der persönlichen Präferenzen, bisherigen Nahrungsgewohnheiten sowie dem kulturellen und sozialen Hintergrund.

Lippenbekenntnisse: „Five Kisses“ als sinn-ästhetische Emotionalisierungsstrategie

Gehen wir zum Dessert über – oder dem amourösen Teil des Tages. Liebe (respektive was unter diesem Label kommuniziert wird) geht bekanntlich durch den Magen und findet ihren Weg auf den Teller, von der „erröten-den Jungfrau“ – ein Auslaufmodell? – bis hin zum „Baiser“ – nomen est omen – zum Anbeißen verführerisch.

Küsse stehen im Jahr 2013 auch im Zentrum der „Limited Edition“ des Speiseeis-Sortiments eines bekannten Herstellers. Der erotische Reigen beginnt chronologisch korrekt mit dem „First Kiss“: Etwas schüchtern? Zart, begehrend, aber zugleich zurückhaltend? Ein wenig fad vielleicht, ohne viel Raffinesse, ein vorsichtiges Herantasten an Neuland. Auch die damit verbundene Geschmacksrichtung „Crème Brulée“ ist bekanntlich nicht dazu geeignet, sich die Lippen zu verbrennen und besticht, zumindest aus der Küche des Gourmet-Chefs – durch eine weiche, cremige Konsistenz mit harmonischen Karamellaromen und sehr viel Seligkeit. Sollte dieser Beginn überzeugt haben, nimmt die Liaison ihren Lauf: Mit „Baiser und roten Fruch(ch)en“ folgt der temperamentvollere „Loving Kiss“. Texturen zwischen Weichheit und Härte werden ausgereizt, Kontraste in Haptik und Geschmack erhöhen den Reiz, das Geschehen wird in jeder Hinsicht farbiger. Der Weg ist geebnet für den „Passionate Kiss“, bei dem idealiter die Bedeutung der Geschmacksrichtung Tiramisu Programm ist und dem/der Liebsten in leidenschaftlicher Hingabe förmlich den Boden nimmt, in schwereloser Glückseligkeit, leicht berauscht vom Amaretto und angeregt (nicht nur) von kräftigem Espresso. Um die Schokoladenseiten des Lebens optimal auszureizen, geht es an die dunkleren Dimensionen der menschlichen Balz; „Flirty Kiss“ setzt auf passagere Freuden statt ewiger Bindung, getreu der durch das Eis-Sortiment evzierten Multioptionalität. Die Süße der Schokolade geht mit ihrer sprichwörtlich euphorisierenden Wirkung einher und, entsprechende Qualität(en) vorausgesetzt, schmilzt lustvoll auf der Zunge dahin. (Kann ein Flirt die kalorienfreie Variante des Schokonaschens sein?) Die Apfeltarte schließlich weist den Weg in verbotene Liebesgärten. Wohl dem, der mit entsprechend gutem Geschmack die zur Verfügung stehenden Nuancen virtuos zu unterscheiden weiß, damit der „Stolen Kiss“ mit paradiesischen Genüssen anstatt bitterer Erkenntnis und der Verdammnis zu harter (Unterhalts-)Arbeit einhergeht. Von dunkelbraun bis elfenbeinweiß antworten die glatten, geradezu ergonomisch geschwungenen Schokoladenhüllen dem begehrlischen Biss mit dem beschriebenen „Knacken“, sobald das Eis bricht: „Hören Sie es? Erst diese erwartungsvolle Stille, das Knistern in der Luft, noch ein kurzer Moment – und dann ... Es ist dieses unvergleichliche Knacken, das es zum unvergesslichen Geschmackserlebnis werden lässt.“ (www.unilever.de) Wenn es solchermaßen knistert, fragt freilich kaum je-



„5 Kisses“: Wenn Emotionen den Kopf verdrehen, gilt Leidenschaft statt (Verbraucher-)Logik.



Foto: Host Kritzmböller

mand mehr danach, ob die „Chemie“ unter der seidig fließenden Oberfläche auch wirklich stimmt. Wie sein amouröses Vorbild zielt auch das Eis darauf ab, die Sinne schwinden zu lassen, nachdem sie zuvor nach allen Regeln der Kunst geweckt worden sind.

Zungenspitzengefühl: „Cru de Cao“ als Führerschein zur Kennerschaft

Deutlich rationaler präsentiert ein Premiumschokoladenhersteller seine im Luxus-Segment angesiedelten Schokoladen „Cru de Cao“: Hier ist, mit Anspielung auf die Weinkultur, Kennerschaft gefragt, nicht hedonistisches Lotterleben. Schon der mit einer Banderole verschlossene, glatte Schuber mit Drucklack-Relief verdeutlicht den Aufruf zu bewusstem Verzehr, anstatt sinnlos (?) unbeherrscht das Papier aufzureißen. Im Inneren des sich wie ein Triptychon öffnenden „Schreins“ wird der Konsument aufgefordert, nicht nur genau hinzusehen, sondern mit allen Sinnen wahrzunehmen – kein Wunder, gilt es doch, den Verkaufspreis von 3,50 Euro (6,30 CHF) für 50 Gramm Vollmilchschokolade zu rechtfertigen. Bevor das Produkt zwischen die sich ihm anbietenden Lippen wandert, heißt es, genauer hinzusehen, denn „Ihr erster Eindruck bezieht sich auf Farbe, Struktur und Glanz“. Es folgt die haptische Wahrnehmung über den Tastsinn von Fingerspitzen und Zunge. Auch das bereits beim Eis charakterisierte Knacken darf als Bestandteil des synästhetischen „Soundkonzepts“ nicht fehlen, während die olfaktorischen Qualitäten wahrgenommen werden wollen, ganz ähnlich, nur weitaus kontrollierter als bei der amourösen Hingabe an das *Objet de désir*: „Schließen Sie die Augen!“ Fast profan mutet schließlich der Verweis auf den Geschmack des Produkts an: „Intensivieren Sie Ihre Erfahrung. Welche Aromen und Nuancen eröffnen sich Ihnen?“

Beileibe geht es also nicht um die Befriedigung gieriger Schoko-Lüste, sondern um einen wohldosierten Verzehr. Der Bedarf an solcherlei schon schulmeisterlich anmu-

Schokoladen-Fahrplan: Didaktische Maßnahmen leiten an zur disziplinierten Wahrnehmung mit allen Sinnen.

tender Nachhilfe wird den erlebnishungrigen Eiskonsumenten ganz offensichtlich nicht unterstellt – und auch nicht das Interesse, genauer hinschauen, -spüren und -schmecken zu wollen. Die Aufmerksamkeit des idealtypischen Eis-Konsumenten verbleibt an einer hoch emotionalisierten Oberfläche, die Ratio des tieferen Hinterfragens ist nicht Teil des Konzepts. Dem gegenüber ist sich der Schokoladenproduzent der hohen Qualität seiner Produkte so sicher, dass ein Tieferdringen der Wahrnehmung nicht nur gewünscht, sondern geradezu gefordert wird, wobei freilich der zahlungsbereiten Zielgruppe nicht zutraut wird, über ein entsprechendes Sensorium zu verfügen.

Unter die Haut: Körperliche Praxen der Wahrnehmung

Unmissverständlich verweisen diese (werblichen) Strategien des Umgangs und der Steuerung von Wahrnehmung auf gleichermaßen unterschiedliche Produkt- wie Zielgruppenkategorien. Dass Liebe und Verliebtheit die Ratio außer Kraft setzen können, ist bekannt. Mit ähnlichem Mechanismus operiert die genannte Speiseeiswerbung, wenn zwar das Kuss-Erlebnis – das „die“ Wahrnehmung mit allen Sinnen schlechthin impliziert – im Vordergrund der Werbebotschaft steht, ein bewusstes Hinterfragen der Sinneserfahrung hingegen vermieden wird. Das Ausmaß der Auseinandersetzung reduziert sich, indem Wahrnehmung jenseits der physischen auf eine emotionale Ebene gelangt. Eine solche Ästhetisierungspraxis, in der sich, wie Wolfgang Fritz Haug es formuliert, das Gebrauchswertversprechen vom Warenleib ablöst, ist weitverbreitete (und per se unabdingbare) Praxis einer Bewerbung und Darstellung von Lebensmitteln, von denen der Konsument während der Entscheidung zum Kauf physisch getrennt ist. Die Distanz zwischen der farbenfrohen, knusprigen Pizza, dem kunstvollen Asia-Gemüsearrangement, der dampfenden Hühnersuppe auf der Verpackung ist allerdings weitaus größer als die millimeterdünne Materialstärke von Karton, Weißblech oder Plastikbecher. Die solchermaßen aufgebaute visuelle Prägung entlang von stabil sozialisierten Sehgewohnheiten vermittelt ein Geschmacksimage, das der Konsument idealiter beim Öffnen der Verpackung und dem Verzehr des Produkts nur wenig gründlich überprüft. Gleichmaßen prägend wirken szenische Arrangements des „Savoir Vivre“, gerne zelebriert von der Frühstücksmargarine über den Käse bis hin zum Wein, wo die Konnotation mit gesellschaftlich erwünschten, ersehnten Lebensstilen und -situationen zum Transmissionsriemen der Produktakzeptanz werden.

Zumindest auf den ersten Blick weitaus mühsamer – für Konsumenten wie Hersteller – gestalten sich Produkte, deren Vermarktung und Konsum auf tatsächliches Erfahrungspotenzial ausgerichtet sind: Dies setzt zum einen die Existenz qualitativer Produktmerkmale voraus, die einer kritischen Auseinandersetzung Stand halten und der sinnlichen Wahrnehmung zugänglich sind. Sie werden bewusst „körpernah“ am Warenleib kommuniziert, was zum Zweiten eine entsprechende Bereitschaft

zur Auseinandersetzung mit dem Produkt seitens des Konsumenten voraussetzt. So ist das Schokoladentäfelchen von didaktischen Maßnahmen begleitet, um nicht nur die Auseinandersetzung mit dem eigenen Erzeugnis, sondern auch den Vergleich mit Konkurrenzprodukten zu fördern, auf dass der solchermaßen eingeweihte Schokoladic Qualität(en) zu unterscheiden und sein diesbezügliches (Körper-)Wissen anzuwenden lernt. Der Hersteller sieht sich also auf die Differenzierungsfähigkeit des Konsumenten angewiesen, um Produktmerkmale zur Geltung zu bringen, und auf dessen Interesse, sich mit dem Sachverhalt überhaupt auseinanderzusetzen. Als Ergebnis diverser gesellschaftlicher Entwicklungen wie einer zunehmend kritischen Haltung gegenüber (industriell hergestellten) Lebensmitteln, ökologischen und gesundheitlichen Fragstellungen, öffentlicher und medialer Diskussion verbuchen derart herausfordernde Produkte in den vergangenen Jahren Konjunktur. Davon zeugt der wortreich formulierte Manufactum-Versand- (und Lebensmittel-)Katalog von wachsender Dicke ebenso wie der Wunsch nach „authentischem“ Erleben in Hofkäseereien oder Slow-Food-Seminaren. Zugleich verweisen diese Entwicklungen auf ein verändertes Zustandekommen lebensstilistischer Statussymbolik.

Wahl-Verwandtschaften: Vergesellschaftung (nicht nur) „der Nase nach“

Lebensstilistische Statussymbolik lässt sich – auch wenn sogar im kommerziellen Bereich nach wie vor ein (die Verhältnisse bis zur Unkenntlichkeit vereinfachendes) Verständnis der Hierarchisierung von Ressourcenanhäufung vorherrscht – nur sekundär an klassischen Schichtungsparametern festmachen. Die angesprochenen Gegensätze zwischen unbekümmertem Hedonismus und sorgsamer Kontemplation stehen hingegen in engem Zusammenhang mit der Art des Umgangs mit sinnlicher Wahrnehmung sowie – als Resultat dessen – dem „Geschmack“. Bereits Max Weber diagnostizierte den Geschmack als eine der „unüberwindbarsten ständischen Schranken“ (Weber 1995). Das ist wenig verwunderlich, denn er bedeutet nichts anderes als die Art und Weise, wie Phänomene wahrgenommen und interpretiert werden. Im Konstrukt des „Habitus“ als Bindeglied zwischen äußerer Welt, Gesellschaft und Individuum bildet dieses Differenzierungsmerkmal einen Kerngedanken von Pierre Bourdieus Theorie, und ganz im Gegensatz zum Alltags-Bonmot lässt sich auf soziologischer Ebene über Geschmack durchaus streiten. Soziale Nähe und Distanz drücken sich bereits sprachlich durch physisch-sinnliche Metaphern aus, etwa wenn Personen sich (nicht) riechen können, einem die Situation gewaltig „stinkt“, weil sie ein „Geschmäckle“ oder ein „Hautgout“ verströmt. Und auch neuumgangssprachliche Formulierungen – wenn selbst ein Businessplan noch „sexy“ ankommen soll und „geil“ als Oberbegriff evaluativer Zustimmung fungiert – greifen auf nichts anderes als tiefe, freilich banalisierte und damit paralyisierte Sinnlichkeit zurück.

Die so entstehende Sympathie oder Antipathie, die (mit-)entscheidet, wer mit wem zu tun haben möchte

(oder auch nicht), liegt in der soziologischen Funktion der Sinne begründet: „Nous apprenons par le corps“, erklärt Pierre Bourdieu, weshalb man diesen Körper nicht „hat“ wie eine an- und wiederbeschaffbare Sache, sondern man „ist“ dieser Körper mit all seinen Merkmalen, Kompetenzen und auch Defiziten. Während die physiologisch messbare Sinneskompetenz den Menschen weit abgeschlagen hinter dem untrüglichen Adlerauge, der selbst auf Trüffelsuche trainierbaren Hundenase, geschweige denn dem Echlot einer Fledermaus rangiert, profiliert sich *homo sapiens* durch seine Fähigkeit, Wahrgenommenes mit seinem Erfahrungsschatz zu verknüpfen und durch diese Syntheseleistung auf eine höhere, reflektiertere Ebene zu transportieren. Deren Gestalt ist ein klares und unentrinnbares Spiegelbild der Summe bislang gesammelter Erfahrungen, die, im Sinne von Marcel Mauss, in jeweils unterschiedlichen Körpertechniken zum Ausdruck kommen. In sämtlichen Lebensbereichen wird daher das angestammte Terrain ersichtlich – ob im Gespür des Strandbewohners für Wetterwechsel, der alpinen Fähigkeit, sich auf unebenem Terrain zu bewegen, oder der Virtuosität, sich auf gesellschaftlichem Parkett mit seinem noch größeren „Absturzrisiko“ zu behaupten, wo das Repertoire an Feinheiten in Geste, Wort und Tonfall auf Vertrautheit und damit die Legitimation einer Zugehörigkeit schließen lässt. Auch Weinkennerchaft lässt sich nur durch beständiges „Üben“ und Vertrautwerden mit den Nuancen von Aromen erlangen, verbunden mit entsprechender theoretischer Auseinandersetzung mit dem Erfahrenen. Doch ebenso ist in (monetär) weniger elitären kulinarischen Gebieten Finger- (oder Zungen-) spitzengefühl gefragt, von der Einschätzung der Konsistenz eines Nudelteils über die Differenzierung unterschiedlicher Kartoffelsorten bis hin zur nicht nur rational zu beantwortenden Frage, ob „Bio“ tatsächlich besser schmeckt.

Sinnliche Wahrnehmung und Körpergefühl sind auch nach dem Genuss (oder neutraler ausgedrückt: Konsum) von Lebensmitteln gefordert, in der Feststellung von (Un-)Bekömmlichkeiten, wenn der Abend im Lieblingsrestaurant zwar heiter, der Kopf am nächsten Tag allerdings (nicht nur aufgrund des Alkoholkonsums) umso schwerer ist, sich das ausgedehnte Essen am Abend als lebensstilistisch chic, dem Schlaf aber nicht unbedingt zuträglich erweist oder sprichwörtlich wie Pilze aus dem Boden schießende Hautunreinheiten Erinnerungen an das ansonsten weit zurückliegende Teenie-Zeitalter wecken. Auch dann wäre, der eigenen Wahrnehmung folgend, Syntheseleistung gefragt. Indem diese jedoch in potenziellem Widerspruch mit bisherigen, scheinbar funktionierenden Heuristiken steht, und in Folge Verhaltensänderungen einforderten, zu denen nicht immer die Bereitschaft besteht, floriert neben Convenience- und Fast Food auch die pharmazeutische Branche mit ihrem breit gefächerten Angebot an Medikamenten gegen Verdauungsbeschwerden. Ganz physisch Seite an Seite mit Rezepten sowie der werblichen Anpreisung diverser Lebensmittel finden sich in bemerkenswerter Selbstverständlichkeit Anzeigen, die Abhilfe gegen Sodbrennen, Magenschmerzen, Blähungen oder Völlegefühl versprechen. Gemeint ist nichts anderes als die Ausschaltung

sinnlicher Wahrnehmung und damit derjenigen körperlichen Hinweise, die eine Modifikation der Ernährungsgewohnheiten nahelegen. Zeitgleich fordern Konsumentenschützer eine Pauschalentlastung von derartigen Auseinandersetzungsprozessen, indem durch gesetzliche Restriktionen die eigene Wahrnehmungsfähigkeit nicht gefördert, sondern begrenzt wird, in der Annahme, was erlaubt ist, sei auch bekömmlich.

Schlüsselkompetenzen: Syn-ästhesie der Lebensstile

Keine Beachtung finden in dieser Diskussion maßgebliche gesellschaftliche Entwicklungen, die sich jenseits des Lebensmittelsektors in allen Bereichen vollziehen. Sie fordern eine so ausgeprägte Wahrnehmungsfähigkeit als Voraussetzung, gezielt aus- und abwählen zu können, wie es einst galt, Situationen existenzbedrohender Knappheit zu überwinden. Nur symptomatisch spiegelt die Lebensmittelbranche eine zentrale Herausforderung gegenwärtiger Lebensstile, eine Fülle koexistierender Optionen sichten, evaluieren, selektieren und praktizieren zu können, und dies bei vielfach miteinander konfligierenden Folgen, die ohnehin in ihrer Konsequenz nicht absehbar sind. Die Verantwortung liegt dabei in demselben Maß beim handelnden Individuum, in dem es sich aus gesellschaftlichen Zwängen und Reglementierungen verabschiedet hat (diese wurden ebenfalls zur Option) und seine Freiheit beansprucht.

Dabei unterscheiden sich sinnlich wahrnehmbare „Entscheidungshilfen“ grundsätzlich von jenen Phänomenen, die sich selbst dem sensibilisierten Gaumen entziehen. Bereits in den 1980-er Jahren diagnostizierte Ulrich Beck eine Entsinnlichung von Risiken (Beck 1986). Dass überlagerter Fisch nicht unbedingt zum Verzehr anregt, liegt

„Feine Unterschiede“: (Guter?) Geschmack – als unerbittlichster aller Unterschiede – fällt sein Urteil in Nuancen.



Foto: Herline Koebli als dem Buch „Feine Leute“ 1985

auf der Hand. Weitaus komplexer wird die Sachlage mit nicht mehr vom Laien schmeck-, tast-, sicht- oder riechbaren Manipulationen, angefangen bei gentechnischen Veränderungen über den Zusatz chemischer Stoffe bis hin zu diversen Be- und Verarbeitungspraxen und der schlichten Frage, welches Tier sich auf dem eigenen Teller befindet. Hier stellt sich die Frage nach der gesundheitlichen Verantwortbarkeit, die sich ohnehin lediglich entlang des State of the Art (Stand der Technik) beantworten lässt. Jenseits aller potenziellen oder faktischen Gefährdungslagen steht zudem der legitime Wunsch, selbst zu entscheiden, was in Einklang mit der individuellen Präferenzordnung steht und was man dem Körper zuführen, bisweilen auch zumuten möchte, sehenden Auges im Zuge einer persönlichen „Nutzenabwägung“. In beiden Fällen bedarf es der Auseinandersetzung mit dem eigenen Ernährungsstil – sinnlich sowie intellektuell. Eine Vielzahl von Essstörungen, von Adipositas über Anorexie oder Bulimie bis hin zu ernährungsbedingten „Zivilisationskrankheiten“ lassen sich dabei als Metapher einer Zeit interpretieren, in der die Kompetenz – und Bereitschaft – solchermaßen im doppelten Wortsinn wahrzunehmen, nicht in allen Teilen der Gesellschaft gleichermaßen ausgeprägt ist. Soziale Ungleichheit, ein in sämtlichen Gesellschaften existenter Zustand, der gleichermaßen angeprangert wie auch zu überwinden angestrebt wird, drückt sich also maßgeblich im Sensorium der Akteure aus und wird durch diese weiter reproduziert.

Sensorische Vorratskammer: Selektionskompetenz als Differenzierungskriterium von Zielgruppen

Wohl bekomm's: Auseinandersetzung mit den Speisen, bevor diese im Magen liegen, erspart die medikamentöse Bekämpfung etwaiger Symptome.

Schon immer schrieben sich die Lebensumstände einer Person in ihren Körper ein, doch waren einst unmissverständliche Spuren von Knappheit oder Fülle, harter Arbeit oder demonstrativem Müßiggang der unentrinnbare

Code, durch den sich Akteure ihrer „Klasse“ zuordneten. Gegenwärtig kommen neue körperliche Dimensionen sozialer Unterschiede zum Ausdruck: Einer persönlichen Signatur des Lebens gleich trägt der Körper die Summe der bisher getätigten Wahlakte in sich, Wahlakte, die nicht mehr in einem weitgehend deterministischen Verhältnis zur sozialen Lage stehen, sondern das Ergebnis eigener, freilich durch das soziale Umfeld beeinflusster Entscheidungen sind. Fitness-Freak oder Couch-Potato, „all you can eat“ oder gezielte Selektion, Marmelade kochen oder TV-Marathon als sonntägliche Familienbeschäftigung, all diese Präferenzordnungen sind nicht mehr Frage der Verfügbarkeit reichhaltiger finanzieller Ressourcen, sondern des Zugangs zu sich selbst, seinem Körper und der Perspektive auf das eigene Leben. Und auch das gerne geäußerte „Aus-Kriterium“ des (angeblichen) „Zeitmangels“ erfuhr eine weitreichende gesellschaftliche Umkehr; sind es doch gerade die ressourcenverwöhnten Gruppen, deren Arbeitszeiten bisweilen das Maß eines Fabrikarbeiters aus dem 19. Jahrhundert erreichen, während in weniger gut bezahlten Sparten komfortable Tarifregelungen ein nie dagewesenes Maß an (Frei-)Zeitautonomie garantieren. Darüber hinaus verfügten noch vor einigen Jahrzehnten gerade weniger privilegierte Personengruppen über bemerkenswerte Fähigkeiten in der Auseinandersetzung mit Lebensmitteln, ihrer Gewinnung und (sparsamen, so doch qualitätvollen) Verarbeitung. Fehlendes Einkommen wurde – zumindest teilweise – mit Kompetenzen kompensiert, wie sie sich bisweilen auch ost- oder südeuropäische Migrantengruppen aufgrund ihres unterschiedlichen kulturellen Hintergrunds bewahrt haben und wie sie in ähnlicher Form, versehen mit erheblichem lebensstilistischem Prestigefaktor, in stilbewussten Kreisen erneut aufleben. Deutlich wird also eine Bewegung „quer“ zu Bildung und Einkommen mit Fokus auf der Strukturierung von Wahrnehmungs- und Bewältigungskompetenzen. Eine juristische Aussage über das als notwendig definierte Ausmaß des Verbraucherschutzes im Lebensmittelbereich sowie über dessen inhaltliche Ausgestaltung setzt also eine vorangegangene Auseinandersetzung mit gesellschaftlichen Strömungen und den sozialen Ursachen des Konsumentenverhaltens voraus. „Recht“ – und das, was also solches empfunden wird – ist idealiter ein Abbild vorherrschender gesellschaftlicher Kernfragestellungen, zu deren verbindlicher und realitätsnaher Regelung entsprechende Normen festgeschrieben werden. Dies ist auch im Lebensmittelbereich nicht neu. So nahmen sich im Jahr 1899 die Eidgenossen ihre europäischen Nachbarn für den Erlass des ersten Schweizer Lebensmittelgesetzes zum Vorbild: „Das Schweizer Volk hat durch die Abstimmung vom 11. Juli 1897 sich mit aller wünschbaren Deutlichkeit dahin ausgesprochen, dass es [...] einen Zustand beseitigen will, der es in unserem Land unmöglich macht, seine Einwohner im Verkehr mit Lebensmitteln und den Gebrauchsgegenständen des täglichen Haushalts in gleicher Weise vor Gesundheitsschädigung oder Ausbeutung zu schützen, wie [Frankreich, England, Deutschland, Italien, Belgien und Österreich] es thun“ (BAG 2009). Zeitpunkt und Inhalt kamen nicht von ungefähr: Mit ganz ähnlichen Fragestellungen wie den gegenwärtigen gewann zu Zeiten des Jugendstils die Lebensreformbewegung an

Zutaten:

Weizenmehl, Zucker, Schokolade (16%), Fruktose, Backpulver (Backtriebmittel Glucono-delta-lacton, Natriumhydrogencarbonat, Dinatriumdiphosphat), Magermilchpulver, Stabilisator (E 466), Kochsalz, Emulgator (E 472b, E475), Glukosesirup, Aroma.

Foto: Peter Meyer/aid

Schwung. Unter dem Primat allgegenwärtiger Schönheit wurden nicht nur Naturformen in der Architektur überhöht, sondern auch der Körper in bisweilen anstrengender (weil zur Selbstdisziplin gemahnender) Weise kultiviert. Neben Bade-, Tanz- und Sportkultur entfachte das Streben nach „Ästhetik“ als Fähigkeit zu sinnlicher Wahrnehmung von Wohlgeschmack und Wohlbefinden einen Diskurs über adäquate Ernährung. Das (bereits vor einem Jahrhundert aufgekommene) Missfallen gegenüber zunehmend denaturierten, in ihrem Zustandekommen nicht mehr nachvollziehbaren Lebensmitteln mündete auf legislativer Ebene in benanntes Gesetz, während in der kulinarischen Praxis die vielfach vegetarische Küche mit naturbelassenen Rohstoffen auch und gerade in der Luxus-Gastronomie Einzug hielt.

Selbst-Behalt: Konsumenten-Autonomie als Schablone juristischer Gesetzgebung

Anstelle einer tendenziös emotionalisierenden Opfer-Rhetorik ist also die Berücksichtigung gesellschaftlicher Entwicklungen unabdingbar, wenn Gesetzgebung und Verbraucherschutz im Lebensmittelbereich definiert, diskutiert und evaluiert wird. Aktuell stellt sich insbesondere die Frage nach der Zuschreibung von Verantwortung, deren Wahrnehmung nicht nur beim Gang durch den Supermarkt eine zentrale alltägliche Aufgabe in freiheitlich organisierten luxurierenden Möglichkeitsgesellschaften darstellt. Dies gilt zum einen für die sinnliche Auseinandersetzung mit Lebensmitteln (und deren Auswirkungen auf den Organismus) in Bereichen, die der individuellen Ästhetik zugänglich sind. Eine Auseinandersetzung auf intellektueller Ebene ist gefordert, wenn potenzielle Risiken und ganz generell „Qualitäten“ von Lebensmitteln der eigenen Wahrnehmung nicht mehr zugänglich sind. Hier stellen sich Chancen wie Herausforderungen eines Umgangs mit Kommunikation im Lebensmittelbereich, die sich offensichtlich derzeit in einer Schieflage befindet. Eine vielerorts attestierte gefühlte Täuschung der Konsumenten bei zugleich nie dagewesenem Zugang zu Informationsangeboten auch und gerade im Konsumbereich zeigt ein Auseinanderklaffen von Erwartungen und Versprechungen bezüglich der „Schokoladenseiten“ beworbener Produkte. Anbieter stehen vor der Aufgabe, sich potenziellen Zielgruppen verständlich zu machen und sich jenseits einer (in der Regel ohnehin korrekten) Einhaltung gesetzlicher Rahmenbedingungen die Voraussetzungen zum Aufbau des erforderlichen Vertrauensverhältnisses sowie dessen Toleranzbereich in der Entstehung und Vermarktung von Lebensmitteln zu vergegenwärtigen. Appelle an „Vernunft“ und „Logik“ sind, ähnlich der Irrationalität von „Loving, Passionate oder Stolen Kiss“, hierbei wenig hilfreich. Gleichermäßen illusorisch dürfte es sein, den – in der Flut allgegenwärtiger Optionen potenziell überforderten – Konsumenten ähnlich überbesorgter Eltern von seiner Eigenverantwortung „entlasten“ zu wollen, was faktisch seiner Entmündigung gleichkäme.

Zielführender gestaltet sich ein Blick auf die Akteure, denen die beschriebene Situation nicht nur die Bereitschaft



Paradies-Garten: Kulturfertigkeiten der Lebensmittelkenntnis und -verarbeitung eröffnen preiswerte kulinarische Höhenflüge.

zur eigen-sinnlichen Wahrnehmung abverlangt. Wo diese keinen Aufschluss mehr über Qualität und „Historie“ der offerierten Produkte geben kann, wollen Informationsinstanzen und -inhalte in Einklang mit dem eigenen Lebensstil, den Anforderungen oder dem Kenntnisstand selektiert werden.

Es gilt deshalb, Ursachen und Auswirkungen der beschriebenen Formen sozialer Ungleichheit zu thematisieren, wenn diese nicht (mehr) unvermeidlich durch verwehrt Privilegien in festzementierten Verhältnissen zustandekommen. Vielmehr stehen unterschiedlich ausgeprägte Praxen, sich zentralen gegenwärtigen Anforderungen zu stellen, dem Aufbau von Produkt-Images gegenüber, die in der gesellschaftlichen Erwartung ambivalent erscheinen. Gerade im kulinarischen Bereich verspricht die beiderseitige Bewältigung dieser Aufgabe einen enormen Zugewinn an Autonomie „auf Augenhöhe“ sowie an sinnlicher Lust und Leidenschaft.

Die Literaturliste finden Sie im Internet unter „Literaturverzeichnisse“ als kostenfreie pdf-Datei.

Die Autorin

PD Dr. Monika Kritzmöller untersucht in ihrem Forschungs- und Beratungsinstitut „Trends und Positionen“ Phänomene von Lebensstil und Alltagskultur und setzt ihre Erkenntnisse in der Praxis von Unternehmen und Institutionen um. Zudem unterrichtet sie Soziologie an der Universität St. Gallen.



PD Dr. Monika Kritzmöller
Axensteinstraße 27
9000 St. Gallen – Schweiz
mail@kritzmoeller.ch



Hartwig Frankenberg

Lust und Luxus

Genießen und Gefallen – Was auf den Tisch kommt, wird (nicht nur) gegessen!

*„Leisten wir uns den Luxus,
eine eigene Meinung zu haben!“*

Otto von Bismarck (1815–1898)

Voll im Bild: Die zufällige Hinterlassenschaft einer Tischrunde (noch ohne Rauchverbot!) von Daniel Spoerri, 1972 originalgetreu fixiert, dann aufgerichtet um 90 Grad, zur Kunst erklärt und unter dem Titel „Tableau piège“ (Fallenbild) als Beispiel für „Eat Art“ an die Wand gehängt. Kann das auch den Weg zu einem neuen Verständnis von „Luxus“ bedeuten?

Genießen? Ein schönes, wohlschmeckendes Essen mit reichlich gutem Wein aus freudigem Anlass und in froher Gesellschaft? Vorsicht! Genießen ist eine Medaille mit zwei Seiten: Auf der Haben-Seite verbuchen wir körperliche und seelische Behaglichkeit, fühlen uns bereichert, vielleicht auch in unserem Umfeld aufgewertet, anerkannt und emporgehoben. Wir erleben uns bestätigt – ein Zustand, der sich bis zum Rausch verselbständigen kann! Auf der Kosten-Seite regen sich mitunter Be-

denken, gar Reue und schlechtes Gewissen, weil das Erlebnis unseres Genusses nicht nur endlich ist, sondern unsere finanziellen Mittel übersteigen könnte, das Zeitbudget sprengt, die Einhaltung ärztlicher Ratschläge gefährdet, Diät-Vorschriften torpediert, sich etwa gekränkte Eitelkeit im Übergewicht regt, oder gar Gebote oder Vereinbarungen (auch mit sich selbst!) verletzt. Da mag schaler Nachgeschmack aufkommen, der nach dem Genuss eines Luxus-Gutes unser Gemüt beschwert. Überhaupt der Luxus! Allgemein genießt er keinen guten Ruf, gilt als ruinöse Verschwendung wertvoller Ressourcen und verabscheuungswürdiges Laster. Schon weit vorab wird er gerne moralisch degradiert, vernünftelnd abgelehnt, besserwisserisch kritisiert und beneidet – meist von Menschen, die unsere Lebensweise nicht nachvollziehen können oder denen die Mittel kultureller oder finanzieller Art für einen solchen Genuss einfach fehlen. Vielleicht ist es an der Zeit, einen individualistischen und zugleich sozialproduktiven Begriff von „Luxus“ zu entwickeln – als freies, offenes und positives Verständnis für die Begriffsreihe zwischen Lust und Genuss, ohne dass ungerufene Bedenkenträger ihren moralischen Zeigefin-

ger mahrend oder strafend erheben müssen. Die folgenden Darstellungen und Analysen kulinarisch-gastronomischer Beispiele lassen sich als Arrangement von Dekonstruktionen begreifen, jenem philosophisch begründeten Spiel, das Strukturen offenlegt, aufbricht und ihre Instabilität sichtbar werden lässt.

Prominenten-Hochzeit mit Wiener Schnitzel und Bratkartoffeln

Im August 2013 heiratete Schauspieler Maximilian Schell, Oscar-Preisträger und gebürtiger Wiener, mit 82 Jahren seine Lebensgefährtin, die 35-jährige Opernsängerin Iva Mihanovic. Bei der Hochzeit mit rund hundert geladenen Gästen im österreichischen Kärnten ging es zünftig zu: Man feierte in der kleinen Gemeinde Preitenegg im örtlichen Gasthaus „Hanslwirt“. Es gab Wiener Schnitzel mit Bratkartoffeln! Zum Nachtisch wurde Kaiserschmarrn gereicht, das Lieblingsdessert der jungen Braut. Zuvor war das Paar nach dem standesamtlichen Ja-Wort im Regen im offenen, blauen Oldtimer-Mercedes-Cabriolet vorgefahren. Das sind filmreife, romantische Szenen, wenn ein Grandseigneur, der schon ein überaus erfolgreiches Leben hinter sich hat, eine junge Frau heiratet, die seine Enkelin sein könnte. Das ist Luxus – als Überfluss an Möglichkeiten, an Fantasie und himmelwärts strebender Dekadenz – wenn bürgerliche Zweckbestimmungen außer Acht gelassen werden können: Nicht nur, wenn das Dach eines edlen Cabriolets bei der Fahrt im Regen unerschütterlich offenbleibt, auch wenn die überschäumende Lebensfreude der beiden Brautleute hoffentlich erst in weitester Ferne in verklarte Erinnerungen an gemeinsame, glückliche Zeiten übergeht. Da ist „Dinner for One“ plötzlich ganz nah!

Die Inszenierung einer solchen Hochzeit als volkstümliche Feier ist die folkloristische Pose des „einfachen Lebens“ gesellschaftlicher Elite, so wie in Mittelalter und Früher Neuzeit sogenannte „Bauernfeste“ an Königs- und Fürstenhöfen gefeiert wurden. Die bewusste Einfachheit ritueller Spezialitäten – ein rührendes Downsizing – dient der durchaus medienwirksamen, gesteigerten Gegenwart des Feierns und der einverleibenden Erinnerung. Überhaupt mögen es die Eliten bisweilen gerne auch „ganz simpel“, pfeifen auf ihre anerzogenen Standards und demonstrieren das lustbetont in aller Öffentlichkeit.

Kulinarische Neuschöpfungen aus Verrücktheiten und Küchen-Unfällen

Ob der Kaiserschmarrn, den sich Maximilian Schells Braut wünschte, aus einer kreativen Obsession des Hof-Pâtissiers unter Kaiser Franz Joseph entstand, ist nicht eindeutig überliefert. Bekannt sind allerdings ungewöhnliche, spontane Kombinationen als alimentäre Neuschöpfungen – geboren aus „Not“, Zufall, Küchenunfall, Übermut oder Kreativität wie etwa Spargel mit Bratwurst, Zitronen-Eis mit Sekt oder Wodka. Vielleicht ist die Dessert-Kombination der 1980er-Jahre aus satt-süßen Erdbeeren



Foto: picture-alliance/dp

mit scharfem, grünen Pfeffer, die nun auf jeder bürgerlichen Speisekarte zu finden ist, einstmals so entstanden. Kreative Küchen- und Gastronomie-Konzepte wie „Blüten-Küche“ oder „Dunkel-Restaurant“ gelten heute als letzter Schrei, werden als Innovation bestaunt oder mit Irritation quittiert. Überhaupt ist der „letzte Schrei“ meist eine gesellschaftliche Wegegabelung kontrastierender Bewertungen, wenn die einen sich aus Mangel an Lernbereitschaft von einer Novität abwenden, andere sich ohne Differenzierungsfähigkeit begeistert darauf stürzen, um sie schon bald wieder zu vergessen, und wieder (ganz) andere sich eher still und aufgeschlossen dem Neuen wahrnehmend überlassen.

Luxus im Downsizing irdischer Himmelfahrt: Maximilian Schell heiratet mit 82 Jahren seine 35-jährige Lebensgefährtin.

Die Blütenküche

Blüten sind nicht nur hübsch, sondern schmecken auch, zum Beispiel Geranien, Rosen, Klee, Ringelblumen oder Borretsch. Die Blüten dieser Pflanzen eignen sich nicht nur zur Dekoration, sondern sind wahre Delikatessen. Einst in der Küche des 16. und 17. Jahrhunderts sehr geschätzt, ging die Verwendung dieser essbaren Zutaten irgendwann verloren und erlebt nun seit einiger Zeit als „Blütenküche“ eine Renaissance – nicht nur in der Küche von Profis, sondern auch in Privathaushalten. So eignen

Mit ihrem einzigartigen Duft nach dunkler Schokolade lockt die Schokoladenblume nicht nur nützliche Insekten wie Bienen, Schmetterlinge und Hummeln zur Bestäubung an. Sie ist auch für uns Menschen genießbar.



Foto: Monika Krizmüller

sich etwa Gänseblümchen hervorragend, um einen leicht nussigen Geschmack zu erzeugen. Andere Blüten wie die Kapuzinerkresse besitzen ein pfeffrig-scharfes Aroma. Und Sonnenblumen schmecken leicht nach Honig. Für Süßspeisen eignen sich Rosen, Veilchen oder Stiefmütterchen. Blüten sind übrigens nicht nur schmackhaft und dekorativ, sondern auch gesund, da sie viele wertvolle Vitamine und Mineralstoffe enthalten. Dass das keine Modeerscheinung sein muss, zeigt ein Beispiel aus dem Tierreich, wenn die für ihren wählerischen Gaumen bekannten Ziegen mit Vorliebe Blüten zupfen und vernaschen, während sich die Milchkühe von nebenan lieber dem profanen Gras überlassen!

Das Dunkelrestaurant

Völlige Dunkelheit und dazu ein mehrgängiges Menü! Das „Dinner in the Dark“ ist ein gastronomisches Experiment. Es fordert die Wahrnehmung heraus, da der Sehsinn fehlt. Ohne Licht erleben die Gäste erleuchtende Momente und Überraschungen im Geschmack. Sobald man ein „Dunkelrestaurant“ betritt, wird man vorsichtig in einen völlig abgedunkelten Raum zum reservierten Tisch geführt. Vor und während der verschiedenen Gänge, die im Laufe des Abends serviert werden, erhalten die Gäste Hinweise und Tipps, wie sie die Gaumenfreuden anhand des Dufts, des Geschmacks und nicht zuletzt der Form erkennen können. Nach jedem Gang gibt die Bedienung Aufschluss über die zuvor gereichten Speisen. Im Dunkeln unterhalten wir uns mit Personen, denen wir zuvor noch nicht begegnet sind, was sonst nur in Not- und Extremsituationen geschieht – abgesehen von intimsten Momenten größter Vertrautheit, die hier nicht gegeben sind. Der Besuch eines Dunkelrestaurants ist nicht jedermanns Sache, wenn wir einen der wichtigsten Kontrollsinne anderen, fremden Menschen vertrauensvoll überlassen und diese Situation auch noch genießen sollen. Zumal das kommunikative Servicepersonal meist aus blinden Menschen besteht, die den Sehenden um den „Luxus“ des Schmeckens im Allgemeinen überlegen sind!

Die Beispiele zeigen weitere Luxus-Varianten: Anders als die freundliche und bunte Sinneserweiterung der Blütenküche dürfte uns das Speise-Erlebnis in einem Dunkelrestaurant als experimentelle Situation einer verfremdeten (zunächst befremdlichen) Wahrnehmung vor eine große Herausforderung stellen und sich erst nach dem glücklich überstandenen Ereignis als erweiterte Disposition unserer Empfindungsfähigkeit – und damit unserer Eignung zum Luxus – zeigen.

Daniel Spoerri: „Menu Travesti: Kartoffelbrei-Eis mit Fleischpralinen“

Blütenküche und Dunkelrestaurant erinnern überdies an Konzepte, Bilder, Objekte und gastronomische Aktionen, wie sie sich Ende der 1960er-Jahre als „Eat Art“ in der überraschten Gesellschaft ihren Weg bahnten. Dani-

el Spoerri mit seinen „Fallenbilder“ genannten künstlerischen Hinterlassenschaften von Tischgesellschaften aus seinem „Restaurant Spoerri“, einem kulinarischen Experimentierlabor mit künstlerischem Ambiente in der Düsseldorfer Altstadt, zielte dabei ebenso wie seine „Bankette“ (fantasiereiche Menüfolgen mit künstlerischem Touch) nicht nur auf die Überwindung von Kunst und Leben ab, sondern wollte „Essen als ein Bindeglied im Kreislauf zwischen Leben und Vergänglichkeit ... verstehen“ (*Kunsthalle Düsseldorf 2009*). In Echtzeit publizierte Spoerri in der damals populären Jugendzeitschrift *Twen* im September 1970 seinen Artikel „Menu Travesti: Kartoffelbrei-Eis mit Fleischpralinen“, einer Aufforderung zur praktischen Dekonstruktion: „Mit dem *Menu Travesti* beabsichtigte Spoerri eine Disharmonie der Sinne zu erzeugen und auch die kognitive Wahrnehmung in die Irre zu führen, sodass die Generierung des Geschmacks mit all seinen Komponenten zu hinterfragen war.“ (*Kunsthalle Düsseldorf 2009*). Die Publikation in der Jugendzeitschrift beweist nicht nur den zeitgleichen Transfer ausgefallener Themen in die Öffentlichkeit, sondern stiftet zugleich frühe Legitimationen eines missverstehenden „Anything Goes“.

Essen „pur“ oder Essen „plus“? – Wie viel Ablenkung und Geselligkeit erträgt eine Mahlzeit?

„Anything Goes“ (1934) ist nicht nur ein Musical von Cole Porter, sondern ein von dem österreichischen Philosophen Paul Feyerabend (1924–1994) in den 1970er-Jahren geprägter Slogan, der sich aus dem streng wissenschaftlichen Kontext rasch emanzipierte, im Jargon der Alltagssprache weltweit Verbreitung fand und inzwischen als argumentierender Freibrief jeglicher Handlung von Jedermann in Anspruch genommen wird. Auch der eine oder andere Starkoch wird sich darauf berufen, wenn nur genügend zahlungskräftige Gäste sein Luxus-Etablissement frequentieren und er mit möglichst vielen Hauben oder Sternen gekrönt wird.

Gemeint sind bedenkliche, bislang unbekannte, widersprüchliche Kombinationen, die der kochende und speisende Mainstream genossen haben muss wie das Krimi-Dinner mit deklarierten Luxus-Gerichten oder andere Beispiele aus der Event-Gastronomie. Zu dieser gastro-sophischen Geisterbahn-Kombination zählen leider auch Arbeitessen, Abendessen bei laufendem Fernsehgerät oder gar Essen mit der Bewerbungskommission. Ganz abgesehen von sonntäglichen Kampffessen in manchen Familien mit lautstarken Streitigkeiten unter Anwesenheit geladener Gäste als willkommene, aber missbrauchte Zeugen. Im Unterschied zu einem Essen im Dunkelrestaurant, zu Gerichten der Blütenküche – ja sogar zu den dekonstruktivistischen Impulsen der „Eat Art“ – führen solche Aktionen und Situationen keinesfalls zum Essen hin, sondern lenken von der Chance ab zu Wahrnehmung, Kritik, Genuss und auch Dankbarkeit bei der Nahrungsaufnahme zu gelangen.

Dinner for One: „Same procedure as every year, James!“

Um einen Mangel – oder luxuriösen Genuss – ganz anderer Art geht es in dem Silvester-Kultfilm von 1963 „Dinner for One“. In seiner Vorrede konstatiert Schauspieler Heinz Piper, dass Miss Sophie ihre vier besten Freunde überlebt habe und nun – wie ihre vorangegangenen – auch ihren 90. Geburtstag mit ihnen zusammen auf eine besondere Art feiern möchte, was so in der Vergangenheit vielleicht niemals der Fall war. Mit ihrem Beharren auf Einhaltung des Rituals „Same procedure as every year, James!“ demonstriert Miss Sophie ihre Unabhängigkeit nicht nur von ihren vier längst verbliebenen Freunden, sondern auch von Zeit und Raum. Unverdrossen setzt sie Charakter und Biografie konsequent fort. Ein wenig erinnert sie an Queen Elizabeth II., die trotz hohen Alters keineswegs an eine Abdankung denkt. Es sind Rituale, die beide Damen „am Leben halten“. Wer sollte ihnen sonst nachfolgen? Es ist der Luxus von Sophie, einer äußerst emanzipierten Frau, virtuell mit ihren Freunden zusammen zu sein. Das gemeinsam gedachte Festessen manifestiert sich somit als Variante der „Eat Art“ im Korridor der Ewigkeit. Für die vierfachen alkoholischen Getränke und für den Nachgang in die Belle Etage „opfert“ sich – auch das ein Ritual – Butler James, um so wenigstens am Abglanz einstiger menschlicher Beziehungen teilzuhaben. Spleen oder Haltung? Jedenfalls personifiziert Miss Sophie in ihrer – auch geistigen – Eremitage den Spruch Otto von Bismarcks: „Leisten wir uns den Luxus, eine eigene Meinung zu haben!“

(Nichts) Essen aus Staatsräson – Königliches Schauessen

Vom Mittelalter bis weit über das 18. Jahrhundert hinaus spielte die Selbstdarstellung, das Repräsentieren und Vorzeigen an fürstlichen und königlichen Höfen in Form des öffentlichen zeremoniellen Essens eine große Rolle. Anders als in „Dinner for One“ blieben hier keine Teller leer, auch wenn nicht immer alle aßen. Der Zwang zur Wiederholung und eine gewisse Lust-Enthaltung kennzeichneten auch diese Festveranstaltungen: Das „Volk“ konnte die königliche Tafel in respektabler Entfernung – vom Essen ausgeschlossen und stehend – wahrnehmen. In erster Linie ging es bei diesen Mahlzeiten um Ehrerbietung gegenüber dem Herrscher und seiner Familie – eine Haltung, die sich aus höfischem Zeremoniell und sakralen Kult ableitete. In ritueller Weise sollte das gemeinschaftliche Speisen im Akt des symbolischen Ressourcen-Teilens die Existenz von Familie und Hof neu bestätigen: Wenn der König isst (oder so tut!), existiert er auch! Verbunden mit dem öffentlichen Essen war die Vorstellung, dass der zeremonialisierte Hof in sich eine ganze Weltordnung abbildete und der Herrscher den Göttern ebenbürtig war. Auch von Queen Elizabeth II. wird berichtet, dass sie bei öffentlichen Dienstessen selbst fast nichts zu sich nimmt, sondern die vorgelegten Speisen auf ihrem Teller mehr hin- und herschiebt, damit sie speisend-beschäftigt – also existent – wirkt.



Foto: picture alliance/dpa

Das festliche Spektakel diente früher nicht nur als königlicher Existenzbeweis, sondern beinhaltete als Anlässe auch Staatsgeschäfte und Gerichtsverhandlungen. Diese Schauessen dauerten viele Stunden, wenn nicht gar mehrere Tage und hatten nicht selten mehr als dreißig Gänge. Das faktische und symbolische Zerteilen tierischer Nahrung war speziellen Trancheurs in ihren überaus eleganten, virtuos und fachgerechten Aktionen mit Showeffekten überlassen. Diese Methode, für die königlichen Herrschaften „geopferte“ Tiere zu zerlegen, war auch der Achtung dem fein zerteilten Tier gegenüber geschuldet, eine Überhöhung des Alltäglichen, Banalen und Notwendigen. Die anwesenden Gäste sollten – neben dem politischen und spirituellen Zweck – gut unterhalten und durch den repräsentativen Prunk nachhaltig beeindruckt werden! Man differenzierte dabei zwischen nicht essbaren Schaugerichten, also rein dekorativen Aufbauten meist allegorischen Inhalts mit inhaltlichem Bezug zum Festanlass, und essbaren Schauessen mit riesenhaften Pasteten, denen beim Anschneiden – noch weit entfernt von jeglicher „Eat Art“ – lebende Vögel entflohen.

Das Ritual als Luxus: Essen für die Ewigkeit in „Dinner for One“

Luxus der Repräsentation, Askese aus Verpflichtung: Das königliche Schauessen, bei dem die Herrscher selbst nicht satt werden, denn sie essen – meist nur wenig – für andere.



Foto: Kunsthistorisches Museum Wien

Das Beste zum Schluss: Schmecken und Riechen – Wechselwirkungen zwischen den Aromen

Auf die De-Konstruktion der Esskultur folgt die Synthese: Luxus als Transzendenz. Unter diesem Aspekt lassen sich gastrosophische Innovationen auch dann realisieren, wenn vorhandene gastronomische Konzepte durch kooperative, nachbarschaftliche Bereitschaften nach einer gewissen Latenzzeit wie Knospen aufbrechen: Heinrich Nagelschmitz, Düsseldorfer „Drogist mit Ambitionen für die schönen Dinge des Lebens“, wie er sich selbst gerne beschreibt, entdeckte seine Leidenschaft für die Welt der Düfte, als er in seiner Branche schon längst seinen Weg gemacht hatte. Die Spezialisierung auf die Wohlgerüche vollzog er allerdings nicht unvorbereitet. Weil seine Mutter einst dem konservativen Grundsatz folgte: „Männer haben in der Küche nichts verloren“, nahm er Küchenarbeit zunächst als Fernwahrnehmung über den Geruchssinn wahr. Seine jugendliche Neugier sollte sich sehr viel später erfüllen, als Nagelschmitz neben seinem Drogisten-Beruf jahrelang eine Kochschule besuchte, wo sich ihm die Synergien zwischen Schmecken und Riechen offenbarten und ihn zugleich faszinierten. Da er aber nicht zum Koch konvertieren wollte, profilierte er hinfort sein Geschäft erfolgreich in die Richtung „Welt der Düfte“ und behielt seine Neigung zur kreativen Grenzüberschreitung bei, was in einer Stadt wie Düsseldorf (dazu noch im eleganten Stadtteil Oberkassel) durchaus zum guten Ton gehören kann.

14. Dezember 2010 – Riechen und Schmecken

Erinnerungen an das „Restaurant Spoerri“ werden wach, denn Heinrich Nagelschmitz entwickelt zusammen mit dem Gastronom aus der Nachbarschaft, Guisepppe Saitta, und dem Parfumeur Marcel F. Reinhold das Konzept für die Premium-Veranstaltung „Duftessen – Genießen mit allen Sinnen“ und lädt seine Kunden dazu ein. Zu fünf außergewöhnlichen italienischen Düften aus dem Hause

Ein Drogist konvertierte nicht zum Koch, sondern blieb bei seinen Düften.



Foto: Heinrich Nagelschmitz

Übersicht 1: Speisenfolge mit dazu gehörenden Aromen und Weinen

Menü	Duft-Aromen (Acqua di Parma)	Weine
1. Parmaschinken mit Ziegen-Robiola, Orangensenf und Salbeicoulis	Colonia „Bergamotte“	Spumante Rosé Cesarini mit Aperol
2. Jakobsmuscheln auf Zitrusfrüchten mit Bergamotteschaum	Essenza „prickelnd, frisch“	2009 Pinot Bianco Venica Friaul
3. Taglierini mit Hummer, Rosen und Vanille	Magnolia Nobile „floral, duftig“	2007 Kuddia delle Ginestre Abraxas Sizilien
4. Dorade auf Risotto mit Feigen und Rosa Beeren	Fico d'Amalfi „süß, Feigenholz“	2002 Jalè Cusumano Sizilien
5. Crème Brulée mit Mandeln und Espresso Eis	Mandorlo „süß, Honig, opulent“	Passito Abraxas Sizilien

Acqua Di Parma wird ein exquisites, mit viel Sorgfalt ausgesuchtes und liebevoll zubereitetes Fünf-Gänge-Menü serviert, das auf die Düfte optimal abgestimmt ist. Jedem Gang des Duft-Dinners ist ein bestimmtes Aroma gewidmet, das die Gäste jeweils zuvor – wie bei einer Weinprobe zur besseren Entfaltung des Bouquets – in einem Weinglas („Wirkt wie ein Brennglas!“, Nagelschmitz) erhalten, zusammen mit Erklärungen zum jeweiligen Duft und seiner Geschichte sowie Informationen zu Wein und Speise. Zum gesamten Menü gehören Weine, die perfekt zu den Geschmacks- und Duftaromen passen (**Übersicht 1**). Die Reihenfolge der einzelnen Gänge in dem meerestier-betonten Fünf-Gänge-Menü entspricht dem klassischen Schema, das eine langsame, aber deutliche Steigerung bezüglich Temperatur und Geschmacksintensität von der Vorspeise (1. Gang) bis zum Hauptgericht (4. Gang) vorsieht. Die Steigerung vollziehen die Weine, die das Menü begleiten, in geschmacklicher „Konkordanz“ mit: gastronomisch korrekt in geografischer Nord-Süd-Richtung vom leichten und jungen, prickelnden Spumante Rosé Cesarini aus Südtirol mit einem Schuss Aperol (1. Gang/Vorspeise) bis zum schweren und „alten“ Passito (5. Gang/Dessert), einem Likörwein aus Sizilien.

Metapher einer Turmuhr: Harmonie der Zyklen

Wichtig und interessant für die „exzentrische Degustation“ des Duftessens sind die den einzelnen Gängen bewusst „hinzuaddierten“ Duftaromen mit ihren je verschiedenen Duftphasen von Kopf-, Herz- und Basisnote. Allen (fünf) Duftaromen gemeinsam ist der Verlauf von einer „jungen und spritzigen“ Kopfnote über eine „blumen- und blütenreiche“ Herznote bis zur Basisnote, in der sich eine duftige Note aus edlen Hölzern – Feige, Sandel oder Zeder – mit deutlichen Reminiszenzen der Kopf- und Herznote umspielt. Das heißt: Jeder der fünf Düfte repräsentiert – ähnlich wie die Dramaturgie des

gesamten Menüs, eben nur rascher – eine je besondere Geschmacksskala vom jugendlich Hellen, Leichten und Klaren über das erwachsene Stabile, Strahlende und Prägnante bis zum reifen, gereiften Klingen und Verklingen eines im Zeitablauf verankernden Schlussakkords. Durch die rascheren Zyklen der „additiven“ Duftaromen (Acqua di Parma) wirkt das gesamte Duftessen wie das kompakte, kraftschlüssige Räderwerk einer Turmuhr mit größeren, sich langsam drehenden und kleineren, sich rascher drehenden Zahnrädern.

Diese Veranstaltung zielte nicht auf dekonstruktive Irritationen und Impulse wie in der „Eat Art“ ab. Sie war jedoch im besten Sinne eine „exzentrische Degustation“, da die Teilnehmer unter Beibehaltung bekannter Grundaromen ihre alltägliche Erfahrung und Wahrnehmung bewusst überschreiten und wie ein Expander überdehnen konnten, damit sie hernach mit erweiterter Sinnesbereitschaft „im wirklichen Leben“ auf neue sinnliche Wahrnehmungen zugehen können – ein Luxus, der keinerlei Ressourcen verschwendet, keine hohen Kosten verursacht, sondern im klassischen Sinne ein Bildungserlebnis darstellt, das durchaus gesellschaftliche Distinktionen schafft: Honi soit qui mal y pense!

Ein neuer Begriff von „Luxus“?

Nach der Abschaffung gottgleicher Autoritäten, der Entwicklung individualistischer, demokratischer Gesellschaften – und damit der Befreiung jeder Ästhetik aus herrschaftlicher Bevormundung – lässt sich, gerade auch nach den dekonstruktiven „Erschütterungen“ durch die „Eat Art“, ein Begriff von Luxus etablieren, der – frei von Vermarktung – im Vorfeld jeder (kommerziellen) Nutzanwendung die differenzierte Fähigkeit unserer Wahrnehmung fördert und anregt. Um das Beispiel des „Duftessens“ aufzugreifen: Die Veranstalter haben wohl kaum an einen neuen gastronomischen Trend oder gar an ein konkretes Produkt „Duftessen“ gedacht, wie es einst den Erdbeeren mit grünem Pfeffer erging. Mit seinen exzentrischen Degustationen, einem kultursemiotischen Unikat, erinnert der Düsseldorfer Drogist eher an eine Kombination aus Modenschau und Kunst, so wie sie von Mai bis September 2013 auch der tunesische Modeschöpfer Azzedine Alaïa in seiner Düsseldorfer Ausstellung (NRW-Forum Kultur und Wirtschaft) eigener Kreationen zusammen mit großflächigen Gemälden zeitgenössischer Künstler einer erstaunten Öffentlichkeit präsentierte. Wie bei der „Eat Art“ werden die Grenzen zwischen Kunst und Leben auch hier durchbrochen. Unter dem Titel „Mode aus dem Off“ textete die Frankfurter Allgemeine Zeitung am 23. Juni 2013: „Der Markt fordert heute, dass ein Modehaus einerseits funktioniert wie ein Unternehmen für Backwaren, das am laufenden und immer schneller werdenden Band Unwiderstehlichkeiten produziert, die aber andererseits nicht im Einheitsbrei versinken sollen. Allerdings, je rascher das Band läuft, desto verführerischer wird es für Designer, sich vom System abzuwenden, indem sie wie Alaïa, der beinahe mehr Künstler ist, ihre Regeln selbst setzen.“



Foto: fotolia/photlook

Fazit: „Luxus“ als avantgardistisches Existential

Es ist der Versuch vorliegender Zeilen, Wort und Begriff „Luxus“ aus der diffusen Gemengelage ökonomischer und gesellschaftlicher Semantik und aus dem Schredder von Neid und Norm – Georg Simmel spricht von „Purgatorium“ – heraus zu präparieren und zum avantgardistischen Existential zu erheben. Der unternommene Ansatz, „Luxus“ in Verbindung mit Nahrung (Substanzen) und Essen (Situation) neu zu verstehen und zu beschreiben, folgt nicht nur der Aufforderung Bismarcks, „eine eigene Meinung zu haben“, sondern regt dazu an, Wahrnehmung und Empfindung unserer Sinne – hier in erster Linie des Geschmackssinns – wach zu halten, Differenzierungen „exzentrisch“ zu ermöglichen, zu genießen und daraus neue persönliche Standards für bürgerliche Existenzbeweise zu entwickeln.

Um sich etwa ein Duftessen eigener Art als „Luxus“ im hier besprochenen Sinne zu gönnen und einzuverleiben, braucht es keinerlei gedankliche Verstiegtheit oder technische Raffinessen – das frisch gelüftete Speisezimmer oder der ruhige und schattige Balkon als Essplatz tun es auch, um eine soeben zubereitete Mahlzeit angesichts der sauerstofflich angereicherten Außenluft (am besten in ländlicher Umgebung) in vollen Zügen und schwelgerischer Versunkenheit viel intensiver und ohne Ambivalenz zu genießen! Am Ende des Weges steht so die glückliche Ankunft in einer Eremitage, die den Namen „Luxus“ trägt.

Quelle: Kunsthalle Düsseldorf (Hrsg.): Ausstellungskatalog „Eating the Universe. Vom Essen in der Kunst“. Düsseldorf 2009, S. 43, 47

Der Autor

Prof. Dr. phil. Hartwig Frankenberg, geboren 1944 in Diez/Lahn, lebt und arbeitet als Kultursemiotiker in Düsseldorf. Er lehrte von 1972 bis 1983 Literatur- und Sprachwissenschaft an den Hochschulen in Münster (PH und Uni) und Neuss (PH) sowie Design- und Kommunikationstheorie von 1986 bis 2001 in Bielefeld (FH), Berlin (HdK) und Augsburg (FH).

www.hartwig-frankenber.de



Luxus in der Eremitage als befreiender Aus-Flug in reine und ungestörte Wahrnehmung.



Foto: fotolia/Allen-D

Gabriela Freitag-Ziegler

Speed, Simplicity, Connectivity

Hausarbeit und Küche im Spiegel aktueller Trends

Wir sitzen im Bus und gleichen per Smartphone-App die Einkaufsliste mit unserem Partner ab. Wir warten an der Kassenschlange im Supermarkt und schicken dem Zimmerpflanzen-Bewässerungssystem eine Nachricht. Wir stehen im Stau und schalten zuhause schon einmal die Kaffeemaschine an.

Das sind drei Szenarien am Beispiel des Smartphones, die zeigen, wie sich Geschwindigkeit, Mobilität und Konnektivität auf unseren Alltag auswirken können.

Ein wichtiges Kernmerkmal dieser Veränderung heißt „Female Shift“: Während Frauen immer unabhängiger und mobiler werden und in gut bezahlten Berufen arbeiten, fordern Männer mehr Familienzeit ein oder müssen mehr zu Hause tun. Auch die wachsende Zahl an Ein-Personen-Haushalten und Best- oder Silver-Agern wirkt sich auf die kommenden Lebenswelten aus.

Speed – Restzeiten sind Planungszeiten

In der heutigen Zeit bewegen sich die Menschen immer mehr und immer schneller zwischen Wohnung, Arbeitsplatz und dritten Orten wie Geschäften, Parks oder Arztpraxen hin und her. Der Alltag findet irgendwo „dazwischen“ statt und entstehende Wartezeiten entpuppen sich als immer wertvollere Restzeiten. Auf die Frage, wie

Menschen unerwartet geschenkte 15 Minuten nutzen, gaben 62 Prozent „im Internet surfen“, 58 Prozent „ausruhen/nichts tun“ und 56 Prozent „Musik hören“ an. Immerhin die Hälfte aller Befragten kümmert sich jedoch in einer solchen Viertelstunde „um Dinge im Haushalt“. Besonders für die Planung und Organisation von Hausarbeiten sind derartige Zeit-Inseln ideal. Diese Ergebnisse stützen aber auch die These, dass immer mehr Menschen Tätigkeiten im Haushalt nebenbei oder gar nicht mehr selbst erledigen, sondern sie lieber an Dritte delegieren, sofern sie das können.

Kreative Hausarbeit macht Spaß

Einen plausiblen Grund dafür hat der Trendreport identifiziert: Vielen Menschen macht die Hausarbeit einfach keinen Spaß. Vor allem Arbeiten mit Sisyphus-Charakter empfinden sie als unbefriedigend und lästig, zum Beispiel Backofen reinigen (59 %), Toilette putzen (45 %), Kühlschrank saubermachen (43 %) oder Fenster putzen (42 %). Manche Arbeiten nimmt man heute auch einfach gar nicht mehr selbst in die Hand. Gerade jüngere Menschen sind immer weniger bereit, die Unvermeidlichkeit von Hausarbeit zu akzeptieren. Sie versuchen, ihr auszuweichen oder andere Lösungen zu finden. Insgesamt 20 Prozent der Befragten gab zum Beispiel an, über-

haupt nicht zu bügeln. Sie übertragen diese Arbeit offensichtlich an Profis oder kleiden sich so leger, dass sich das Bügeln erübrigt.

Hausarbeit kann aber auch glücklich machen. Kochen (66 %), Einkaufen (59 %) und Gärtnern (53 %) bereiten den meisten Menschen Freude. Hier können sie sich kreativ und sinnvoll verwirklichen. Gemüse anbauen oder Marmelade einkochen dienen außerdem der Entschleunigung. „Cottage-Trend“ nennen die Autoren das, was für die ältere Generation normal und für die nachwachsende ein Statussymbol ist. Wer heutzutage selbst Marmelade einkocht, demonstriert, wie gut er seine Zeiteinteilung im Griff hat, sodass er sich das „leisten kann“. Das Internet steht dazu nicht in Konkurrenz, sondern holt die Hausarbeit aus ihrem Schattendasein und vermittelt eine Gegenleistung, die sie so früher nicht einbrachte. So kann man die Ergebnisse kreativen Schaffens (z. B. den gelungenen Apfelkuchen, die selbst gestrickte Mütze) via soziale Netzwerke veröffentlichen und sich durch „likes“ belohnen lassen.

Simplexity – Intelligente Geräte lassen sich leicht bedienen

„Der Wert der Technik misst sich an ihrem Beitrag zur Lebensqualität“, lautet eine These des Trendreports. Dazu gehört, dass die Hersteller von technischen Geräten bei aller Komplexität und Finesse ihrer Produkte die Anwender nicht aus dem Blick verlieren. Denn wenn die Maschine den Menschen frustriert oder gar demütigt, weil sie ihn überfordert, hat sie ihr Ziel verfehlt. Tatsächlich ist es den Menschen – ganz unabhängig vom Alter – am allerwichtigsten, dass alle Geräte schnell, reibungslos und flexibel funktionieren (87 %). Außerdem möchten sie bei der Bedienung den Überblick behalten (87 %) und keine bösen Überraschungen erleben (86 %). „Simplexity“ lautet der Wunsch hinter diesen Zahlen. Gemeint ist die Kombination aus Simplicity (= Schlichtheit, Unkompliziertheit) und perfekter Gebrauchstauglichkeit technisch komplexer Produkte. Dahinter versteckt sich keine Überforderung oder Technikfeindlichkeit, sondern eine Anforderung an moderne Hausgeräte: Ihre Benutzerfreundlichkeit muss die komplizierte Technik im Inneren weit übertreffen. Menschen verschiedenen Geschlechts, Alters und in verschiedenen Lebenssituationen müssen ohne Probleme mit ihnen umgehen können. Besonders ältere Menschen sind darauf angewiesen, denn nur so kommen sie möglichst lange selbstständig in ihren eigenen vier Wänden zurecht. Neuen Technologien stehen sie eher skeptisch gegenüber, denn diese setzen ein gewisses Know-how voraus. So wünschen sich beispielsweise nur zehn Prozent der Menschen über 55 Jahre eine Touchscreen-Bedienung bei Hausgeräten, jedoch 22 Prozent in der Altersgruppe zwischen 16 und 24 Jahren. Insgesamt möchten 13 Prozent der Befragten intelligente Maschinen, die sprechen können, und 16 Prozent wünschen sich Geräte, die man von unterwegs per Smartphone bedienen kann. Bei den 16- bis 24-Jährigen fänden das 30 Prozent gut.

Auf das Thema Bügeln übertragen, lässt sich der Schluss ziehen, dass diese lästige Tätigkeit bei der jüngeren Generation nur dann eine Zukunft hat, wenn das Bügeleisen „smart“ wird und mitdenkt. Ein Vollflächen-Induktionsherd erkennt beispielsweise, wo der Topf steht. Je mehr Technik in unseren Alltag einzieht und je smarter unsere Hausgeräte werden, desto mehr Bedeutung erlangt die Schnittstelle Mensch-Maschine. So wünschen sich 43 Prozent der Befragten „ein unkompliziertes Handbuch/Bedienungsanleitung“ und 34 Prozent eine „besser verständliche Beschriftung am Gerät“.

Connectivity – Vernetzung in der Traumküche

Der Megatrend Konnektivität hat unsere Wohnungen und Häuser schon heute von Rückzugsorten zu Kommunikationszentralen gewandelt. Dabei kommt der Küche eine Schlüsselstellung zu. Auf die Frage, was die Menschen in ihrer Küche tun – außer kochen oder essen – antworteten 89 Prozent „putzen“. Direkt darauf folgt jedoch „sich mit Freunden, Familienmitgliedern/dem Partner unterhalten“ (73 %) und „Radio/Musik hören“ (70 %). Außerdem telefoniert, arbeitet, entspannt, liest, spielt und surft man heute ganz selbstverständlich in der Küche.

Natürlich ist die Küche auch der Raum, wo (kreative) Hausarbeit vorzeigbar und als Ritual stilvoll zelebriert wird. So wundert es nicht, welche große Rolle die Küche heute spielt. Eine „tolle Küche“ ist für 57 Prozent der vom Zukunftsinstitut Befragten das wichtigste Statussymbol. Erst danach folgen mit Abstand ein tolles Auto (29 %), eine tolle Hi-Fi-/Videoanlage (8 %) und das neueste Smartphone/Tablet (7 %).

Zu den wichtigsten Merkmalen der Traumküche gehört nicht, dass sie digital ist, sondern Eigenschaften wie hell, natürlich, frische Luft, warm, groß, nachhaltig und gemütlich aufweist. Das passt wiederum dazu, dass die Küche für etwa die Hälfte aller Deutschen den Charakter eines Treffpunkts innerhalb der Familie hat und einen Ort der Kommunikation darstellt. Damit hat sie sich deutlich von der Funktionsküche früherer Zeiten entfernt.

Quelle: Kelber C, Huber T, Rauch C: Future Living – Moderne Lebenswelten für das 21. Jahrhundert. Siemens-Electrogeräte GmbH 2013, <http://www.siemens-home.de/ifa-2013.html>

Die Autorin

Gabriela Freitag-Ziegler ist Diplom-Oecotrophologin. Nach ihrem Studium an der Universität Bonn war sie einige Jahre in Agenturen (Schwerpunkte Food und Healthcare) als Beraterin für Public Relations beschäftigt. Heute arbeitet sie freiberuflich als PR-Beraterin und Autorin für Fach- und Publikumsmedien.



Gabriela Freitag-Ziegler
Michael-Piel-Straße 3, 53229 Bonn
Freitag-Ziegler@t-online.de

EU-Verordnung zu diätetischen Lebensmitteln

Mit der Verordnung (EU) Nummer 609/2013 vom 12. Juni 2013 (ABl. L 181 vom 29. Juni 2013, S. 35) ist ein neues Regelungswerk für diätetische Lebensmittel in Kraft getreten. Die Verordnung gilt für folgende Lebensmittelkategorien:

- Säuglingsanfangsnahrung und Folgenahrung
- Getreidebeikost und andere Beikost
- Lebensmittel für besondere medizinische Zwecke
- Tagesrationen für eine gewichtskontrollierende Ernährung

Das bisher auf dem Binnenmarkt angewandte Konzept der „Lebensmittel, die für eine besondere Ernährung bestimmt sind“ hat sich als problematisch erwiesen und wird deshalb mit der vorliegenden Verordnung aufgegeben. Die Europäische Kommission hatte festgestellt, dass die Begriffsbestimmung für „Lebensmittel, die für eine besondere Ernährung bestimmt sind“ in der Richtlinie 2009/39/EG unterschiedliche Auslegungen in den verschiedenen Mitgliedstaaten erlaubt. Daher konnte bisher ein und dasselbe Lebensmittel in einem Mitgliedstaat als diätetisches Lebensmittel, in einem anderen Mitgliedstaat jedoch als Lebensmittel des allgemeinen Verzehrs, als Nahrungsergänzungsmittel oder als Lebensmittel für eine bestimmte Verbrauchergruppe wie Ältere oder Schwangere in den Verkehr gebracht werden. Das führte zu Behinderungen auf dem Binnenmarkt. Zur Klarstellung enthält Artikel 2 der neuen Verordnung Begriffsbestimmungen für die vom Geltungsbereich der Verordnung erfassten Erzeugnisse (**Übersicht 1**). In Zweifelsfällen kann die Europäische Kommission im Wege von Durchführungsrechtsakten entscheiden, ob ein bestimmtes Lebensmittel in den Geltungsbereich der Verordnung fällt und welcher Produktkategorie es zuzuordnen ist. Vordergründiges Ziel der Verordnung ist es, für die oben genannten Lebensmittelkategorien unionsweit einheitliche Anforderungen an

Zusammensetzung und Kennzeichnung festzulegen.

Anforderungen an die Zusammensetzung

Hinsichtlich der Zusammensetzung gelten folgende grundlegende Kriterien:

- Sie muss nach wissenschaftlichen Erkenntnissen den Ernährungsbedürfnissen der jeweiligen Zielpersonen entsprechen.
- Sie darf keine gesundheitlichen Risiken bergen; werden technisch hergestellte Nanomaterialien verwendet, ist zur gesundheitlichen Unbedenklichkeit ein gesonderter Nachweis zu führen.
- Zugewetzte Stoffe müssen in bioverfügbarer Form vorliegen, eine ernährungsspezifische oder physiologische Wirkung haben und für die jeweiligen Zielpersonen geeignet sein.

Bei der Beurteilung dieser Kriterien kommt das Vorsorgeprinzip zur Anwendung. Im Zweifelsfall ist die Auffassung der Europäischen Behörde für Lebensmittelsicherheit (EFSA) maßgebend.

Welche Vitamine, Mineralstoffe, Aminosäuren und Nucleotide den genannten Lebensmittelkategorien jeweils zugesetzt werden dürfen, schreibt die Unionsliste im Anhang der Verordnung ausdrücklich vor. Dort ist auch angegeben, in welchen der genannten Lebensmittelkategorien Carnitin, Taurin, Cholin und Inositol verwendet werden dürfen.

Die Kommission kann im Licht neuer Erkenntnisse weitere Stoffe in die Liste aufnehmen oder Stoffe aus der Liste streichen.

Anforderungen an die Kennzeichnung

Für die Kennzeichnung und Aufmachung gilt:

- Sie müssen über die Verwendung des Lebensmittels angemessen informieren.
- Sie dürfen nicht irreführend sein.
- Sie dürfen dem Lebensmittel keine Eigenschaften der Vorbeugung, Behandlung oder Heilung von Krankheiten zuschreiben.
- Sie dürfen bei Säuglingsanfangs- und Folgenahrung nicht vom Stil-

len abhalten und auch keine Kinderbilder oder andere idealisierende Darstellungen aufweisen.

Die Europäische Kommission wird ermächtigt, für die Lebensmittel im Geltungsbereich der Verordnung spezielle Anforderungen hinsichtlich Zusammensetzung, Kennzeichnung und Aufmachung, Anwendung von Pestiziden, Notifizierung für das Inverkehrbringen sowie Werbe- und Geschäftspraktiken mittels delegierter Rechtsakte zu erlassen. Dies soll bis zum 20. Juli 2015 geschehen. Bis zum gleichen Datum soll die Kommission schließlich auch die Notwendigkeit spezieller Regelungen für Milchgetränke wie „Wachstumsmilch“ oder „Milch für Kleinkinder“ sowie für Lebensmittel, die für Sportler bestimmt sind, prüfen, da diese Lebensmittel in steigendem Umfang auf dem Markt anzutreffen sind.

Nicht zuletzt soll die vorliegende Verordnung eine bessere Anpassung an bereits bestehende Unions-Rechtsakte ermöglichen, zum Beispiel an die Richtlinie 2002/46/EG über Nahrungsergänzungsmittel, die Verordnung (EG) Nummer 1924/2006 über gesundheitsbezogene Angaben, die Verordnung (EG) Nummer 1925/2006 über den Zusatz von Vitaminen, Mineralstoffen und anderen Stoffen zu Lebensmitteln sowie die Verordnung (EG) Nummer 178/2002 über die allgemeinen Grundsätze des Lebensmittelrechts.

Die Verordnung (EU) Nummer 609/2013 gilt ab dem 20. Juli 2016. Bis dahin dürfen nach den bisherigen Bestimmungen hergestellte Erzeugnisse noch verkauft werden. Zugleich werden ab diesem Datum die bisher geltenden Rechtsvorschriften aufgehoben, insbesondere die Richtlinien 2009/39/EG und 92/52/EWG sowie die Verordnung (EG) Nummer 41/2009. Gegenüber anderen eventuell widersprüchlichen Regelungen im Unionsrecht sind die Regelungen der Verordnung (EU) Nummer 609/2013 vorrangig anzuwenden. ■

Dr. Annette Rexroth, Lebensmittelchemikerin, Ministerialbeamtin, Remagen

Übersicht 1: Begriffsbestimmungen gemäß der Verordnung (EU) Nummer 609/2013	
Begriff	Definition
Säuglingsanfangsnahrung	Lebensmittel, die zur Verwendung für Säuglinge während der ersten Lebensmonate bestimmt sind und bis zur Einführung einer angemessenen Beikost für sich allein die Ernährungsanforderungen dieser Säuglinge decken. Säuglinge sind hierbei Kinder unter 12 Monaten.
Folgenahrung	Lebensmittel, die zur Verwendung für Säuglinge ab Einführung einer angemessenen Beikost bestimmt sind und den größten flüssigen Anteil einer nach und nach abwechslungsreicheren Kost für Säuglinge darstellen.
Getreidebeikost	Lebensmittel, die <ul style="list-style-type: none"> • zur Deckung der besonderen Bedürfnisse gesunder Säuglinge während der Abstillzeit und zur Ergänzung und/oder progressiven Gewöhnung an normale Lebensmittel bei gesunden Kleinkindern bestimmt sind, • die zu einer der folgenden Kategorien gehören <ul style="list-style-type: none"> – einfache Getreideprodukte, die mit Milch oder anderen geeigneten nahrhaften Flüssigkeiten zubereitet sind oder zubereitet werden müssen; – Getreideprodukte mit einem zugesetzten proteinreichen Lebensmittel, die mit Wasser oder anderen eiweißfreien Flüssigkeiten zubereitet sind oder zubereitet werden müssen; – Teigwaren, die nach dem Kochen in siedendem Wasser oder anderen geeigneten Flüssigkeiten verzehrt werden; – Zwiebacke und Kekse, die entweder direkt oder nach dem Zerkleinern unter Zusatz von Wasser, Milch oder anderen geeigneten Flüssigkeiten verzehrt werden. Kleinkinder sind hierbei Kinder im Alter zwischen einem und drei Jahren.
Beikost	Lebensmittel zur Deckung der besonderen Bedürfnisse gesunder Säuglinge während der Abstillzeit und zur Ergänzung und/oder progressiven Gewöhnung an normale Lebensmittel bei gesunden Kleinkindern mit Ausnahme von <ul style="list-style-type: none"> • Getreidebeikost und • Milchgetränken und gleichartigen Erzeugnissen, die für Kleinkinder bestimmt sind.
Lebensmittel für besondere medizinische Zwecke	Unter ärztlicher Aufsicht zu verwendende Lebensmittel zum Diätmanagement von Patienten, einschließlich Säuglingen, die in spezieller Weise verarbeitet oder formuliert werden; sie sind zur ausschließlichen oder teilweisen Ernährung von Patienten mit eingeschränkter oder gestörter Fähigkeit zur Aufnahme, Verdauung, Resorption, Verstoffwechselung oder Ausscheidung gewöhnlicher Lebensmittel oder bestimmter darin enthaltener Nährstoffe oder Stoffwechselprodukte oder von Patienten mit einem sonstigen medizinisch bedingten Nährstoffbedarf bestimmt, für deren Diätmanagement die Modifizierung der normalen Ernährung allein nicht ausreicht.
Tagesration für gewichtskontrollierende Ernährung	Lebensmittel mit einer besonderen Zusammensetzung für eine kalorienarme Ernährung zur Gewichtsverminderung, die, sofern sie gemäß den Anweisungen des Lebensmittelunternehmers verwendet werden, die tägliche Nahrungsmittelration vollständig ersetzen.

OLG Stuttgart: Irreführende Regionalwerbung

Wird eine Frischmilch, die in Köln abgefüllt wurde, mit der Angabe „Mark Brandenburg“ vermarktet, besteht die Gefahr einer Irreführung des Verbrauchers, meint das Oberlandesgericht (OLG) Stuttgart mit Urteil vom 4. Juli 2013 (Az. 2 U 157/12). Das OLG bestätigte damit das Urteil der Vorinstanz. Das Urteil ist rechtskräftig.

Im Verfahren ging es um eine Frischmilch, die unter der seit 2001 eingetragenen Marke „Mark Brandenburg“ vermarktet wurde. Die Milch stammte aus verschiedenen Regionen Deutschlands, auch aus Brandenburg, wurde aber in Köln abgefüllt. Ein Wettbewerbsverband hielt das für irreführend. Ein erheblicher Teil des Verkehrs gehe davon aus, dass die Milch zumindest aus dem Bundesland Brandenburg stamme und dort auch abgefüllt werde. Verschiedene Elemente der Verpackung vermittelten den Eindruck einer be-

sonderen Erzeugernähe in der Verarbeitung und Abfüllung des Produktes, insbesondere die Angabe „Mark Brandenburg“ sowie die Bezeichnung „Frischmilch“. Die Molkelei führte an, dass auf der Verpackung – wenn auch in deutlich kleinerer Schrift – der Hinweis „Milch von deutschen Bauernhöfen – Abgefüllt in Köln“ abgedruckt sei und damit die Gefahr einer Irreführung entfalle. Die OLG-Richter folgten indes der Auffassung der Wettbewerbshüter. Bei einem nicht unerheblichen Teil der Verbraucher werde durch die Angabe „Mark Brandenburg“ eine Fehlvorstellung über die tatsächliche geografische Herkunft des Produktes hervorgerufen. Gerade die Bezeichnung „Frischmilch“ verstärke die Gefahr einer Irreführung noch. Denn der normal informierte und angemessen aufmerksame und verständige Durchschnittsverbraucher wisse zwar, dass auch Frischmilch in Kühlketten transportiert, nach der Verarbeitung zwischengelagert und nicht ausschließlich erzeugetrisch

veräußert werde. Dennoch drücke der Verweis auf die Frische des Produktes eine gewisse Erzeugernähe auch in der Verarbeitung aus, die mit einem Transport nach Köln und einer dortigen zentralen Verarbeitung die maßgebliche Verbrauchererwartung enttäusche. Das Verbot der Bezeichnung „Mark Brandenburg“ für die in Köln abgefüllte Milch hält nach Ansicht der Stuttgarter Richter auch einer Verhältnismäßigkeitsprüfung nach dem Markengesetz stand. So besteht nämlich grundsätzlich kein schutzwürdiges Interesse, wenn unrichtige Angaben über die Herkunft verwendet werden. An dieser Bewertung ändert auch der aufklärende Hinweis „Milch von deutschen Bauernhöfen – Abgefüllt in Köln“ nichts, da dieser mit seiner relativ kleinen, weißen Schrift im blassen Blau gegenüber der blickfangartig herausgestellten Marke zurücktritt. Durch ihn gelingt es nicht, die Gefahr einer Irreführung auszuschließen. ■

*Dr. jur. Christina Remppe,
Lebensmittelchemikerin, Berlin*

Lebensmittel bewusst genießen

Neue Verbraucherstudie von GfK und BVE

Die Ansprüche der Konsumenten an Lebensmittel steigen signifikant. Für jeden vierten Verbraucher spielen Nachhaltigkeitskriterien und Genuss beim Lebensmittelkonsum eine entscheidende Rolle. Das darf dann aber auch mehr kosten.

„Wir haben unseren Fokus unserer Studie auf den Trend zum bewussten Lebensmittelkonsum gelegt, weil das Thema Nachhaltigkeit in der gesellschaftlichen und politischen Diskussion zwar allgegenwärtig, die Auswirkungen dieses Einstellungswandels auf das tatsächliche Verbraucherverhalten jedoch bislang kaum analysiert – und unterschätzt – wurden“, erklärt Christoph Minhoff, Hauptgeschäftsführer der BVE. „Der bewusstere Lebensmittelkonsum gibt dem Lebensmittelmarkt wichtige neue Impulse und bietet den Unternehmen nachhaltige Wertschöpfungsstrategien.“ „Die Menschen stehen heute mehr und mehr vor der Herausforderung, sich permanent öffentlich inszenieren zu müssen. Dieser Druck erzeugt ein Bedürfnis nach Authentizität im privaten Umfeld. Marken, die es schaffen, sich in diesem Spannungsfeld helfend zu platzieren, gehören zu den Gewinnern. Diese Marken legen neben hoher Produktqualität

Wert auf ein erweitertes, kohärentes Qualitätsversprechen, das die Wahrnehmung von Produktqualität um ökologische und soziale Aspekte erweitert. Bewusster Konsum lässt sich damit als Verbindung von ‚Genuss‘, ‚Erlebnis‘ und ‚Ethik‘ verstehen. In der weiteren Verknüpfung dieses Dreiecks liegen die nachhaltigen Wertschöpfungspotenziale der Zukunft“, behauptet Dr. Robert Keskés, Leiter Strategic Customer Development bei der GfK.

Für die Studie wurden Verbraucherdaten von 30.000 repräsentativen Haushalten des GfK-Haushaltspansels ausgewertet. Ziel der Studie war es aufzuzeigen, wie Nachhaltigkeits- und Genussorientierung der Verbraucher in Einklang stehen und wie Hersteller und Marken von diesem Trend profitieren können.

In den vergangenen sechs Jahren ist die nachgefragte Menge an Lebensmitteln und Getränken im Lebensmitteleinzelhandel um 4,7 Prozent gesunken, das bewusstere Konsumverhalten trägt dazu mit 0,5 Prozent bei. Die Konsumentengruppe, die für den bewussteren Konsum steht, wächst und damit auch der Einfluss auf die Mengennachfrage. Angesichts des harten Wettbewerbs und steigender Produktionskosten in der Ernährungsindustrie müssen sich die Unternehmen daher immer stärker den individuellen Ansprüchen der Verbraucher anpassen.

Wahrnehmung und Wertschätzung von Lebensmitteln sind zunehmend von mehreren Produkteigenschaften abhängig. So achten 67 Prozent der an Nachhaltigkeit und Genuss orientierten Verbraucher auf umweltfreundliche Verpackungen, während es bei den übrigen Haushalten nur 18 Prozent sind.

In den vergangenen zwei Jahren hat auch die Zustimmung zu moralisch-ethischen Kaufkriterien deutlich zugenommen, etwa bei Fair Trade Produkten um 20 Prozent, bei Bio-/Öko-Produkten um 9,1 Prozent, bei Produkten aus ökologischer Tierhaltung um 6,9 Prozent und bei Produkten mit kurzen Transportwegen um 6,7 Prozent.

Diese Entwicklung zeigt die zunehmende Bedeutung, die die Verbraucher dem Vertrauen und der Transparenz bei Produkten und Herstellern beimessen. Auch für die Hersteller erweist sich der ständige Dialog mit den Kunden als unerlässlich.

Der Anteil der an Nachhaltigkeit und Genuss orientierten Verbraucher ist in den vergangenen sechs Jahren um 18 Prozent gestiegen. Diese Verbraucher stellen nicht nur hohe Ansprüche an Hersteller und Händler, sondern auch an sich selbst: 52 Prozent geben an, beim Essen und Trinken sehr anspruchsvoll zu sein, bei den übrigen Haushalten sind es nur 30 Prozent. 68 Prozent finden, dass Nahrungsmittel aus der Region besser schmecken, nur 30 Prozent der restlichen Haushalte stimmen dem zu. 70 Prozent lehnen Produkte mit Konservierungsstoffen ab, bei den restlichen Haushalten sind es 29 Prozent. Für 44 Prozent muss Kochen einfach sein; 78 Prozent kommen dabei ohne Fertigprodukte aus. Bei den übrigen Haushalten sind es 54 und 41 Prozent.

Lebensmittel müssen sich damit zunehmend den Qualitätsansprüchen und dem Ernährungsstil der Verbraucher anpassen. Für die Hersteller birgt das neue Herausforderungen, aber auch Chancen für Produktentwicklung und Vermarktung. Für die Erfüllung ihrer hohen Ansprüche sind die am bewussten Genuss orientierten Verbraucher gerne bereit mehr zu zahlen, insgesamt geben sie 16 Prozent mehr für Lebensmittel und Getränke aus als eher unbedachte Haushalte. Besonders bei Obst und Gemüse übersteigen die Ausgaben die der restlichen Haushalte um 59 Prozent, bei Frühstückprodukten sind es 36 Prozent, bei Grundnahrungsmitteln 25 Prozent. Für Fleisch und Wurstwaren geben sie immerhin sieben Prozent und bei Süßwaren drei Prozent mehr aus als die übrigen Haushalte.

In den Kategorien Konserven (-3 %), Tiefkühlkost und Eis (-5 %) sowie Fertigprodukte (-17 %) geben diese Verbraucher zum Teil weniger aus als die übrigen Haushalte.

Verbraucher in Deutschland geben für den bewussten Genuss von Lebensmitteln gern mehr Geld aus.



Foto: fotolia/Robert Kneschke

Aus dieser höheren Wertschätzung Lebensmitteln gegenüber ergeben sich für die Ernährungsindustrie wichtige neue Wertschöpfungspotenziale und Marktchancen.

Der bewussterer Lebensmittelkonsum beeinflusst den zunehmend harten Wettbewerb zwischen Herstellermarken und Handelsmarken, insbesondere da der Anteil „markentreuer“ Verbraucher zurückgeht (-6 % seit 2010). Die Studie zeigt, dass Marken, die ihren Marktanteil steigern oder halten, vorrangig von nachhaltigkeits- und genussorientierten Verbrauchern gekauft werden. Dagegen werden Marken, die ihre Stammkäufer zunehmend verlieren, vorrangig von eher unbedachten Konsumenten gekauft. ■

BVE, Berlin

Weitere Informationen:
www.bve-online.de

Aktualisiert: Die zehn Regeln der DGE

Was sollen wir essen und trinken, um unsere Gesundheit bestmöglich zu fördern? Die zehn Regeln der Deutschen Gesellschaft für Ernährung e. V. (DGE) geben dazu eine leicht verständliche Anleitung. Ausschlaggebend für die Aktualisierung waren neue Erkenntnisse für die

Die zehn Regeln der DGE in Kurzform:

1. Die Lebensmittelvielfalt genießen
2. Reichlich Getreideprodukte und Kartoffeln
3. Gemüse und Obst – Nimm „5 am Tag“
4. Milch- und Milchprodukte täglich, Fisch ein- bis zweimal in der Woche, Fleisch, Wurstwaren und Eier in Maßen
5. Wenig Fett und fettreiche Lebensmittel
6. Zucker und Salz in Maßen
7. Reichlich Flüssigkeit
8. Schonend zubereiten
9. Sich Zeit nehmen und genießen
10. Auf das Gewicht achten und in Bewegung bleiben

Prävention ernährungsmitbedingter Krankheiten sowie die zunehmende Bedeutung der Nachhaltigkeit in der Ernährung.

Die DGE unterscheidet nun in der Gruppe der tierischen Lebensmittel zwischen rotem und weißem Fleisch. Studienergebnisse haben gezeigt, dass rotes Fleisch und entsprechende Fleischerzeugnisse das Risiko für Dick- und Mastdarmkrebs erhöhen können. Für weißes Fleisch – Geflügel und Fisch – liegt nach derzeitigem Wissen keine Risikobeziehung vor.

Die Empfehlungen zum Trinken berücksichtigen nun auch zuckersüße Getränke. Sie sollen nur selten konsumiert werden, denn regelmäßig und in größeren Mengen getrunken, erhöhen sie das Risiko für Adipositas bei Erwachsenen sowie für Diabetes mellitus Typ 2 mit wahrscheinlicher Evidenz.

Die Nachhaltigkeit nimmt in der vollwertigen Ernährung einen hohen Stellenwert ein. Insbesondere in der Klimabilanz gibt es zwischen tierischen und pflanzlichen Lebensmitteln deutliche Unterschiede. So weist die Produktion tierischer Lebensmittel ein höheres Treibhauspotenzial auf. Auch innerhalb der einzelnen Lebensmittelgruppen bestehen Unterschiede hinsichtlich der Klimarelevanz. Die Produktion von Rind-, Schaf- und Ziegenfleisch verursacht deutlich höhere Emissionen als die von Geflügel- oder Schweinefleisch. Vor dem Hintergrund gefährdeter Fischbestände ist nachhaltige Fischerei und Aquakultur wichtig. Beim Kauf von Fisch ist daher auf seine nachhaltige Herkunft zu achten.

Ein geringer Energieaufwand bei der Erzeugung und Verarbeitung von Lebensmitteln wirkt sich ebenfalls positiv auf die Klimabilanz aus. Daher sollten bevorzugt frische Lebensmittel und Lebensmittel mit geringem Verarbeitungsgrad auf dem Speisezettel stehen. Zudem sind Gemüse und Obst der Saison empfehlenswert: Der Anbau im Freiland spart im Vergleich zu beheizten Treibhäusern oder Folientunneln Kohlendioxid-Emissionen ein. Eine längere



Vollwertig essen und trinken nach den 10 Regeln der DGE

Die Lebensmittelvielfalt genießen
Vollwertiges Essen und Trinken beinhaltet eine abwechslungsreiche Auswahl, angemessene Menge und Kombination nährstoffreicher und energiereicher Lebensmittel. Wählen Sie überwiegend pflanzliche Lebensmittel. Diese haben eine gesundheitsfördernde Wirkung und unterstützen eine nachhaltige Ernährungsweise.

Reichlich Getreideprodukte sowie Kartoffeln
Brot, Getreideflocken, Nudeln, Reis, am besten aus Vollkorn, sowie Kartoffeln enthalten reichlich Vitamine, Mineralstoffe sowie Ballaststoffe und sekundäre Pflanzenstoffe. Verzehren Sie diese Lebensmittel mit möglichst fettarmen Zutaten. Mindestens 30 Gramm Ballaststoffe, vor allem aus Vollkornprodukten, sollten Sie täglich essen. Eine hohe Zufuhr senkt die Risiken für verschiedene ernährungsmitbedingte Krankheiten.

Gemüse und Obst – Nimm „5 am Tag“
Genießen Sie 5 Portionen Gemüse und Obst am Tag, möglichst frisch, nur kurz gegart oder gelegentlich auch als Saft oder Smoothie – zu jeder Hauptmahlzeit und als Zwischenmahlzeit. Damit werden Sie reichlich mit Vitaminen, Mineralstoffen sowie Ballaststoffen und sekundären Pflanzenstoffen versorgt und verringern das Risiko für ernährungsmitbedingte Krankheiten. Bevorzugen Sie saisonale Produkte.

Milch- und Milchprodukte täglich, Fisch ein- bis zweimal in der Woche, Fleisch, Wurstwaren sowie Eier in Maßen
Diese Lebensmittel enthalten wertvolle Nährstoffe, wie z. B. Calcium in Milch, Jod, Selen und ω -3-Fettsäuren in Seefisch. Entscheiden Sie sich bei Fisch für Produkte mit

anerkannt nachhaltiger Herkunft. Im Rahmen einer vollwertigen Ernährung sollten Sie nicht mehr als 300 – 600 g Fleisch und Wurst pro Woche essen. Fleisch ist Lieferant von Mineralstoffen und Vitaminen (B₆ und B₁₂). Weißes Fleisch (Geflügel) ist unter gesundheitlichen Gesichtspunkten günstiger zu bewerten als rotes Fleisch (Rind, Schwein). Bevorzugen Sie fettarme Produkte, vor allem bei Fleischerzeugnissen und Milchprodukten.

Wenig Fett und fettreiche Lebensmittel
Fett liefert lebensnotwendige (essenzielle) Fettsäuren und fettlösliche Vitamine. Da es besonders energiereich ist, kann die gesteigerte Zufuhr von Nahrungsfett die Entstehung von Übergewicht fördern. Zu viele gesättigte Fettsäuren erhöhen das Risiko für Fettstoffwechselstörungen, mit der wiederum Folge von Herz-Kreislauferkrankheiten. Bevorzugen Sie pflanzliche Öle und Fette (z. B. Raps- und Sojaöl) und daraus hergestellte Speisefette. Achten Sie auf unsichtbares Fett, das in Fleischerzeugnissen, Milchprodukten, Gebäck und Süßwaren sowie in Fast-Food und Fertigprodukten meist enthalten ist. Insgesamt 60 – 80 Gramm Fett pro Tag reichen aus.

Zucker und Salz in Maßen
Verzehren Sie Zucker und Lebensmittel bzw. Getränke, die mit verschiedenen Zuckern (z. B. Glucosesirup) hergestellt wurden, nur gelegentlich. Würzen Sie kreativ mit Kräutern und Gewürzen und wenig Salz. Wenn Sie Salz verwenden, dann angereichert mit Jod und Fluorid.

Reichlich Flüssigkeit
Wasser ist lebensnotwendig. Trinken Sie und 1,5 Liter Flüssigkeit jeden Tag. Bevorzugen Sie Wasser – ohne oder mit Kohlenhydrate –

Vollwertig essen hält gesund, fördert Leistung und Wohlbefinden und unterstützt einen nachhaltigen Ernährungsstil. Die Deutsche Gesellschaft für Ernährung hat auf der Basis aktueller wissenschaftlicher Erkenntnisse 10 Regeln formuliert, die Ihnen helfen, gesund und gesund erhaltend zu essen.

und energiereiche Getränke. Trinken Sie zuckersüße Getränke nur selten. Diese sind energiereich und können bei gesteigerter Zufuhr die Entstehung von Übergewicht fördern. Alkoholische Getränke sollten wegen der damit verbundenen gesundheitlichen Risiken nur gelegentlich und nur in kleinen Mengen konsumiert werden.

Schonend zubereiten
Garen Sie die Lebensmittel bei möglichst niedriger Temperatur, soweit es geht, kurz, mit wenig Wasser und wenig Fett – das erhält den natürlichen Geschmack, schonet die Nährstoffe und verhindert die Bildung schädlicher Verbindungen. Verwenden Sie möglichst frische Zutaten. So reduzieren Sie überflüssige Verpackungsabfälle.

Sich Zeit nehmen und genießen
Gönnen Sie sich eine Pause für Ihre Mahlzeiten und essen Sie nicht nebenbei. Lassen Sie sich Zeit, das fördert Ihr Sättigungsempfinden.

Auf das Gewicht achten und in Bewegung bleiben
Vollwertige Ernährung, viel körperliche Bewegung und Sport (30 – 60 Minuten pro Tag) gehören zusammen und helfen Ihnen dabei, Ihr Gewicht zu regulieren. Gehen Sie zum Beispiel öfter einmal zu Fuß oder fahren Sie mit dem Fahrrad. Das schonet auch die Umwelt und fördert Ihre Gesundheit.

www.dge.de

Die aktualisierten zehn Regeln der DGE stehen unter www.dge.de zum Download bereit.

Lagerung von Gemüse oder Obst in Kühllhäusern verursacht zusätzliche Emissionen. Auch die zunehmende Mobilität wie das Autofahren zur Einkaufsstätte hat Einfluss auf das Klima. Mit der Aufforderung, öfter zu Fuß zu gehen oder mit dem Fahrrad zu fahren, berücksichtigen die zehn Regeln Aspekte der Gesundheitsförderung und der Nachhaltigkeit gleichzeitig.

Seit vielen Jahren empfehlen Institutionen wie die DGE, der aid oder „5 am Tag“ regelmäßig pflanzliche Lebensmittel zu verzehren. Das dient sowohl einer nachhaltigen Ernährung als auch präventiven Aspekten. Dass eine pflanzenbetonte Ernährung die Gesunderhaltung fördert, bestätigt die aktuelle Datenlage der evidenzbasierten Ernährung. Eine erhöhte Zufuhr von Gemüse und Obst hat risikosenkende Effekte zum Beispiel bei Bluthochdruck, koronarer Herzkrankheit und Schlaganfall. Eine gesteigerte Zufuhr von Vollkornprodukten senkt das Gesamt- und LDL-Cholesterolem im Blut. ■

DGE e. V., Bonn

Weitere Informationen:
www.dge.de

Lebensmittelüberwachung 2012

Berichterstattung des BVL

Die deutsche Lebensmittel- und Bedarfsgegenständeüberwachung setzt jedes Jahr Schwerpunkte bei ihren Kontrollen. 2012 stand der Schutz von Kindern als Konsumenten im Mittelpunkt. Ein weiterer Schwerpunkt der Lebensmittelkontrolleure war das Aufdecken von Verbrauchertäuschung durch falsche Aufmachung oder Kennzeichnung.

Schutz von Kindern

Im Rahmen des Monitorings, einem von Bund und Ländern gemeinsam durchgeführten Beobachtungsprogramm, wurde lackiertes Holzspielzeug für Kinder unter 36 Monaten und Buntstifte aus lackiertem Holz auf Weichmacher, insbesondere Phthalate, untersucht. Bei beiden Produkten kam es gleichermaßen zu Überschreitungen der Konzentrationsgrenzwerte für verschiedene reproduktionstoxische Phthalate. Der Konzentrationsgrenzwert für die Summe der Phthalate BBP, DBP und DEHP wurde bei Holzspielzeug in 9,1 Prozent der untersuchten Proben sowie bei Buntstiften in 20,7 Pro-

zent der untersuchten Proben überschritten. Auch Acetyl-Tributylcitrat und Diethylhexyladipat war in zahlreichen Proben vorhanden.

Nickel ist das Kontaktallergen mit der höchsten Sensibilisierungsrate, etwa zehn Prozent aller Kinder sind gegenüber Nickel sensibilisiert. Schon der Bundesüberwachungsplan (BÜp) 2010 konnte eine Nickelfreisetzung aus 28 Prozent der untersuchten Spielzeugproben aus Metall nachweisen. 2012 war in 20 Prozent der untersuchten 168 Proben keine Nickelfreisetzung nachweisbar, eine Überschreitung des gesetzlichen Grenzwertes war in 24 Prozent der untersuchten Spielzeuge feststellbar. Besonders auffällig waren Metall- und Modellbaukästen, bei denen 87 Prozent der untersuchten Proben den Grenzwert teilweise erheblich überschritten.

Seit dem 20. Juli 2010 müssen Lebensmittel mit den wasserlöslichen Azofarbstoffen Gelborange S (E 110), Azorubin (E 122), Allurarot AC (E 129), Tartrazin (E 102), Cochenillerot A (E 124) sowie Chinolingelb (E 104) zusätzlich mit dem Hinweis „Kann Aktivität und Aufmerksamkeit bei Kindern beeinträchtigen“ versehen sein. Im Rahmen des BÜp 2012 wurden die bei Kindern besonders beliebten Produktgruppen Speiseeis, Süßwaren, Feine Backwaren und alkoholfreie Getränke auf Einhaltung der Vorschrift untersucht. In 22 Prozent der 863 untersuchten Proben ließ sich mindestens einer der Farbstoffe nachweisen, wobei der Anteil nicht richtig gekennzeichnete Proben 65 Prozent bei Feinen Backwaren, 64 Prozent bei Speiseeis, 37 Prozent bei Süßwaren und 21 Prozent bei alkoholfreien Getränken betrug.

Schutz vor Täuschung

Bestimmte Duftstoffe mit allergenem Potenzial (wie Limonen oder das für Rosen charakteristische Eugenol) sind kennzeichnungspflichtig. Auf das Nichtvorhandensein dieser Stoffe weisen Hersteller auf den Verpackungen oft werbewirksam hin. Untersuchungen im Rahmen des BÜp haben gezeigt, dass von 186 untersuchten Körperpflegemitteln, die als „parfümfrei“ ausgelobt

Daten zur Lebensmittelüberwachung 2012

Die amtliche Lebensmittelüberwachung der Länder hat im Jahr 2012 insgesamt 881.406 Kontrollbesuche in 529.969 Betrieben durchgeführt. Bei 26 Prozent (rund 138.000 Betrieben) stellten die Kontrolleure Verstöße fest und leiteten entsprechende Maßnahmen ein. Von den 396.386 untersuchten Lebensmittelproben wurden 12 Prozent (48.513) beanstandet.

waren, rund ein Fünftel Duftstoffe enthielten.

2013 machte vor allem das Pferdefleisch Schlagzeilen. Aber auch andere Tierarten sind unerwartet und nicht entsprechend gekennzeichnet in manchen Produkten zu finden. So ist nach der allgemeinen Verkehrsauffassung und Verbrauchererwartung in Brühwürsten nur die Verarbeitung von Rind- und Schweinefleisch zulässig. Geflügelfleisch darf nur bei entsprechender Kennzeichnung enthalten sein. Die Untersuchung von 858 Proben Brühwurst zeigte jedoch, dass 10,1 Prozent der Proben Huhn und/oder Pute ohne entsprechende Kennzeichnung aufwiesen. Pute wurde dabei häufiger festgestellt als Huhn.

Der Pferdefleischskandal mit seinen vielfältigen Verflechtungen und Beteiligungen von Firmen in der gesamten EU hat gezeigt, dass Betrug an keiner Grenze halt macht. Alle Mitgliedstaaten haben daher gegenüber der Europäischen Kommission nationale Kontaktpunkte benannt, die dem schnellen Informationsaustausch zwischen den Mitgliedstaaten und der Kommission dienen. Sie sollen Strategien für eine schnelle Erkennung von Betrugsfällen und deren effiziente Bekämpfung erarbeiten. Häufig laufen Betrügereien nach ähnlichen Mustern ab, sodass Erkenntnisse in einem Mitgliedstaat helfen können, Fälle in anderen Ländern aufzudecken. In Deutschland nimmt das BVL diese Funktion wahr.

Rückverfolgung

Ein weiteres Programm des Bundesweiten Überwachungsplanes 2012 kontrolliert die Systeme zur Rück-

Der gesundheitliche Schutz von Kindern steht im Bundesüberwachungsplan 2012 an erster Stelle.



Foto: fotolia/gekaskr

verfolgung in kleinen und mittleren Betrieben. Lebensmittelunternehmen müssen sicherstellen, dass sie über Dokumente oder Daten verfügen, die es erlauben, nicht sichere Lebensmittel effizient vom Markt zurückzunehmen. Allerdings hatte beispielsweise die Rückverfolgung von Sprossen und Saaten bei der Aufklärung des EHEC-Ausbruchs 2011 gezeigt, dass besonders kleinere und mittlere Betriebe diese Anforderung nicht immer erfüllen. Bei der Kontrolle von 1.165 Betrieben im Rahmen des BÜp fiel auf, dass bei der Dokumentation besonders nicht zertifizierte Betriebe Mängel aufwiesen (27 %), während zertifizierte Betriebe deutlich besser abschnitten (14 %). Eine einwandfreie Rückverfolgbarkeit gilt als das A und O eines erfolgreichen Krisenmanagements und effektiven Verbraucherschutzes. Die Ergebnisse zeigen, dass die Unternehmen hier schnell nachbessern müssen. ■

Bundesamt für Verbraucherschutz
und Lebensmittelsicherheit (BVL), Berlin

Neue Leitlinien für die Bluthochdrucktherapie

Lebensstil ändern und Salzkonsum reduzieren

Etwa jeder Vierte in Deutschland leidet unter Bluthochdruck. Um das Risiko für lebensbedrohliche Folgen wie Herzinfarkt, Schlaganfall oder Organschäden möglichst gering zu halten, müssen Bluthochdruckpatienten eine gezielte Therapie einhalten. Grundlage dafür sind die neuen Leitlinien der European Society of Hypertension (ESH) und der European Society of Cardiology (ESC), die seit Juli 2013 gelten. Sie enthalten zwei wichtige Änderungen:

- Die Bedeutung des Lebensstils der Patienten rückt in den Vordergrund.
- Die Zielwerte liegen nun für (fast) alle Patienten einheitlich bei 130/80 mm Hg. Vorher unterschied man zwei Werte, einen für Hochrisikopatienten (130/80 mm Hg) und einen für Patienten mit moderatem kardiovaskulären Risiko (140/90 mm Hg). Studien

haben aber gezeigt, dass ein systolischer Wert unter 130 mm Hg keine Vorteile mit sich bringt. Außerdem sind laut Ärzblatt zwei Zielwerte wissenschaftlich nicht zu rechtfertigen

Lebensstil ändern

„Eine Optimierung des Lebensstil gehört bei einer Bluthochdrucktherapie immer dazu“, weiß Universitätsprofessorin Dr. Dr. med. Eva Brand, Stellvertretende Direktorin der Medizinischen Klinik D des Universitätsklinikums Münster. Sie erläutert, welche Lebensstiländerungen Blutdrucksenkende Effekte haben:

- **Kochsalzzufuhr:** Die Kochsalzzufuhr sollte fünf bis sechs Gramm am Tag nicht überschreiten.
- **Alkoholkonsum:** Frauen sollten maximal zehn bis 20 Gramm (reinen) Alkohol pro Tag konsumieren, Männer nicht mehr als 20 bis 30 Gramm. Zur Orientierung: Ein halber Liter Bier enthält rund 20 Gramm reinen Alkohol, 200 Milliliter Wein etwa 18 Gramm.
- **Ernährung:** Wichtig ist eine mediterrane, fettreduzierte Kost, die reich an Obst und Gemüse ist (300 bis 400 g/d). Zwei Mal pro Woche Fisch ist empfehlenswert.
- **Gewicht:** Übergewichtige Bluthochdruckpatienten sollten ihr Gewicht reduzieren. Sinnvoll ist ein Body-Mass-Index (BMI) von rund 25 (kg/m^2) sowie ein Bauchumfang von unter 88 Zentimetern bei Frauen und unter 102 Zentimetern bei Männern.
- **Bewegung/Sport:** 30 Minuten moderates, aerobes Training wie Walking, Jogging, Radfahren, Schwimmen an fünf bis sieben Tagen in der Woche helfen, den Blutdruck zu senken.
- **Rauchen:** Menschen mit Bluthochdruck sollten auf Nikotin verzichten.

Salzkonsum reduzieren

Viele Menschen nehmen bis zu 50 Prozent mehr Kochsalz zu sich als die empfohlene Menge von fünf bis sechs Gramm am Tag. Dafür gibt es zwei mögliche Gründe: Verbraucher essen immer mehr Fertiggerichte und Fast Food. Diese Produkte sind



Foto: fotolia/Wissmann Design

Zu viel Salz erhöht den Blutdruck und steigert das Risiko für Herz-Kreislauf-Erkrankungen.

oft sehr salzhaltig. Außerdem speisen viele Leute in der Kantine oder im Restaurant. Auch hier steckt in manchen Mahlzeiten zu viel Salz. Wie stark die Speisen gesalzen sind können die Verbraucher nicht beeinflussen. Sie sind den Mahlzeiten und industriellen Fertiggerichten quasi „ausgeliefert“. Brand sagt dazu: „Ein Kochsalzkonsum von über sechs Gramm am Tag geht mit einer Steigerung des Blutdrucks und des kardiovaskulären Risikos einher.“ Menschen mit entsprechenden Verzehrgeohnheiten haben deshalb möglicherweise ein erhöhtes Risiko für Bluthochdruck.

Die Weltgesundheitsorganisation (WHO) und Experten sind davon überzeugt, dass sich der Kochsalzkonsum in der Gesamtbevölkerung nur reduzieren lässt, wenn die Hersteller industriell bearbeiteter Lebensmittel die Gerichte weniger salzen und Köche in Kantinen und Restaurants deutlich sparsamer mit Salz würzen. Unabhängig davon sollten Ärzte ihre Bluthochdruckpatienten dazu motivieren, ihren Lebensstil zu optimieren. Ernährungsfachkräfte sollten die Patienten informieren, welche Alternativen es zu salzreichen Fertiggerichten gibt und wie sie mit wenig Aufwand leckere und salzarme Speisen selbst zubereiten können. ■

Hedda Thielking,
Diplom-Ökotrophologin, Bergheim

Betriebliche Gesundheitsförderung

IN FORM-Symposium in Bonn

Im Jahr 2007 entwickelten die Bundesministerien für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) sowie für Gesundheit (BMG) den Nationalen Aktionsplan „IN FORM – Deutschlands Initiative für gesunde Ernährung und mehr Bewegung“. Ein Schwerpunktthema der Jahre 2013/2014 ist die betriebliche Gesundheitsförderung. „In Deutschland gehen über 40 Millionen Menschen arbeiten. Damit ist das Setting „Beruf“ ein wichtiger Ansatzpunkt für gezielte Prävention“, sagte DGE-Präsident Prof. Dr. Helmut Hesecker in seiner Begrüßungsrede.



Foto: fotolia/RobertKneschke

Gesundheitsförderung ...

Bernhard Kühnle vom BMELV rief dazu auf, ausgewogene Ernährung und Bewegung zu einem Unternehmensziel zu machen und so Verantwortung gegenüber den Beschäftigten und unserer Gesellschaft zu zeigen. Außerdem sei die Gesundheit der Mitarbeiter heute entscheidend für die Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaft. Die Rollen, die früher zum Beispiel Bodenschätze und landwirtschaftlicher Ertrag spielten, übernehmen heute „man“- und „woman-power“.

... ganzheitlich ...

Christian Weber vom BMG forderte einen ganzheitlichen Ansatz der betrieblichen Gesundheitsförderung, der folgende Elemente umfasse:

- Reduktion der körperlichen Belastung,
- besseres Stressmanagement,
- gesundheitsgerechte Mitarbeiterführung und
- gesunde Ernährung.

Unterstützung liefert die neue Internetseite www.in-form.de/job.

... für alle

Da manche Mitarbeiter, vor allem Männer, eher schwer zu einem gesundheitsgerechten Verhalten zu motivieren sind, riet Prof. Dr. Volker

Nürnberg von der Unternehmensberatung Mercer Deutschland GmbH in Frankfurt dazu, ungewohnte Wege zu gehen. „Manche Unternehmen in den USA versprechen den Mitarbeitern einen finanziellen Bonus, wenn sie ihren Body-Mass-Index am Ende des Jahres von 26 auf 24 gesenkt haben.“ Auch kreative Belohnungen und Incentives – zum Beispiel ein Jahr ein reservierter Parkplatz neben dem Chefparkplatz oder Karten für ein Champions-League-Spiel – förderten bei manchen Mitarbeitern eine Verhaltensänderung. Über allem sollte jedoch ein wohl überlegtes Konzept stehen, das idealerweise von der Bestandsaufnahme bis zur Erfolgskontrolle reicht.

Gesundheitsorientiertes Führen

Betriebliche Gesundheitsförderung umfasst viele verschiedene Ansätze. Was unter gesundheitsorientiertem Führen zu verstehen ist, erläuterte Dr. Ulrich Schnabel vom Fraunhofer Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation in Stuttgart. „Fehlende Führungskompetenzen bilden häufig den Nährboden für Fehltag bei den geführten Mitarbeitern“, sagte Schnabel. Führungskräfte müssten sensibel dafür sein, warum Mitarbeiter „krank feiern“. Häufige Ursachen heute seien Ängste, Ärger und ne-

gativer Stress, sogenannter Distress. Schnabel appellierte an die Führungskräfte, sich für die Bedürfnisse ihrer Mitarbeiter zu interessieren und für einen gesunden Arbeitsplatz zu sorgen. Ebenso wichtig sei aber, dass sich die Führungskräfte um ihre eigene Gesundheit kümmern. Einer Studie der Bielefelder Universität zufolge leiden 15 Prozent der deutschen Führungskräfte zeitweilig unter starken seelischen Problemen.

Sport und Bewegung

Um Sport und Bewegung ging es im Vortrag von Dr. Mischa Kälber vom Deutschen Olympischen Sport Bund (DOSB) in Wiesbaden. Auch der Dachverband des organisierten Sports in Deutschland setzt auf eine stärkere Vernetzung von Sportvereinen und Betrieben. Mit 91.000 Sportvereinen und 28 Millionen Mitgliedern bringe der DOSB dafür beste Voraussetzungen mit. Kälber stellte unter anderem die Projekte „gesund leben – gesund arbeiten“ des Landessportbundes NRW sowie „G.U.T. im Beruf – Das Modellprojekt“ des Württembergischen Landessportbundes vor. Diese Projekte unterstützen die Zusammenarbeit zwischen lokalen Sportvereinen und Betrieben mit konkreten Maßnahmenplänen. Ein anderer Ansatz

ist das „Rezept für Bewegung“, mit dem Ärzte hartnäckige Sportverweigerer via Rezeptformular zu mehr Aktivität und Sport animieren sollen.

Gesunde Ernährung

Das Thema gesunde Ernährung im Rahmen der betrieblichen Gesundheitsförderung hob Sheila Gerlinger in ihrem Vortrag auf eine ganz praktische Ebene. Die Geschäftsführerin der fruiton GmbH in Düsseldorf beliefert Firmenkunden vor allem mit frischem Obst und Gemüse. Das geschieht zum Beispiel mit Obstkörben im Abonnement oder einer individuellen Konferenzverpflegung. Je nach Bestellung erhält der Kunde zum Beispiel fertig zubereitete Obstteller, Obstsalat, Gemüsestückchen im Glas, Nüsse zum In-die-Hand-schütten oder mit fettarmen Zutaten belegte Vollkornbrote. Gerlinger verwies in diesem Zusammenhang auf die Empfehlungen und Aktionen der Kampagne „5 am Tag“. Von der zugehörigen Internetseite aus gelangt man zur neuen Plattform „frucht@arbeitsplatz“, die Arbeitgeber, Kantinenbetreiber und mögliche Kooperationspartner vernetzt. Die Plattform ermöglicht außerdem die konkrete Suche nach Lieferanten in der näheren Umgebung für die Bestellung und Lieferung von frischem Obst und Gemüse.

Digitaler Arbeitsschutz

In jüngster Zeit ist ein weiterer Faktor der betrieblichen Gesundheitsförderung in den Fokus gerückt: der digitale Arbeitsschutz. Sabria David vom Slow Media Institut in Bonn erläuterte, wie der digitale Medienwandel die Menschen auf allen Ebenen der Gesellschaft beeinflusst. „Besonders die extrem schnelle und weite Verbreitung der Smartphones ist historisch einmalig“, sagte David. Problematisch sei, dass sich die Menschen heute einer enormen Informationsflut und ständiger Erreichbarkeit ausgesetzt sehen. Diese Entwicklung könne die Gesundheit der Menschen und ihre Leistungsfähigkeit gefährden. Die Mediennutzer müssten daher Kompetenzen wie „Verantwortung übernehmen“, „Auswählen“,

„Maßhalten“, „Abwägen“, „Filtern“ und „Ausblenden“ entwickeln. Auch die Unternehmen seien hier in der Verantwortung und sollten Maßnahmen für den digitalen Arbeitsschutz entwickeln und umsetzen. In seinem weltweit viel beachteten „Slow Media Manifest“ fordert das Institut, „angemessene Reaktionen auf die Medienrevolution zu entwickeln – sie politisch, kulturell und gesellschaftlich zu integrieren und konstruktiv zu nutzen.“

Kleine und mittlere Unternehmen im Fokus

Besonderes Augenmerk auf kleine und mittlere Unternehmen (KMU) legte Dr. Julia Schröder vom Institut für betriebliche Gesundheitsförderung in Köln. Diese Unternehmen haben mit spezifischen Belastungen zu kämpfen und tun sich mit Maßnahmen zur betrieblichen Gesundheitsförderung oft schwer. Häufig fehlt es an Zeit, Geld und Personal. KMU werden von kurzfristigem Handlungs- und Erfolgsdruck bestimmt und haben keinen Sinn für die mittel- bis langfristigen Erfolge der betrieblichen Gesundheitsförderung. Von Vorteil sind flache und überschaubare Personal- und Führungsstrukturen, die weniger stark ausgeprägte innerbetriebliche Bürokratie und eine gute Vernetzung der Unternehmen untereinander. Außerdem lassen sich schon mit vergleichsweise geringen Anstrengungen erste Erfolge erzielen, meinte Schröder. So könnten zum Beispiel einzelne, engagierte Mitarbeiter die Rolle von Bewegungs-Scouts für bewegte Pausen übernehmen oder man könne bereits etablierte Angebote der Krankenkassen vor Ort nutzen. „Oft ist weniger mehr und ständige Wiederholungen sind nötig“, betonte Schröder weiter. „Wichtig ist, dass die Menschen nicht zu viele Informationen und Gesundheitsratschläge erhalten. Besser sind wenige, dafür aber konkrete Tipps für den Alltag.“ Besonders für KMU empfahl sie die Bildung von regionalen Netzwerken, wie es beispielsweise hundert Unternehmen in Niedersachsen und Mecklenburg-Vorpommern mit dem „Netzwerk KMU-Kompetenz“ vorgemacht haben.

Trends in der Arbeitswelt

Abschließend referierte Prof. Dr. Peter Zellmann vom Institut für Freizeit- und Tourismusforschung in Wien über Entwicklungen in der Arbeitswelt. Grundsätzlich ging es um die Frage, wie sich die Zukunft aller Gruppen in der Bevölkerung lebenswerter gestalten lässt. Dabei sei zu beachten, dass wir heute in einer „neuen“ Dienstleistungsgesellschaft leben, in der die Persönlichkeitsentwicklung wichtiger als jemals zuvor ist. Zu den wesentlichen Kompetenzen gehören dementsprechend der Umgang mit Emotionen, Empathie, Kommunikationskompetenz, Konfliktmanagement und persönliche Informationskompetenz. Vor allem Führungskräfte müssen mit den Emotionen anderer umgehen können und Empathie zeigen. Eine Herausforderung sei es heute außerdem, Arbeit und Freizeit im Gleichgewicht zu halten. Oft fällt in diesem Zusammenhang der Begriff „Work-Life-Balance“. Zellmann hielt diese Bezeichnung für falsch, da Arbeit und Leben zusammen gehörten. Grundsätzlich rücken jedoch viele Unternehmen zurecht diese „Lebensbalance“ für die Erhaltung der Gesundheit und Leistungsfähigkeit ihrer Mitarbeiter immer mehr in den Vordergrund.

Fazit

Unterm Strich zeigte das Symposium der DGE, wie wichtig und facettenreich die betriebliche Gesundheitsförderung aktuell ist und wie sehr ihre Bedeutung in den kommenden Jahren zunehmen wird. Schon heute gibt es viele gelungene Konzepte und Maßnahmenpakete, die sich zur Nachahmung empfehlen. Je besser sich die beteiligten Akteure wie Unternehmen, Behörden, Krankenkassen, Sportvereine und Einrichtungen der Gemeinschaftsverpflegung vernetzen, desto nachhaltiger werden die Aktionen zum Erfolg führen. ■

Gabriela Freitag-Ziegler,

Diplom-Oecotrophologin, Bonn

Weitere Informationen:
www.jobundfit.de

Alkohol und Nikotin mit gemeinsamer Schaltstelle im Gehirn

Alkoholranke sind häufig auch starke Raucher. Eine Erklärung für diesen Zusammenhang haben US-amerikanische Forscher in Experimenten mit Mäusen entdeckt. Entscheidend ist ein Enzym im Belohnungssystem des Gehirns, das sowohl auf Alkohol als auch auf Nikotin reagiert. Genetisch veränderte Mäuse, denen dieses Enzym ganz fehlt, ließen sich nicht mehr so leicht von den beiden Suchtmitteln abhängig machen. Daher könnten Enzym-Hemmstoffe geeignet sein, Alkoholsucht und Nikotinabhängigkeit gleichzeitig zu behandeln.



Foto: fotolia/Vladimir Voronin

Über 60 Prozent der Raucher in den USA trinken übermäßig viel Alkohol und etwa 90 Prozent der Alkoholabhängigen sind Raucher. Die enge Kopplung zwischen den beiden Suchtformen war auch aus Entzugversuchen mit Ratten bekannt: Ein Alkoholentzug war dann besonders schwierig, wenn die Tiere weiterhin Nikotin konsumierten. „Wir wussten bereits aus früheren Untersuchungen, dass Mäuse, denen das Enzym Proteinkinase C-epsilon (PKCe) fehlt, eine geringere Vorliebe für Alkohol haben als normale Mäuse“, erklären Anna Lee und Robert Messing vom Ernest Gallo Research Center der University of California in San Francisco. In diesen Versuchen konnten die Tiere über einen längeren Zeitraum wählen, ob sie lieber alkohohaltiges oder alkoholfreies Wasser trinken wollten.

In ähnlichen Experimenten wurden Mäusen nun Wasserflaschen mit und ohne Nikotinzusatz angeboten. Außerdem lernten die Mäuse, einen von zwei Räumen aufzusuchen, in denen sie entweder eine Injektion mit Nikotin oder mit Kochsalzlösung erhielten. Normale Mäuse verbrachten mehr Zeit im Nikotinraum und konsumierten über das Trinkwasser 26 Prozent mehr Nikotin als Mäuse ohne PKCe. Dieses Enzym kontrolliert in bestimmten Hirnregionen die Produktion von Acetylcholinrezeptoren, an die auch Nikotin ankoppeln kann. Die Aktivierung der Rezeptoren löst Glücksgefühle im Nucleus accumbens aus, einem wichtigen Teil des Belohnungssystems. Im Gehirn von Tieren ohne PKCe wurden viel weniger dieser Rezeptoren gebildet, was die Entwicklung von Suchtverhalten erschwerte. Aus den Ergebnissen schließen die Forscher, dass eine Hemmung der PKCe eine neue Strategie zur kombinierten Behandlung von Alkohol- und Nikotinabhängigkeit sein könnte. ■

usa, Joachim Czichos

Quelle: Lee AM, Messing RO: Protein kinase C epsilon modulates nicotine consumption and dopamine reward signals in the nucleus accumbens. *Proceedings of the National Academy of Sciences (PNAS)*, doi: 10.1073/pnas.1106277108

Link: University of California, San Francisco, Ernest Gallo Research Center: <http://www.galloresearch.org>

Rauchen und Fettleibigkeit verkürzen das Leben

Starkes Übergewicht und Tabakkonsum verkürzen die Lebenszeit. Dabei wirkt sich Fettleibigkeit auf die Lebenserwartung junger Männer in gleichem Maße aus wie starkes Zigarettenrauchen, berichten schwedische Forscher. Zwar hatte die Kombination von Übergewicht und Tabakkonsum den größten schädlichen Effekt. Eine zusätzliche – synergistische – Verstärkung des Einflusses beider Faktoren ließ sich aber entgegen der Erwartungen nicht nachweisen.

Martin Neovius vom Karolinska Institut in Stockholm und seine Kollegen werteten Daten von 46.000 Männern im Alter von durchschnittlich 18,7 Jahren aus. Davon starben in einem mittleren Zeitraum von 38 Jahren 2.900 Männer. Das Risiko, vorzeitig zu sterben, war bei Übergewichtigen – mit einem Body-Mass-Index (BMI) zwischen 25 und 30 – im Vergleich zu Normalgewichtigen um ein Drittel erhöht. Bei Fettleibigen (BMI über 30) verdoppelte sich dieses Risiko. Untergewichtige (BMI zwischen 17 und 18,5) waren nicht stärker gefährdet.

Unabhängig vom Körpergewicht führte auch das Rauchen von mehr als zehn Zigaretten pro Tag zu einem doppelt so großen Risiko eines vorzeitigen Todes im Vergleich zu Nichtrauchern. Dieses Sterberisiko verfünffachte sich für starke Raucher, die zusätzlich fettleibig waren (im Vergleich zu normalgewichtigen Nichtrauchern). Eine über den additiven Effekt hinausgehende Wechselwirkung zwischen BMI und Zigarettenkonsum war nicht nachweisbar. Jugendliche vom Rauchen abzuhalten und Übergewicht zu verhindern, seien zwei wichtige Ziele, um die Gesundheit der Bevölkerung zu verbessern, sagen die Autoren. ■

usa, Joachim Czichos

Quelle: Neovius M et al.: Combined effects of overweight and smoking in late adolescence on subsequent mortality: Nationwide cohort study. *British Medical Journal* 338, b496, doi:10.1136/bmj.b496

Raucherentwöhnung: Online-Community unterstützt

Soziale Netzwerke können Raucher effektiv dabei unterstützen, von ihrer Sucht loszukommen. Welche Aspekte dabei eine zentrale Rolle spielen, beleuchtet eine Fragebogenstudie aus den USA. Die Ergebnisse bestätigen: Die aktive Teilnahme an auf Gesundheitsaspekte spezialisierten sozialen Netzwerken fördert nicht nur soziale Bindungen, sie hilft Mitgliedern auch, sich mit anderen Mitgliedern zu identifizieren, über ähnliche Probleme auszutauschen und gegenseitig zu unterstützen. Das wiederum erhöht die Erfolgchancen, das eigene Verhalten zu ändern. Ein weiterer Vorteil von Online-Portalen: sie verursachen keine Kosten.

„Soziale Netzwerke lassen sich zum einen als unabhängige Möglichkeit nutzen, chronische Gesundheitsprobleme wie das Rauchen zu verbes-

sern und zum andern als Teil eines ganzheitlichen Behandlungsplans, der professionelle Hilfe außerhalb des Internets und soziale Online-Plattformen einschließt“, erläutert Joe Phua von der University of Georgia. Phua analysierte die Angaben von 252 Frauen und Männern, die Mitglieder in einer von sechs Online-Communities zur Raucherentwöhnung waren und einen Online-Fragebogen zur Thematik ausgefüllt hatten. Er stellte fest: Mit entsprechendem Engagement ist es grundsätzlich möglich, in Portalen enge Sozialkontakte mit anderen aufzubauen, die ein ähnliches Anliegen an ihre Gesundheit verfolgen, in diesem Fall das Aufgeben des Rauchens. Diese Gemeinsamkeit, das Finden weiterer Gemeinsamkeiten und der Aufbau einer Vertrauensbasis erhöhen die Motivation und die Wahrscheinlichkeit effektiv, dass die Betroffenen tatsächlich ihre Sucht aufgeben können. Sie finden es zudem tendenziell leichter und schaffen es auch in kür-



Foto: fotolia/Rumkugel

zerer Zeit als Raucher, die die soziale Unterstützung einer Online-Community nicht für sich nutzen. ■

wsa, Cornelia Dick-Pfaff

Quelle: Phua J: Participating in health issue-specific social networking sites to quit smoking: How does online social interconnectedness influence smoking cessation self-efficacy? *Journal of Communication*, doi:10.1111/jcom.12054

Link: Joe Phua, Grady College of Journalism and Mass Communication, University of Georgia: <http://grady.uga.edu/directory/profile/phua>

Nikotinentzug: Je süchtiger, desto dicker

Wer das Rauchen aufgibt, nimmt mit hoher Wahrscheinlichkeit zu. Besonders bedroht von diesen unerwünschten Pfunden sind offenbar diejenigen, die körperlich stark vom Tabak abhängig sind. Das zeigten japanische Forscher anhand einer Studie mit knapp 200 Ex-Rauchern und -Raucherinnen, die unter medizinischer Aufsicht von der Sucht losgekommen waren. Außerdem förderten erhöhte Blutfettwerte die Gewichtszunahme. Keine signifikante Rolle spielte den Ergebnissen zufolge, ob Nikotinpflaster oder Tabletten bei der Entwöhnung unterstützten. Bei Rauchern mit hoher Nikotinabhängigkeit sollte daher ein gezieltes Gewichtsmanagement erfolgen, raten die Mediziner.

Koji Hasegawa vom National Hospital Organization Kyoto Medical Center und Kollegen hatten die Daten von insgesamt 132 Männern und 54 Frauen analysiert, die erfolgreich eine ambulante Anti-Rauch-Thera-

pie hinter sich gebracht hatten. Wie stark ihre körperliche Abhängigkeit vom Nikotin war, bestimmten sie vorab anhand des Fagerström Tests für Zigarettenabhängigkeit. Je höher der Wert ausfällt, desto stärker ist die Abhängigkeit. Außerdem erfassen die Forscher die Entwicklung des Körpergewichts anhand des BMI der Probanden und mögliche Einflussfaktoren, darunter bestimmte Blutwerte sowie Nikotinpflaster und ein Medikament mit dem Wirkstoff Vareniclin als Hilfsmittel zur Entwöhnung.

Das Ergebnis: Eine starke Nikotinabhängigkeit erwies sich als geeigneter Faktor zur Prognose einer erhöhten Gewichtszunahme nach der Entwöhnung. Doch auch die Blutfettwerte ließen Schlüsse auf die Entwicklung des Körpergewichts zu: Wer hohe Triglycerid- oder niedrige HDL-Cholesterinwerte hatte, besaß ein höheres Risiko zuzunehmen.

Dass Raucher an Gewicht zulegen, wenn sie die Sucht aufgeben, ist bekannt. Männer nehmen durchschnittlich 2,8 Kilogramm zu, Frauen 3,8 Kilogramm. Das sind aber lediglich Durchschnittswerte. Über zehn Prozent wiegen ohne Zigarettenkon-

sum gut 13 Kilogramm mehr, schreiben die Forscher. Mögliche Ursachen sind

- Gewohnheit,
- das Verlangen, etwas im Mund zu haben,
- bessere Geruchs- und Geschmacksempfindungen,
- gesteigerter Appetit durch den Nikotinentzug und eine damit einhergehende erhöhte Energieaufnahme,
- geringe körperliche Aktivität,
- Stoffwechseleränderungen.

Das Gewicht steigt nach dem Rauchstopp rund drei Jahre lang an. Danach sinkt es ab, sodass der Ex-Raucher nach sieben bis acht Jahren sein Ausgangsgewicht wieder erreicht.

Auch wenn es grundsätzlich der Gesundheit dient, das Rauchen aufzugeben, birgt die damit verbundene Gewichtszunahme gesundheitliche Risiken wie Herz-Kreislauferkrankungen oder Stoffwechselstörungen. ■

wsa, Cornelia Dick-Pfaff

Quelle: Komiyama M, Hasegawa K et al.: Analysis of factors that determine weight gain during smoking cessation therapy. *PLoS ONE*, doi:10.1371/journal.pone.0072010



Foto: fotolia/boob011

Raucher-Hotline könnte auch potenziellen Alkoholikern helfen

Viele Raucher trinken gesundheitlich bedenkliche Mengen Alkohol, zeigen Studien. Wer gefährlich viel trinkt, hat gleichzeitig größere Schwierigkeiten, das Rauchen aufzugeben als Raucher mit moderatem Alkoholkonsum. Beratungsdienste, die Raucher beim Aufgeben ihrer Sucht Hilfestellung leisten, könnten daher mit verhältnismäßig geringem Aufwand gefährdete Personen ausmachen und entsprechende Beratung bieten.

US-Forscher hatten in Zusammenarbeit mit einer großen amerikanischen „Quitline“ festgestellt, dass fast ein Viertel der Anrufer nicht nur rauchte, sondern auch bedenklich viel Alkohol trank. Dieser hohe Anteil bestätigt, dass Rauchertelefone

ein guter Ansatzpunkt für beratendes Eingreifen wären.

„Eine kurze Alkoholberatung von fünf Minuten reduziert nachweislich die Rate gefährlichen Trinkens“, erläutert Benjamin A. Toll von der Yale University School of Medicine. „Es wäre unkompliziert für Raucher-Hotlines, ein Beratungs-Modul speziell für Alkoholiker hinzuzufügen.“

Für die Studie hatten Toll und seine Kollegen die Daten von mehr als 88.000 Anrufern einer großen New Yorker Quitline gesammelt, und teilweise auch Folgeinterviews. Bei knapp 23 Prozent fanden sich Anzeichen für gefährlich hohen Alkoholkonsum. Die Folgeinterviews bestätigten, dass es bei starkem Alkoholkonsum schwerer ist das Rauchen aufzugeben, als bei mittelmäßigem. ■

usa, Cornelia Dick-Pfaff

Quelle: Toll BA et al.: Tobacco quitlines need to assess and intervene with callers' hazardous drinking. *Alcohol Clin Exp Res* 36 (9), 1653–8 (2012)

In Gesellschaft purzeln die Pfunde leichter

Abnehmen ist nichts für Einzelkämpfer. Gemeinsam mit Gleichgesinnten kommt man besser zum Ziel als allein. Neue Medien wie soziale Netzwerke im Internet oder Apps für das Smartphone können zwar auch ihren Beitrag leisten. Am effektivsten ist aber immer noch der direkte persönliche Kontakt. Das ergab eine aktuelle amerikanische Studie, die kürzlich im *American Journal of Medicine* erschien.

In der Studie erhielten 147 Teilnehmer freien Zugang zu einem kommerziellen Diätprogramm, zu dem regelmäßige Treffen gehörten. Zusätzlich durften sie die zugehörigen Angebote im Internet und eine App für das Smartphone nutzen. Beide ermöglichten eine computergestützte Auswertung und Verfolgung des Gewichtsverlaufs und außerdem den Zugriff auf Informationen über den Stoffwechsel, Lebensmittel und gesunde Ernährung sowie auf Rezeptideen. Dazu gab es ein Internet-

portal mit Informationen und Foren zum Online-Austausch mit Gleichgesinnten. 145 weitere Teilnehmer wurden großzügig mit allgemein zugänglichem Informationsmaterial und -quellen versorgt und sollten in Eigenregie abnehmen. In beiden Gruppen waren 90 Prozent Frauen. Nach sechs Monaten hatten die Teilnehmer am Gruppenprogramm ihr Gewicht im Schnitt um 4,6 Kilogramm reduziert. Bei denjenigen, die das Abnehmen auf eigene Faust versucht hatten, waren es nur 0,6 Kilogramm. Entsprechend war die Wahrscheinlichkeit, fünf oder zehn Prozent Gewicht zu verlieren, im Gruppenprogramm achtmal größer als allein. Dabei verloren diejenigen am meisten Gewicht, die alle Angebote des Programms (Treffen, Internet und App) sehr häufig nutzten. Der positive Einfluss der Online-Angebote war in der ersten Studienhälfte am stärksten. Für den Erfolg nach sechs Monaten waren letztlich aber die Gruppensitzungen entscheidender. Eifrige Teilnehmer erreichten elfmal häufiger die Fünf-Prozent-Grenze und gut fünfzehnmal häufiger die Zehn-Prozent-Grenze als Sitzungsmuffel. Insgesamt

war die regelmäßige persönliche Teilnahme an den Treffen der stärkste Einflussfaktor auf das Endgewicht und allein für etwa ein Drittel des endgültigen Gewichtsverlustes verantwortlich.

Dass Gruppenprogramme zum Abnehmen erfolgreich sind, ist bereits bekannt. Die aktuelle Studie zeigt, dass neue Kommunikationsmittel besonders in der Anfangsphase einer Diät eine gute Ergänzung darstellen. Langfristig können sie die positive Wirkung des direkten Austauschs mit Gleichgesinnten jedoch nicht vollständig ersetzen. Weitere Untersuchungen müssen nun zeigen, wie stark die Wirkung der neuen Medien im Einzelnen ist und wie sie sich etwa auf den Erfolg auswirken, das neue Gewicht auch langfristig zu halten. ■

Dr. Adnan Ritzka,
Biochemiker, Meerbusch

Quelle: Johnston CA, Rost S, Miller-Kovach K, Moreno JP, Foreyt JP: A randomized controlled trial of a community-based behavioral counseling program. *American Journal of Medicine* 126, 1143. e19-e24 (2013), doi 10.1016/j.amjmed.2013.04.025

Christine Maurer

Lernen sichtbar machen: Die Hattie-Studie



Ein dickes Buch, mittlerweile in deutscher Übersetzung, taucht immer wieder in Bildungsdiskussionen auf: Professor Dr. John Hattie, Universität Melbourne, hat 800 Meta-Analysen, die auf über 50.000 englischsprachigen Studien basieren, zusammengetragen. Dabei hat er 138 „Faktoren“ identifiziert und zu sechs „Domänen“ zusammengefasst, die versuchen, die Komplexität der Daten zu reduzieren und aufzuzeigen, wie sich der Lernerfolg beeinflussen lässt. Ansatzpunkte liegen

- beim Lernenden,
- im Elternhaus,
- bei den Lehrpersonen,
- in den Curricula,
- in der Art des Unterrichtens,
- in der Schule.

Die Studie wird viel diskutiert und zitiert. Dabei sollte berücksichtigt werden, dass die zugrunde liegenden Studien aus dem englischsprachigen Raum stammen. Nach Meinung der (deutschen) Übersetzer zeigen sich kulturelle Unterschiede

in den Domänen Schule, Lehrperson und Curriculum. Wolfgang Beywl und Klaus Zierer, die das Original für die deutschsprachige Ausgabe überarbeitet haben, warnen auch davor, einzelne Ergebnisse aus dem Zusammenhang zu isolieren und Schlussfolgerungen daraus abzuleiten. Eines ihrer Beispiele betrifft die „Hausaufgaben“. Diese stehen auf Platz 88 von 138. Sollen die Schulen deshalb auf Hausaufgaben verzichten? In den höheren Klassenstufen (das wären in Deutschland die Gymnasien) seien laut Hattie Hausaufgaben effektiv. Die deutschen Autoren ergänzen, dass es daher wichtig sei, das Prinzip „Hausaufgaben“ schon in der Grundschule zu erlernen, damit die Schüler es später erfolgreich anwenden können.

Dieser Beitrag ist eine Gratwanderung: Verständlichkeit versus plakative Aussagen. Wer mehr wissen oder tiefer einsteigen will, sollte das Buch selbst lesen und zu eigenen Schlussfolgerungen kommen.

Was ist „Visible Learning“?

In seiner Studie findet sich diese Definition für das Modell des sichtbaren Lehrens und Lernens: (Hattie 2013, Abb. 13).

Sichtbares Lehren und Lernen ist, wenn Lehrende durch das Lernen durch die Augen ihrer Schüler SEHEN, und wenn Lernende sich selbst als ihre eigenen Lehrpersonen SEHEN.

Die ersten zwölf Erfolgsfaktoren

Dr. Jörg Wendorff, Professor für Berufspädagogik an der Hochschule Ravensburg, hat in *Trainingaktuell*, Juli 2013, die Studie besprochen und zwölf Erfolgsfaktoren im Werk Hatties hervorgehoben (Rang 1 bis 12, wobei Rang 1 der höchste Erfolgsfaktor ist, Hattie 2013, **Übersicht 1**).

Einschätzung des eigenen Lernniveaus

Für Lernende ist es wichtig, regelmäßig den eigenen Wissensstand einzuschätzen. Auch die Formulierung der Lernerwartungen ist ein wichtiger Beitrag zu diesem Erfolgsfaktor. Lernende sollten aufschreiben, wo sie Fortschritte machen und was noch nicht klappt oder noch schwierig ist. Für den Kontext Schule ist das sicher nichts Neues! Und trotzdem ist dieser Erfolgsfaktor der am höchsten bewertete. Schüler, die sich selbst einschätzen und Lernziele formulieren (die gut erreichbar sein sollten), sind motivierter. Sie erleben ihre eigene Lernkompetenz positiv – und optimieren damit zukünftige Lernprozesse.

Vor Klassenarbeiten könnte die Lehrkraft die Themen der Lernkontrolle auflisten. Die Schüler könnten sich dann selbst einschätzen (z. B. „kann ich gut“, „kann ich“, „macht mir Mühe“, „kann ich nicht“). Dieser Bogen könnte dann auch die Aufforderung enthalten, die gewünschte Lernstufe für die Klassenarbeit festzulegen. Passend dazu könnte es dann Übungsaufgaben geben.

Formative Evaluation des Unterrichts

Lehrende sollten den Lernenden regelmäßig und innerhalb des Lernprozesses konstruktiv Rückmeldungen geben. Das Feedback sollte sich auf den aktuellen Leistungsstand beziehen und Wege aufzeigen, das angestrebte Lernziel zu erreichen.

Die Grundfrage ist, ob die klassischen Noten diesen Anspruch erfüllen. Noten stehen eher am Ende des Lernprozesses. Außerdem beinhalten die Noten selbst keinen Hinweis, wie das gewünschte Lernziel zu erreichen ist. Beim „Frontalunterricht“ fehlt die Interaktion zwischen Lehrer und Schüler. Diese ist notwendig, um Feedback zu ermöglichen. Es sind also weitere (schüler-)aktivierende Unterrichtsmethoden wie Projektarbeit, Gruppenarbeit, interaktive Lehrgespräche oder Moderationen zu geeigneten Themen in den Unterricht einzubeziehen. In einem solchen Kontext ist der Schüler am Lernprozess beteiligt. Dann ist „nur noch“ die kommunikative Fähigkeit

Übersicht 1: Die wichtigsten Erfolgsfaktoren des „Visible Learning“ (nach Hattie 2013)

Rang	Domäne	Einflussfaktor	Originalbegriff
1	Lernende	Selbsteinschätzung des eigenen Leistungsniveaus	Self-Report grades
2	Lernende	Kognitive Entwicklungsstufe (nach Piaget)	Piagetian programs
3	Unterrichten	Formative Evaluation des Unterrichts	Providing formative evaluation by teachers
4	Lehrperson	Micro-Teaching	Micro-Teaching
5	Schule	Akzeleration	Acceleration
6	Schule	Beeinflussung von Verhalten in der Klasse	Classroom behavior
7	Unterrichten	Interventionen für Lernende mit besonderem Förderbedarf	Comprehensive interventions for learning disabled students
8	Lehrperson	Klarheit der Lehrperson	Teacher clarity
9	Unterrichten	Reziprokes Lernen	Reciprocal teaching
10	Unterrichten	Feedback	Feedback
11	Lehrperson	Lehrer-Schüler-Beziehung	Teacher-student relationships
12	Unterrichten	Rhythmisiertes versus geballtes Unterrichten	Spaced versus mass practice

des Lehrers gefragt, um konstruktiv Feedback geben zu können.

Micro-Teaching

Hier zeigt sich ein kultureller Unterschied: Micro-Teaching ist ein Mittel der Lehrerfortbildung. Kurze Unterrichtssequenzen des Lehrers werden aufgezeichnet und anschließend analysiert. Der Lehrer schätzt sich zuerst selbst ein, dann erhält er das Feedback der anderen Teilnehmer, zunächst der Schüler, dann der Lehrenden. So lässt sich auch das Selbst- und Fremdbild abgleichen.

Ist dieses Format inklusive des Schüler-Feedbacks auf eine Videosequenz im deutschen Schulalltag üblich? Es ist wohl eher eine Seltenheit. Hier wäre jedoch kollegiale Beratung oder Begleitung vorstellbar. Mit welchen Kollegen könnten Sie sich Micro-Teaching vorstellen?

Beeinflussung von Verhalten in der Klasse

Hattie stellt klar, dass eine positive Lernatmosphäre wichtig ist. Sie schafft ein sicheres und kooperatives Lernklima. Schüler können offen sein und mit- und voneinander lernen. Auch wenn dieser Faktor zur Domäne Schule zählt, macht Hattie deutlich, wie wichtig der Lehrende für diesen Erfolgsfaktor ist. Ein Lehrender muss glaubwürdig sein,

damit eine positive Lernatmosphäre entsteht. Hattie zählt vier Aspekte auf, die für die Glaubwürdigkeit der Lehrkraft ausschlaggebend sind: Vertrauen, Kompetenz, Dynamik und Unmittelbarkeit: „Gewinnen Sie das Vertrauen Ihrer Schülerinnen und Schüler, indem Sie ihnen Vertrauen entgegenbringen. Treten Sie in Ihrem Unterricht stets hochorganisiert auf. Entwickeln Sie einen dynamischen Sprachstil. Reduzieren Sie den Abstand zu den Schülern, indem Sie sich bewegen und hinter dem Lehrertisch hervortreten.“

Wie schätzen Sie sich selbst in hinsichtlich dieser Aspekte ein? Hier könnte der Abgleich von Selbst- und Fremdbild durch Micro-Teaching ein guter Weg sein. Eine hochorganisierte Lehrperson ist vorbereitet und benutzt strukturierende Methoden. Dadurch schafft sie Transparenz für die Schüler, was sie wann zu erwarten haben.

Klarheit der Lehrperson

Zur Klarheit gehört eine klare Sprache. Damit sind verständliche und nachvollziehbare Aussagen gemeint. Gleichzeitig sind die Unterrichtseinheiten klar, angemessen und anspruchsvoll zu kommunizieren. Anschauliche Beispiele und Übungen runden die Ansätze von Hattie zur Klarheit der Lehrperson ab. Nach seiner Ansicht soll ein Lehrender ein

„activator“ sein. Dieser ist „Regisseur“ seines Unterrichts und nimmt die Schüler in den Blick.

Neben der Selbsteinschätzung zur klaren Sprache kann auch hier das Feedback von Kollegen aus dem Micro-Teaching hilfreich sein. Der Lernstoff ist durch die Rahmenlehrpläne vorgegeben. Hier könnte Klarheit bedeuten, den Schülern die Verteilung der Inhalte auf das Schuljahr transparent zu machen. Was ist diese Woche an „Stoff“ dran? Was ist das große Thema im kommenden Monat? Die Rolle des „activators“ könnte Methoden beinhalten, die die Schüler am Unterricht beteiligen.

Feedback an den Lehrenden

Von der Definition des Visible Learning her ist das ein Kernpunkt. Das Feedback der Lernenden an die Lehrperson ermöglicht es dem Lehrenden, den Unterricht durch die Augen der Lernenden zu sehen. Hattie sagt dazu: „Wenn Lehrpersonen Feedback von den Lernenden einfordern – oder zumindest offen sind gegenüber dem, was Lernende wissen, was sie verstehen, wo sie Fehler machen, wo sie falsche Vorstellungen haben, wo es ihnen an Engagement mangelt – dann lassen sich Lehren und Lernen miteinander synchronisieren.“

Im deutschen Schulsystem ist das Feedback von Schülern an Lehrer nicht systematisch vorgesehen. Insofern könnte es Mut erfordern, neue Wege zu gehen. Gleichzeitig gibt es viele Lehrende, die sich Feedback von ihren Schülern einholen. Wie stehen Sie zu dieser Frage? Der Ansatz von Hattie beinhaltet nicht nur das Einholen von Feedback, sondern auch Offenheit gegenüber den Schülern. Wichtig für den Lehrer ist die Interpretation der Schüleraktion oder -reaktion. Offenheit für Feedback heißt zum Beispiel, dass eine „falsche“ Antwort des Schülers nicht nur bedeuten kann, dass der Schüler die Antwort nicht wusste. Es kann auch bedeuten, dass der Schüler die Frage nicht oder anders verstanden hat. Wenn der Lehrer um Feedback bittet, kann sein Tun Auslöser für die Reaktion des Schülers sein – und diese Reaktion ist dann Feedback für den Lehrer.

Lehrer-Schüler-Beziehung

Hattie sagt deutlich, dass die Lernenden das Gefühl haben sollen, vom Lehrenden anerkannt zu sein. Der Lehrende sollte also in der Lage sein, eine gute Beziehung zum Schüler aufzubauen. Dazu sind nach Hatties Ansicht zum Beispiel Zuhören und Empathie nötig. Auch die Einstellung zum Lernenden spielt eine Rolle – sie sollte positiv sein. Wie liest sich das für Sie? Die Ansätze von Hattie sind nicht überraschend und entsprechen dem gesunden Menschenverstand. Mit Schülern, die mitmachen und sich einbringen, ist eine gute Lehrer-Schüler-Beziehung kein Kunststück. Die Herausforderung beginnt bei den Schülern, die unbequem sind, die sich nicht integrieren wollen.

Rhythmisiertes versus geballtes Unterrichten

Die Forschungsergebnisse von Hattie zeigen deutlich, dass gestaffeltes Unterrichten den Lernerfolg positiv beeinflusst.

Eine Unterrichtseinheit sollte so aufgebaut sein, dass ein Methodenmix stattfindet. Setzen Sie unterschiedliche Techniken ein. Wechseln Sie zwischen Vermitteln und Vertiefen oder Wiederholen. Lassen Sie auf lehrerzentrierte Methoden Methoden folgen, die den Schüler in den Mittelpunkt stellen. Der Lohn ist ein größerer Lernerfolg!

Hier finden Sie einige der ersten zwölf Erfolgsfaktoren – die Studie umfasst 138! Damit ist sie ein umfassendes Werk, mit dem sich die Auseinandersetzung lohnt. Auch wenn in manchen Diskussionen die Botschaft lautet, der Lehrende sei der zentrale Erfolgsfaktor, so ist das Bild doch komplexer. Der Lehrer agiert



nicht in einem luftleeren Raum – er ist in ein Schulsystem eingebunden und agiert innerhalb von Rahmenlehrplänen, um nur zwei Faktoren des komplexen Systems „Bildung“ zu nennen. Die Reduktion der Studienergebnisse auf den Lehrenden allein überfordert diesen. Trotzdem sind die Aussagen klar: das Potenzial der Lehrperson und die Möglichkeiten, Einfluss zu nehmen, gekoppelt mit wirkungsvollen Methoden und in eine fürsorgliche Beziehung, auch zwischen den Schülern, eingebettet – das sind die Gestaltungsmöglichkeiten, die die Studie aufzeigt.

Zum Weiterlesen:

John Hattie: Lernen sichtbar machen, überarbeitete deutschsprachige Ausgabe von „Visible Learning“, Wolfgang Beywl und Klaus Zierer, Schneider Verlag Hohengehren GmbH (2013)

<http://www.visiblelearning.de/>
 u. a. Interviews mit John Hattie

www.lernensichtbarmachen.net
 u. a. ein Wiki zu zzt. 150 extrahierten Faktoren

Die Autorin

Christine Maurer, seit 1992 selbstständig, arbeitet im Bereich Training, Beratung und Coaching. Sie ist Industriefachwirtin, Therapeutin und Supervisorin.

Christine Maurer
 cope OHG
 Postfach 1282
 64630 Heppenheim
christine.maurer@cope.de



Clever essen und trinken mit der aid-Ernährungspyramide

Dr. Ingrid Brüggemann · Melanie Braukmann

Teil 1: Das Unterrichtskonzept für die Grundschule



Genussvoll, vielseitig, gesund und nachhaltig essen und bewegungsaktiver sein – das sind Ziele der Ernährungs- und Verbraucherbildung nach den neuen Lehrplänen. Mit dem Unterrichtskonzept „Clever essen und trinken mit der aid-Ernährungspyramide“ lassen sich diese Ziele vom ersten Schultag an anbahnen. Der Ringordner bietet ein durchgängiges, flexibles Konzept, das die Kinder durch ihre gesamte Grundschulzeit begleitet. Schulanfänger entdecken beim Stationenlernen die Lebensmittelvielfalt, erschließen sich die Botschaften der aid-Ernährungspyramide und lernen in einfachen Mitmachaktionen, unsere Lebensmittel wertzuschätzen. Hilfreich dabei sind die vielen Bilder, Fotos und der spielerische Ansatz. In den aufeinander folgenden Übungen und Schuljahren wird dieses Wissen immer wieder gesichert und erweitert (**Übersicht 1**).

In vier Schritten die Pyramide „erklimmen“

Trotz des Ordnerumfangs können Lehrende schnell das Passende für ihre Lerngruppe finden. Die

Einteilung in vier Schritte mit kurzen Fachinformationen, didaktisch-methodischen Hinweisen und die 13 ausgearbeiteten Übungen mit vollständigen Materialien erleichtern die Unterrichtsvorbereitung. In den Übungen erleben die Kinder die Vielfalt der Lebensmittel, lernen ihre Essensmengen einzuschätzen, stellen pyramidenstarke Pausenbrote zusammen und hinterfragen ihre Essgewohnheiten. Im Vordergrund stehen immer Geschmackserlebnisse, praktische Esserfahrungen und die eigenen Vorlieben. Diese werden mit der aid-Ernährungspyramide verknüpft, an der die Kinder ihr Essen

und Trinken orientieren und reflektieren.

Um die Freude an Bewegung geht es im vierten Schritt: Wie komme ich zur Schule? Was können wir auf dem Schulhof spielen, was am Nachmittag? Was mache ich im Alltag, in meiner Freizeit, welchen Sport treibe ich? Nicht ohne Grund liegt ein Schwerpunkt auf der Bewegungsförderung, denn ausgewogen essen und trinken und aktiv sein gehören untrennbar zusammen.

Schleichwege und Extratouren öffnen den Blick

Zu jedem Schritt (**Übersicht 2**) gibt es drei ausgearbeitete Übungen mit „Schleichwegen und Extratouren“. Dahinter verbergen sich Ideen für weiterführendes, vertiefendes Arbeiten und Anregungen für mehrperspektivisches Denken und Handeln.

1. Kasimir will's wissen

Kasimir begleitet die Erst- und Zweitklässler als Sympathieträger durch die gesamte Unterrichtsreihe. Dabei stellt er den Kindern Fragen und motiviert sie so zum selbstständigen Forschen außerhalb der Schule. Insgesamt 37 Fragekarten sind vorbereitet. Die Fragen sind so konzipiert, dass sie die Unterrichtsinhalte wiederholen, vertiefen oder weiterführen. Mittels Blankokarten lassen sich spannende Fragen aus dem Unterricht ergänzen.

2. Geschmack erleben

Samtig, trüb, hart, saftig, ein bisschen süß! Weil Geschmackserlebnisse der Schlüssel zu vielseitigem und genussvollem Essen sind, brauchen Kinder viele Gelegenheiten, ihre fei-

Übersicht 1: Konzept und Inhalt des Ringordners in Kürze

Das Konzept	Inhalt des Ringordners
<ul style="list-style-type: none"> • verknüpft Ernährungsbildung mit Umweltbildung und Bewegungsförderung. • bietet hohe Praxisorientierung und Anregungen zum Transfer ins Schulleben. • passt für alle Grundschulen bundesweit und ist für Inklusion geeignet. • ist ideal für die schulische Verankerung von Gesundheitsbildung. 	<ul style="list-style-type: none"> • 13 ausgearbeitete Übungen zur schrittweisen Einführung der aid-Ernährungspyramide • Materialien für verschiedene Lernwege: Kopiervorlagen, farbige Foto- und Bildkarten, Geschmacksübungen, Lesetexte, Spiele und Bewegungsgeschichten ... • eine Begleit-CD mit Kopiervorlagen im Word-Format und als PDF, Lösungen zur Selbstüberprüfung, Forscherkarten, Memospiele, Lieder und Blankovorlagen

nen Sinne einzusetzen. Deshalb finden sich neben den unkomplizierten Verkostungen in den Übungen noch weitere einfache Rezepte in den „Schleichwegen und Extratouren“. Das selbstständige Probieren macht Kinder neugierig, bringt neue Geschmackserfahrungen, sensibilisiert für Neues und begeistert. Außerdem lernen die Kinder ihre Empfindungen (mithilfe der Beschreibungskarten) auszudrücken, entdecken Lebensmittel ganz neu, erweitern ihren Speiseplan und üben das Genießen.

3. Das Schulleben einbinden

Die ganze Schule muss leben, was die Kinder im Klassenzimmer lernen, und zwar jeden Tag. Das überzeugt die Kinder und bildet nachhaltig. Damit die Ernährungsbildung nicht im Sachunterricht stecken bleibt, verständigen sich die Kinder zum Beispiel auf Regeln für ihr tägliches Klassenfrühstück, untersuchen das Speisenangebot in der Schule und setzen sich fürs Wassertrinken ein. Für Lehrende gibt es Tipps zum Schulobstprogramm, zum Essensangebot bei Schulfesten und zu Erkundungen außerhalb der Schule.

4. Umweltgerechtes Denken und Handeln anregen

Was mache ich mit dem Brotrest oder dem vermatschten Obst in der Brotdose? Warum soll ich im Winter keine Erdbeeren essen? Wie hilft mir die Handportion, Essensreste zu vermeiden? Wie gestalten wir unser Büfett klimafreundlich? Diese Fragebeispiele zeigen, wie das Unterrichtskonzept Ernährungsbildung mit Nachhaltigkeit verknüpft. In jeder Übung und bei jeder Aktion werden die Kinder direkt und indirekt zu umweltgerechtem Handeln angeregt. Dabei steht ein wertschätzender Umgang mit Lebensmitteln im Vordergrund nach dem Motto: Alle Lebensmittel sind wertvoll!

5. Fächerübergreifend arbeiten

Der „Clever essen“-Ringordner ist keinesfalls nur für den Sachunterricht gedacht. Das Konzept ist bewusst so vielseitig und flexibel, damit das ganze Kollegium mitmachen kann. Die vier Kasimirlieder lassen sich in Musik einstudieren, die Bewegungsspiele eignen sich für die Sportstun-

Übersicht 2: Die vier Schritte und die Pyramide betreffende Kompetenzen	
Schritte	Kompetenzen
1. Was esse ich?	<ul style="list-style-type: none"> • acht Lebensmittelgruppen erkennen und verschiedene Lebensmittel den Gruppen zuordnen • Verzehrmenge (viel, mäßig, wenig) der Lebensmittel durch die Ampelfarben ableiten • Platzierung der Lebensmittelgruppen in der Pyramide verstehen
2. Wie viel esse ich?	<ul style="list-style-type: none"> • Verzehrmenen erkennen und anwenden • die eigene Hand als Maß für die Portionsmenge erkennen und eigene Mengen einschätzen können • altersgerechte Portionsgrößen kennen und eigene Essensmengen daran messen • eigene Essensmengen reflektieren
3. Wann esse ich was?	<ul style="list-style-type: none"> • Bedeutung regelmäßiger Mahlzeiten verstehen • die Pyramidenfrühstücks-Formel kennen und anwenden • sinnvolle Mahlzeiten nach den Kasimir-Mahlzeitentipps zusammenstellen • eine schöne Essatmosphäre schätzen lernen
4. Wie bringe ich Bewegung in meinen Tag?	<ul style="list-style-type: none"> • eigenes Bewegungsverhalten erkennen und bewerten • Hausarbeit als Bewegungszeit anerkennen und mithelfen • Möglichkeiten für aktive Freizeitgestaltung erforschen • Freude an der Bewegung wecken, erhalten, festigen

de, die Materialien mit Sprachförderung für Deutsch, die Bastelideen für den Kunstunterricht. So lässt sich das Konzept auf mehrere Schultern verteilen und die Kinder lernen nachhaltiger (**Übersicht 3**).

Das große Plus: über 100 farbige Foto- und Bildkarten

Die stabilen Foto- und Bildkarten im Materialregister eignen sich zum Visualisieren, Spielen, Differenzieren, als Lernerfolgskontrolle und zur Sprachförderung. Sie sind in vielen Unterrichtsphasen, im Stuhlkreis und in Gruppenarbeit vielseitig einsetzbar. Was ist Brokkoli? Wie heißt das Gemüse? Lehrende können mithilfe der Karten die Lebensmittel zeigen, die sie selbst nicht mitbringen kön-

nen. So lernen die Kinder auch Produkte kennen, die gerade nicht Saison haben oder nicht verfügbar sind. Die farbigen Karten sorgen obendrein für viele Sprechansätze bei Schulanfängern und auch älteren Grundschulkindern: Wieso ist der Kindermilchriegel kein Pausenbrot? Chips sind doch keine Süßigkeiten! Warum ist Limo kein Getränk?

Mit den Lebensmittelkärtchen sind auch viele „lehrreiche“ Spiele (Memo, Domino, Zuckerwürfelausstellung) und Arbeitsaufträge in Kleingruppen möglich. Beim Memospiel lernen die Kinder selbstständig Gemüse- und Obstarten von innen und außen kennen und ordnen passende Namenskarten zu. Je nach Lernniveau kommen weniger oder mehr Karten ins Spiel.



Handportionen helfen, nicht zu viel und nicht zu wenig zu essen.

Foto: Klaus Arras

Übersicht 3: Methoden und Materialien

Viele Methoden und Materialien ermöglichen verschiedene Lernwege:

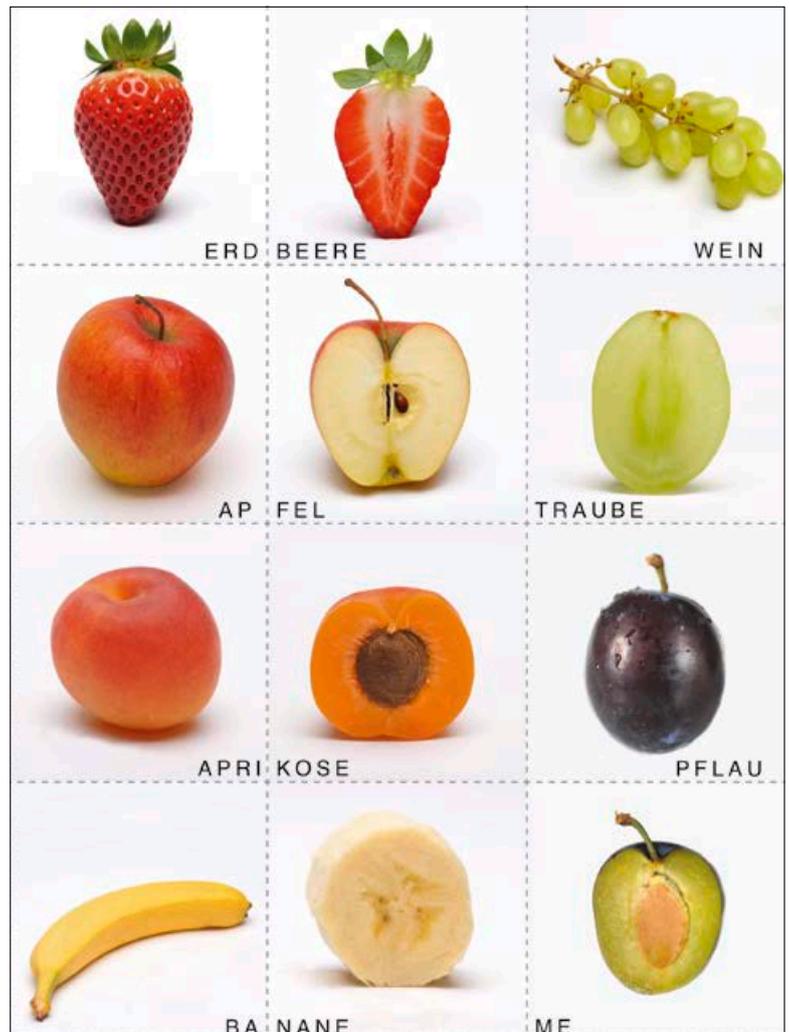
- Farbige Bild- und Fotokarten
- Arbeitsblätter für die Klassen 1/2 und ergänzende Materialien für die Klassen 3/4
- Lernzielkontrollen in zwei Niveaustufen
- Kasimirlieder als MP3 und Liedtexte als PDF
- Galeriegang, Stationenlernen, Einzel-, Partner- und Gruppenarbeit
- SinnExperimente, kleine Praxiseinheiten
- Forscherkarten „Kasimir will's wissen“
- Bewegungsspiele, Fantasiereisen, Pantomime

Differenzierung per CD

Neben den Varianten in den Übungen und Spielen bietet die CD weitere Möglichkeit zur Binnendifferenzierung. Ist zum Beispiel eine Aufgabe auf dem Arbeitsblatt zu viel oder eine Frage unpassend, können Lehrende einzelne Arbeitsaufträge oder Arbeitsblätter in den Word-Dateien auf der CD ändern. So lässt sich das Material auch in inklusiven Klassen und Förderschulen einsetzen. Zusätzlich bietet die Begleit-CD alle Arbeitsunterlagen als PDF, Lösungsvorschläge zu vielen Arbeitsaufträgen, Lieder, weitere Lebensmittelfotos, Bild- und Symbolkarten, Blankovorlagen und die Forscherkarten „Kasimir will's wissen“. Hinweise zum

Die Vorteile für Lehrende auf einen Blick: Sie ...

- sparen Vorbereitungszeit durch kurze Fachinformationen, didaktische Hinweise und ausgearbeitete Übungen.
- können anhand vorgeschlagener Extratouren und Schleichwege eigene Schwerpunkte setzen.
- erhalten vielfältig einsetzbare, wiederverwendbare Foto- und Bildkarten.
- können die Materialien über die CD individuell auf ihre Lerngruppe anpassen.
- haben durch die Methoden- und Materialvielfalt die Möglichkeit, unterschiedliche Lernzugänge zu nutzen.
- können das Material als Ganzes, in einzelnen Schritten oder als Projekt einsetzen.



Die Karten bieten Lebensmittelvielfalt, Spiel und Sprachförderung in einem.

Einsatz und zur Differenzierung der Materialien erleichtern die Unterrichtsplanung.

Wie Referendare mit dem Ringordner in der Schulpraxis arbeiten und ob sie die genannten Vorteile bestätigen, zeigt Teil 2: Das Unterrichtsmaterial im Schultest.

Einen Teildruck des Ringordners gibt es unter www.aid-medienshop.de, Bestell-Nr. 0372. Weitere Informationen unter: www.aid.de/lernen/clever_essen.php

Medienempfehlung:

Clever essen und trinken mit der aid-Ernährungspyramide – Module für die Grundschule
Ringordner, Bestell-Nr. 3463

Schmecken lernen für Vier- bis Siebenjährige – Grundkurs mit Pyramidenstickern
Medienpaket, Bestell-Nr. 3613

www.aid-medienshop.de

Für das Autorenteam

Dr. Ingrid Brüggemann ist Diplom-Oecotrophologin und arbeitet seit 1986 als Wissenschaftsredakteurin beim aid infodienst. Sie entwickelt didaktische Medien zur Ernährungsbildung von Kindern für Kindergarten, Grundschule und Sekundarstufe 1.

Dr. troph. Ingrid Brüggemann
Wissenschaftsredakteurin Ernährung, Bildung, Kommunikation
aid infodienst e. V., Heilsbachstr. 16, 53123 Bonn
i.brueggemann@aid-mail.de



Claudia Plinz-Wittorf

Teil 2: Das Unterrichtsmaterial im Schultest

Im Rahmen des Seminars Risikowahrnehmung und -kompetenzen haben zwölf Studierende im vierten Semester des Bachelor-Studiengangs „Ernährung und Gesundheit“ der Universität Flensburg in der Grundschule Handewitt im Kreis Schleswig-Flensburg den aid-Ringordner „Clever essen und trinken mit der aid-Ernährungspyramide“ eingesetzt und getestet. Die Dozentin Claudia Plinz-Wittorf und die Lehrkräfte begleiteten die Studierenden.

Ziele des Schultests

Im Schultest ging es um die Fragen:

- Gelingt es in vier Schritten die aid-Ernährungspyramide einzuführen?
- Ist das Konzept schlüssig?
- Sind die beschriebenen Unterrichtsverläufe praxistauglich?
- Verstehen die Schüler die Arbeitsaufträge?
- Ist die Struktur des Ordners plausibel und verständlich?
- Sind die formulierten Kompetenzen (**Übersicht 2**, S. 33) innerhalb der einzelnen Schritte sinnvoll und erreichbar?

Vorgehen und Vorgaben

Zunächst erhielten die zwölf Studierenden eine Einführung in den geplanten Schultest durch die Autorinnen Svea Bethge und Ulrike Hell. Die Studierenden bildeten Dreierteams und legten fest, welche Übung aus den vier Schritten jede Gruppe in den vier jahrgangsübergreifenden Klassen 1/2 realisieren würde. Im Ergebnis sollten alle im Material vorgeschlagenen Übungsverläufe von zwei Teams (zum Vergleich) getestet werden. Für jede Übung war eine Doppelstunde Unterricht (2 x 45 min) pro Woche vorgesehen. Alle 16 Unterrichtsstunden wurden anhand von Leitfragen ausgewertet, die die Unterrichtende, die beobachtenden Teammitglieder und die Klassenlehrerin schriftlich beantworteten (**Übersicht 1**). Um die Klassenlehrkräfte und die Dozentin angemessen zu informieren und einzubeziehen, erstellte jedes Team für jede Stun-



de Unterrichtsverlaufspläne mit dem geplanten Medieneinsatz und dokumentierte seine Ergebnisse in einem Projektbericht.

Ergebnisse, Erfahrungen, Anregungen

Obwohl der Unterricht nach den im Ordner beschriebenen Übungen geplant wurde, gestaltete er sich in jedem Team anders. Aus Zeitgründen und aufgrund fehlender Unterrichtserfahrung veränderten die Studierenden die in den Übungsbeschreibungen angebotenen Abläufe.

■ Schritt 1: Frische auf den Tisch

Das Obstsalat-Spiel und der Einstieg mit den Symbolkarten für die Lebensmittelgruppen machte den Kindern Spaß und war für die

Lehrende aufschlussreich: Da jedes Kind zu Wort kam, wurde das Vorwissen schnell deutlich. Als besonders motivierend und erkenntnisreich erwies sich die Stationsarbeit mit SinnExperimenten zu den Lebensmittelgruppen. Die Namen Durstig, Fruchtig, Frisch, Müller, Milli Milch, Willi Wurstig, Olivia Öl und Schleck kamen gut an, obwohl ein Schüler (6 Jahre) meinte: „Frisch soll alles sein, was ich esse.“ „Muss ich alles probieren?“, fragte ein Schüler (7 Jahre) zu Beginn. Derselbe Schüler kostete dann an den Stationen alle Lebensmittel mit Genuss. „Eigentlich mag ich keinen Joghurt mit Früchten, aber so mag ich ihn!“, äußerte eine Schülerin (7 Jahre) an der Joghurtstation. Bemerkenswert waren auch die unterschiedlichen Vorlieben an der Apfelstation. Ei-

Übersicht 1: Fragebeispiele/Auszüge aus den Fragebögen

1. Wie ist Ihr erster Eindruck von dem Unterrichtsmaterial?
2. Wie bewerten Sie die Fachinformationen und fachdidaktischen Hinweise zu jedem Thema?
3. Wie wurden die vorgeschlagenen Übungen umgesetzt?
4. Wie selbstständig arbeiten die Schülerinnen und Schüler mit den Materialien?
5. Welchen Eindruck haben Sie bezüglich der Lernmotivation und des Lernzuwachses der Schülerinnen und Schüler, der anzustrebenden Kompetenzen?
6. Wie bewerten Sie die zusätzlichen Materialien und Differenzierungsmöglichkeiten auf der Begleit-CD?

Die Fragen wurden bewusst offen formuliert, damit das Wissen und die Einstellungen, die bei der befragten Person tatsächlich vorhanden sind, ans Licht kommen (Kirchhoff et al. 2001).



Die Forscherkarten fordern die Kinder zum selbstständigen Lernen auf.

nige Kinder stellten im Nachhinein fest, dass Äpfel gar nicht so schlecht schmecken, obwohl sie vorher angegeben hatten, keine Äpfel zu mögen. Positiv fiel auch auf, wie die Kinder beim Zuordnen der Beschreibungskarten miteinander über den Geschmack diskutierten. Sie stellten fest, dass ihre Wahrnehmungen sehr verschieden waren.

Obwohl die Stationenarbeit in der Vor- und Nachbereitung relativ aufwendig ist, war sie nach Meinung der Studierenden lohnend. Denn an den Stationen erfolgte eine vertiefende Auseinandersetzung mit den Lebensmittelgruppen.

Die erste Stunde endete mit dem Basteln von Tischaufsteller oder Tischset. Beide Bastelarbeiten wurden von Stunde zu Stunde weiter entwickelt und sorgten so für Kontinuität. Die Arbeitsblätter konnten die Schüler selbstständig bearbeiten.

Kasimir begleitet die Kinder auf ihrem Pyramidenweg.



Tipp: Das Basteln von Tischset und Tischaufsteller kostet Zeit – deshalb fächerübergreifend im Kunstunterricht weiter bearbeiten.

■ Schritt 2: Sooo wenig? So viel!

Dass die Kinder ihre Portionen in die Hand nehmen und fühlen konnten, war für sie sehr erkenntnisreich und motivierend. Auch die Bewegungsgeschichte „Kasimir braucht Hilfe“ kam bei den Kindern sehr gut an und sorgte für Spaß und Bewegung. Die Kinder verstanden schnell, welche Bewegungen sie machen sollten und festigten so spielerisch die Anzahl der täglich empfohlenen Portionen. Die Aussagen „Sooo wenig darf ich nur naschen?“ (Schüler, 6 Jahre) und „Ich darf nur dienstags naschen.“ (Schülerin, 7 Jahre) zeigten, dass die Kinder die Botschaft zu den Süßigkeiten in der Pyramidenspitze verstanden haben. In allen Klassen war die Pyramide als Wandposter oder als Projektion am Activeboard präsent. Sie erwies sich als sinnvolle Hilfe, da sich die Kinder bei der Bearbeitung ihrer Arbeitsblätter immer wieder rückversichern konnten. Zur Frage „Warum hat die Ernährungspyramide die Form einer Pyramide?“ erarbeitete die Klasse gemeinsam die Antwort; dabei wurde deutlich, dass die Darstellung für die Kinder verständlich war. Das Arbeitsblatt „Mit den Händen messen“ (KV36) war für die Erstklässler zu schwierig; deshalb empfahl die Klassenlehrerin, dass die Zweitklässler den jüngeren Mitschülern helfen.

Tipp: Schwierige Arbeitsblätter lassen sich über die Word-Dokumente auf der CD an das Lernniveau der Schüler anpassen.

Insgesamt waren die Studierenden von den ansprechend gestalteten Materialien in Schritt 2 begeistert. Sie hatten den Eindruck, dass die Kinder am Ende der Stunde ihre eigenen Essmengen reflektieren, erkennen und die Handportionen anwenden konnten. Die Kinder hielten sich im Lauf der Stunde mehrfach ihre Portion Obst und Gemüse, auch die Kinder, die vorher gesagt hatten, sie äßen nicht gerne Obst und Gemüse.

Tipp: In Schritt 2 und Schritt 3 lassen sich die aid-Pyramidensticker (s. S. 37) gut integrieren. Sie dürften gerade für die jüngeren Kinder hilfreich sein.

■ Schritt 3: Frühstück ist fertig!

In der dritten Woche lag der Fokus auf dem Thema Frühstück. Die Studierenden konnten sich sehr gut mithilfe der im Ringordner enthaltenen Fachinformationen und fachdidaktischen Hinweise auf den Unterricht vorbereiten. Auch die klar formulierten, von den Kindern zu erwerbenden Kompetenzen wurden lobend erwähnt. Bei den Übungen zum Pyramidenfrühstück traten zunächst Probleme mit den Begriffen „Symbole“ und „Pyramidenfrühstücks-Formel“ auf. Als die Begriffe geklärt waren, lieferten die Kinder viele Ideen für ein ausgewogenes Pyramidenfrühstück und bearbeiteten die Arbeitsblätter „Der Frühstücksdetektiv“ (KV46) und „Kasimirs Pyramidenfrühstück“ (KV44) weitgehend selbstständig. Da einige Kinder Hilfe brauchten, wies die beobachtende Lehrkraft in diesem Zusammenhang auf die Vorteile der bearbeitbaren Arbeitsblätter auf der CD im Ringordner hin. Damit lässt sich jedes Material individuell an die Lerngruppe anpassen, was gerade für differenziertes Unterrichten sehr wertvoll ist. So kann jedes Kind im Rahmen seiner Möglichkeiten mit dem Material arbeiten.

Weiterhin erprobten die Studierenden erfolgreich das Bewegungsspiel „Der Ruderwettbewerb“ und sprachen mit der Klasse über die Atmosphäre beim Essen – ein aus ihrer Sicht sehr relevantes Thema, das sich lebendig über die kindgerechten Arbeitsblätter erarbeiten ließ.

■ Schritt 4: Mehr Bewegung bitte!

Der Unterricht auf Basis der Übungen „Freie Fahrt für die Bewegung“ und „Unser Bewegungsverhalten“ bekam aus Sicht aller Studierenden, Beobachterinnen und Lehrkräfte gute Bewertungen. „Logisch strukturierte Unterrichtsplanung“, „gut aufbereitetes Material“, so hieß es bezogen auf die kindgemäßen Bewegungskarten für den Stuhlkreis, die Bewegungsgeschichte „Das Pyramidenhaus“ und einige Arbeitsblätter. Alle Kinder waren sehr interessiert und motiviert und schienen ihr Bewegungsverhalten erkannt und richtig bewertet zu haben. Ein Lernzuwachs war eindeutig zu verzeichnen. Ein Team erprobte die Pantomime, ein Vorschlag aus den „Schleichwegen und Extratouren“. Sie kam bei den Kindern ebenfalls sehr gut an.

Fazit

„Einfach toll!“, lautete das Urteil einer Studentin. Die logisch strukturierten Unterrichtsideen im Ringordner und auf der Begleit-CD waren

gut umzusetzen und sehr hilfreich für die Unterrichtsplanung. Sie und die beobachtenden Lehrerinnen waren sich einig, dass das Unterrichtskonzept keine speziellen Vorkenntnisse erfordert. Weil es so flexibel ist, lässt es sich fächerübergreifend einsetzen und an die Bedürfnisse der Kinder anpassen. Die Lehrkräfte lobten die Methoden- und Materialvielfalt und die wechselnden Arbeitsformen, die den Kindern handelndes Lernen ermöglichen. Die Erst- und Zweitklässler konnten mit den Materialien sehr gut arbeiten und wurden zum vertiefenden Arbeiten angeregt. Im Fragebogen gaben alle Beteiligten an, den Ordner auch in Zukunft im Unterricht einsetzen zu wollen.

Da die Studierenden die vorgeschlagenen Übungen auf Praxistauglichkeit testen sollten, konnten sie die vielfältigen Möglichkeiten nicht völlig ausschöpfen, die in den Ideenbörsen, etwa mit Kasimirs Forscherfragen, oder auf der Material-CD stecken. Die CD mit den zahlreichen Differenzierungsmöglichkeiten wurde jedoch einstimmig begrüßt. Auch das straffe Zeitfenster (pro Schritt 90 min) schränkte den kreativen Umgang mit den Materialien ein. Dennoch äußerten die Studierenden eigene Ideen, etwa zum Plüschhasen Kasimir, den die Kinder in die Hand nahmen, wenn sie etwas zu erzählen hatten oder zum Kasimir-Refrain, den sie mit den Kindern einstudiert



Die aid-Pyramidensticker gibt es im Zehner-Paket zusammen mit dem didaktischen Leitfaden „Schmecken lernen“, Bestell-Nr. 3613.

hatten. Kasimir aktivierte besonders zurückhaltende Kinder zum Sprechen.

Positiv kam auch die von zwei Teams gestaltete Urkunde an, die den Kindern unter Applaus am letzten Tag überreicht wurde.

Ausblick

Da es heißt, der „Clever essen“-Ringordner begleite die Kinder durch die gesamte Grundschulzeit, ist eine weitere Evaluation des Materials in den Klassen 3 und 4 für das Sommersemester 2014 an der Universität Flensburg vorgesehen. Hier werden Studierende des Studienganges „Master Grundschule“ die Evaluation an derselben Schule durchführen. Vielleicht wird es dann möglich sein, auch die Differenzierbarkeit der Arbeitsblätter, Anregungen aus den Ideenbörsen, Umweltaspekte, das Schulleben und fächerübergreifendes Arbeiten zu berücksichtigen.

Die Literaturliste finden Sie im Internet unter „Literaturverzeichnisse“ als kostenfreie pdf-Datei.



Die Bewegungskarten zeigen, was alles zu „Bewegung“ zählt.

Die Autorin

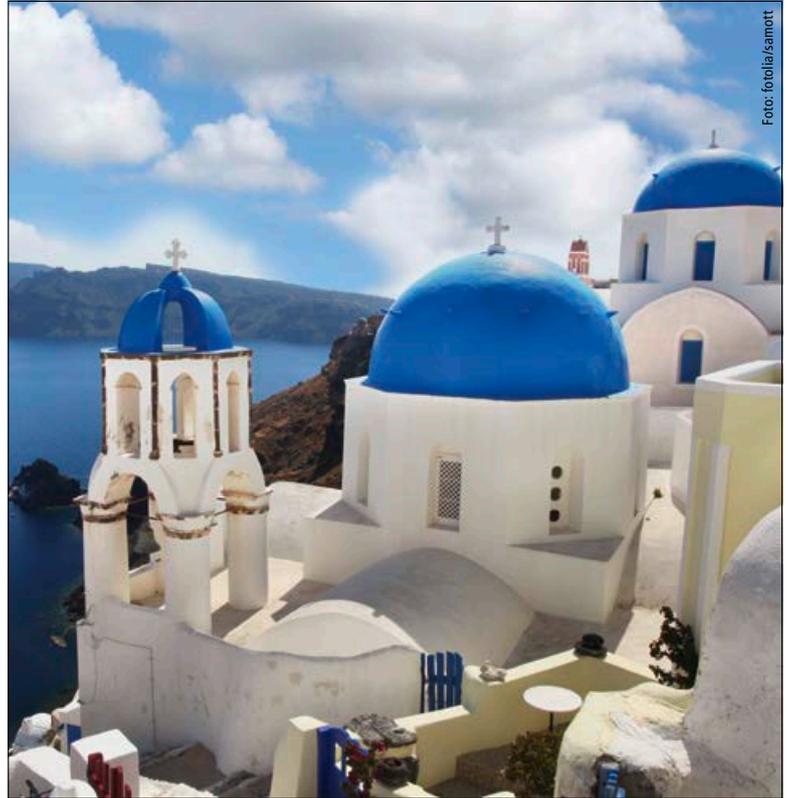
Die Diplom-Pädagogin Claudia Plinz-Wittorf ist als wissenschaftliche Mitarbeiterin und Doktorandin in Forschung und Lehre tätig. Ihre Dissertation beschäftigt sich mit dem Kulturthema Essen in seiner kommunikativen Bedeutung.

Claudia Plinz-Wittorf
Universität Flensburg, Institut für Gesundheits-, Ernährungs- und Sportwissenschaften,
Abt. Ernährung und Verbraucherbildung
Auf dem Campus 1, 24943 Flensburg
claudia.plinz-wittorf@uni-flensburg.de



Stephanie Rieder-Hintze

Gesunde Küche jenseits von Gyros und Pommies: Griechenland



Griechenland ist ein Land voller geografischer Besonderheiten: Der Gebirgsanteil beträgt fast 80 Prozent, rund 3.000 Inseln gehören zum Staatsgebiet und der geografisch südlichste Punkt Europas befindet sich auf der Insel Gavdos südlich von Kreta. Bezüglich der Esskultur bietet Hellas weniger Hervorstechendes, und Gourmets werden Errungenschaften der griechischen Küche selten hervorheben. Doch diese auf Gyros, Souvlaki und Bauernsalat zu reduzieren, wie es die Speisekarten griechischer Restaurants in Deutschland manchmal nahelegen, greift eindeutig zu kurz. Die griechische Küche ist einfach und bodenständig, aber durch ihren hohen Gemüseanteil und den Einsatz von Olivenöl mediterran-bekömmlich und gesund. Außerdem überzeugen viele Gerichte durch hochwertige Zutaten aus dem eigenen Land und deren fantasievolle Zubereitung. Kulinarisch in-

teressant ist die Verwendung zahlreicher Wildkräuter und -gemüsearten sowie der hohe Anteil von Schaf- und Ziegenprodukten, sowohl beim Fleisch als auch bei der Milch. Der Pro-Kopf-Verbrauch an Schaf- und Ziegenfleisch ist laut Wikipedia der mit Abstand höchste in der EU. Über zwölf Prozent der Arbeitnehmer sind laut Internetseite der griechischen Botschaft heute noch in der Landwirtschaft beschäftigt. Für Deutschland hat die Bundeszentrale für politische Bildung noch knapp zwei Prozent der Beschäftigten in diesem Sektor ermittelt. Die große Mehrheit der Griechen bekennt sich zur griechisch-orthodoxen Kirche, und viele halten sich – in unterschiedlicher Intensität – an deren Fastenzeit. Das bedeutet, insgesamt fast zehn Fastenwochen im Jahr fleischlos zu kochen. Immer und überall findet man in Griechenland jedoch Brot auf dem Tisch; es gehört wie Wasser zu allen

Speisen dazu. Das gilt von der kleinen Taverne bis hin zum edlen Speiselokal. In Griechenland ist es üblich, dass derjenige, der zum Essen eingeladen hat, auch die Bestellung vornimmt. Dabei gibt es selten ein Menü, sondern jeder Gang wird einzeln zusammengestellt und kommt in vielen Schüsseln und Tellern (Vorspeisen) sowie auf großen Platten (Fleisch und Fisch) für alle auf den Tisch. Und wo bleiben Gyros und Souvlaki? Beide sind original griechisches Fast Food und in Imbissen zu haben. Auf dem Speisezettel guter Restaurants oder in der Familienküche wird man sie selten finden.

Geschichte

Das Leben im Griechenland der Antike kennenzulernen, ist Pflichtprogramm für jeden Schüler. Denn bereits ab dem 5. Jahrhundert vor Christus bildeten Theater, Olympia,

Demokratie sowie große Dichter, Denker und Wissenschaftler das Fundament, das die europäische Zivilisation bis heute prägt. Mit Alexander dem Großen erreichte die Region ihren letzten Höhepunkt an Einfluss und Macht; um 150 vor Christus wurde sie von Rom erobert. Durch die Verschiebung und Teilung des Römischen Reiches in Richtung Osten um 400 wurde auch Griechenland Teil des byzantinischen Reichs. Ende des 14. Jahrhunderts begann die fast 400-jährige Herrschaft der Osmanen. Ab Anfang des 19. Jahrhunderts regte sich zunehmend Widerstand dagegen. 1821 begann der griechische Unabhängigkeitskrieg und die Staatsgründung des modernen Griechenland erfolgte 1830. Den neuen Monarchenthron besetzten die europäischen Mächte nach ihren Wünschen. Otto von Bayern, jüngerer Bruder von König Ludwig I., wurde erster König bis zur Vertreibung 1862. Dann folgten ein dänischer Prinz mit seinen Nachkommen

und 1924 die Gründung der Republik als ein Zwischenspiel, bevor 1935 die Königsfamilie zurückkehrte. Im Zweiten Weltkrieg war Griechenland blutiger Schauplatz unter deutscher Besatzung. Direkt nach Kriegsende herrschte ein dreijähriger Bürgerkrieg. Von 1967 bis 1974 litt das Land unter einer Militärdiktatur, bevor es nach und nach den Weg in die Reihe der europäischen Demokratien fand. Seit 1981 ist Griechenland Mitglied der EG und seit 2001 der Europäischen Währungsunion. Von den rund 11,3 Millionen Einwohnern leben über vier Millionen im Großraum Athen.

Appetithäppchen und Suppen

Auf einer Speisekarte im Restaurant heißen die Vorspeisen „Orektiká“, aber der Begriff „Mesédes“ ist geläufiger. Egal ob in einer Taverne (zum Ausgehen am Abend und fast immer mit einem Holzkohlegrill ausgestattet), einem Speiselokal oder

daheim in der Familie – die warmen und kalten Appetithappen sind ein Grundpfeiler der griechischen Esskultur. Von ganz einfach, etwa Fetakäse beträufelt mit Olivenöl, bis zu echten Gerichten im Miniaturformat ist alles zu haben: Tsatsikí, bemehlte, in Öl ausgebackene Zucchini- und Auberginenscheiben, Wildgemüse mit Zitronensaft, weißer Bohnensalat, gefüllte Weinblätter, Hackfleischbällchen, diverse Pasten (aus Gemüse, Käse oder Fischrogen), gebratener Käse, in Essig eingelegter Oktopus, in Öl eingelegte Sardinen, überbackene Muscheln, gebratene Fleischspieße oder -stückchen sowie der echte griechische Bauernsalat aus Gurke, Tomate, Oliven und Feta-Stückchen.

Wer sich eine Suppe als Vorspeise wünscht, wird weniger Glück haben. Denn sie gibt es fast nur in der kalten Jahreszeit, ist dann aber häufig Hauptgericht. Im Sommer gibt es auch kalte Suppen. Die dickflüssige Konsistenz der meisten warmen



Foto: fotolia/Wilim Ihtenfeld



Foto: fotolia/Elzbieta Sekovska

Typisch griechisch: Gemischte Vorspeisen, Wildkräuter mit Olivenöl, Hühnchen mit Zitronensauce (Avgolemóno) und Halvá



Foto: fotolia/JPC-PROD



Foto: fotolia/HLPhoto



Ohne Olivenöl geht gar nichts

Olivenöl und seine vielfältigen Einsatzmöglichkeiten sind so alt wie Griechenland selbst. Es dient(e) als Brennstoff, zur Körperpflege und als Heilmittel. Die Verwendung als Nahrungsmittel gehörte anfangs nicht zu den wichtigen Funktionen. Dafür ist Olivenöl heute in Griechenland eine unersetzliche Zutat. Für nahezu jedes Gericht – Vorspeisen, Salate, Gemüse, Fleisch, Fisch, Gebäck – ist Olivenöl von Nöten. Man kocht, brät oder backt damit. Nur selten kommen andere pflanzliche Öle oder Butter und Margarine zum Einsatz. Stattdessen gibt es in vielen Haushalten einen Vorrat an verschiedenen Ölsorten von zart und mild über zitronig-würzig bis pikant, die jeweils für unterschiedliche Zubereitungsformen oder Speisen gedacht sind. Aber die Olive ist nicht nur flüssig, sondern auch als Frucht allgegenwärtig. Pinienkerne, Nüsse, Gurkenstückchen und Oliven sind das Mindeste, was man einem Besucher zum Getränk anbietet. Der Ruf des griechischen Olivenöls ist ordentlich und es ist preislich konkurrenzfähig. Die besten Olivenanbaugebiete lokalisieren Experten im südlichen Peloponnes bei Kalamáta und auf der Insel Kreta.

Suppen entsteht durch Bohnen, Erbsen, Linsen, Kichererbsen, aber auch zerdrückte Kartoffeln oder Reis. Unterschiedlichste Gemüse werden dafür alleine, als Mischung oder auch in Fischsuppe verarbeitet. Bei dieser wiederum kommen Brühe und Fischstücke häufig getrennt auf den Tisch. Die Bohnensuppe „Fasoláda“ ist ein Klassiker der griechischen Küche und manchmal auch in Gaststätten bei uns zu bekommen. Bevor die über Nacht eingeweichten weißen Bohnenkerne in Flüssigkeit etwa 90 Minuten weich köcheln, werden Zwiebeln und Suppengemüse in Öl angedünstet. Ebenfalls beliebt ist Hühnersuppe mit Reis und Zitronensauce. Diese griechische Spezialität heißt „Avgolemóno“ und besteht aus Zitronensaft und aufgeschlagenem Ei.

Alltagsküche

Geschichtetes und Geschmortes aus dem Backofen, Fleisch oder Fisch gegrillt – so einfach klingt die Alltagsküche auf einen Nenner gebracht. Der genauere Blick offenbart dann aber eine erstaunliche Vielfalt; vor allem beim Gemüse! Denn Gemüse ist, im Gegensatz zu vielen anderen Ländern, in Griechenland selten „nur“ Beilage, sondern oft ein Hauptgericht. Zum Beispiel „Jemistá“, mit Reis und Gewürzen gefüllte Fleischtomaten und Paprika, die im Ofen (mit Kartoffeln) schmoren. „Laderá“ heißt „in Öl Gegartes“ und kann sich in der griechischen Kü-

che auf etliche Gemüsezubereitungen beziehen: Zucchini, Auberginen, Tomaten, Okra, Bohnen, Lauch, Sellerie, Spinat und viele mehr. Außerdem gibt es diverse Gemüsefrikadellen, die mit Käse oder Reis ihre Festigkeit erhalten. Auch die weit verbreiteten Pitas aus Füllteig haben meist Füllungen aus Gemüse, Kartoffeln, Käse, Eiern oder Mischkräutern, seltener aus Fleisch.

Wenn Gemüse und Fleisch zusammenkommen, geschieht das oft in geschichteter Form. Diese Art der Zubereitung stammt aus dem arabischen Raum. Bekanntestes Beispiel dafür ist „Moussakás“ aus Kartoffelscheiben, Auberginen, (Lamm-) Hackfleisch, Käse und Béchamelsauce. „Pastitsio“ ist ein Auflauf aus Hackfleisch und Makkaroni. Fleisch und Fisch werden vor allem gegrillt, gebraten oder geschmort. Die Varianten aus dem Backofen garen häufig mit Tomaten, Zwiebeln, Kartoffeln, gelegentlich auch mit Sellerie oder Karotten. Pommes frites und Reis sind die typischen Beilagen. Lammfleisch und Huhn sind traditionell beliebt. Schwein, Rind und Kalb haben allerdings in den vergangenen Jahrzehnten deutlich an Zuspruch gewonnen und müssen importiert werden, um den Bedarf zu decken. „Stiffado“ nennt man alle Schmorzubereitungen mit kleinen Zwiebeln und Fleisch von Kaninchen, Rind, Lamm oder Fisch. Eine Zimtstange liefert den besonderen Geschmack – ein osmanisches Erbe genauso wie Lammfleisch mit Joghurt. Wie in

vielen Landesküchen gibt es auch in Griechenland Frikadellen. Doch die Würze macht den Unterschied: „Keftedákia“ werden in Olivenöl gebraten und mit Oregano, Kreuzkümmel oder Minze verfeinert. Die Mittelmeerfische und Meeresfrüchte bieten ebenfalls zahlreiche Möglichkeiten, Olivenöl, Gewürze und Gemüse einzusetzen. Besonders häufig kommen Oktopus und andere Tintenfische auf den Tisch, die gefüllt, mariniert oder gegrillt sein können.

Festliches

Weihnachten, Neujahr, Geburts- und Namenstage – es gibt etliche Gelegenheiten für festliche Speisen. Aber: Das Osterfest ist für viele Griechen der Höhepunkt des Jahres. Ostern bedeutet einen Großeinsatz in der Küche. Aber bevor alles vor- und zubereitet und im großen Familien- und Freundesrund genossen wird, prägt die Fastenzeit der orthodoxen Kirche das kulinarische Leben. Wer die Vorgaben konsequent befolgt, verzichtet auf Fleisch, Fisch, Eier, Käse und Butter. Viele Griechen halten sich daran. Man läutet die Fastenzeit mit typischen Speisen ein: Muscheln, Austern, Oktopus, Frühlingzwiebeln, in Essig eingelegtes Gemüse, Saubohnen, die Fischrogencreme „Taramosaláta“, das Erbsenpüree „Fáva“, Halvá sowie Brot. Am Karsamstagabend endet die Fastenzeit nach der Auferstehungsfeier mit der traditionellen Osterspuppe, die es üblicherweise

nur an diesem Tag gibt. Sie besteht aus den Innereien der für Ostern geschlachteten Lämmer, aus Kräutern, Frühlingszwiebeln, etwas Reis sowie der Zitronen-Eier-Soße Avgolemono zum Eindicken. Nach dem Gottesdienst am Sonntag beginnt dann das große Fest, zu dem viel Tanz und Musik gehören. Man grillt Lämmer am Spieß über Holzkohle, und rot gefärbte Ostereier in großer Zahl sind ein Muss.

Süßes und Flüssiges

Eine komplette griechische Mahlzeit endet selten mit einem Dessert, wie wir es kennen. Frische Früchte der Saison bilden den Abschluss des Essens daheim und im Restaurant. Im Winter reichen dafür auch Orangen- oder Apfelschnitze, die auf einem Teller angerichtet und mit Zitronensaft und Zimt verziert werden. Süße Leckereien gibt es dennoch zuhauf, und etliche beinhalten Honig. Viele Anlässe laden dazu ein, Süßes zuzubereiten oder in einer Konditorei („Sacharoplatío“, wörtlich „Zuckerformer“) zu kaufen: Familienfeiern, kirchliche Feiertage, Namenstage oder einfach der Besuch von Gästen. Man reicht die für den mitteleuropäischen Geschmack zuweilen sehr süßen und häufig gefüllten Küchlein, Röllchen, Bällchen, Blätterteigbackwaren, Plätzchen, Torten oder kandierten Früchte am Nachmittag und späteren Abend. Beliebt sind „Löffelsüssigkeiten“, die in einer Schale serviert werden, an der Löffelchen hängen, so dass sich jeder bei den in Sirup eingelegten Fruchtstücken selbst bedienen kann. An Weihnachten und Neujahr bevorzugen die Griechen mit Puderzucker bestäubtes Mandelgebäck. Viele der süßen Leckereien erinnern an türkische und arabische Spezialitäten. Hier hat die jahrhundertelange osmanische Besatzung neben den beliebten Pitas kulinarisch ihre deutlichsten Spuren hinterlassen. Ein süßer Klassiker in ganz Griechenland ist bis heute Joghurt mit Honig und Walnüssen. Es kann insbesondere im Sommer auch als leichte Abendmahlzeit dienen.

Wer in Deutschland griechisch essen geht, bekommt mit der Rechnung oft einen Ouzo angeboten. In

Käse in Griechenland – die unbekannte Vielfalt

Feta, der weiße, leicht bröckelige Schafskäse, dessen dicke, scheibenartige Stücke in einer Salzlake schwimmen – das ist es meist schon, was außerhalb Griechenlands über den dortigen Käse bekannt ist. Der Feta aus unseren Supermarktgalen ist zudem oft sehr salzig, denn das ermöglicht die für den Export wichtige, vergleichsweise lange Lagerfähigkeit. In Griechenland findet man viele Fetasorten – mal härter, mal sämiger, mal bröckeliger. Aber es gibt zahlreiche weitere Käsesorten, zum Beispiel „Kefalotiri“ (salziger, hellgelber Hartkäse mit fester Rinde; wird häufig gerieben verwendet), „Graviéra“ (fettreicher, salzarter Hartkäse mit kleinen Löchern), „Kaséri“ (halbfest, gelblich, mild, Cheddar-ähnlich) oder „Kopanisti“, ein gepfeffertes Weißkäse, den es aus Kuh-, Schaf- und Ziegenmilch gibt. Laut EU-Statistiken haben die Griechen nach Frankreich den höchsten Pro-Kopf-Verbrauch an Käse. In vielen Gerichten kommt Käse zum Einsatz, und auch für die „Mesédes“, die kleinen warmen und kalten Vorspeisen, ist er wichtig, entweder als Feta, gebratener Käse oder zum Überbacken. Die meisten griechischen Käsesorten werden aus Schaf- und/oder Ziegenmilch hergestellt – im Gegensatz zum auch bei uns erhältlichen, eher festen griechischen Joghurt, der aus Kuhmilch besteht.



Foto: fotolia/Eskymaks

Griechenland ist der Anisschnaps dagegen ein Aperitif am Nachmittag oder frühen Abend, der gerne mit Wasser verdünnt wird und zu dem Nüsse, oft aber auch „Mesédes“ gereicht werden. Bekannt sind außerdem Likörweine aus der kleinbeerigen Muskatellertraube, zum Beispiel von der Insel Samos. Zahlreiche griechische Weiß- und Rotweine haben mittlerweile ein gutes internati-

onales Renommée und konnten das „Retsina-Image“ vergangener Zeiten erfolgreich hinter sich lassen. Für diesen lange in Griechenland vorherrschenden Wein wurde der Most mit Pinienharz versetzt, um ihn länger haltbar zu machen.

Zum Weiterlesen:

<http://www.sueddeutsche.de/reise-fuehrer/griechenland/essentrinken>

Die Autorin

Stephanie Rieder-Hintze M. A. ist Journalistin. Nach vielen Jahren in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit einer großen Stiftung arbeitet sie heute als freie Autorin.

Stephanie Rieder-Hintze
Muffendorfer Hauptstraße 9
53177 Bonn
stephanie@rieder-hintze.de



Gabriela Freitag-Ziegler

Alkohohaltige Getränke

Deutsche Esskultur pur – oder lieber gemischt?

Der Markt für alkohohaltige Getränke steht seit Jahren unter Druck. Das zeigt sich zum Beispiel an den Pro-Kopf-Verbrauchszahlen, die – mit Ausnahme von Sekt und Co. – stagnieren oder sogar leicht sinken (**Tab. 1**). Besonders betroffen ist das Bier. Dennoch bleibt es der Deutschen liebste Getränk, gleich nach Kaffee, Mineralwasser und Erfrischungsgetränken (*BSI 2013*).

Alkohol und Verantwortung

Grundsätzlich ist Alkohol mit Vorsicht zu genießen, denn er kann die Gesundheit schädigen und abhängig machen. Nach aktuellen Erhebungen konsumieren in Deutschland 9,5 Millionen Menschen Alkohol in gesundheitlich riskanter Form. Etwa 1,3 Millionen Menschen gelten als alkoholabhängig. 74.000 Menschen sterben pro Jahr an den direkten oder indirekten Folgen übermäßigen Alkoholkonsums (*Drogenbeauftragte der Bundesregierung 2013*).

Verschiedene Institutionen fordern daher zu einem verantwortungsbewussten Umgang mit Alkohol auf. So betreibt die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) die Kampagnen „Kenn-dein-Limit“ und „Null-Alkohol-Voll-Power“. Der Bundesverband der Deutschen Spirituosen-Industrie und Importeure e. V. (BSI) hat 2005 den „Arbeitskreis Alkohol und Verantwortung“ gegründet und mehrere Präventionsinitiativen ins Leben gerufen. Gemeinsam



Foto: fotolia/harada

führen die Wirtschaftsverbände der Bier-, Wein-, Sekt- und Spirituosenbranche die Initiative „Don't drink and drive“ durch (*BSI 2013*).

Viele Kampagnen richten sich an Kinder und Jugendliche sowie deren Eltern. Obwohl die gesetzlichen Altersgrenzen für den Verkauf von Bier, Wein und Sekt bei 16 Jahren und für Spirituosen bei 18 Jahren liegen, trinken viele Kinder und Jugendliche regelmäßig Alkohol (**Abb. 1**). Seit den 1970er-Jahren er-

fragt die BZgA in ihren Drogenaffinitätsstudien den Umgang von Jugendlichen und jungen Erwachsenen mit Alkohol. Dabei zeigt sich ein langfristiger und deutlicher Trend hin zu weniger Alkohol (**Abb. 1**, *BZgA 2012*). Gleichzeitig gehören Bier, Wein und andere Alkoholika seit jeher zur deutschen Esskultur und Identität. Sie sind beliebte Genussmittel, versprechen Spaß und Entspannung, ergänzen ein gutes Essen und bereichern private und öffentliche Feiern. Außerdem sind sie ein bedeutsamer Wirtschaftsfaktor. Das gilt besonders für Bier und Wein aus deutscher Erzeugung.

Bier

Bier ist sprichwörtlich deutsch. Das liegt nicht zuletzt am deutschen Reinheitsgebot aus dem Jahr 1516. Auch im Ländervergleich ist Deutschland Spitze: Mit rund 88 Millionen Hektolitern trinken die Deutschen doppelt

Tabelle 1: Pro-Kopf-Verbrauch (in Liter Fertigwaren) an verschiedenen alkohohaltigen Getränken (ifo Institut – Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung an der Universität München)

Jahr	Bier	Spirituosen	Wein	Schaumwein
2005	115,3	5,7	19,9	3,8
2007	111,8	5,6	20,6	3,8
2009	109,6	5,4	20,1	3,9
2011	107,2	5,4	20,2	4,1
2012 ¹	105,5	5,4	20,4	4,1

¹ vorläufige Angaben

so viel Bier wie die zweitplatzierten Briten; danach folgen Polen und Spanier. Beim Pro-Kopf-Verbrauch lag Deutschland im Jahr 2011 mit 107 Litern jedoch hinter Tschechien (154 Liter) und Österreich (108 Liter). Insgesamt geht der Konsum bei uns von Jahr zu Jahr zurück (**Abb. 2**). Während jeder Deutsche in den 1970er- und 1980er-Jahren um die 145 Liter Bier trank, waren es im Jahr 2012 nur noch 105,5 Liter (*Brauer-Bund 2013*).

Die Gründe dafür sind vielfältig: Ein gestiegenes Gesundheitsbewusstsein, demografischer Wandel, ein anderes Ausgeh- und Konsumverhalten, striktere gesetzliche Regelungen (Alkoholverbot am Arbeitsplatz, Promillegrenze im Straßenverkehr) sowie eine größere Getränkeauswahl. Auch für die kommenden Jahre rechnet der Deutsche Brauer-Bund mit nachlassendem Bierdurst. „Wir gehen aber davon aus, dass sich der Verbrauch aufgrund der großen Nähe der Bevölkerung zum deutschen Bier und der vielen Trinkanlässe bei rund 100 Litern einpendeln wird“, meint Pressesprecher Marc Oliver Huhnholz (*Brauer-Bund 2013; Huhnholz 2013*).

Außerdem macht ein enormer Preiskampf den Brauern das Leben schwer: Mit Niedrigpreis-Promotionen locken die Händler ihre Kunden an, die oftmals schlichtweg das günstigste Bier auf Vorrat kaufen (*Axel Springer 2011*). „65 Prozent der Fernsehbiere werden heute über Aktionen verkauft“, weiß auch Sandra Ganzenmüller. Damit meint die Pressesprecherin des Verbandes Die Freien Brauer die bekannten Marken der großen Brauereien, die mit massiver TV-Präsenz um Käufer werben (*Ganzenmüller 2013*).

■ Biermischgetränke als Nischenprodukt

Um den Sinkflug der Biernachfrage zu bremsen, bemühen sich die rund 1.300 heimischen Brauereien intensiv darum, neue Märkte zu erschließen. So hat sich zwischen 1998 und 2011 der Absatz von Biermischgetränken mehr als verdreifacht. Mit einem Marktanteil von rund sechs Prozent bleiben die süßen und alkoholfreien Mischungen aus Bier plus Cola, Limo, Frucht oder anderen Zu-

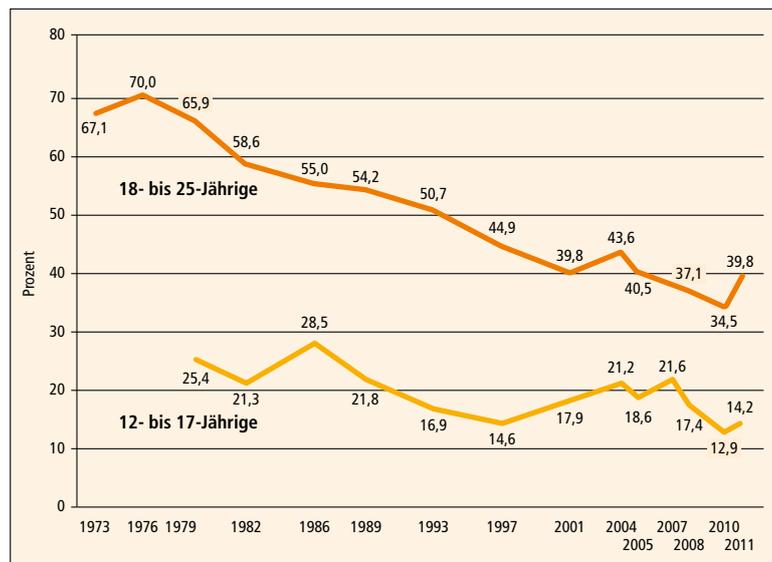


Abbildung 1: Regelmäßiger Alkoholkonsum 1973–2011, 12- bis 17- und 18- bis 25-Jährige insgesamt (*Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung*)

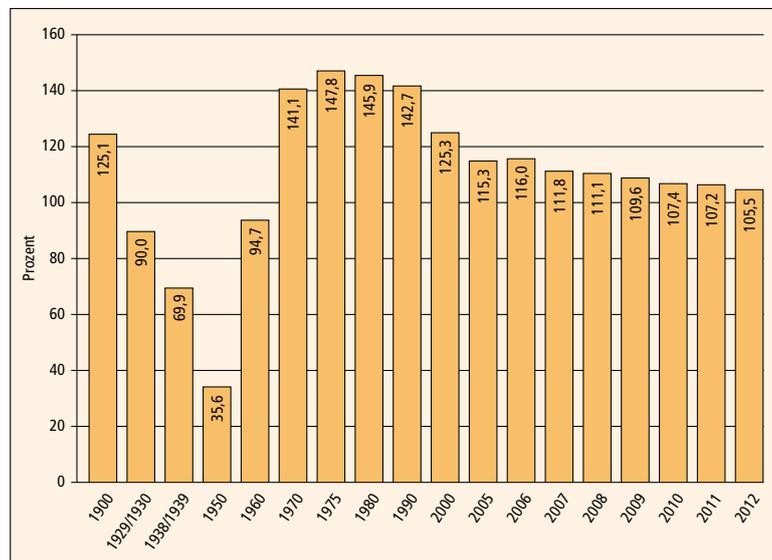


Abbildung 2: Entwicklung des Pro-Kopf-Verbrauchs an Bier in Deutschland (*Brauereiverband NRW*)

taten jedoch ein Nischenprodukt (*Brauer-Bund 2013*). „Dieser Hype ist schon wieder vorüber“, kommentiert Ganzenmüller. „Die Brauereien bringen zwar immer neue Sorten in die Regale, die meisten verschwinden aber genauso schnell wieder.“

■ Alkoholfreies Bier für den Megatrend Gesundheit

Zum regelrechten Hoffnungsträger der Branche entwickeln sich Biere ohne Alkohol. Insgesamt 200 Brauereien bieten heute alkoholfreie Alternativen zum Beispiel zu Pils, Weizen oder Kölsch an. Auch sie bewegen sich mit gut vier Prozent noch in der Nische, verzeichnen aber zweistellige Wachstumsraten (*Axel Springer 2011*). „Branchenweit machen die alkoholfreien Biere eine sehr positive Entwicklung durch“, bestätigt Huhnholz. Offensichtlich schme-

cken die Alkoholfreien vielen Verbrauchern mittlerweile sehr gut. Ein Plus ist auch ihr niedriger Energiegehalt, der vor allem für Figurbewusste zählt. Einige Brauereien bewerben ihre alkoholfreien Biere sogar als isotonische Sportgetränke.

■ Craft beer beflügelt die Branche

Insgesamt genießt Bier in Deutschland aufgrund seiner Vielfalt, der lokalen Verwurzelung und der langen Tradition einen sehr guten Ruf. „Durch die Diskussion über Biere mit neuen Geschmacksrichtungen und die höherwertige Präsentation in der Gastronomie können wir sogar eine Stärkung des Images feststellen“, freut sich Huhnholz (*Huhnholz 2013*).

In den USA führte ein massives Brauereien-Sterben zu einer Gegenbewegung: In einem schrumpfenden Bier-

markt etablierten sich immer mehr Craft beer-Brauereien. Craft beer ist ein handwerklich gebrautes Bier aus kleinsten bis mittelständischen Brauereien. In den USA lag ihr Marktanteil im Jahr 2011 bei über neun Prozent. Auch in Deutschland rückt seit fünf Jahren handwerklich gebrautes Bier aus deutscher Braukunst wieder mehr in den Vordergrund. Unverwechselbare Aromaprofile und Geschmacksausprägungen sowie ungewohnte Flaschendesigns und –größen (z. B. 0,75 Liter) geben Anlass zu Gesprächen und machen Lust zu probieren. „Vermutlich werden derartige Bierspezialitäten bei uns nie mehr als fünf Prozent Marktanteil erreichen“, schätzt Ganzenmüller. „Für unsere Bierkultur ist diese Entwicklung aber enorm wichtig.“ Besonders die (gehobene) Gastronomie kann ihren Gästen mit einer Auswahl an edlen Spezialitäten und konkreten Bierempfehlungen zu bestimmten Speisen neuen Biergenuss

vermitteln. Sandra Ganzenmüller, die auch Bier-Sommelière ist, träumt davon, dass der Gast in allen Gaststätten zusätzlich zur Speise- und Weinkarte eine Bierkarte findet. Aber auch beim Getränkeinkauf im Handel wünscht sie sich Verbraucher, die häufiger das Besondere suchen und so kleine, regionale Brauereien unterstützen (Ganzenmüller 2013).

Wein

Jeder Deutsche trank im Jahr 2012 im Schnitt 20,4 Liter Wein und damit rund 2,8 Prozent weniger als im Jahr 2011. Während der Absatz zurückging stieg der Umsatz um 1,2 Prozent. Das ist auf eine höhere Ausgabenbereitschaft der Verbraucher zurückzuführen (DWI 2013). Betrachtet man nur die Deutschen über 16 Jahre, beträgt der Pro-Kopf-Verbrauch aktuell knapp 38 Liter. Experten erwarten bis zum Jahr 2016 ein Nachfrageplus von rund 3,5 Prozent

und damit eine der höchsten Konsumsteigerungen weltweit (Vinexpo 2013).

■ Mehr heimische Weine ...

Insgesamt kauft der Weinkenner verstärkt Weine aus heimischen Anbauregionen. Ausländische Weine haben mit Absatzschwierigkeiten zu kämpfen. So wuchs der Anteil der deutschen Weine am Gesamtmarkt auf den Absatz bezogen auf 44 Prozent, auf den Umsatz bezogen sogar auf 52 Prozent. Hinter den deutschen Weinen folgen Weine aus Frankreich, Italien und Spanien (DWI 2013, Abb. 3). Auch im ersten Halbjahr des Jahres 2013 stieg die Nachfrage nach deutschen Weinen laut einer GfK-Marktbeobachtung um sechs Prozent. Die Geschäftsführerin des Deutschen Weininstituts (DWI) Monika Reule begrüßt diesen anhaltenden Trend. „Besonders erfreulich ist, dass dieser auch im Lebensmitteleinzelhandel, der Haupteinkaufsstätte für Wein in Deutschland, mit einem Plus von elf Prozent im Weinabsatz eindeutig erkennbar ist“, erklärt Reule. Insgesamt entfallen auf den Lebensmitteleinzelhandel und auf die Discounter 73 Prozent aller Weinkäufe. Den Rest teilen sich Fachhandel und Winzer (DWI 2013).

■ ... und Rosé im Trend

Nachdem deutsche Weißweine einige Jahre lang an Beliebtheit verloren, zeichnet sich eine Trendwende ab (Tab. 2). Auffällig ist außerdem der weltweite Trend zu Rosé. Auch bei uns rechnet man bis 2016 mit einem weiteren Nachfrageanstieg von über drei Prozent. Damit würde sich Deutschland an dritter Stelle hinter Frankreich und den Vereinigten Staaten behaupten (Vinexpo 2013). Ganz offensichtlich haben Roséweine in den vergangenen Jahren einen Imagewandel erfahren: vom eher süßlichen Wein für Frauen und junge Leute zum Qualitätswein für alle Weinfreunde inklusive Kenner (Brandl 2013).

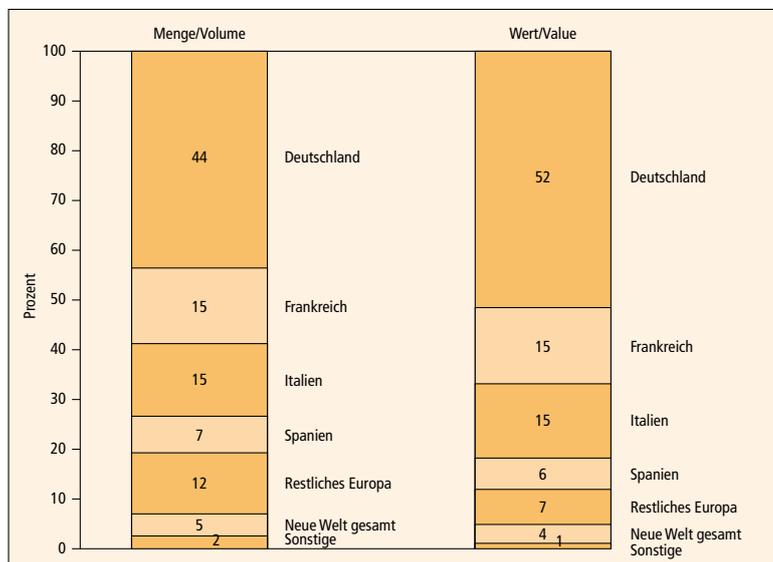
■ Weinauswahl nach Lust und Laune

Insgesamt hat sich die Verbrauchereinstellung beim Weinkauf geändert. Früher genoss Wein hohes Ansehen und die Auswahl verlang-

Tabelle 2: Anteile der Weinarten an den Einkaufsmengen der privaten Haushalte im Handel in Prozent (DWI 2006, 2013)					
	2012	2010	2008	2004	1996
Importierte Weine					
Rot	60	62	67	68	64
Weiß	30	29	26	24	29
Rosé	10	9	7	8	7
Deutscher Wein					
Rot	37	40	35	28	21
Weiß	52	48	56	64	69
Rosé	11	12	9	8	10

nach Daten GfK Consumer Scan im Auftrag des Deutschen Weininstitutes

Abbildung 3: Weinherkunftsländer in Deutschland 2012



te eine gewisse Kennerschaft. Der Käufer musste sich mit Jahrgängen, Rebsorten, Qualitätsstufen, Anbaugebieten, Lagen und Erzeugern auskennen. Heute ist Wein ein Produkt für jedermann und jeden Anlass. Die Mehrheit der Verbraucher lässt sich beim Kauf von Neugier und Spontaneität leiten und wünscht sich unverkrampften Genuss. Da die Bezeichnungen auf dem Etikett wenig über den Geschmack verraten, sind emotionale Komponenten besonders wichtig. So regen zum Beispiel Landschaften und Geschichten mehr zum Kauf an als Aussagen wie „halbtrocken“ oder „trocken“ (Schippersges 2013). Dazu passt, dass beliebte und fruchtige Weine angesagter sind als früher – und zwar nicht nur bei Weinneulingen. Junge Leute in Rheinhessen und der Pfalz mischen Weiß- oder Rotwein sogar mit Cola oder Fanta (Springer 2013). Seit 2009 gibt es derartige Kreationen auch als fertige Mischungen zu kaufen.

■ Ökologische Erzeugung und Nachhaltigkeit

Natürlich machen die Themen biologische und nachhaltige Erzeugung auch beim Wein nicht halt. Besonders in Deutschland sind „Öko-Weine“ längst keine Seltenheit mehr. Zwischen 2003 und 2012 hat sich deren Anbaufläche mehr als vervierfacht. Im Jahr 2012 lag sie bei 7.500 Hektar und damit bei über sieben Prozent der Gesamtrebfläche (DWI 2013). „Bio ist jedoch nicht mit Nachhaltigkeit gleichzusetzen“, betont Bastian Klohr von der Hochschule Heilbronn. Dort wurde im Jahr 2009 das Deutsche Institut für Nachhaltige Entwicklung e. V. (DINE) gegründet. Während man weltweit Strategien für nachhaltige Weinerzeugung national verfolgt (besonders in Kalifornien, Neuseeland und Südafrika), steckt Deutschland noch in den Kinderschuhen. So sind zurzeit vor allem zertifizierte Weine aus anderen Ländern in den Regalen zu finden – mit steigender Tendenz. Das sollte sich nach der Vorstellung des DINE bald ändern. „Nachhaltigkeit ist ein wichtiger Ansatzpunkt für die Weiterentwicklung und Zukunftssicherung der deutschen Weinwirtschaft“, sagt Klohr. „Sie bietet wertvolle Potenzial-



Foto: fotolia/Xavier

Spirituosen zählen zu den umsatzstärksten Warengruppen im Lebensmitteleinzelhandel. Beliebte sind Getränke, die sich zum Mixen eignen.

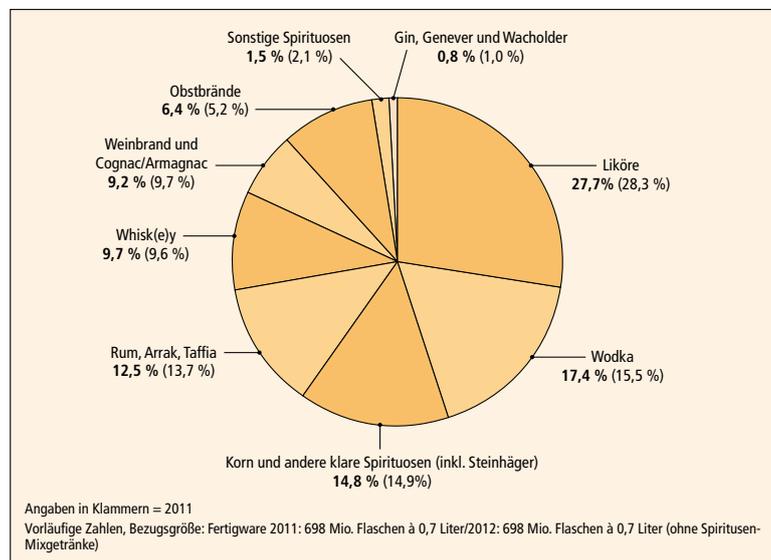


Abbildung 4: Anteile der Spirituosenarten am Gesamtmarktangebot 2012 (Statistisches Bundesamt, Berechnungen des BSI)

le, die wir jetzt nutzen müssen.“ Zu diesem Zweck zertifiziert das DINE seit 2012 Weinbetriebe, die spezielle Nachhaltigkeitskriterien erfüllen. Als sichtbares Zeichen dürfen sie das Siegel FairChoice tragen (Klohr et al. 2013).

Spirituosen

Zwar ist die Nachfrage nach Spirituosen in Deutschland seit Jahren leicht rückläufig (Tab. 1), dennoch gehört die Warengruppe (Abb. 4) zu den umsatzstärksten im deutschen Lebensmitteleinzelhandel. Betrachtet man den Pro-Kopf-Verbrauch (aktuell 5,4 l), so steht Deutschland international auf Platz 32 (BSI 2013). Mit Abstand an der Spitze der Beliebtheitskala liegen Wodka, Halbbitterliköre und Rum (BSI 2013).

Wodka, Rum und Whiskey legten im Gegensatz zum Gesamtmarkt zwischen 2007 und 2011 deutlich zu. Experten erwarten bis zum Jahr 2016 ein leichtes Plus des gesamten Spirituosenmarktes von etwa 0,5 Prozent (Vinexpo 2013). Augenscheinlich sind die Sorten beliebt, die sich gut zum Mixen eignen wie Whiskey und Rum. Neue gewürzte Varianten kommen deshalb sehr gut beim Verbraucher an, etwa Whiskey mit Honig. Auch diverse „Spiced Rum“-Varianten erobern den Markt. Sie schmecken milder und weniger alkoholisch und eignen sich gut zum Mischen mit zum Beispiel Cola. Einen regelrechten Hype erleben seit einiger Zeit Aperitifs, zum Beispiel Aperol. Dagegen verlieren traditionelle Sorten, die man pur genießt (vor allem Korn, Doppelkorn oder Wein-

Etwa jede fünfte weltweit getrunzene Flasche Schaumwein wird in Deutschland geöffnet.



Foto: fotolia/Dasha Petrenko

brand) immer mehr Fans. So bildet Weinbrand zwar immer noch ein großes Segment, kämpft aber seit Jahren mit einem handfesten Imageproblem (Axel Springer 2011; Dünnebacke 2011; Dünnebacke 2013)

Cocktails und Ready-To-Serve

Bei den Cocktails beobachten Branchenkenner und Barchefs ein munteres Kommen und Gehen. Insgesamt gibt es jedoch einen Trend „back to the roots“ (Peters 2013). Dazu passt eine Umfrage unter 500 deutschen Hotelbars: An erster Stelle steht der kubanische Mojito aus Rum, Limetten, Zucker, Minze und Sodawasser, gefolgt von Sprizz, einer Mischung aus Weißwein, Aperol und Wasser sowie Gin Tonic. Auf den weiteren Plätzen liegen Caipirinha, Martini, Cosmopolitan, Margarita, Sex on the Beach und Cuba libre (lastminute.com 2013). Grundsätzlich erwarten die Kunden an der Bar heute Produkte von höchster Qualität und Frische. So darf Zitronensaft als Zutat nicht aus der Flasche kommen, sondern muss frisch gepresst sein (Peters 2013).

Gleichzeitig sind Ready-to-serve-Cocktails der auffälligste Trend auf dem Spirituosen-Markt. Statt selber zu mixen oder sich in eine Bar zu begeben, finden Verbraucher heute im Getränke- oder Lebensmitteleinzelhandel eine Vielzahl genussfertiger Cocktails. Immer neue Varianten auf Basis von Wein, Prosecco (Beispiel „Hugo“) oder Spirituosen kommen

in die Flasche und bescheren den Herstellern vielversprechende Umsätze (Axel-Springer 2011, Dünnebacke 2011).

Schaumwein

Die Deutschen sind die größten Liebhaber von Schaumweinen (z. B. Sekt, Champagner oder Prosecco). Rund jede fünfte, weltweit getrunzene Flasche wird in Deutschland entkorkt. Zwischen 2007 und 2011 stieg der Verbrauch um rund fünf Prozent. Experten rechnen mit einem weiteren Anstieg um drei Prozent bis zum Jahr 2016 (Vinexpo 2013). Einer Umfrage zum internationalen Sektmarkt zufolge sind die Verbraucher der Meinung, Schaumweine schmeckten besser und bereiteten mehr Freude als andere alkoholische Getränke. Viele Menschen sind aber noch aufgrund der Preise zurückhaltend. Außerdem gelten Sekt und Champagner als Luxus, für den es eines besonderen Anlasses bedarf (Stauß 2013).

Auffällig ist eine neue Beliebtheit farbiger Sorten. Nach einer Umsatzstei-

gerung von 7,5 Prozent im Jahr 2012 liegt der Marktanteil von Rosésekt mittlerweile bei über elf Prozent. Rote Sekte kommen nach einem Wachstum von acht Prozent auf einen Marktanteil von drei Prozent. Wie in der gesamten Getränkebranche beobachten Experten auch beim Sekt einen Trend hin zu milderem Geschmacksrichtungen und alkoholfreien Sorten. Außerdem sind aromatisierter Sekt und Mischgetränke mit Sekt oder Prosecco auf dem Vormarsch. Als Ready-to-drink-Varianten bedienen sie den Wunsch vieler Verbraucher nach unkompliziertem Genuss. Dazu kommen wachsende Absatzzahlen kleiner 0,2-Liter-Gebinde. Diese Piccolos sind ideal für Singles und den Sektgenuss „zwischen durch“ (Axel Springer 2011; Stauß 2013).

Literatur

Arbeitskreis Alkohol und Verantwortung des Bundesverband der Deutschen Spirituosen-Industrie und -Importeure e. V. (BSI): Bericht 2011/2012, Bonn (2013)

Bundesverband der Deutschen Spirituosen-Industrie und -Importeure e. V. (BSI): Daten aus der Alkoholwirtschaft 2013, Bonn (2013)

Bundesverband der Deutschen Spirituosen-Industrie und -Importeure e. V. (BSI): Spirituosenmarkt 2012: stabile wirtschaftliche Fakten und Perspektiven. Pressemitteilung vom 27.05.2013

Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung: Die Drogenaffinität Jugendlicher in Deutschland 2011. Köln (2012)

Brandl T: Vom Aschenputtel zum Glamour-Girl – Rosé kommt weltweit immer mehr in Mode. Pro Wein Magazin, August (2013)

Deutscher Brauer-Bund e. V.: Die Brauwirtschaft in Zahlen/Statistik. www.brauerbund.de, abgerufen am 23.09.2013

Die vollständige Literaturliste finden Sie im Internet unter „Literaturverzeichnis“ als kostenfreie pdf-Datei.

Die Autorin

Gabriela Freitag-Ziegler ist Diplom-Oecotrophologin. Nach ihrem Studium an der Universität Bonn war sie einige Jahre in Agenturen (Schwerpunkte Food und Healthcare) als Beraterin für Public Relations beschäftigt. Heute arbeitet sie freiberuflich als PR-Beraterin und Autorin für Fach- und Publikumsmedien.

Gabriela Freitag-Ziegler
Michael-Piel-Straße 3, 53229 Bonn
Freitag-Ziegler@t-online.de



Hedonisten, Zyniker und Stoiker: Vom Glück

Athen, 306 vor Christus. Mit Seminaren in seinem Ashram vor den Toren Athens legt Epikur von Samos die Grundlage für seine zeitenüberdauernde Karriere als der Ideologe der Spaßgesellschaft. Die Welt besteht aus Atomen, auch die Götter, die sich nicht weiter um die Menschen kümmern. Die Menschen sollen Tod und göttliche Straferichte nicht fürchten. Das Leben der Menschen ist endlich und damit einmalig. Was damit anfangen? Die Summe der Lust (gr. *Hedone*) im Leben maximieren. Am besten gelingt das dem Menschen, wenn er seinen natürlichen Bedürfnissen folgt, wozu ganz sicher und zuzuförderst Essen und Trinken gehören. Am meisten Lust lässt sich dabei gewinnen, wenn man für Abwechslung im Genuss sorgt (lat. *variatio delectat*), seine Sinne sorgfältig pflegt und schult, Luxus mit Geselligkeit und Freundschaft verbindet. Modischen Geltungskonsum lehnt Epikur übrigens ab (Lehrsatz 15): Die Reichtümer der Natur sind bestimmt und leicht zugänglich; aber eitle Begierden sind unersättlich.

Über Anhänger, Sympathisanten und Kongeniale wie Lukullus, Lukrez, Horaz, Gassendi, Jefferson tradiert und über die utilitaristische Grundlegung des neoklassischen Mainstreams (Bentham und Gossen) in den Wirtschaftswissenschaften hinaus ist die Lehre Epikurs die kaum mehr hinterfragte Philosophie unserer säkularisierten Konsum-, Erlebnis und Genussgesellschaft geworden.

Konträre Positionen konnte der Athener in der Lehre der Kyniker finden, die als Aktionsphilosophen ganz bewusst ein einfachstes Leben (wie ein Hund; gr. *Kyon*) führen. Der bekannteste Vertreter ist Diogenes (im Fass), der ab 360 vor Christus in Athen auftritt. Der Mensch tut besser daran, nur die elementaren Bedürfnisse wie Ernährung, Behausung und Liebe in einfacher Weise zu befriedigen. Wer versucht, die Lust zu optimieren, der macht sich letztendlich abhängig vom Luxus und dem zu seiner Bezahlung notwendigen Einkommen. Er wird zum Sklaven seiner Begierden. Wahre Autarkie, die Fähigkeit zu selbstbestimmtem Leben, ist nur auf der Basis von prinzipieller Bedürfnislosigkeit zu haben.

Eine solche „Glückslehre“ hinterlässt eine Leerstelle (die vielleicht auch nur der schlechten Überlieferung der kynischen Philosophie geschuldet sein mag). Welche positiven Ziele sollen denn auf der durch so viel Verzicht und Abhärtung errungenen Autarkie gründen? Diese Lücke wird der Stoizismus füllen.

Wie es sich für einen mediterranen Marktplatz gehört, ist auch der von Athen von Kolonnaden (Stoa) umgeben. Dort lehrt seit 300 vor Christus Zenon von Kition. Mit den Kynikern stimmen die Stoiker darin überein, dass Autarkie und Apathie des Individuums notwendig ist. Positives Ziel ist das Streben nach Weisheit, das heißt Erkenntnis der Vernunft im Kosmos und deren Walten in der Polis, der Welt der sozialen Beziehungen. Apathie bezieht sich auf die Fähigkeit, die einfachen inneren, eben auch „egoistischen“ Antriebe beherrschen zu kön-



nen. Sie bildet gerade deshalb die Grundlage für die Empathie, die Fähigkeit, das Leiden der Mitkreatur bemerken zu können; mit der Konsequenz es durch vernünftige Arbeit zu überwinden oder, wenn unvermeidlich, es „stoisch“ zu ertragen.

Hinsichtlich der irdischen Freuden nehmen die Stoiker wie Seneca, Epiktet und Mark Aurel eine mittlere Position ein. Man soll ausgefeilten Genuss und Luxus nicht aktiv suchen und produzieren wollen wie die Epikuräer, noch soll man sie bewusst fliehen wie die Kyniker. Man mag sie akzeptieren, wenn sie sich bieten und es nicht bedauern, wenn sie gerade nicht verfügbar sind.

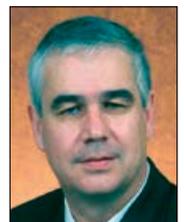
In der europäischen Neuzeit, Reformation und Aufklärung, sieht man zunehmend auf die in der Stoa angelegte Wertschätzung des Arbeitsethos. Nicht zum Genießen ist der Mensch auf der Welt, sondern um persönlich zu wachsen – durch hartes Arbeiten, emsiges Lernen, „stoisches“ Hinnehmen von Schmerz, Niederlagen und Enttäuschungen.

Gourmets, Graswurzelfreaks und Workaholics – also nichts Neues unter der Sonne. Aber vielleicht hat es den Athenern damals Spaß gemacht und sie persönlich ein gutes Stück voran gebracht, sich bei einem guten Krug Wein, Käse und Oliven zusammzusetzen und zu diskutieren, was ein gutes Leben ist. Einigkeit werden sie vielleicht am ehesten hinsichtlich des 27. und 28. Lehrsatzes des Epikur erzielt haben:

„Bei weitem am wichtigsten von allem, was die Weisheit für das Glück im Leben vorgesehen hat, ist Freundschaft zu gewinnen ... kein Übel wird immer währen und zu meist ist es nicht einmal von langer Dauer; in der uns zugemessenen Zeit ist die Bewahrung der Freundschaft das sicherste und verlässlichste.“

PD Dr. Rainer Hufnagel lehrt seit 2009 an der FH Weihenstephan-Triesdorf in den Bereichen Lebensmittelmanagement und Ernährungs- und Versorgungsmanagement.

PD Dr. Rainer Hufnagel
Hochschule Weihenstephan-Triesdorf
Fakultät Landwirtschaft
Steingruberstr. 2, 91746 Weidenbach



Michaela Pohl

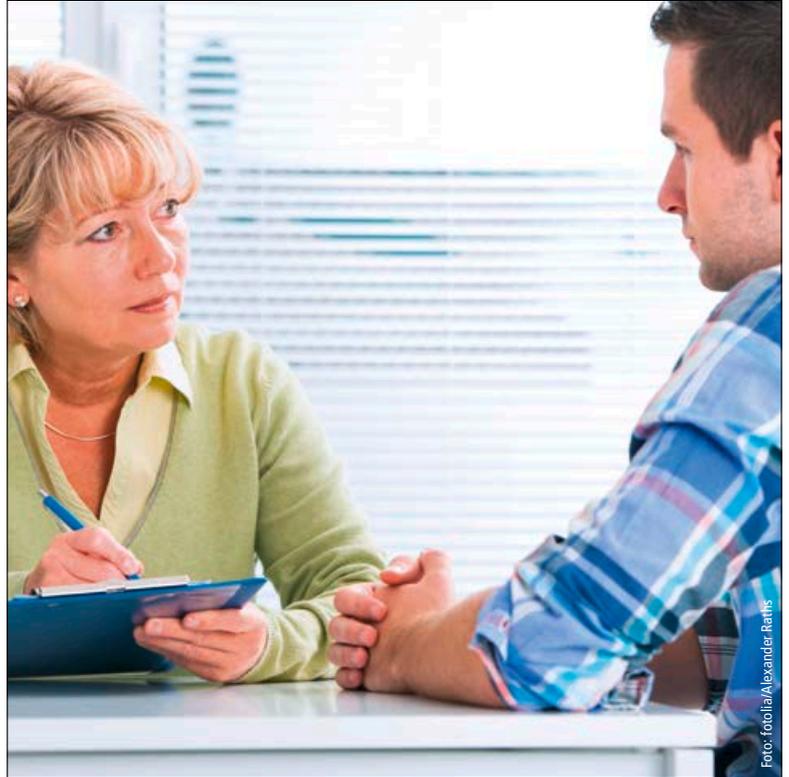
Clinical Reasoning

Professionalisierung in der Ernährungsberatung

Erste Veröffentlichungen zum Clinical Reasoning gab es in den USA für den Bereich der Physiotherapie im Jahr 1997 (Klemme, Siegmann 2006).

In der deutschsprachigen Literatur finden sich überwiegend Fachartikel und Literatur aus dem Bereich der therapeutischen Berufe wie der Logopädie, Physio- und Ergotherapie, die das Thema Clinical Reasoning zusätzlich in einigen Modellstudiengängen und Fortbildungen implementiert haben.

Für die Ernährungsberatung steht die Einführung und Umsetzung des Clinical Reasoning noch am Anfang. Erste Informationen erhielten die Beratungskräfte über Fortbildungstagen der jeweiligen Berufsverbände, etwa den Berufsverbänden der Diätassistenten und Oecotrophologen. Clinical Reasoning ist Bestandteil des Nutrition Care Prozesses (NCP).



Begrifflichkeiten

Ernährungsberatung und Fachkräfte der Ernährungsberatung werden als Synonym für alle Tätigkeiten und Berufe der Ernährungsberatung, Diättherapie und andere verwendet, die individuelle Maßnahmen beinhalten. Es sind Personen beiderlei Geschlechts gemeint, die eine anerkannte Ausbildung und/oder ein Studium im Bereich der Ernährung erfolgreich abgeschlossen haben.

Definition

Der Begriff Clinical Reasoning wird in der einschlägigen Literatur meist nicht wortwörtlich übersetzt, sondern umschrieben: „Unter Clinical Reasoning sind die Denkvorgänge und die Entscheidungsfindungen des Therapeuten während der Untersuchung und Behandlung eines Klienten zu verstehen“ (Klemme 2006). Beim Clinical Reasoning handelt es

sich nicht ausschließlich um einen kognitiven Prozess der beratenden Fachkraft, sondern sie bezieht den Betroffenen in die Interaktion mit ein. Clinical Reasoning folgt dabei einer wissenschaftlich orientierten Vorgehensweise, die sich unter anderem im Clinical-Reasoning-Prozess widerspiegelt.

Clinical Reasoning ist damit ein Werkzeug, dem Handeln in der Ernährungsberatung eine Struktur zu geben und inter- und multidisziplinär mit der gleichen wissenschaftlichen Systematik vorzugehen. Ziel ist es, gemeinsam mit dem Klienten die bestmögliche Vorgehensweise und Begleitung im Rahmen der Ernährungsberatung zu erarbeiten. Der Klient steht im Mittelpunkt und wird möglichst ganzheitlich betrachtet.

Das Mind Map in **Übersicht 1** stellt dar, welche Kompetenzbereiche in das Clinical Reasoning eingebunden sind. Umfassende Kenntnisse aus verschiedenen wissenschaftlichen Bereichen sind notwendig; Psycho-

logie, Soziologie und Kommunikationswissenschaften gehören beispielhaft dazu.

Wissensbereiche

Clinical Reasoning bindet unterschiedliche Fachdisziplinen ein. Fachkräfte der Ernährungsberatung haben diese in ihren Ausbildungen, Studiengängen und/oder Fortbildungen mehr oder weniger ausführlich behandelt. Zusätzlich spielen das Wissen aus dem eigenen Umfeld, das persönliche Wissen sowie die in der beruflichen Praxis erworbenen Erfahrungen eine Rolle. Ziel des Clinical Reasoning ist es, die verschiedenen Bereiche des Wissens miteinander zu verknüpfen und über deren Vernetzung im Gehirn Automatismen für die eigene Vorgehensweise im Beratungsprozess zu entwickeln (Klemme, Siegmann 2006). Für Physiotherapeuten werden folgende Wissensbereiche beschrieben:

- **Biomedizinisches und klinisches Wissen:** Basis einer optimalen Patientenversorgung
- Erkenntnisse und Vermutungen der Grundlagenforschung
- Abgespeicherte klinische Muster und Regeln, die Therapeuten in ihrer täglichen Praxis anwenden
- **Deklaratives und prozedurales Wissen:** werden durch praktische Anwendung zu klinischem Wissen. Sie entwickeln sich ständig weiter, werden spezifischer und sind für spätere Anwendungen auf einem höheren Niveau verfügbar.
- Deklariertes Wissen ist Faktenwissen, das gespeichert und abgerufen werden kann.
- Prozedurales Wissen ermöglicht komplexe kognitive Prozesse.
- **Explizites und implizites Wissen:** Experten verfügen über eine große Menge an implizitem Wissen, zum Beispiel durch Routine und das Erproben effizienter Lösungswege.
- Explizites Wissen ist eindeutig kodiert und dadurch eindeutig kommunizierbar.
- Impliziertes Wissen ist nicht oder nicht vollständig verbalisierbares

und darstellbares Wissen. Dazu zählen Handlungen, die automatisch oder unbewusst ablaufen.

- **Persönliches Wissen:** gilt als besonders wichtig, da in Gesundheitsberufen stets das Wohlergehen der ganzen Person im Mittelpunkt steht. Zu diesem Wissen gehören:
 - Individuelles Bewusstsein
 - Persönliche Werte und Überzeugungen
 - Ethik
- **Erfahrungswissen:** bildet sich aus allen Wissensarten, die zur Entscheidungsfindung dienen. Daraus entwickeln sich umfassende und ganzheitliche Bilder einer Krankheit, durch die sich komplexe Zusammenhänge direkt erkennen lassen und in den Beratungsverlauf eingehen.

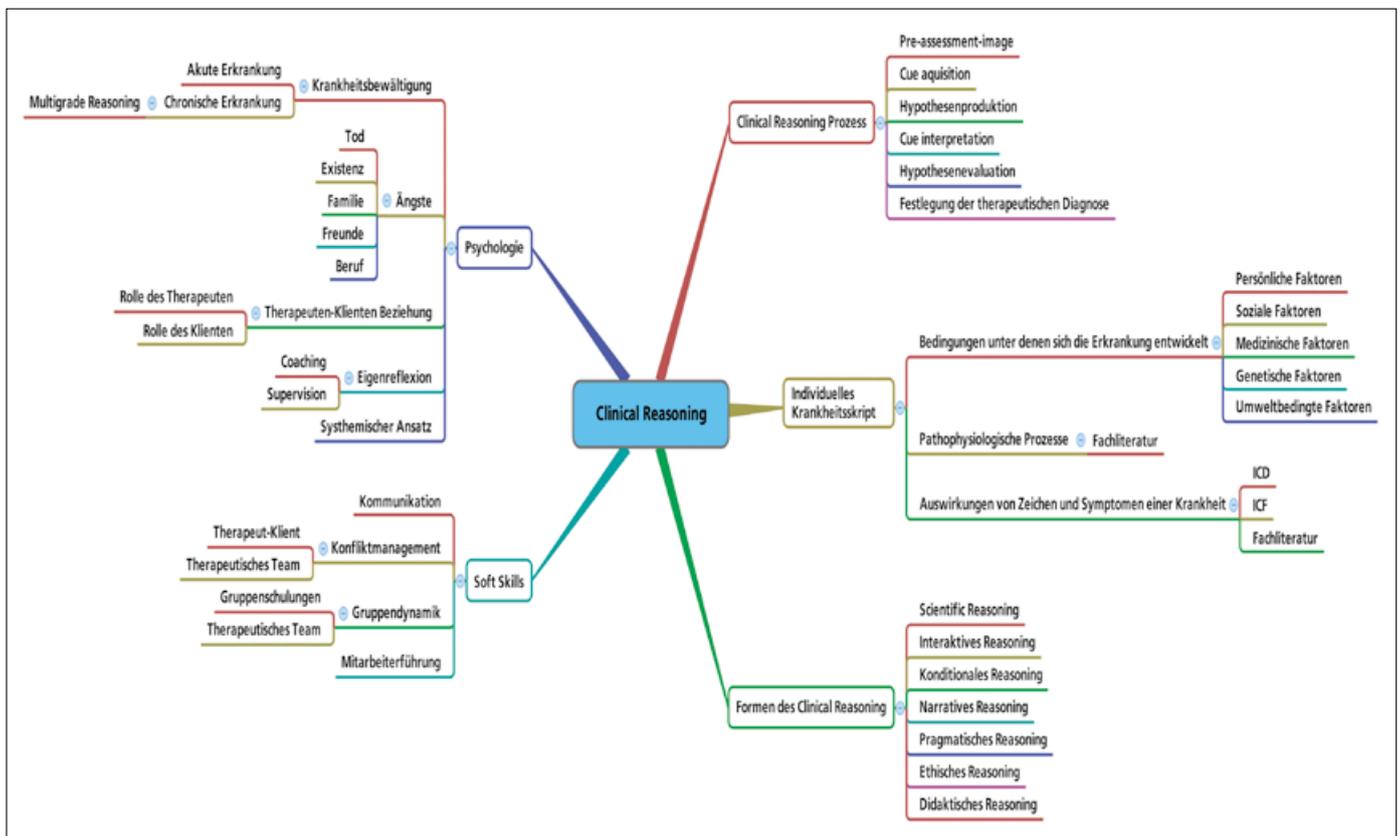
Die aufgeführten Wissensarten lassen sich problemlos auf Fähigkeiten und Fertigkeiten für die Ernährungsberatung übertragen. Sie sollten kritisch angewandt und die im Beratungsverlauf getroffenen Entscheidungen im Sinne einer Selbstreflexion hinterfragt werden.

Fragen im Rahmen der Reflektion von Ernährungsberatung:

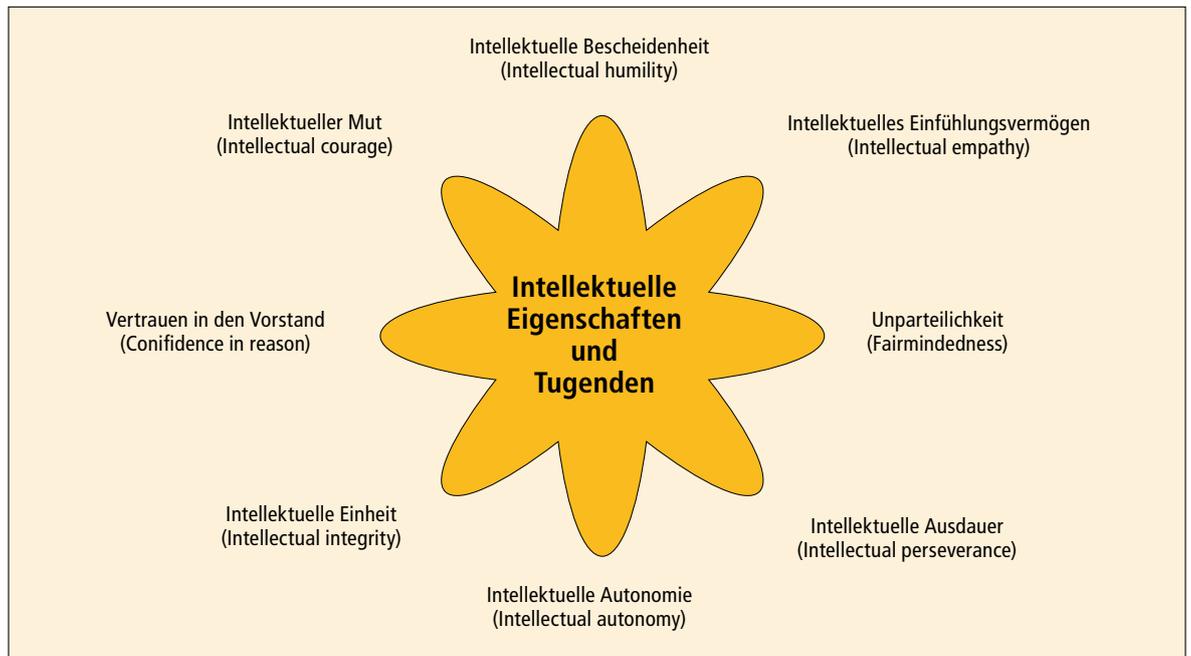
- War meine Entscheidung richtig?
- Gab es alternative Handlungsmöglichkeiten, wenn ja, welche?
- Warum habe ich so und nicht anders gehandelt?
- Welche Faktoren haben mich in meiner Entscheidung beeinflusst?

Wissen ist nicht statisch, ständig kommt neues Wissen dazu, das mit dem „alten“ Wissen vernetzt werden muss. Über Clinical Reasoning soll die Bildung dieser Strukturen, sogenannter neuronaler Netzwerke, entstehen. Im günstigsten Fall passiert das bereits im Rahmen von Ausbildung und Studium. Es trägt zu einer schnelleren Professionalisierung bei, was wiederum das Erreichen des nächst höheren Entwicklungsstadiums im Clinical Reasoning fördert. Kolb (2012) erläutert in seinen Ausführungen zum Clinical Reasoning in der Altenpflege intellektuelle Standards im Clinical-Reasoning-Prozess: „Wenn wir denken, denken wir für

Übersicht 1: Bereiche des Clinical Reasoning (Pohl 2011c, S. 109)



Übersicht 2:
Intellektuelle Eigen-
schaften und Tugen-
den im Clinical-Rea-
soning-Prozess
(Kolb 2012, S. 15 an-
gelehnt an Hawkins
et al. 2012, S. 46)



einen Zweck, mit einem Ausgangspunkt, basierend auf Annahmen, die zu Konsequenzen führen. Wir nutzen Daten und Fakten sowie Erfahrungen, um Lösungen und Schlussfolgerungen zu ziehen, die auf Thesen, Vorstellungen, Modellen aber auch Gesetzen beruhen, um die klinische Frage ... zu beantworten.“

Zu diesen intellektuellen Standards gehören zahlreiche Eigenschaften:

- Klarheit (Clarity)
- Sorgfalt (Accuracy)
- Genauigkeit (Precision)
- Relevanz (Relevance)
- Tiefe (Depth)
- Breite (Breadth)
- Logik (Logic)
- Wertigkeit (Significance)
- Gerechtigkeit (Fairness)

Diese Eigenschaften lassen sich auf den Beratungsprozess in der Ernährungstherapie übertragen. **Übersicht 2** zeigt eine Zusammenfassung von Eigenschaften und Tugenden im Clinical-Reasoning-Prozess (Kolb 2012).

Entscheidungsfindung im Beratungsprozess

Klemme und Siegmann (2006) beschreiben Mustererkennung (Pattern Recognition) und eine hypothetisch-deduktive Vorgehensweise als wichtige Strategien im Entscheidungsfindungsprozess des Clinical Reasoning. In einem Fließschema

(**Übersicht 3**) zeigen Beushausen und Walther (2010) in Kurzform, wie die Vorgänge der Mustererkennung und des hypothetisch-deduktiven Reasoning (Clinical Reasoning Prozess) ablaufen.

■ Mustererkennung (Pattern Recognition)

Fachkräfte in der Ernährungsberatung, die sich thematisch spezialisiert haben oder schon einige Jahre beruflich tätig sind, haben immer wieder mit ähnlichen Diagnosen zu tun. Aus den daraus entstandenen vielfältigen Erfahrungen mit Klienten und sich selbst haben sich bestimmte Denkmuster und Vorgehensweisen entwickelt. Diese Muster können zum Beispiel aus Beobachtungen, Beschreibungen und Aussagen von Klienten mit gleichem Krankheitsbild entstehen. Über diese Muster, ohne Prüfung jeder einzelnen Hypothese, führt die Fachkraft die für die Ernährungsberatung notwendigen Handlungen durch. Diese Muster können aber auch zur Bildung von Vorurteilen führen, da die Beratungskraft Klienten eventuell „in eine Schublade steckt“. Erfahrene Berater sind meist in der Lage, das zu reflektieren und ihre Handlungen entsprechend zu steuern.

Die Vorgehensweise des Pattern Recognition ist für erfahrene Fachkräfte nicht die einzige Möglichkeit der Problemerkennung. Bei einfachen oder eindeutigen Fällen in der Be-

ratung ist diese schnelle Vorgehensweise anwendbar. Bei komplizierten oder nicht den üblichen Mustern entsprechenden Fällen findet auch bei erfahrenen Beratern eher der Clinical-Reasoning-Prozess statt.

■ Clinical-Reasoning-Prozess

Der Clinical-Reasoning-Prozess, auch hypothetisch-deduktives Reasoning, umfasst die folgenden sechs Schritte:

- Herausbildung eines „Pre-Assessment-Image“
- Prozess der „Cue Acquisition“
- Hypothesenproduktion
- „Cue Interpretation“
- Hypothesenevaluation
- Diagnose

■ Herausbildung eines „Pre-Assessment-Image“

Ernährungsfachkräfte machen sich aufgrund der ihnen vorliegenden Angaben erste Vorstellungen vom Klienten. Das können Informationen aus einer Notwendigkeitsbescheinigung oder der Krankenakte, Aussagen von Angehörigen oder (vermeintliche) Fakten aus dem betreuenden Team sein. Alter, Geschlecht und ernährungsmedizinische Diagnose sind häufig die ersten Angaben, die Vorstellungen entstehen lassen und durch Erfahrungen mit dem Verlauf von ähnlichen Krankheitsbildern oder früheren Begegnungen mit dem Klienten ergänzt werden. Die Vorstellungen bilden sich häufig

unbewusst und können zu ersten Erwartungen an den Klienten führen.

Beispielhafte Informationen:

- BMI 40, mehrere Abnehmversuche gescheitert
 - Die Krankenschwester sagt: „Der ist sehr schwierig!“
 - Alleinerziehend, drei Kinder, Harz-IV-Empfängerin
 - Klientin am Telefon: „... ich brauche dringend einen Termin. Warum kann ich nicht gleich morgen kommen?“
- Was könnten die ersten Gedanken dazu sein?

Solche Aussagen beeinflussen die weitere Vorgehensweise im Beratungsverlauf. Hier gilt es abzugrenzen, welche Annahmen zu einer „Vorverurteilung“ führen können und einer Prüfung zu unterziehen sind und welche Informationen relevante Fakten für den weiteren Beratungsverlauf darstellen.

■ Prozess der „Cue Acquisition“

„Cue Acquisition“ beinhaltet das Sammeln von Stich- und Schlüsselwörtern, um zusätzliche Informationen über zum Beispiel Klienten und die Erkrankung zu erhalten. Dies ge-

schieht im Rahmen einer ausführlichen Anamnese und wird durch Unterlagen des Klienten, zum Beispiel eine Übersicht der Laborwerte, ergänzt. Im Zuge der „Cue Acquisition“ soll der Klient möglichst ganzheitlich erfasst werden, das schließt das soziale Umfeld, psychologische Hintergründe sowie Klientenwünsche und -vorstellungen mit ein. Diese spielen für die Hypothesenproduktion und den Beratungsprozess eine wichtige Rolle. Einen Rahmen kann hier ein im Vorfeld erstelltes individuelles Krankheitskript bilden. Zu erfragen wären je nach Indikation zum Beispiel:

- Ziele des Klienten
- Gewicht, Körpergröße, Alter
- Relevante Labordaten
- Ergebnisse von Untersuchungen wie Biopsie, Laktose-/Fruktosemalabsorptionstest, aktuelle Blutdruckwerte
- Kenntnisstand des Klienten
- Finanzielle Möglichkeiten, etwa für die Anzahl der Beratungen, spezielle Lebensmittel, sportliche Aktivitäten
- Unterstützende und hindernde Faktoren für die Umsetzung von Ernährungsempfehlungen im sozialen Umfeld

Viele der beispielhaft aufgeführten Punkte gelten im Rahmen ei-

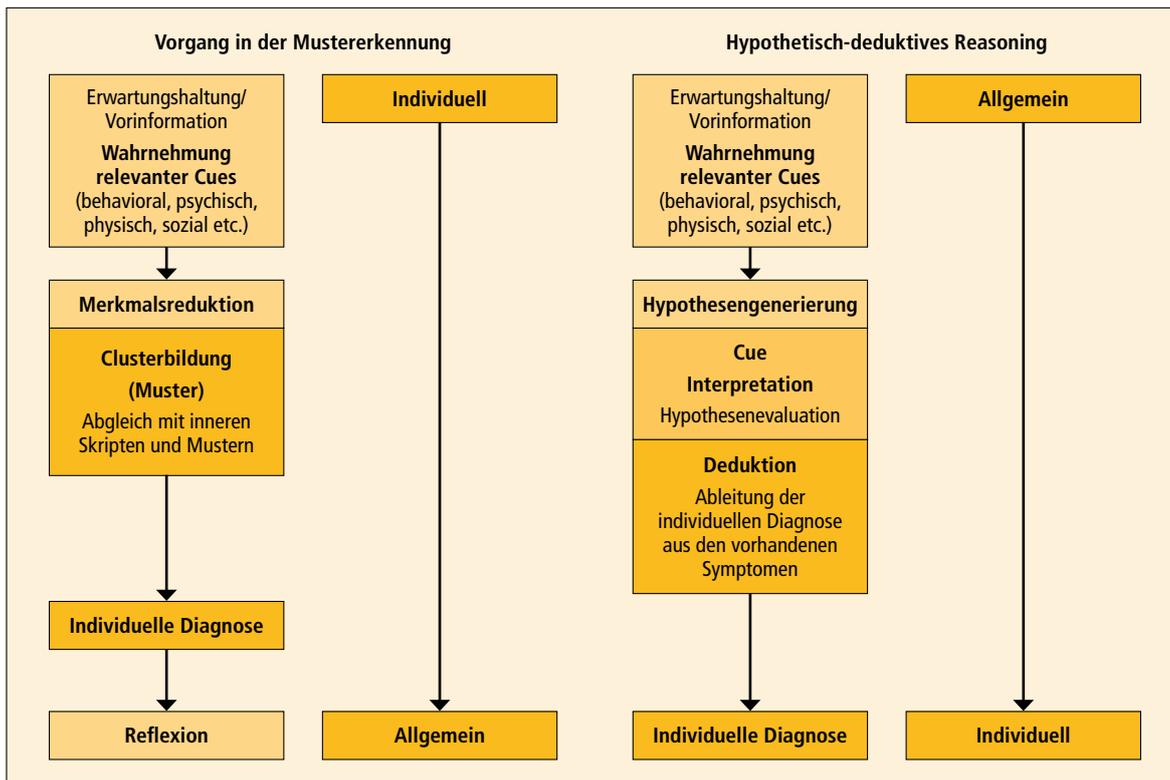
ner Gesamtanamnese als selbstverständlich. Fachkräfte in der Ernährungsberatung, die gerade ihre Ausbildung oder ihr Studium abgeschlossen haben, werden eher die medizinischen Daten erfassen und nicht immer mögliche Probleme aus dem sozialen Umfeld erfragen oder erkennen.

■ Hypothesenproduktion

Aus den gesammelten Stich- und Schlüsselwörtern entwickelt der Berater erste Hypothesen zum Beispiel über den Klienten, die Erkrankungen oder die Prognose. Einige Hypothesen wird er verwerfen, andere in Betracht ziehen. Daraus können sich eine fachliche Richtung oder mehrere alternative Richtungen entwickeln, in die die Fachkraft ihre Behandlungsmaßnahmen lenkt. Im Beratungsprozess können sich immer wieder neue Hypothesen ergeben und alte ablösen oder ergänzen, sodass neue Schlüsselwörter erkennbar werden.

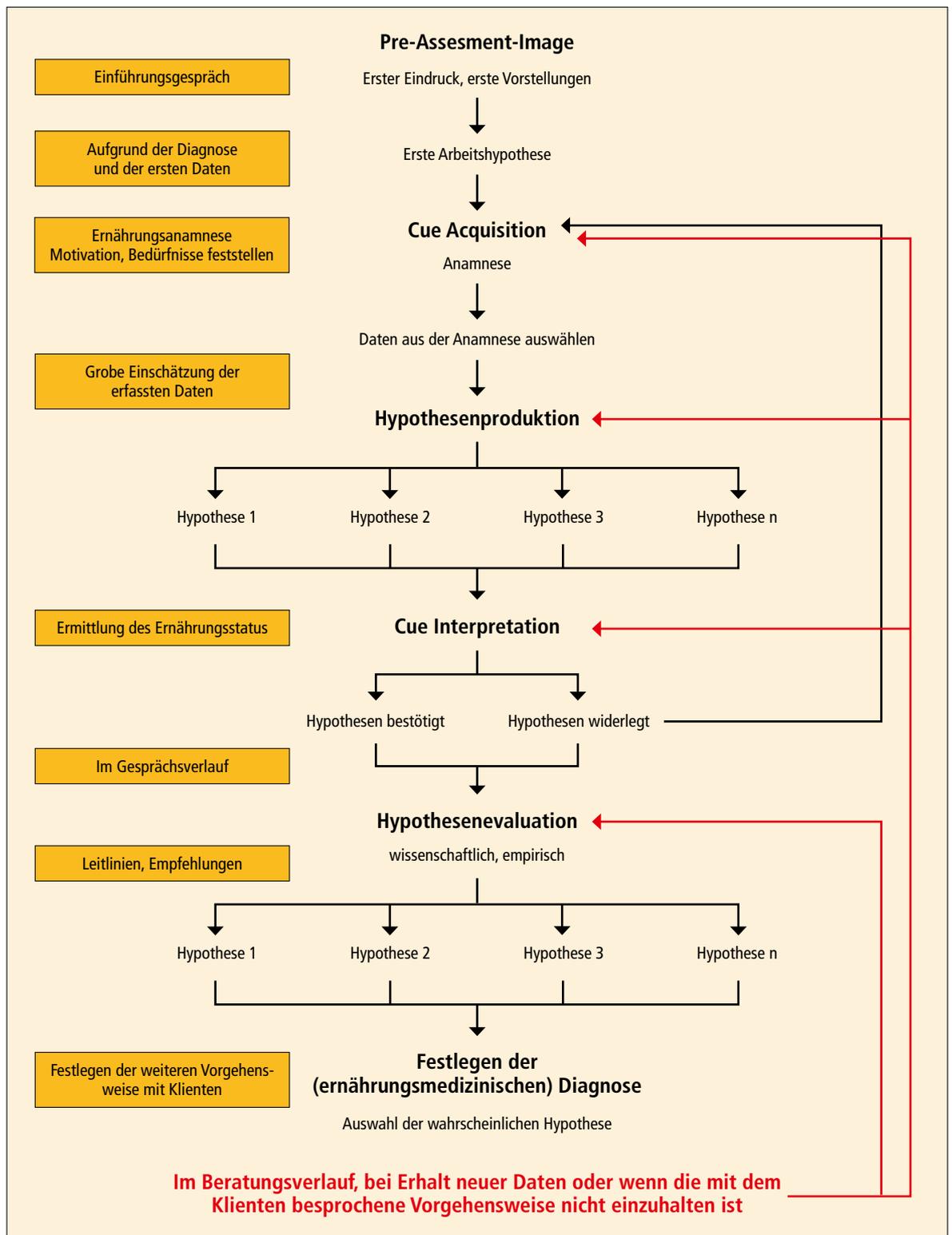
Beispiele für die Notwendigkeit, neue Hypothesen zu bilden:

- Beim Klienten wird im Rahmen einer medizinischen Betreuung eine neue relevante Erkrankung festgestellt.



Übersicht 3: Vorgang der Mustererkennung und des hypothetisch-deduktiven Reasoning (Beushausen, Walther 2010, S. 3)

Übersicht 4:
Fliebschema des
Clinical-Reasoning-
Prozesses im Verlauf
der Ernährungsbe-
ratung (nach Pohl
2011c, S. 111)



- Beschwerden verbessern sich nicht, obwohl die besprochenen Umstellungen laut Klient umgesetzt werden.
- Das soziale Umfeld hat sich verändert.

■ **„Cue Interpretation“**

Hier erfolgen weitere Datensammlungen und die Bildung von Schlüs-

selwörtern, die bestehende Hypothesen bestätigen oder widerlegen können. Die „Cues“ lassen sich durch das Einbeziehen von wissenschaftlichen Kenntnissen, Fachliteratur, aktuellen Empfehlungen/Leitlinien und Tests vervollständigen. Tests im Sinne der Cue Interpretation für die Ernährungsberatung werden häufig von den behandelnden Ärzten im Vorfeld angeordnet und durchgeführt.

Beispielhafte Tests im Rahmen einer Ernährungsberatung:

- Errechnen des BMI
- Beobachten des Gewichtsverlaufs
- BIA
- Stationäre Screenings und Assessments
- Auswerten von Daten der Ernährungsanamnese

Das Gespräch ist Grundlage für den Beratungsverlauf und nicht das Feststellen von funktionellen Einschränkungen. Je nach kommunikativen und psychologischen Fähigkeiten der jeweiligen Fachkraft kann diese Akzeptanz/Nicht-Akzeptanz der Erkrankung, Wille zur Ernährungsumstellung, Besonderheiten im Krankheitsverlauf und andere herausarbeiten. Dadurch kann sie zusätzliche Daten zu einzelnen Hypothesen sammeln und mögliche Cues bestätigen/nicht bestätigen.

■ Hypothesenevaluation

Die verschiedenen eventuell konkurrierenden Hypothesen werden evaluiert und diejenige, die am genauesten zutrifft, ausgewählt. Klemme und Siegmann (2006) schreiben: „Die Hypothese, die am besten durch die gesammelten Daten gesichert ist, wird ausgewählt und bildet die Basis für den nächsten Schritt.“

■ Festlegen der Diagnose

Aus der Hypothesenevaluation bleiben nur wenige Hypothesen übrig, die eine (ernährungsmedizinische) Diagnose ermöglichen. Aufgrund dieser Diagnose legen Berater und Klient die Beratungs-/Therapieziele gemeinsam fest und führen die Therapieplanung fort.

Die Vorgehensweise im Rahmen des hypothetisch-deduktiven Reasoning ist ein dynamischer Prozess, der im Lauf der Ernährungsberatung immer wieder neu beginnt. **Übersicht 4** verdeutlicht diese Dynamik anhand eines Fließdiagramms und zeigt, welche beispielhaften Inhalte sich dem Clinical-Reasoning-Prozess im Beratungsverlauf zuordnen lassen. Die farbigen Anteile stellen den möglichen Verlauf dar und weisen die Neuorientierung aus, die bei neuen Erkenntnissen entsteht. Hinzu kommen Vorstellungen, Erwartungen, die Motivation und das Verständnis des Klienten von Diagnose und Beratungsplanung. Alle diese Faktoren haben großen Einfluss auf den Erfolg der Ernährungsberatung und sind deshalb nicht zu unterschätzen.

... hiermit übermittle ich Ihnen die bei Ihnen (Klient) erhobenen Befunde.

Diagnosen:

- Echokardiographischer normal dimensionierter, global normokontraktiler, nicht hypertrophierter linker Ventrikel ohne segmentale Kontraktionseinschränkung
- Ausschluss eines hämodynamisch relevanten Vitium
- Ergometrisch kein Anhalt für das Vorliegen einer hämodynamisch relevanten stenosierenden koronaren Herzkrankheit
- Ergometrischer Ausschluss einer Bluthochdruckerkrankung
- Ausschluss einer relevanten Rhythmusstörung auf ventrikulärer/supraventrikulärer Ebene
- Duplexsonographischer Ausschluss einer relevanten Plaquebildung/hämodynamisch relevanten Stenosierung der extrakraniellen Carotiden bei grenzgradiger Intima Mediabreite und diskreter flacher Bulbusathermatose beidseits
- Ultrasongraphischer Ausschluss einer Oberbauchpathologie
- Normales NT-proBNP
- Hypercholesterinämie mit LDL-Überhöhung auf 150 mg/dl (Fremdbefund)

Anamnese:

Gelegentlich spüre er einen Schmerz in der linken Brust, keine Belastungsabhängigkeit. Fühle sich leistungseingeschränkt, Tagesmüdigkeit, sei abgeschlagen. Der Blutdruck sei regelrecht. Der Großvater hätte vor drei Jahren einen Schlaganfall erlitten, ansonsten seien keine artherogenen Gefäßrisikofaktoren bekannt. Das LDL-Cholesterin wäre mit 150 mg/dl erhöht.

Klinischer Befund:

Herztöne rein, rhythmisch, keine Nebengeräusche. Über Pulmo Vesikuläratmen. Kein Carotisströmungsgeräusch. Regelrechter peripherer Pulsstatus.

EKG:

Sinusrhythmus, 73 Aktionen/min., Indifferenztyp, ungestörte Erregungsausbreitung und -rückbildung.

Ergometrie:

Ruhe: Blutdruck 90/70 mmHg Herzfrequenz 74 Aktionen/min.
Ausbelastung bei 125 Watt: Blutdruck 160/85 mmHg Herzfrequenz 127 Aktionen/min.
Keine subjektiven/objektiven Ischämiezeichen.

Langzeit-Blutdruckmessung:

Gesamtmittel 123/77 mmHg, tagsüber 126/79 mmHg, nachts 113/70 mmHg.

Langzeit-EKG:

Sinusrhythmus 60 bis 122 Aktionen/min., im Mittel 80 Aktionen/min. Keine Rhythmusstörungen auf ventrikulärer/supraventrikulärer Ebene.

Echokardiographie:

Linker und rechter Ventrikel normal dimensioniert, global regelrechte links- wie auch rechtsventrikuläre Kontraktionen, keine segmentale Kontraktionseinschränkung. Keine linksventrikuläre Hypertrophie. Kein Pericarderguss. Vena cava inferior normal weit. Klappenapparat morphologisch regelrecht. Ausschluss eines hämodynamisch bedeutsamen Vitium.

Duplexsonographie der extrakraniellen Carotiden:

Intima Media mit 0,65 mm links und 0,6 rechts noch normal breit, im Bulbusbereich beidseits diskrete flache echoarme/echoreiche Plaquebildung nachweisbar, keine hämodynamische Relevanz.

Beurteilung:

Echokardiographisch weitgehender Ausschluss einer strukturellen Herzerkrankung. Ausschluss eines hämodynamisch relevanten Vitium. Ergometrisch belastbar bis auf die 125 Wattstufe ohne subjektive/objektive Ischämiezeichen bei normotensiv kontrolliertem Blutdruckverhalten. Trainingsmangel. Duplexsonographisch flache bulbusbetonte Atheromatose beidseits bei Hypercholesterinämie.

Empfehlung:

Steigerung der ausdauernden sportlichen Aktivität. Hierfür könnte jederzeit eine Sportleistungsdiagnostik/Beratung in unserer Praxis nach Rücksprache erfolgen. Darüber hinaus empfehlen sich aufgrund der diskret nachweisbaren athereosklerotischen Veränderungen im Bulbusbereich der extrakraniellen Carotiden eine Änderung der Ernährungsgewohnheiten mit hypokalorischer Kostform mit Reduktion der Cholesterine. Auch diesbezüglich können wir jederzeit eine entsprechende Beratung anbieten. Eine Verlaufskontrolle wäre jährlich anzuempfehlen.

Übersicht 5: Arztbrief als Anforderung einer individuellen Diättherapie (nach Pohl 2012c)

Individuelles Krankheitskript

Die Nutzung eines individuellen Krankheitskripts kann das Erlernen des Clinical-Reasoning-Prozesses bis hin zum Experten beschleunigen. Angehende Mediziner werden zum Experten, wenn sie ihr deklariertes und prozedurales Wissen sowie entsprechende Fertigkeiten in einem Prozess erwerben. Werden Informationen direkt und automatisch abgerufen, findet die Mustererkennung schneller statt, die dann wiederum zu den notwendigen Behandlungsschritten führt. Komponenten des individuellen Krankheitskriptes sind

- Bedingungen, unter denen sich die Krankheit entwickelt (persönliche, soziale, medizinische, genetische und umweltbedingte Faktoren, die sowohl negativ als auch positiv auf die Krankheitsentwicklung einwirken können),
- pathophysiologische Prozesse,
- Auswirkungen von Anzeichen und Symptomen einer Krankheit (*Burtchen 2007a*).

Aus dem bewussten Bearbeiten des individuellen Krankheitskripts lässt sich eine erste, grobe Behandlungsplanung ableiten. **Übersicht 5** stellt einen Auszug aus einem Arztbrief dar. Eine Interpretation unter Anwendung des Individuellen Krankheitskriptes zeigt **Übersicht 6**. Gedanklich parallel entwickeln sich erste Annahmen, die den Berater in seiner weiteren Vorgehensweise leiten können.

Backward Reasoning

- Retrospektive Sichtweise, die vor allem Novizen anwenden
- Das Handeln wird begründet mit: „... habe ich gemacht, weil ...“

Forward Reasoning

- Kennzeichen erfahrener Berater, die Mustererkennung ist vorhanden
- Vermeiden möglicher (künftiger) Probleme im Beratungsverlauf

Multigrade Reasoning

- Zusammenfassen der jeweiligen aktuellen Erkenntnisse aus unterschiedlichen Wissenschaftsdisziplinen
- Integrieren der Untersuchungsergebnisse von Ärzten verschiedener Fachrichtungen, von Psychologen, Physiotherapeuten und/oder Sozialarbeitern
- Interdisziplinäre Zusammenarbeit möglich

Entwicklungsstufen im Clinical Reasoning

Im Rahmen des Clinical Reasoning unterscheiden Klemme und Walkenhorst (2003) verschiedene Entwicklungsstadien vom Anfänger bis zum Experten und deren zeitliche Verläufe.

- Als **Novize/Anfänger** gelten Auszubildende oder Studenten, die noch keine Berufserfahrung vorweisen können. Es erfolgt überwiegend ein Transfer von theoretischem Wissen in die Praxis. In dieser Phase besteht wenig Flexi-

bilität, das Wissen an unterschiedliche Situationen anzupassen.

- Der **fortgeschrittene Anfänger** hat Ausbildung oder Studium abgeschlossen und ist in der Lage, erste Anpassungen des theoretischen Wissens an die Anforderungen in der Praxis vorzunehmen.
- Im **Kompetenz-Stadium**, das etwa nach drei Jahren Berufserfahrung erreicht ist, kann sich die Fachkraft einen allgemeinen Überblick über die Probleme des Klienten verschaffen. Sie kann Daten selektieren und sortieren und ist im Beratungsverlauf flexibler.
- Erst im **Fortgeschrittenen-Stadium**, das nach etwa fünf Jahren eintritt, kann der Berater Beratungssituationen als Ganzes wahrnehmen. Die Fachkraft hat einen großen Vorrat an Mustern und Skripten, die hohe Flexibilität im therapeutischen Prozess erlauben.
- Im **Experten-Stadium** befindet sich eine Fachkraft mit etwa zehn Jahren Berufserfahrung. Clinical Reasoning ist zu einem internalisierten Prozess geworden, der wenig Analysearbeit erfordert.

Aus dem zeitlichen Verlauf lässt sich schließen, dass Fachkräfte der Ernährungsberatung frühestens nach drei Jahren Berufserfahrung über fundierte Kenntnisse verfügen, die Mustererkennung anwenden zu können und damit gewisse Automatismen für die Durchführung von Beratungen erworben zu haben.

Übersicht 6: Individuelles Krankheitskript: Entwicklungsbedingungen der Krankheit

Medizinisch	Persönlich	Sozial	Genetisch	Umwelt
<p>Erhöhtes LDL-Cholesterin (150 mg/dl)</p> <p>Ursachen unklar, zu hohe Aufnahme von Cholesterin, gesättigten Fett- oder Trans-Fettsäuren mit Hemmung der LDL-Rezeptoraktivität, erhöhte Resorption von Trans-Fettsäuren und Cholesterin</p> <p>Blutdruck im Normbereich</p> <p>Erste, derzeit nicht relevante, arteriosklerotische Veränderungen</p> <p>Keine Medikamente</p>	<p>42 Jahre, spürt gelegentlich in der linken Brust einen Schmerz, unabhängig von einer körperlichen Belastung, fühlt sich leistungseingeschränkt, tagsüber müde und abgeschlagen</p>	<p>Verheiratet, keine Kinder; der Großvater hatte 2003 einen Schlaganfall</p>	<p>Familiäre Disposition scheint vorhanden</p>	<p>Evtl. Schlaganfall des Großvaters</p>

Übersicht 7: Formen des Clinical Reasoning (nach Feiler et al. 2003:4; didaktisches Reasoning in Anlehnung an Beushausen, Walther 30–37, 2010)

Formen des Clinical Reasoning	Denkstruktur	Fähigkeiten der Fachkraft der Ernährungsberatung
Scientific Reasoning	Logisches, sachliches Denken	Analytische Fähigkeiten zur Problemidentifikation, Problemanalyse, Problemlösung <ul style="list-style-type: none"> • Individuelles Krankheitssskript • Clinical-Reasoning-Prozess • Mustererkennung
Interaktives Reasoning	Durch Gefühle, Wahrnehmung und Beobachtung geleitetes Denken	Fähigkeiten, eine gute Beziehung herzustellen; interaktive Verhaltensweisen und Strategien für gute Zusammenarbeit adäquat einzusetzen <ul style="list-style-type: none"> • Kommunikation • Gesprächsführung
Konditionales Reasoning	Durch das Vorstellungsvermögen des Beraters geleitetes Denken	Fähigkeit, den Gesamtzustand des Klienten zu erfassen, einschließlich der Krankheit und Behinderung, der gesamten Lebenswelt des Klienten, seines physikalischen und sozialen Kontextes; dieses Denken bestimmt die Auswahl der Aktivitäten und die Intentionalität der Therapie <ul style="list-style-type: none"> • Individuelles Krankheitssskript
Narratives Reasoning	Das Denken in und durch Geschichten	Fähigkeit zu verstehen, wie der Klient seine Krankheit und Behinderung empfindet; die Geschichte(n) der Klienten; Geschichten über unsere Klienten; mögliche Geschichte unserer Klienten in der Zukunft <ul style="list-style-type: none"> • Empathie
Pragmatisches Reasoning	Sachliches, pragmatisches Denken	Fähigkeit, alle bei einem therapeutischen Prozess auftauchenden pragmatischen Gegebenheiten zu bedenken und zu berücksichtigen, zum Beispiel: <ul style="list-style-type: none"> • Beratung am Krankenbett • Beratung in einem Beratungsraum • Gestaltung des Beratungsraums • Beratung kurz vor der Entlassung • Zeitliche Planung • Finanzielle Gesichtspunkte
Ethisches Reasoning	Durch Einstellungen, Haltungen und Werte bestimmtes Denken	Fähigkeit, sowohl eigene Werte als auch die des Klienten und seiner Lebenswelt zum Wohl des Klienten anzuwenden und mit entstehenden Konflikten umgehen zu können, zum Beispiel: <ul style="list-style-type: none"> • Reflexion der eigenen Werte und Normen • Ggf. Zurückstellen der eigenen Werte und Normen • Akzeptanz der Werte und Normen des Klienten
Didaktisches Reasoning	Pädagogisch-methodisch-didaktisches Denken	Fähigkeit, Klienten anzuleiten und Veränderungen in deren Verständnis oder Verhalten zu entwickeln; Reflektion der Lehr-Lern-Situation <ul style="list-style-type: none"> • Methodenkompetenz • Lernkanäle • Lernpsychologie • Motivationspsychologie

Formen des Clinical Reasoning

Aktuelle Veröffentlichungen beschreiben verschiedene Formen des Clinical Reasoning (**Übersicht 7**). Nur wenige Veröffentlichungen befassen sich mit dem methodisch-didaktischen Reasoning, das gerade für Fachkräfte der Ernährungsberatung eine große Rolle spielt. In der Regel findet im Beratungsverlauf ein Lernprozess beim Klienten statt, der zu einer Veränderung des (Ernährungs-)Verhaltens führen soll/kann. Ein methodisch-didaktisches Vorgehen im gesamten Verlauf der Ernährungsberatung kann diesen Lernprozess unterstützen und den Umstellungsprozess für den Klienten erleichtern.

Fazit und Ausblick

Erfahrene Fachkräfte der Ernährungsberatung finden ihre Vorge-

hensweise größtenteils im Clinical Reasoning-Prozess wieder. Für Berufsanfänger kann das Wissen um Clinical Reasoning eine Möglichkeit sein, schneller und effizienter das in den jeweiligen Ausbildungen erlernte Wissen klientenorientiert anzuwenden. Die Möglichkeit, anhand eines Rasters vorzugehen, erleichtert die Professionalisierung. Clinical Reasoning ist in therapeutischen Berufen ein anerkanntes Instrument, um eine wissenschaftliche Vorgehensweise in den Therapieverlauf zu integrieren. Eine Reflektion der eigenen Werte und der Vorgehensweisen in der Ernährungsberatung sowie die Prüfung von Hypothesen unter wissenschaftlichen Gesichtspunkten gehören ebenso dazu wie gute kommunikative Grundlagen. Vor allem für nicht akademisch ausgebildete Fachkräfte der Ernährungsberatung ergibt sich daraus

die Möglichkeit, wissenschaftliches Handeln in den Beratungsalltag zu integrieren.

Die Literaturliste finden Sie im Internet unter „Literaturverzeichnisse“ als kostenfreie pdf-Datei.

Die Autorin

Michaela Pohl hat im Rahmen ihres Bachelor-Studiums die Schwerpunkte Pädagogik und Clinical Reasoning gewählt. Derzeit befindet sie sich im Masterstudium für angewandte Ethik im Gesundheits- und Sozialwesen. Seit 1990 ist sie hauptberuflich in der Diätassistentenausbildung und freiberuflich im Hochschulbereich tätig.



Michaela Pohl
B. A. Medizinalfachberufe, Diätassistentin
Hirschstr. 1, 69168 Wiesloch
michaelapohl@t-online.de

Ernährungs- und Konsumbildung
Perspektiven und Praxisbeispiele für den Hauswirtschaftsunterricht
Fachdidaktische Entwicklungen in Deutschland, Österreich und der Schweiz

Ute Bender (Hg.), 199 Seiten, Fachhochschule Nordwestschweiz, Pädagogische Hochschule, Schulverlag+AG 2013

ISBN 978-3-2920-0724-7
Preis: 84,00 Euro



Ernährungs- und Konsumbildung

Perspektiven und Praxisbeispiele für den Hauswirtschaftsunterricht

Die Ernährungs- und Konsumbildung ist in den vergangenen zehn Jahren grundlegend reformiert worden. Wegweisend dafür war das deutsche Projekt REVIS (Reform der Ernährungs- und Verbraucherbildung in Schulen, 2003–2005). In Koopera-

tion der Fachverbände der Schweiz, Deutschlands und Österreichs entstanden betrachtet das Buch die Entwicklungen der haushalts-, konsum- und ernährungsbezogenen Bildung und stellt den aktuellen Stand der Fachdidaktik im deutschsprachigen Raum vor.

Das geschieht vor allem im ersten, wissenschaftsorientierten und hochschuldidaktisch ausgerichteten Teil der Veröffentlichung. Im zweiten Teil stellt die Herausgeberin sieben ausgewählte methodische Zugänge für den ernährungs- und konsumbezogenen Unterricht vor, die fachliche, teils auch überfachliche Lernprozesse in Gang setzen sowie handlungsrelevante Kompetenzen und selbstgesteuertes Lernen unterstützen. Beispiele für diese Makromethoden sind „Problemorientiertes Lernen“ und „Dialogisches Lernen“. Sechs ausgearbeitete und reflektierte Unterrichtseinheiten greifen die methodischen Zugänge auf und veranschaulichen im dritten Teil des Buches, wie ein zeitgemäßer Hauswirt-

schaftsunterricht, der gleichzeitig thematisch an die Bildung für nachhaltige Entwicklung oder die interkulturelle Bildung anknüpft, in der Praxis aussehen kann. Die beigelegte CD enthält zusätzliche fachdidaktische Dokumente sowie Arbeitsblätter zu den Unterrichtsbeispielen.

Der Herausgeberin und ihren Co-Autorinnen gelingt es, die theoretischen Konzepte der Fachdidaktik auf die Pragmatik des Schul- und Unterrichtsalltags zu übertragen. Damit ermöglicht das Buch die umfassende Nutzung in Studium und Weiterbildung und liefert eine praktische Orientierungshilfe für zeitgemäßes Unterrichten im Lernfeld Hauswirtschaft. Es stellt für Lehrpersonen, für Studierende an den Pädagogischen Hochschulen, aber auch für alle anderen, die sich mit der Ernährungs- und Verbraucherbildung professionell auseinandersetzen, eine lohnende Lektüre dar.

Dr. Barbara Kaiser, aid

Referenzdaten für Haushaltsbudgets
Vergleichs- und Orientierungsgrößen für die Budgetberatung

Heide Preuß unter Mitwirkung von Stefanie Bödeker, Birgit Bürkin und Korina Dörr, dgh (Hg.), Osnabrück 2013, zu bestellen bei Deutsche Gesellschaft für Hauswirtschaft e. V., Hafenstr. 9, 48432 Rheine
www.dghev.de

Preis: 18,00 Euro inkl. Versand



Referenzdaten für Haushaltsbudgets

Vergleichs- und Orientierungsgrößen für die Budgetberatung

Wie viel Geld brauchen wir zum Leben? Bewegen sich unsere Ausgaben im normalen Bereich? Wo können wir etwas einsparen? Was müs-

sen wir für die kommenden Jahre zurücklegen? Mit diesen und ähnlichen Fragen wenden sich private Haushalte an Beratungsfachkräfte. Antworten darauf lassen sich leichter finden, wenn der Ist-Zustand anhand von Vergleichswerten kritisch reflektiert werden kann. Auch für die Budgetplanung sind auf die individuelle Haushaltssituation abgestimmte Kalkulationsdaten wichtig. Da entsprechende Referenzwerte bisher nicht vorlagen, arbeiten Beratungskräfte in der Praxis häufig mit persönlichen Erfahrungswerten. Dieses Vorgehen ist aufwändig oder hinterlässt die Unsicherheit, ob die verwendeten Zahlen realistisch und übertragbar sind.

Das vorliegende Werk schließt hier eine Lücke. Die umfangreiche Datensammlung ist auf Basis der Einkommens- und Verbrauchsstichprobe des Statistischen Bundesamtes erarbeitet worden. In übersichtlicher Form lassen sich die Kosten der Lebenshaltung in Abhängigkeit von Haushaltsgröße, Phase in der Fami-

lienentwicklung, Einkommenshöhe und den Wohnverhältnissen nachvollziehen.

Die Referenzdaten für Haushaltsbudgets sind wichtige Vergleichs- und Orientierungsgrößen für alle Multiplikatoren, die in der Bildungs- und Beratungsarbeit für Haushalte und Familien aktiv sind. Beratungskräfte in der Sozial- und Schuldnerberatung, der Familienbildung und Verbraucherarbeit, aber auch Studierende der Oecotrophologie finden hier eine Datengrundlage für den Einstieg in eine Budgetanalyse.

Prof. Dr. Stefanie Bödeker, Mönchengladbach

Käsebroten mit Marmelade

Geschmack ist mehr als schmecken

„Geschmack ist mehr als schmecken“, verkündet dieses Buch in seiner Überschrift. Es trägt damit den gleichen Titel wie das 15. Heidelberger Ernährungsforum der Dr. Rainer Wild-Stiftung Ende September 2011, weil dessen Vorträge hier in diesem Tagungsband veröffentlicht sind.

Was wie schmeckt oder auch nicht ist nicht nur der Eindruck, den die Geschmacksknospen im Mund wahrnehmen. Vielmehr ist das, was wir als Geschmack bezeichnen, die Summe verschiedener Sinneseindrücke. Der Geruch, das Tastempfinden und der Seheindruck spielen beim Geschmack eine Rolle, doch was ist mit dem Hörsinn? „Wie klingt sauer?“, ist die entsprechende humorige Frage eines Wissenschaftlers, der unter anderem berichtet, dass Testpersonen zielsicher bestimmte Höreindrücke bestimmten Geschmackseindrücken zuordneten. Nicht zuletzt be-

einflussten biologische, soziokulturelle und psychische Faktoren das Geschmacksempfinden. „Vom Glück des Schmeckens“ ist ein Beitrag, der untersucht, inwiefern die Gemütsverfassung eines Menschen die Geschmackseindrücke formt. Damit nimmt jeder den Geschmack – zum Beispiel eines Käsebrotes mit Marmelade – individuell wahr. Solches Wissen ist für die Branche der Food-Designer mehr als nützlich, da sie ihre Produkte zielsicherer gestalten können. „Mehr Genuss durch Food Design?“ versucht das zu beantworten.

Die elf veröffentlichten Beiträge des Ernährungsforums nähern sich dem Geschmacksbegriff also von vielen verschiedenen, bisweilen auch humorigen Seiten. Thematisch spannen sie den Bogen von der Sensorikforschung über die individuellen Parameter des Geschmacks bis zu den Chancen, die sich daraus für Lebensmittelherstellung und -entwicklung ergeben.

Für Leute aus Forschung, Wissenschaft und Lebensmittelbranche



Käsebroten mit Marmelade
Geschmack ist mehr als schmecken

Dr. Rainer Wild-Stiftung (Hg.), Heidelberg 2013

ISBN 978-3-9425-9446-2

Preis: 14,90 Euro

dürfte dieser Band sehr interessant, aber auch amüsant sein. Und auch das „Volk“ hat etwas von diesem Buch, denn die wissenschaftlichen Forschungen bestätigen am Ende das, was der Volksmund aufgrund seines Erfahrungswissen schon lange kund tut: „Über Geschmack lässt sich (nach wie vor) trefflich streiten.“

Brigitte Plehn, Krefeld

Die Stadt der Commonisten

Neue urbane Räume des Do-it-yourself

Das erste Foto in dem Bildband zeigt die grau-braunen Wirtschaftsräume eines großen, alten Gebäudekomplexes. Auf dem Foto scheint die Sonne, sanfte Farben, leichte Unschärfen, ein weißes Passpartout, daneben eine zierliche kleine Nummer eins. Alles wirkt wie in einem alten Familien-Fotoalbum. Dann die Nahaufnahme eines jungen Mannes im entspannten Sommerlook. 30 Seiten und zahlreiche stimmungsvolle Fotos von Tomaten, sauren Gurken, Gewächshäusern und Kindern weiter kommt die Auflösung: Die Fotos stammen aus dem mobilen Gemeinschaftsgarten Annalinde in Leipzig, einem Garten und Kunstprojekt der Initiative für zeitgenössische Stadtentwicklung.

„Die Stadt der Commonisten“ ist deutlich mehr als ein neues Urban-

Gardening-Buch. Es unternimmt einen Streifzug durch die junge, wachstumskritische Do-it-yourself-Bewegung der Städte. So ist neben Schnappschüssen von Outdoorküchen, offenen Werkstätten und Guerilla-Knitting eine Enzyklopädie der modernen Stadtkultur entstanden. Seite 49, Buchstabe C „Crowd“: „Die Crowd entsteht aus allen, die adressiert werden. ... sie bildet sich durch das Empfangen von Nachrichten und durch die Selbstaktivierung Einzelner. Man macht mit oder nicht. Crowds existieren temporär. Sie sind zweckgebunden und verfolgen ein klar beschriebenes Interesse...“. Eine innerstädtische „Brachfläche“ ist ein Ärgernis oder ein Möglichkeitsraum, je nach Perspektive.

So wird aus der Reise durch die selbst gestalteten Stadtwelten auch eine Reise durch die Phänomene und Sprachschöpfungen der Bewegung. Es geht um „Baustellen“ (entstanden aus „bauen“ und „basteln“), um Dilettanten, Lasercutter, Rausfrauen, Schrottreppen oder Schweine bis



Stadt der Commonisten
Neue urbane Räume

Andrea Baier, Christa Müller, Karin Werner, Do it yourself, Transcript Verlag, Bielefeld, 2013,

232 Seiten,
450 Abbildungen
ISBN 978-3-8376-2367-3
Preis: 24,90 Euro

hin zur „Zwischennutzung“. Hinter der Idylle, eine Schicht tiefer, erwartet den Leser handfeste Konsumkritik: C wie Commons: „Die Welt erlebt einen historisch beispiellosen Kapitalismus, dessen Logik darin besteht, die Auspressung aller denkbaren Ressourcen zu belohnen und darauf zu wetten, wie gut dies jeweils gelingt“. Empfehlung: Selber lesen.

Gesa Maschkowski, aid

Beratungspraxis auf www.aid.de

Für viele ist es ein Traumberuf: Anderen Menschen erklären, wie man sich gesund ernährt. Doch mit Ernährungsberatung eine selbstständige Existenz aufzubauen, ist nicht leicht. Die Ausbildung allein reicht dafür nicht aus, denn es stellen sich die grundsätzlichen Fragen der Selbstständigkeit: Was muss ich für meine Altersvorsorge tun? Welche Versicherungen sind Pflicht, welche empfehlenswert? Aber auch: Welche Ausrüstung benötige ich für den Start? Viele Hinweise dazu finden sich in dem neuen Internetbereich des aid infodienst „Beratungspraxis“ unter www.aid.de/ernaehrung/beratungspraxis.php.

Aber auch zum Beratungsprozess und zu Methoden der Beratung bietet der Auftritt eine Fülle von Informationen. Das Thema Coachingtools sowie ausgewählte aid-Medientipps runden das Angebot ab. Und nicht vergessen: Online für den Berater-Newsletter anmelden: www.aid.de/newsletter

Erratum

In die Ausgabe 11-12/2013 hat sich auf Seite 331 in Tabelle 1 der Fehlerleutefel eingeschlichen. Unten sehen Sie die korrekte Tabelle. Unsere pdf-Dateien im Internet enthalten die korrigierte Version. Sie können den Artikel unter www.aid-medienshop.de > Suchen: 5386 als „Leseprobe“ kostenfrei herunterladen.

Tabelle 1: Durchschnittliche und fernere Lebenserwartung nach ausgewählten Altersstufen (Statistisches Bundesamt 2012)

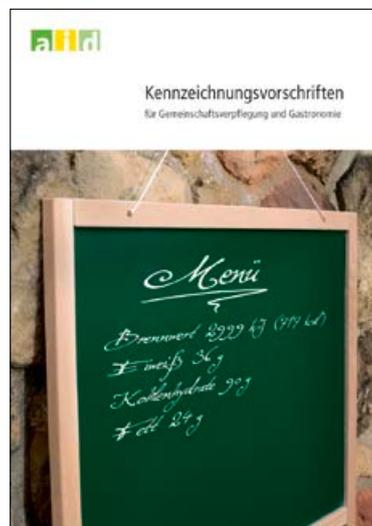
Sterbetafel		2006/08	2007/09	2008/10	2009/11
Alter 0	Männer	77,17	77,33	77,51	77,72
	Frauen	82,40	82,53	82,59	82,73
Alter 20	Männer	57,74	57,90	58,05	58,25
	Frauen	62,85	62,97	63,03	63,16
Alter 40	Männer	38,44	38,59	38,73	38,93
	Frauen	43,20	43,32	43,37	43,50
Alter 60	Männer	20,93	21,04	21,16	21,31
	Frauen	24,71	24,81	24,85	24,96
Alter 65	Männer	17,11	17,22	17,33	17,48
	Frauen	20,41	20,52	20,56	20,68
Alter 80	Männer	7,65	7,67	7,71	7,77
	Frauen	8,97	9,04	9,06	9,13

Kennzeichnungsvorschriften für Gastronomie und GV

Wer Gerichte zubereitet und an Gäste abgibt, hat automatisch eine Sorgfaltspflicht, die im Lebensmittelrecht geregelt ist. Diese gilt für Restaurants und Bistros genauso wie für Kantinen oder unentgeltliche Verköstigungen. Ein häufig unterschätzter Teil dieser Pflicht ist die ausreichende Kennzeichnung der angebotenen Speisen.

Das aid-Heft gibt einen praxisnahen Überblick, welche Informationen vorgeschrieben oder nützlich sind, und wo sie aufgeführt sein müssen. Die Liste reicht von speziellen Zutaten bei Fleisch und den aktuellen Vorschriften zur Nährwert- und Allergenkennzeichnung bis zu Hinweisen bei Bio-Produkten und gentechnisch veränderten Zutaten der Gerichte. Auch die neuesten Regelungen zu Warnhinweisen bei Azofarbstoffen, der Zulässigkeit von gesundheitsbezogenen Angaben und der Kennzeichnungspflicht koffeinhaltiger Erfrischungsgetränke sind enthalten. Außerdem enthält das Heft ein umfangreiches Kapitel zum Aufbau eines Rezeptinformationssystems für kleine und mittlere Betriebe. Auf Basis eines Tabellenkalkulationsprogramms lassen sich damit alle kennzeichnungspflichtigen Zutaten automatisch identifizieren, von der Lieferung über die Zubereitung bis zur fertigen Speise.

Bestell-Nr.: 1578, Preis: 3,00 Euro
www.aid-medienshop.de



Zu-gut-für-die-Tonne-App

Erweiterte Suche und mehr Rezepte

Eine neue Version der Zu-gut-für-die-Tonne-App des Bundesverbraucherministeriums ist online. Sie bietet eine besser Suchseite und viele neue Rezeptideen für übriggebliebene Lebensmittel. Mit der kostenlosen Smartphone-App können Nutzer gezielt nach Rezepten für ihre Lebensmittelreste suchen und so helfen, Lebensmittelabfälle zu vermeiden.

Bis zu drei Zutaten lassen sich auf der neuen Suchseite miteinander kombinieren. Die App schränkt die Auswahl automatisch auf mögliche Kombinationen ein und zeigt passende Kochrezepte an. Über 150 Reste-Rezepte von Sterneköchen, prominenten Kochpaten und Hobbyköchen sind mittlerweile online. Die Rezeptdatenbank wird ständig neu bestückt und lässt sich innerhalb der Anwendung per Knopfdruck aktualisieren.

Seit ihrer Veröffentlichung im November 2012 wurde die App der mit dem Politikaward 2012 ausgezeichneten Initiative „Zu gut für die Tonne“ 332.000 Mal heruntergeladen. Damit ist sie die bislang erfolgreichste App einer Bundesregierung. Die aktualisierte Version wurde in der Breite den größeren Android-Smartphones angepasst und kann nun auch auf Geräten bis zu 960 Pixel Breite angezeigt werden.

Das Besondere an der App: Jeder kann mithelfen, sie noch besser zu machen. Einfach die eigene Rezeptidee für übriggebliebene Lebensmittel unter www.zugutfuerdietonne.de eingeben.

Passende Website-Rezepte werden regelmäßig mit der App-Datenbank synchronisiert.

Neben kreativen Kochideen bietet die App Tipps zu Lagerung und Haltbarkeit von Lebensmitteln sowie einen interaktiven Einkaufsplaner.

BMELV

Die App ist kostenlos bei GooglePlay und im App Store erhältlich:
www.zugutfuerdietonne.de/app



Foto: fotolia/Goodluz

Besuchen Sie uns auf www.ernaehrung-im-fokus.de

Finden Sie dort

- viele Extra-Beiträge mit aktuellen Informationen
- unsere Tagungsberichte mit Neuem aus der Fachwelt
- unser Archiv mit *Ernährung-im-Fokus*-Ausgaben zum Download – für unsere Abokunden kostenfrei!
- **Unser Online-Spezial im Januar:**
Gemüse im Sack macht nicht nur satt – Urban Gardening in Kenia
- **Unser Online-Spezial im Februar:**
Langfristige Verhaltensänderung durch Ernährungsberatung?
Eine qualitative Untersuchung

Bestellen Sie Ihr kostenloses Probeheft und Ihr Jahresabonnement in unserem Medienshop unter www.aid-medienshop.de

Wir freuen uns auf Sie!

Zur Startseite
www.ernaehrung-im-fokus.de



In der kommenden Ausgabe lesen Sie:

Titelthema

Bedeutung der Eltern bei der Prävention von Essstörungen

Mehr als ein Fünftel der Kinder und Jugendlichen in Deutschland zeigt Studien zufolge ein auffälliges Essverhalten. Angesichts der ständigen Präsenz von Models, Filmstars und Castingshows in den Medien scheint ein unbeschwerter Umgang mit dem eigenen Äußeren kaum noch möglich. Ein Erfolgsfaktor primärpräventiver Maßnahmen könnte der Einbezug der Eltern zu sein, was Mittlerkräften in Kindergärten und Schulen bewusst sein sollte.



Foto: fotolia/dalapro

Forum

KochSchule! – Ein Kochbuch von Schülern für Schüler

Das Überangebot an Snacks, Fast Food, Süß- und Teigwaren ist eine ständige Herausforderung für Eltern, Schule und Mensamitarbeiter; ist es doch das gemeinsame Ziel, mit einer gesunden Schulverpflegung den leistungsorientierten Tag der Kinder zu unterstützen und gegen den Konsum von Junk Food anzugehen. Dabei lassen sich Neugier und Interesse der Schüler durch praxisorientierten Unterricht stärker wecken als durch trockene Theorie.



Foto: fotolia/Herby Herbert Me

Werkzeugkoffer Beratung

Lerntheorien und Essverhalten

Pawlow hat sein von ihm entdecktes klassisches Konditionieren als allgemeines Lerngesetz begriffen: Alle Menschen lernen durch Reizkopplung; nur durch Reizkopplung lernen wir. Allerdings treffen psychologische Gesetzmäßigkeiten nicht immer für alle Menschen im gleichen Umfang zu. So sind vermeintliche Gesetzmäßigkeiten häufig als Konstrukte anwendbar, mit denen sich bestimmte Sachverhalte beleuchten und besser verstehen lassen.



Foto: fotolia/Kenon

Ernährung im Fokus

Bestell-Nr. 5481, ISSN 1617-4518

Herausgegeben vom
aid infodienst
Ernährung, Landwirtschaft,
Verbraucherschutz e. V.
Heilsbachstraße 16
53123 Bonn
www.aid.de
E-Mail: eif@aid.de

Gefördert durch:



Bundesministerium für
Ernährung, Landwirtschaft
und Verbraucherschutz

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Abonnentenservice:

Telefon 01803 8499-00, Telefax 0228 8499-200, abo@aid.de

Redaktion:

Dr. Birgit Jähmig, Chefredaktion und v. i. S. d. P.
Telefon 0228 8499-117, Fax 0228 8499-2117, E-Mail: b.jaehmig@aid-mail.de
Claudia Schmidt-Packmohr, Redaktion
Telefon 0228 8499-156, E-Mail: c.schmidt-packmohr@aid-mail.de
Dr. Claudia Müller, Schlussredaktion
Telefon 0228 3691653, E-Mail: info@ernaehrungundgesundheit.de
Walli Jonas-Matuschek, Redaktionsbüro und Bildrecherche
Telefon 0228 8499-157, E-Mail: w.jonas-matuschek@aid-mail.de

Fachlicher Redaktionsbeirat:

Prof. Dr. Silke Bartsch, Pädagogische Hochschule Karlsruhe, Abteilung Alltagskultur und Gesundheit
Prof. Dr. h. c. Reinhold Carle, Institut für Lebensmittelwissenschaft und Biotechnologie der Universität Hohenheim
Prof. Dr. Andreas Hahn, Institut für Lebensmittelwissenschaft und Ökotrophologie der Universität Hannover
Prof. Dr. Rainer Hufnagel, Fachhochschule Weihenstephan-Triesdorf, Fachbereich Lebensmittelmanagement und Ernährungs- und Versorgungsmanagement
Prof. Dr. Christoph Klotter, Hochschule Fulda, Fachbereich Oecotrophologie
PD Dr. Monika Kritzmoeller, Seminar für Soziologie der Universität St. Gallen, Schweiz
Prof. em. Dr. Wolfhart Lichtenberg, Hamburg
Prof. Dr. Uta Meier-Gräwe, Fachinstitut für Wirtschaftslehre der Haushalts- und Verbrauchsforschung der Universität Gießen
Dr. Friedhelm Mühleib, Diplom-Oecotrophologe, Fachjournalist, Zülpich
Dr. Annette Rexroth, Referat 315, Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz, Bonn
Dr. Uwe Spiekermann, Institut für Wirtschafts- und Sozialgeschichte der Universität Göttingen

Ernährung im Fokus erscheint alle zwei Monate als Informationsorgan für Fach-, Lehr- und Beratungskräfte. Es werden nur Originalbeiträge veröffentlicht. **Die Beiträge geben nicht in jedem Fall die Meinung des Herausgebers wieder.** Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Bücher wird keine Haftung übernommen. **Nachdruck – auch auszugsweise oder in abgeänderter Form – nur mit Zustimmung der Redaktion gestattet.** Der aid infodienst ist ein gemeinnütziger Verein, der mit öffentlichen Mitteln gefördert wird. Er kann daher frei von Werbung und kommerziellen Interessen arbeiten.

Grafik:

grafik.schirmbeck, 53340 Meckenheim
E-Mail: mail@grafik-schirmbeck.de

Druck:

Druckerei Lokay e. K.
Königsberger Str. 3, 64354 Reinheim

Titelfoto:
Mauritius



Dieses Heft wurde in einem klimaneutralen Druckprozess mit Farben aus nachwachsenden Rohstoffen bei der EMAS-zertifizierten Druckerei Lokay hergestellt (D-115-00036). Das Papier besteht zu 60 Prozent aus Recyclingpapier.



Ernährung im Fokus bietet Ihnen 6 x im Jahr

- Aktuelles aus Lebensmittelpraxis und Ernährungsmedizin
- Ernährungsbildung und Kompetenzentwicklung
- Methodik und Didaktik der Ernährungsberatung
- Esskultur und Ernährungskommunikation
- Aktuelle Ernährungsstudien
- Und vieles mehr ...

Weitere Informationen und Probehefte:
www.ernaehrung-im-fokus.de

Sie haben die Wahl!

1. Das Print-Online-Abo

Sie erhalten sechs Hefte pro Jahr per Post. Als Extraservice haben Sie die Möglichkeit, alle älteren Ausgaben als PDF aus dem Internet-Archiv kostenlos herunterzuladen. Nach Anmeldung für den Benachrichtigungsservice informieren wir Sie per Mail, wenn die aktuelle Ausgabe verfügbar ist. Das Print-Online-Abo gilt für einen Arbeitsplatz.

Bestell-Nr. 9104, 24,00 €

2. Das Online-Abo

Sie erhalten Zugriff auf alle sechs Ausgaben pro Jahr im PDF-Format. Als Extraservice haben Sie die Möglichkeit, alle älteren Ausgaben als PDF aus dem Internet-Archiv kostenlos herunterzuladen. Nach Anmeldung für den Benachrichtigungsservice informieren wir Sie per Mail, wenn die aktuelle Ausgabe verfügbar ist. Das Online-Abo gilt für einen Arbeitsplatz.

Bestell-Nr. 9103, 20,00 €

3. Das Online-Abo für Schüler, Studenten und Auszubildende

Sie erhalten Zugriff auf alle sechs Ausgaben pro Jahr im PDF-Format. Als Extraservice haben Sie die Möglichkeit, alle älteren Ausgaben als PDF aus dem Internet-Archiv kostenlos herunterzuladen. Nach Anmeldung für den Benachrichtigungsservice informieren wir Sie per Mail, wenn die aktuelle Ausgabe verfügbar ist. Das ermäßigte Online-Abo gilt für einen Arbeitsplatz.

Bestell-Nr. 9107, 10,00 €

Für Mehrfach-Abos senden Sie bitte eine E-Mail an eif@aid.de

4. Einzelausgaben

Hefte/Downloads der Heft-PDFs kosten 4,50 € je Exemplar.*

* Heft im Versand zuzüglich 3,00 € Versandkostenpauschale

Bestellen Sie

per Telefon 01803 8499-00

per Fax 01803 62222-8, 01803 1111-5

per E-Mail abo@aid.de

per Internet www.ernaehrung-im-fokus.de → Abo oder www.aid-medienshop.de

per Post aid-Vertrieb

c/o IBRo Versandservice GmbH, Kastanienweg 1, 18184 Roggentin

Mein Abo

- Ja, ich möchte das Print-Online-Abo mit sechs Heften der Zeitschrift *Ernährung im Fokus* und der Downloadmöglichkeit der PDF-Dateien für 24,00 € im Jahr inkl. Versand und MwSt.*
- Ja, ich möchte das Online-Abo mit sechs Ausgaben der Zeitschrift *Ernährung im Fokus* zum Download für 20,00 € im Jahr inkl. MwSt.*
- Ja, ich möchte das Online-Abo für Schüler, Studenten und Auszubildende mit sechs Ausgaben der Zeitschrift *Ernährung im Fokus* zum Download für 10,00 € im Jahr inkl. MwSt.* Einen Nachweis reiche ich per Post, Fax oder Mailanhang beim aid-Vertrieb IBRo ein.

Name/Vorname

Firma/Abt.

Straße, Nr.

PLZ, Ort

Datum/Unterschrift

Geschenk-Abo

Ich möchte das angekreuzte Abo* verschenken an:

Name/Vorname des Beschenkten

Straße, Nr.

PLZ, Ort

Datum/Unterschrift

Rechnung bitte an nebenstehende Anschrift senden.

* Ihr Abo gilt für ein Jahr und verlängert sich automatisch um ein weiteres Jahr, falls es nicht mindestens drei Monate vor Ablauf schriftlich gekündigt wird. Die Lieferung beginnt im Folgemonat nach Bestellungseingang, falls nicht anders gewünscht. Die Bezahlung erfolgt per Paypal, Lastschrift oder gegen Rechnung.

Die Online-Flatrate für beliebig viele Online-Abos kostet 79,00 € im Jahr inkl. MwSt.

Diese Bestellung können Sie innerhalb einer Woche schriftlich widerrufen.

Die Bestellinformationen und das Widerrufsrecht habe ich zur Kenntnis genommen.