



Dr. Silke Bartsch · Tanja Körner

Lebensmittel wegwerfen?

Wertschätzung von Lebensmitteln als Bildungsaufgabe

Das Problem der globalen Lebensmittelverschwendung hat über den Kinoerfolg von „Taste the waste“ eine breite Öffentlichkeit erreicht. Das Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) hat dazu die Kampagne „Zu gut für die Tonne“ ins Leben gerufen und eine aktuelle Studie vorgelegt. Im Sinne der Anbahnung eines dauerhaft nachhaltigen Ernährungshandelns sollten die Möglichkeiten der Ernährungsbildung und -beratung ausgeschöpft werden. Im Fokus stehen vor allem Jugendliche, die heute schon eine ernst zu nehmende Verbrauchergruppe darstellen und die die Verbraucher von morgen sein werden.

Wachrütteln und Informieren stellt zwar einen wesentlichen Schritt dar, um Verbraucherverhalten zu verändern. Offen bleibt jedoch, ob diese kurzfristige Reaktion langfristig handlungswirksam wird. Tatsächlich haben bereits wenige Tage nach dem Startschuss der Kampagne in einer am 14. und 15. März 2012 durchgeführten Forsa-Umfrage 81 Prozent der Menschen in Deutschland von der Diskussion um das Mindesthaltbarkeitsdatum gehört oder gelesen, davon gaben 19 Prozent an, etwas an ihrem Wegwerfverhalten geändert zu haben – allen voran

die jüngere Bevölkerung (BMELV 19.3.2012). Erkenntnisse aus der Ernährungskommunikation zeigen, dass Kampagnen ohne Unterstützung durch eine kompetenzorientierte Ernährungsbildung zu kurz greifen (vgl. Spiekermann 2005). So hielt zum Beispiel die Zurückhaltung beim Kauf von Rindfleisch nach dem BSE-Skandal lediglich bis zur nächsten Grillsaison an.

Lebensmittelverschwendung in Deutschland

Rund 11 Millionen Tonnen Lebensmittel werden in Deutschland im Jahr von Industrie, Handel, Großverbraucher und Privathaushalten weggeworfen. Das geht aus der neuen BMELV-Studie zur Lebensmittelentsorgung in Deutschland (Kranert et al. 2012) hervor. Mit 61 Prozent entsteht der größte Teil des Lebensmittelmüllbergs in den Privathaushalten, 17 Prozent entfallen jeweils auf Industrie und Großverbraucher wie Restaurants oder Kantinen. Der Handel fällt mit fünf Prozent weniger ins Gewicht (Abb. 1). Dabei wurde aufgrund fehlender Untersuchungen nicht berücksichtigt, welche Lebensmittelmengen direkt schon bei der Produktion entsorgt werden. Ein For-

schungsbericht der Universität für Bodenkultur Wien geht davon aus, dass in Österreich bis zu 40 Prozent der Ernte bereits während der landwirtschaftlichen Produktion weggeworfen werden (*Smidt, Schneider 2007*). Das lässt vermuten, dass auch in Deutschland die Menge der entsorgten Lebensmittel weit höher liegt. Die zugrunde gelegte Datenbasis der BMELV-Studie und die dahinter stehenden Methoden werden besonders im Hinblick auf die Produktion und den Handel kritisch diskutiert. Gerade unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit ist die Menge der weggeworfenen Lebensmittel kritisch zu hinterfragen, denn sowohl die Produktion der später entsorgten Lebensmittel als auch die Entsorgung selbst verschwenden wertvolle Ressourcen und haben weitreichende ökologische, ökonomische und soziale Auswirkungen.

Welche ökologischen Dimensionen die Lebensmittelverschwendung annimmt, lässt sich mithilfe des ökologischen Fußabdrucks verdeutlichen (*Meinhold 2011*). Der ökologische Fußabdruck misst die Auswirkungen der Produktion und des Konsums von Gütern und Dienstleistungen auf die Umwelt. Maßeinheit ist der Globale Hektar (gha), womit die Fläche der Erde gemeint ist, die für alle Schritte des Produktlebenszyklus anfällt. Bei der Berechnung werden nicht nur Agrarflächen, sondern auch die Flächen zur Energiegewinnung oder zum Abbau von Schadstoffen (im Fall der Lebensmittelentsorgung CO₂ und Methan) berücksichtigt. Der ökologische Fußabdruck für den jährlichen Fleischverbrauch einer Person liegt bei 0,44 gha, bei Getreide bei 0,09 gha. Das liegt daran, dass für die Produktion von einem Kilogramm Fleisch mehr Ressourcen nötig sind als für ein Kilogramm Getreide. Damit hat das Wegwerfen von Fleisch größere Auswirkungen als etwa das von Brot (*Osswald 2010*). Verteilt man die Fläche der Welt gerecht auf alle Menschen, steht jeder heute lebenden Person 1,8 gha zu. Ein Europäer verbraucht derzeit jedoch durchschnittlich 4,7 gha. Der Bereich Ernährung ist dabei für 20 Prozent des ökologischen Fußabdrucks verantwortlich (*Osswald 2010*). Wenn man dabei bedenkt, dass den Angaben der FAO zufolge ein Drittel der Lebensmittel entlang der Lebensmittelkette verloren gehen, wird deutlich, dass sich fast sieben Prozent des ökologischen Fußabdrucks vermeiden ließen (*Gustavsson et al. 2011*).

Verbraucher im Mittelpunkt

Da Privathaushalte die größten Lebensmittelentsorger sind, liegt hier das größte Einsparpotenzial. Denn jeder Einwohner Deutschlands wirft jährlich 81,6 Kilogramm Lebensmittel weg, am häufigsten Obst, Gemüse und Backwaren. Lebensmittel im Wert von 200 bis 260 Euro pro Person landen somit jährlich im Müll. Dabei wären 65 Prozent dieser Lebensmittelabfälle vermeidbar oder zumindest teilweise vermeidbar (*Kranert et al. 2012*).

Gründe, weshalb Lebensmittel in Privathaushalten entsorgt werden, untersuchte eine Studie in Großbritannien (*WRAP 2007*). Demnach kaufen die Menschen generell zu viel oder bereiten zu viel zu, was besonders bei schnell verderblichen Produkten zu unnötigen Entsorgungen führt. Aber auch ein aus gesundheitlicher Sicht übertriebenes Hygienebewusstsein und das Mindesthaltbarkeitsdatum wurden als Begründung für das Wegwerfen von Essen ermittelt. Nicht zu unterschätzen ist auch, dass Lebensmittel aufgrund ihres Geschmackes entsorgt werden.

Hinter den genannten Gründen für die Entsorgung von Lebensmitteln stecken komplexe Prozesse. Neben weiteren Faktoren führen Pudel und Westenhöfer (*1998*) vier Tendenzen auf, die in Industriegesellschaften seit den 1950er-Jahren zu einer zunehmenden Entfremdung von Lebensmitteln (*Spiekermann 1999*) geführt haben: Zum einen ist eine Tendenz zum Verlust der Wertschätzung gegenüber Lebensmitteln zu beobachten, da seit Kriegsende keine Lebensmittelknappheit mehr erlebt wurde. Außerdem ist ein Verlust der Lebensmittelidentität zu beobachten: So werden in Supermärkten Lebensmittel wie Brot zusammen mit Non-Food-Artikeln wie Waschmittel verkauft. Bunte Verpackungen verstärken diese Entfremdung. Für die Verbraucher wird das Lebensmittel zu irgendeinem Produkt, weil sie es jederzeit bis zur letzten Minute vor Ladenschluss aus dem vollen Regal nehmen können. Die dritte Tendenz beschreibt den Verlust der Beziehung zur Herkunft der Lebensmittel: Immer weniger Menschen in den Industrienationen wachsen noch mit dem Bezug zur Landwirtschaft auf. Beim Verzehr von in Stäbchen gepresstem Fisch oder Wurst

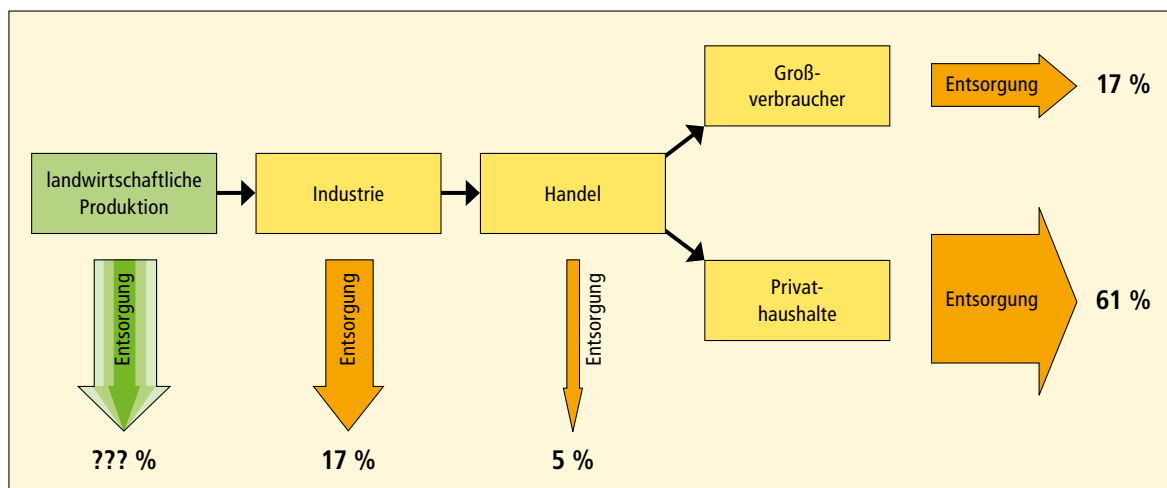


Abbildung 1: Entsorgungsströme entlang der Lebensmittelkette (nach *Kranert et al. 2012*)

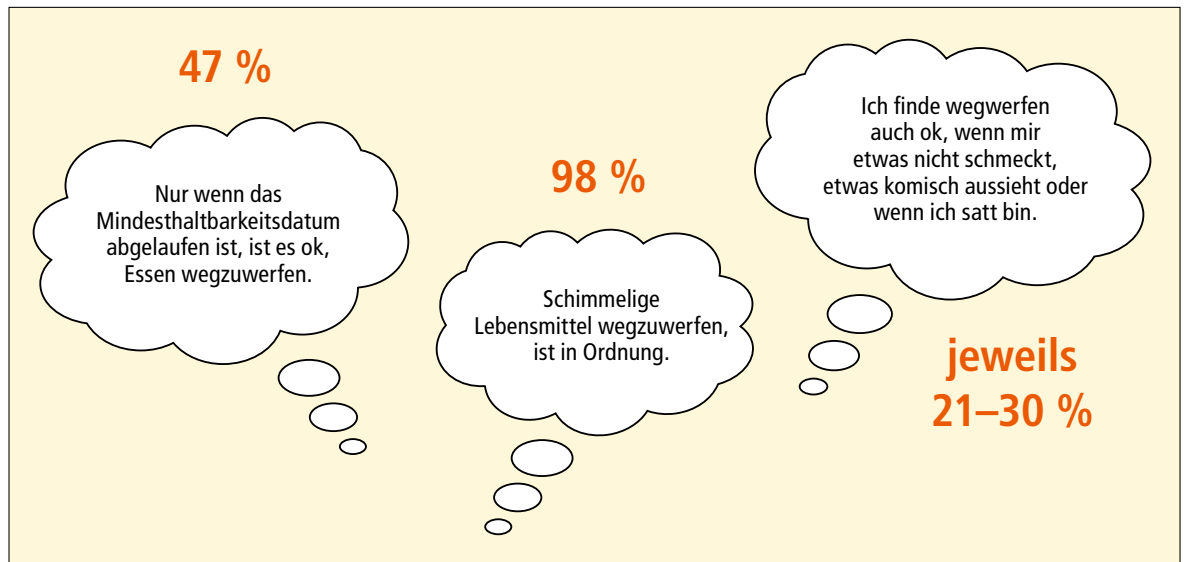


Abbildung 2: Leitbildvorstellungen von Jugendlichen: Welche Gründe für die Entsorgung von Lebensmitteln sind legitim? (nach Körner 2011)

mit Fußballmuster denkt kaum jemand mehr an das Tier, das Quelle dieses Produktes war. Schließlich kommt es zum Verlust der emotionalen Beziehung zum Lebensmittel, da immer mehr Mahlzeiten außer Haus und nebenbei eingenommen werden. Emotionale Verbindungen zu bestimmten Speisen wie dem Sonntagsbraten, dem Familienrezept oder dem gemeinsamen Plätzchenbacken gehen allmählich verloren.

Wegwerfverhalten und Leitbildvorstellungen von Jugendlichen

Im Rahmen einer wissenschaftlichen Hausarbeit an der Pädagogischen Hochschule Karlsruhe wurden Jugendliche aus vier Schulklassen (n=97) einer integrierten Gesamtschule zum Umgang mit überflüssigen Lebensmitteln befragt (Körner 2011). Zum einen stand das Wegwerfverhalten der Jugendlichen in Bezug auf Lebensmittel im Fokus, zum anderen die Ernährungsleitbildvorstellungen. Die ermittelten Leitbildvorstellungen der Jugendlichen zeigen, dass es fast alle Jugendlichen für gerechtfertigt halten, verschimmelte Lebensmittel als Ganzes wegzuerwerfen (Abb. 2). Knapp die Hälfte sieht im überschrittenen Mindesthaltbarkeitsdatum eine Legitimation. 30 Prozent der Jugendlichen finden es in Ordnung, Essen zu entsorgen, wenn es nicht schmeckt, 25 Prozent, wenn es nicht schön aussieht und 21 Prozent, wenn man satt ist. Niemand gab an, dass das Wegwerfen von Lebensmitteln nie in Ordnung ist.

Zusammenfassendes Ergebnis der Befragung ist, dass viele Jugendliche regelmäßig ihr Pausenbrot in den Abfall werfen und vor allem Mädchen übervorsichtig auf das Mindesthaltbarkeitsdatum reagieren. Alle wollen selbstbestimmt entscheiden, wann für sie ein Lebensmittel in den Abfall gehört, obwohl sie häufig ein Unbehagen beim Wegwerfen von Essen empfinden (Körner 2011; Körner, Bartsch 2012). Besonders interessant an den Ergebnissen ist die Diskrepanz zwischen den Leitbildvorstellungen und dem Wegwerfhandeln. Die Jugendlichen empfinden ein Unbehagen beim Wegwerfen, weil sie beispielsweise (zumindest in begrenztem Umfang und oberflächlich) Kenntnisse über die Welternährungssituation haben. Daraus leitet sich die Frage ab, wodurch sich das in den Leitbildvorstellungen durchaus erwünschte verantwortliche Ernährungsverhalten handlungswirksam fördern lässt.

Stellenwert von Nachhaltigkeit im jugendlichen Alltag

Jugendliche haben selten einen Bezug zur Herkunft unserer Nahrung, weil sie in einer Konsumgesellschaft aufwachsen, in der auch Lebensmittel überwiegend Konsumgüter sind und somit schneller im Abfall landen. Allerdings steigt in der Bevölkerung derzeit das Bewusstsein für Themen rund um die Nachhaltigkeit, das hoffentlich auch bald die Lebensmittelverschwendung einschließt. So haben zum Beispiel Bio-Lebensmittel und Fair-Trade-Produkte den Sprung vom Nischendasein in die Supermarkt- und Discounterregale geschafft. Die Kaufmotive sind vielfältig. Beispielsweise lässt sich „Bio“ in Verbindung mit „Gesundheit“ gut vermarkten. Doch trotz dieses „Bio-Booms“ in der Gesellschaft ist der Nachhaltigkeitsbegriff bei Jugendlichen (wie auch bei allen anderen Altersgruppen) weitgehend unbekannt (Ulmer et al. 2009). So können lediglich 22 Prozent aller Deutschen mit dem abstrakten Begriff etwas anfangen (Kuckartz, Rheingans-Heintze 2004).

NACHGEFRAGT

Ernährungsleitbilder

sind visionäre Vorstellungen darüber, welche Ernährung erstrebenswert und sinnvoll ist. Dazu gehören Anbau, Verarbeitung, Vertrieb, Nutzung und Verbrauch, aber auch die Entsorgung von Lebensmitteln. Jede gesellschaftliche Gruppe schafft sich ihre eigenen Leitbildvorstellungen. Da sie eine Orientierung für das Ernährungs- und Wegwerfverhalten im Alltag der Individuen darstellen, müssen sie praktikierbar sein. Dies heißt jedoch nicht, dass sie immer vollständig umgesetzt werden (Empacher, Hayn 2004).

Darüber hinaus scheint auf den ersten Blick Umwelt als Thema heute nicht (mehr) „cool“ zu sein (*IZT-Studie 2011*). Gleichzeitig stufen Jugendliche konkrete Inhalte der nachhaltigen Entwicklung (z. B. Umweltthemen) als problematisch ein und erachten sie als wichtig (*IZT-Studie 2011; Ulmer et al. 2009*). Zum Beispiel schätzen 76 Prozent der Jugendlichen den Klimawandel als Bedrohung der menschlichen Existenz ein (*Albert et al. 2011*; vgl. auch *OECD-Studie 2009*). Bei genauerem Hinsehen zeigt sich jedoch, dass die Einzelergebnisse aus Umfragen zum Umweltbewusstsein nicht voreilig als nachlassendes Interesse interpretiert werden dürfen. So resümiert die IZT-Studie 2011 in ihrer Analyse der vorhandenen Literatur zum Umweltbewusstsein von Jugend-

NACHGEFRAGT

Komplexe Handlungssituationen

Eine häufig kaum überschaubare Anzahl von Faktoren, die miteinander vernetzt sind, wirken zusammen. Die Wirkungen können gleich-, gegengerichtet oder indifferent sein, da sich in der Regel mehrere Faktoren gegenseitig beeinflussen. Darüber hinaus handelt es sich um dynamische Systeme. Letztlich ist ein komplexes Problem immer mehr als die Summe der Teilprobleme und weist emergente Eigenschaften auf, die entsprechend intransparent bleiben und vernünftiges Handeln erschweren oder gar unmöglich machen. (*Dörner 1992; vgl. Hummel, Hoffmann 2011*)

lichen und der Bereitschaft zum Umwelthandeln, dass bei der Mehrheit durchaus von einem minimalen Problembewusstsein sowie von Grundkenntnissen hinsichtlich Umweltthemen auszugehen sei. In Abhängigkeit von Milieu, Lebensstil und Persönlichkeitsmerkmalen seien diese aber unterschiedlich ausgeprägt und durch Herausforderungen des jugendlichen Alltags überlagert (*IZT-Studie 2011*). Den relativen Rückgang des Interesses der Jugendlichen an Nachhaltigkeitsthemen scheinen vier Ursachenkomplexe zu verantworten (Zusammenstellung nach der *IZT-Studie 2011*):

■ Umgang mit Komplexität

Die hohe Komplexität von Themen rund um die Nachhaltigkeit weckt den Wunsch nach Vereinfachung. Diesen Wunsch erfüllen konkrete Vorschläge zum Umwelthandeln, wie sie im Rahmen der Umwelterziehung ab den 1970er-Jahren propagiert wurden und bis heute zum Beispiel bei der Mülltrennung handlungsrelevant sind. Aufgrund der Komplexität nachhaltigen Handelns kann es konkrete Handlungsanweisungen in diesem Feld jedoch nicht geben (*IZT-Studie 2011*). Grundsätzlich sind Jugendliche bereit, sich für konkrete Ziele einzusetzen, zum Beispiel Umweltschonung und sozial verträgliche Produktionsbedingungen. Allerdings fehlen ihnen häufig die dafür notwendigen Handlungskompetenzen (*Ulmer et al. 2009*). Sind die konkreten Ziele eines nachhaltigen Konsums und Essverhaltens an den präferierten Lebensstil anschlussfähig, lässt sich nachhaltiges Handeln leichter umsetzen, wie es zum Beispiel bei den Lohas („Lifestyle of Health and Sustainability“) zu beobachten ist.

■ Überlagerung durch andere Begriffe und Probleme

Im Vergleich zur Gesamtbevölkerung konsumieren jüngere Menschen weniger nachhaltig (*Borgstedt et al. 2011*) – schließlich ist es nur ein Thema unter vielen anderen. Im Zentrum des jugendlichen Interesses stehen im Allgemeinen die entwicklungsbedingten Herausforderungen des Jugendalters, zum Beispiel Ablösung vom Elternhaus, Fragen der körperlichen Entwicklung und Attraktivität, Anerkennung in der Peergroup, Identitätsfindung etc. (*Bartsch 2010*). Diese Themen vermischen sich zum Teil mit Aspekten der Nachhaltigkeit und des Umweltbewusstseins. Beispielsweise führt die Anerkennung in der Peergroup häufig zum Konsum von Lifestyle-Produkten, die oftmals mit viel Verpackungsmüll verbunden sind, deren Herstellung problematisch sein kann etc. Aktuelle Beispiele sind Bubbletea und Fast-Food-Produkte, neuerdings auch als „Streetfood“ bezeichnet.

■ Diskrepanz zwischen Wollen und Handeln

Wie das Beispiel des Unbehagens beim Wegwerfen von Lebensmitteln zeigt – immerhin fühlen sich rund zwei Drittel der Jugendlichen dabei unwohl – ist vielen die Diskrepanz zwischen ihren Wertvorstellungen und ihrem Handeln bewusst (*Körner, Bartsch 2012*). Widersprüchliche Anforderungen an das eigene Handeln führen zu pragmatischen Lösungen, bei denen konkrete individuelle Bedürfnisse handlungswirksamer sind als abstrakte Prinzipien, die zudem nur im solidarischen Zusammenwirken funktionieren. Meist handeln Jugendliche gegenwartsorientiert (*Albert et al. 2011*), die Effekte sind erst langfristig spürbar (sog. „Lenti-Effekt“). Auffällig sind darüber hinaus die geringen Konsumkompetenzen im Ernährungsbereich. Beispielsweise wissen nur 21 Prozent der 11- bis 15-Jährigen die richtige Antwort auf die Frage: Welche Art von Kühen gibt nur H-Milch? (*Dreblow, Schönheit 2010*)

■ Kommunikationsdefizite

Laut IZT-Studie (2011) ist die Umweltkommunikation unzulänglich. Eines der diskutierten Probleme ist die unzureichende Beachtung der Lebensbereiche vieler Jugendlicher in ihren Milieus. Ein weiteres Problem ist die Defizitorientierung bei Nachhaltigkeitsthemen, die eher ein schlechtes Gewissen erzeugen als ein positives, handlungsmotivierendes Lebensgefühl.

Empfehlungen zur Verbesserung der Umwelt- und Nachhaltigkeitskommunikation (Zusammenstellung nach IZT 2011)

1. Nutzung von Möglichkeiten der Identitätsstiftung
2. Förderung des Verantwortungsgefühls
3. Förderung des Wunsches nach Fairness
4. Förderung von Alltagskompetenzen
5. Einbindung von digitalen Kommunikationsplattformen (Medien)
6. Förderung von zivilgesellschaftlichem Engagement
7. Schaffung von Freiräumen für eigene Aktivitäten
8. Stärkung und Erweiterung der Freiwilligkeitsdienste (Freiwilliges Ökologisches Jahr)
9. Aktivierung von Multiplikatoren und Vorbildern
10. Nutzung von Veranstaltungen und Events

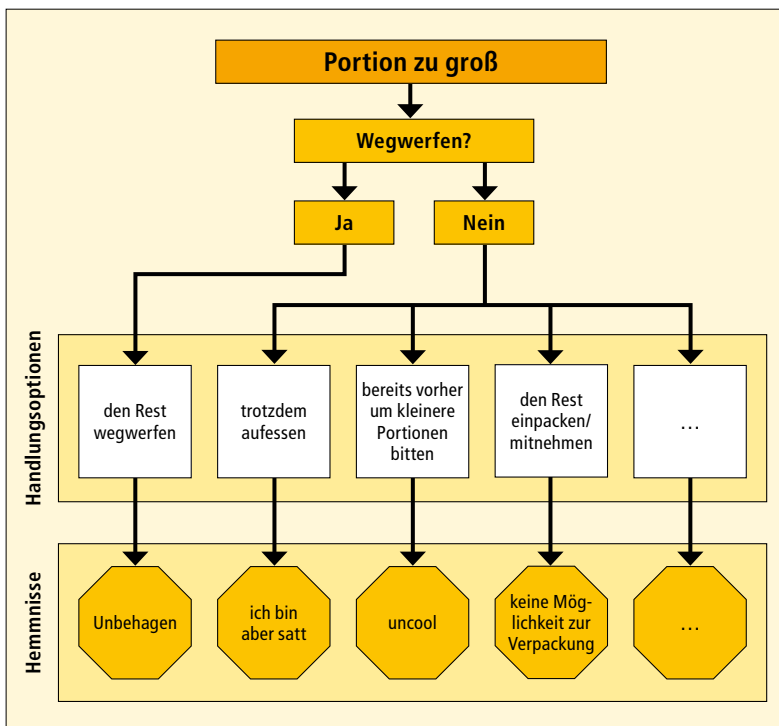


Abbildung 3:
Handlungsoptionen
in einer komplexen
Entscheidungssituation

Zielgruppe Jugendliche: Nachhaltigkeit als Thema in Ernährungsbildung und -beratung

Es gibt einen gesellschaftlichen Konsens zur nachhaltigen Entwicklung als ethischen Wert. Die Diskrepanz zwischen Wissen, Wollen und Handeln zeigt jedoch, dass der Wille allein nicht für die notwendigen Änderungen ausreicht. Wie und was kann eine kompetenzorientierte Ernährungsbildung zum nachhaltigen Handeln von Jugendlichen konkret beitragen (vgl. auch *Bartsch 2012*)? Den Herausforderungen einer nachhaltigen Entwicklung werden rezepthafte Lösungen nur bedingt gerecht, da es sich um komplexe Zusammenhänge handelt. Bereits am einfachen Beispiel zum Wegwerfen von Lebensmitteln zeigt sich, dass eine eindimensionale Regel „Wirf keine Lebensmittel weg!“ schnell an ihre Grenzen stößt. Was tut eine Schülerin, wenn sie im Schnellimbiss nur vorportionierte Mengen bestellen kann, die ihr entweder zu viel oder zu wenig sind? Wie geht ein junger Student mit der von der Tante liebevoll selbst gebackenen Torte um, die so gar nicht zu seinem Fitnessplan passt? Normative Regeln wie sie in der traditionellen Ernährungserziehung und -aufklärung verwendet werden, helfen hier nicht weiter (**Abb. 3**). Eine moderne Ernährungsbildung, die an den Leitbildvorstellungen, Wünschen und Bedürfnissen der Jugendlichen anknüpft (*Bartsch 2012*), bietet dagegen einen richtungsweisenden Rahmen (vgl. REVIS: www.evb-online.de). Ausgehend vom handelnden Menschen ist die persönliche Bedeutsamkeit als Handlungsantrieb entscheidend. Entsprechend des REVIS-Ansatzes sollte daher die Ernährungsbildung Handlungskompetenzen aufbauen, die Selbstwirksamkeitserfahrungen ermöglichen und Jugendliche stärken. Damit geht der Bildungsansatz über den Erwerb von Wissen hinaus und zielt auf eine Befähigung zum

selbstbestimmten Handeln und lebenslangen Lernen, das sozial und kulturell eingebunden und (eigen-)verantwortlich ist. Aus diesem Grund sollte nachhaltige Ernährung in der Ernährungsbildung und -kommunikation nicht nur kurz thematisiert werden. Vielmehr geht es um eine Auseinandersetzung der Jugendlichen mit ihrem alltäglichen Konsum- und Essverhalten, das auch das Wegwerfverhalten einschließt. So hat für die schulische Bildungsarbeit das REVIS-Bildungsziel 9 „Die Schüler und Schülerinnen entwickeln einen nachhaltigen Lebensstil“ unter anderem einen reflektierten und verantwortlichen Umgang mit dem eigenen Essverhalten im Auge (*Heseker et al. 2005*). Die Verantwortung bezieht sich explizit sowohl auf das Individuum als auch auf die Mit- und Umwelt. Eine so verstandene Ernährungsbildung ist auch Teil des Bildungsauftrags der Schulen. Die Ernährungsbildung ist hier als Ansatz zu verstehen, der einer individuell unterschiedlichen Ausgestaltung bedarf. Im Sinne der Nutrition Literacy sollen die Voraussetzungen dafür entstehen, dass Menschen sich jetzt und in Zukunft nicht nur für eine gesundheitsförderliche, sondern auch für eine nachhaltige Lebensweise entscheiden können. Für die Nachhaltigkeitsproblematik und den Umgang mit der Lebensmittelverschwendung können die Schüler individuell passende Ess- und Konsumententscheidungen treffen. Dazu werden zurzeit an der Universität Paderborn Unterrichtsmaterialien und Lehrerfortbildungen zur Wertschätzung von Lebensmitteln entwickelt (<http://www.uni-paderborn.de/mitteilung/112872/>).

NACHGEFRAGT

Nutrition Literacy

Unter Nutrition Literacy wird im Allgemeinen die Fähigkeit den Ernährungsalltag bedarfsgerecht, selbstbestimmt, verantwortlich und genussvoll gestalten zu können, verstanden. Da in vielen Familien und Schulen kaum diese umfassenden Ernährungskompetenzen aufgebaut werden, droht eine Art „kulinarischer Analphabetismus“: Immer mehr Menschen wissen wenig über Herkunft und Qualitätsmerkmale von Nahrungsmitteln und haben mangelnde Zubereitungskompetenzen. Traditionelle Essgewohnheiten verlieren an Bedeutung. Zusätzlich belasten zum Beispiel Lebensmittelskandale, ein Überangebot an Nahrungsmitteln und widersprüchliche Ernährungsempfehlungen die Organisation des Essensalltags (vgl. www.evb-online.de).

Aufklärung, Bildung und Beratung: Gemeinsam zu mehr Nachhaltigkeit

Mit Blick auf die oben angesprochenen vier Ursachenkomplexe zeigen sich zahlreiche Anknüpfungspunkte für Ernährungsaufklärung, -bildung und -beratung. In der IZT-Studie (2011) taucht immer wieder der Wunsch nach „einfachen“ Botschaften oder Handlungsanweisungen auf. Dem kann aufgrund der Komplexität des Themas so nicht entsprochen werden. Wohl aber sollte die Konsistenz der Botschaften zum nachhaltigen Handeln bei allen Differenzierungen in den drei Handlungsfeldern Ernährungsaufklärung, -bildung und -beratung für die Konsumenten deutlich hervortreten.

Lässt sich im Umgang mit Komplexität auf eine Grundbildung im Sinne einer Literacy gemäß dem REVIS-Konzept (Heseker et al. 2005) in allen vier Bereichen der nachhaltigen Ernährung (Leitzmann 2011) aufbauen, dann ist bereits die Vernetzung der Grundkompetenzen angelegt und eine Entscheidungskompetenz angebahnt. So zeigen sich in aktuellen Diskussionen zum Mindesthaltbarkeitsdatum fehlende Konsumkompetenzen deutlich. In privaten Haushalten landen nach der FAO-Studie (Gustavsson et al. 2011) viele Lebensmittel im Müll, weil die Bewohner mit dem Mindesthaltbarkeitsdatum falsch umgehen. Zum einen liegt es vielfach an der mangelnden Kenntnis über das Mindesthaltbarkeitsdatum. So wissen lediglich etwas mehr als die Hälfte der Erwachsenen (54 %), dass nach Ablauf des Mindesthaltbarkeitsdatums die Lebensmittelqualität beeinträchtigt sein kann (Austel et al. 2011), das Lebensmittel aber durchaus noch verzehrfähig ist. Zum anderen fehlen notwendige Basiskompetenzen im Umgang mit Lebensmitteln und deren Verderb. Beispielsweise können nicht alle Verbraucher Verderb beurteilen, ihre Einkäufe gut planen oder Lebensmittel im Haushalt richtig lagern.

NACHGEFRAGT

Nachhaltige Ernährung

Alle Begriffserklärungen zur nachhaltigen Ernährung folgen weitgehend der Gießener Konzeption zur Vollwerternährung und zur Ernährungsökologie. Damit kommt zu den drei Säulen der Nachhaltigkeit (ökonomische, ökologische und gesellschaftliche Dimension) die Säule der (individuellen) gesundheitlichen Dimension hinzu (Leitzmann 2011; Glogowski 2011). Das im REVIS-Modell entwickelte Bildungskonzept der Ernährungs- und Verbraucherbildung (EVB) ist damit weitgehend konform (Heseker et al. 2005; Schlegel-Matthies 2004).

So wichtig nachhaltiges Handeln für das Zusammenleben in einer gemeinsamen Welt ist, so steht es doch im Normalfall hinter den Alltags Herausforderungen und persönlichen Belangen zurück. Erschwerend kommt hinzu, dass positives Umwelthandeln meist mit Verzicht assoziiert wird (IZT-Studie 2011). Dieser Überlagerungsproblematik lässt sich durch einen mehrdimensionalen Zugang begegnen. Bezogen auf das Beispiel des Wegwerfens heißt das, dass der persönliche Nutzen („spart Geld“) mit dem gemeinsamen Nutzen („weniger Lebensmittel Müll“) eine Allianz eingeht. In allen drei Handlungsfeldern lassen sich Beispiele zur Herstellung von „Win-win-Situationen“ in Bezug auf Nachhaltigkeit finden. Professionelles Handeln in Aufklärung, Bildung und Beratung denkt entsprechend die Dimensionen der nachhaltigen Ernährung nicht nur mit, sondern kommuniziert sie entsprechend. Projekte, die im Sinne des „act local, think global“ agieren, basieren unter anderem auf diesem „Win-win-Prinzip“.

Die Diskrepanz zwischen Wissen, Wollen und Handeln ist ein viel bearbeitetes Thema zum Beispiel in der Fachdidaktik, der Lehr-Lernforschung sowie der Gesundheitsprävention. Im Sinne einer salutogenetischen Gesundheits- und Bildungsarbeit ist jeder kleine Schritt in Richtung „nachhaltige Ernährung“ begrüßenswert.

So bleibt beispielsweise ein Ziel eher handhabbar, wenn die dafür notwendigen Kompetenzen vorliegen und abstrakte Prinzipien einen konkreten Bezug zur Lebenswelt der Jugendlichen haben. Dabei sollten Zielformulierungen die Autonomie und Selbstbestimmung der Konsumenten im Auge behalten, besonders bei den Jugendlichen. Ein zweiter, häufig wegen der damit verbundenen Mühen wenig populärer Punkt ist der Aufbau von Handlungsroutrinen, der bei kleinen Schritten ebenfalls leichter umsetzbar ist. Und schließlich bietet das Internet der Generation „Web 2.0“ zeitgemäße Kommunikationsmöglichkeiten. Die Internetplattform „Wir ernten, was wir säen“ (www.wir-ernten-was-wir-saeen.de) ist ein gelungenes Projekt, das vor allem Jugendliche anspricht und anregt, lebensstilkonform unterschiedliche Wege des nachhaltigen Handelns zu entwickeln und zu gehen. Die aktive Mitgestaltung und Kommunikation über das Internet ist zentral für dieses Projekt. Über die Peer-to-Peer-Kommunikation (Blogs etc.) wird so das Prinzip der Partizipation und Verantwortlichkeit ganz praktisch umgesetzt. Gleichzeitig tritt das Leitbild der nachhaltigen Entwicklung als Botschaft klar hervor, ohne zu belehren.

Fazit

Jugendliche handeln weniger nachhaltig als andere Altersgruppen, obwohl sie durchaus für die Nachhaltigkeitsthematik sensibel und bereit sind, sich für konkrete Umweltthemen einzusetzen. Jugendlicher Umgang mit Lebensmitteln in unserer Überflussgesellschaft ist ein Beispiel für die Komplexität der Nachhaltigkeitsthematik und den Barrieren, die nachhaltigem Handeln entgegenstehen. Kampagnen wecken die Aufmerksamkeit und können Anstöße für ein Umdenken bieten. Ernährungsbildung ist grundlegend und unentbehrlich für das langfristige Umsetzen nachhaltigen Handelns im Alltag. Ernährungsberatung kann individuell notwendige Unterstützung bieten. Die drei Handlungsfelder Aufklärung, Bildung und Beratung können so sehr unterschiedlich zur nachhaltigen Ernährung beitragen und durch klare Botschaften synergetisch wirken. So können sie langfristig einen Beitrag leisten, die Menge an weggeworfenen Lebensmitteln zu reduzieren.

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

Für das Autorenteam

Prof. Dr. Silke Bartsch hat an der Pädagogischen Hochschule in Karlsruhe den Lehrstuhl für Ernährungs- und Haushaltswissenschaften und ihre Didaktiken in der Abteilung Alltagskultur und Gesundheit inne. Nach ihrem Lehramtsstudium an der Technischen Universität Berlin unterrichtete sie zunächst in Berlin. Anschließend promovierte sie zum Thema „Jugendesskultur“ bei Prof. Dr. Barbara Methfessel in Heidelberg.

Prof. Dr. Silke Bartsch
Tanja Körner
PH Karlsruhe
Bismarckstr. 10, 76133 Karlsruhe
silke.bartsch@jugendesskultur.de

