MEDIALES NARRATIV VON GESUNDER ERNÄHRUNG

„Die kommerzielle Vermarktung von Produkten, die für Kinder schädlich sind, stellt eines der am meisten unterschätzten Risiken für ihre Gesundheit und ihr Wohlbefinden dar.“[1] Kommerzielle Aktivitäten in Form von Werbung stellen Kinder vor Herausforderungen, weil es ihnen schwerfällt, redaktionellen Inhalt von Werbeaussagen zu unterscheiden. Dieses Unterrichtsbeispiel dient der Thematisierung von Werbeformaten in Bezug auf Ernährung und Gesundheit.

ZIELE

Die Schüler*innen …

- lernen verschiedene Faktoren gesunder Ernährung kennen,
- gewinnen Einblick in die Ernährung gleichaltriger Kinder in anderen Kulturkreisen,
- setzen sich mit traditionellen und digitalen Werbeformaten auseinander und erfassen Medieneinflüsse auf Gefühle, Vorstellungen und Verhaltensweisen,
- können Werbeformate und Werbeinhalte kritisch bewerten,
- können unterschiedliche Perspektiven in einer Debatte einnehmen,
- entwickeln eigene Wertvorstellungen in Bezug auf ihr Ernährungs- bzw. Gesundheitsverhalten.

LEHRPLANANBINDUNG

GS, Klassenstufe 4, **Sachunterricht, Lernbereich 2: „**Mein Körper und meine Gesundheit“, 9 Ustd., Sich positionieren zu gesunder Lebensweise (Fitnessclips, Suchtverhalten, Medienbildung)

---

[1] „A future for the world’s children? A WHO–UNICEF–LancetCommission“, Lancet 2020; 395: 605–58 URL: https://www.thelancet.com/action/showPdf?pii=S0140-6736%2819%2932540-1 [abgerufen am 18.01.2021], S. 630

FöZ, Förderschwerpunkt Lernen, Klassenstufe 3/4, Deutsch-Heimatkunde/ Sachunterricht, Lernbereich 4: „Mach mit, bleib fit“ (Gesundheitsbewusstsein)
FöZ, Förderschwerpunkt geistige Entwicklung, Sachunterricht, Bereich Hauswirtschaft, Lernbereich 3: „Gesunde Ernährung“
GY, Klassenstufe 7, Biologie, Lernbereich 3: „Sich positionieren zu einer gesunden Ernährung“
OS, Klassenstufe 7, Biologie, Lernbereich 1: „Bewusste Ernährung“

ZEITBEDARF

4 UE (180 min)

MATERIAL UND PRAKTISCHE VORBEREITUNG

Anlage 1: Esskulturen weltweit (Überlegungen für Lehrkräfte)
Anlage 2: Fotoprojekt „Daily Bread“ (täglich Brot) von Gregg Segal, bei Bedarf ausdrucken pro Klasse
Anlage 3: Linksammlung „Ernährung und Gesundheit in Werbeformaten“, Material nach Bedarf auswählen und für die Präsentation vorbereiten
Anlage 4: Memory zum Thema Gesundheit, bei Bedarf ausdrucken pro Gruppe

INHALTLICHE VORBEREITUNG

Dieses Unterrichtsbeispiel dient der Thematisierung von Werbeformaten in Bezug auf Ernährung und Gesundheit. Dafür ist die Auseinandersetzung mit Aspekten von Werbestrategien und dem Thema Kinder als Werbezielgruppe (schutzbedürftige Verbraucher*innengruppe) wichtig. Informationshinweise finden Sie in den Links der Hintergrundinformationen.
Für die Arbeitsphase werden gesammelte Werbematerialien genutzt. Die Lehrkraft sammelt im Vorfeld Werbematerial zum Thema gesunder/ungesunder Ernährung, Lebensmittel und Gesundheit (Fertigprodukte, Wasser, Süßigkeiten, frische Lebensmittel, wie z.B. die Apfelmarke Pink Lady) in Form von Zeitungsausschnitten, TV-Werbung oder Radiobeiträgen, Werbung im Internet via YouTube oder in Online-Spielen. Alternativ können die

Schüler*innen gebeten werden, einen Tag vor dem Unterrichtsbeispiel aufmerksam zu sein und auf Werbung über gesunde Ernährung zu achten. Sie können Werbematerialien über gesunde Ernährung zu Hause sammeln und mitbringen. Für die nicht-gedruckten Werbeformate können die Schüler*innen im Vorfeld ein Bild einer Szene malen oder einen Screenshot der Werbung machen (z.B. mittels SnippingTool) und ausdrucken.

Die Durchführung des Unterrichtsbeispiels kann für eine optimale Anpassung an die zu erreichenden Lernziele für einzelne Schulformen, Klassenstufen und Fächer im Hinblick auf den Leistungs- und Kenntnisstand der Schüler*innen angepasst werden.

Die Leitfragen des Unterrichtsbeispiels lauten:

- *Wie wird gesunde Ernährung in der Werbung dargestellt?*
- *Wie beeinflusst Werbung das individuelle Ernährungs- bzw. Gesundheitsverhalten?*

DURCHFÜHRUNG

Einstieg (30 Minuten)

Um Interesse am Thema Ernährung zu wecken, sollen weltweite Esskulturen beispielhaft aufgezeigt werden (Anlage 1). Dafür nutzen Sie bitte die Fotos in Anlage 2. Der amerikanische Fotograf Gregg Segal hat im Fotoprojekt „Daily Bread“ Kinder und deren Essgewohnheiten bildlich festgehalten. Alternativ greifen Sie auf die Ressourcen der Klasse zurück und lassen Schüler*innen ihre Ess- bzw. Lebensmittelgewohnheiten darstellen, z.B. Bilder von den Lebensmitteln malen, die sie gestern gegessen haben oder in einer Woche typischerweise essen.

Zunächst schauen sich die Schüler*innen die Bilder an. Als Aufgabe werfen sie im Anschluss einen Blick auf die ungesunden bzw. typischerweise verpackten Lebensmittel. Folgende Fragen begleiten das Anschauen und ermöglichen ein Unterrichtsgespräch:

- Welche ungesunden Lebensmittel entdeckt ihr auf den Bildern?
- Was sind in euren Augen gesunde Lebensmittel?
- Wie erkennt ihr gesunde/ungesunde Lebensmittel?

- Welche Rolle spielen Fertigprodukte?
- Warum sind süße Lebensmittel so beliebt?

Die Einschätzungen zu gesunden und ungesunden Lebensmitteln werden von der Lehrkraft und/oder den Schüler*innen an der Tafel festgehalten (Tabelle oder Mindmap). Die Einschätzung erfolgt nach dem Kenntnisstand der Schüler*innen. Die Lehrkraft korrigiert bei Bedarf. Die Bewertung: "Wann ist ein Lebensmittel gesund" kann aufgrund des Zuckergehaltes oder mithilfe des Nutri-Health-Score beurteilt werden.

Ggf. kann der Zuckergehalt einiger Lebensmittel verdeutlicht werden, indem der Zuckergehalt in Zuckerwürfeln abgezählt wird (ggf. Kooperation mit Matheunterricht). Begleitend können Begrifflichkeiten zur Ernährung (Bausteine der Ernährung) besprochen werden. Hier sollte auch ein Blick auf das Thema Trinkwasser gelegt werden.

Wenn genügend Punkte gesammelt wurden, leitet die Lehrkraft mit folgenden Fragen zur Arbeitsphase über.

- Welche Weisheiten/Sprüche kennt ihr in Verbindung mit gesunder Ernährung? Beispielweise:
    - Jeden Tag ein Zwetschgenkuchen bewahret dich vor Arztbesuchen.
    - Jeden Tag ein halbes Schwein holt den Arzt zur Tür herein.
- Die Lehrkraft pickt sich nach ein paar Vorschlägen aus der Klasse folgenden Spruch heraus und leitet zum Thema der Vermarktung von Lebensmitteln und Produkten über: „One Apple a day, keeps the doctor away.“ (frei übersetzt: Ein Apfel am Tag, Arzt gespart.).
    - Ist dieser bekannt? Was bedeutet er? Ist es realistisch?
    - Versprechen für Gesundheit: Versprechen können genutzt werden, um Produkte zu verkaufen oder gut darzustellen. Die Versprechen sind nur bedingt wahr.
    - Es gibt weitere Faktoren, die zur Gesundheit betragen, z.B. Bewegung/Sport, Medikamente, viel Wasser trinken.

Arbeitsphase (90 Minuten)

Zur Verdeutlichung von Werbeversprechen werden gesammelte Werbematerialien von Lebensmitteln betrachtet (Zeitungsausschnitte, ausgedruckte Screenshots von TV- oder Online-Werbung, siehe Anlage 2).

Das Ziel der Arbeitsphase ist, dass die Schüler*innen ihre Werbekompetenz erhöhen und verschiedene Erscheinungsformen von Werbung für Lebensmittel erkennen lernen. Werbung ist eine Erzählung (Narration), um Menschen zum Kauf der Produkte zu bewegen. Dabei werden Versprechen genutzt, die von den Konsument*innen (Kindern) auf ihren Wahrheitsgehalt geprüft werden sollten.

Dieses Ziel wird in drei Schritten bearbeitet:

- A) Betrachtung von individuellen Erfahrungen zu Werbung, um die eigene Mediennutzung zu reflektieren.
- B) Gestaltung eigener Werbematerialien, um aktiv Inhalte zu gestalten und Kommunikationsroutinen zu durchbrechen.
- C) Kontextualisierung von Werbung in der Gesellschaft und auf der Welt, um Werbung und Herausforderungen gesunder Ernährung bzw. gesunden Lebens kritisch zu betrachten.

(A) Wo begegnet mir Werbung? (15 Minuten)

Im ersten Teil werden persönliche und individuelle Erfahrungen und Sichtweisen zur Werbung aufgegriffen. Außerdem werden Begriffe rund um das Thema Werbung vermittelt: Werbeformat, Werbeslogan, Werbemittel, Werbeprodukte, Werbesprache, Werbewirkung, Werbung, Werbebotschafter*in, virale Werbung, Testimonial-Werbung.

Die Lehrkraft leitet ein Gespräch in der Klasse an und erstellt mit den Schüler*innen ein Tafelbild, um die Begriffe zu ordnen und folgende Fragen zu beantworten:

- *Kategorie: Werbeformat bzw. Werbemedium*: Wo ist Werbung zu finden/sehen/hören? Wo kommst du mit Werbung in Kontakt?
    - In Bezug auf Online-Werbung: Handelt es sich um Werbung? Ist das Produkt als Werbung gekennzeichnet? Wie sind Inhalte dargestellt? Kann man die Werbung blockieren (Add-Blocker) oder überspringen?
- *Kategorie: Produkt:* Was siehst/hörst du? Welche Marke/Logo ist zu sehen/hören?

- *Kategorie: Werbeslogan/ -versprechen/-erzählung:* Wie handeln die Figuren? Welche Botschaft wird vermittelt? Wie wird Ernährung bzw. Gesundheit thematisiert?
- *Kategorie: Werbesprache:* Wie ist Werbung? Ist sie einprägsam/witzig? Macht sie dich betroffen? Bleibt sie im Gedächtnis? Ist sie leicht zu merken?
- *Kategorie: Werbewirkung:* Wie findest du die Werbung? Wie fühlst du dich?

Die Lehrkraft kann als Gesprächsanlass verschiedene Werbeformate präsentieren bzw. die Links aus Anlage 3 „Ernährung und Gesundheit in Werbeformaten“ nutzen. Wichtig ist hier, für verschiedene Werbeformate zu sensibilisieren.

<u>(B) Wie sieht Werbung aus, wenn ich sie selbst gestalten kann? (105 Minuten)</u>
Anhand der mitgebrachten Werbematerialien erschaffen die Schüler*innen eigene Darstellungen (Werbeerzählung/-narration) und setzen sie in Vergleich mit den vorliegenden Werbeanzeigen. Die Lehrkraft schreibt dazu die Fragen von Punkt 1 und 2 an die Tafel bzw. Whiteboard.

1. Die Schüler*innen finden sich in Partner*innenarbeit zusammen und suchen sich eine Werbung aus, an der sie weiterarbeiten. Die Fragen
   - Was ist auf der Werbung zu sehen?
   - Was verspricht die Werbung? Was ist die Narration/Erzählung?
   - Ist das Produkt gut für deine Gesundheit?

   leiten in die Arbeitsphase ein. Ihre Gedanken halten die Schüler*innen auf einem Blatt Papier fest. Es sollte darauf geachtet werden, dass innerhalb der Klasse verschiedene Werbeprodukte bearbeitet werden (Fertigprodukte, Wasser, Süßigkeiten, frische Lebensmittel, wie z.B. die Apfelmarke Pink Lady).

2. Die eigene Meinung wird nun mit den Darstellungen in der Werbung abgeglichen.
   - Ist das Produkt ehrlich abgebildet?
   - Hält das Produkt in der Wirklichkeit sein Versprechen?
   - Ist es wirklich gut für deine Gesundheit?

   Dazu notieren die Schüler*innen ihre Wahrnehmungen der Werbebotschaften in Bezug auf ihr ausgewähltes Produkt auf einem Blatt Papier.

3. Nun bringen sie die persönlichen Gedanken zum Produkt und die Werbeaussagen zusammen und gestalten ein eigenes Werbeposter. Dabei ist je nach Leistungsstand das Schreiben von kurzen Texten oder Zeichnungen möglich. Aufgabe ist: Denkt euch für das Produkt eine Werbung aus, welche vermittelt wie es tatsächlich auf eure Gesundheit wirkt. Denkt euch dazu eine Geschichte aus oder füllt das Poster mit Bildern aus euren eigenen Erfahrungen, z.B. Tipps zum Thema/Produkt, gesunde/ungesunde Wirkung des Produkts, eigene Nutzung des Produktes, alternative Produkte. Denkt dabei auch an das Gespräch zu dem Fotoprodukt „Daily Bread“ aus dem Einstieg. Hier habt ihr bereits über gesunde Ernährung gesprochen. Die Schüler*innen haben ca. 45 Minuten Zeit.

4. Anschließend werden die Plakate im Raum verteilt aufgehangen und eine Ernährungs- bzw. Gesundheitsbörse mittels der Methode Galerierundgang findet statt. Dabei leitet die Lehrkraft wie bei einer Konferenz von Thema zu Thema und die Schüler*innen stellen ihre Plakate vor.

5. Die Schüler*innen geben sich gegenseitig Feedback nach der 3-W-Methode:
   - Wahrnehmung: sachliche Beschreibung dazu, wie das Poster gestaltet ist,
   - Wirkung: subjektive Meinung dazu, wie das Poster auf mich wirkt, wie ich es finde,
   - Wunsch: subjektive Meinung, dazu was auf dem Poster hätte anders sein können.

   Das Feedback bezieht sich ausschließlich auf das Poster und richtet sich an die gesamte Gruppe bzw. alle Partner*innen und nicht an einzelne Schüler*innen innerhalb einer Gruppe. Die Lehrkraft moderiert das Feedback.

<u>(C) Wahrnehmung von und Zugang zu Werbung (15 Minuten)</u>

Die Klasse wird gebeten, darüber nachzudenken, ob es Werbung auf der ganzen Welt gibt. Die Antwort ist ja. Aber nicht alle Menschen nehmen Werbung gleich wahr (kein Zugang zu z.B. Zeitung, gesundheitliche Einschränkungen, wenig Geld, um sich etwas zu kaufen etc.).

Zur Verdeutlichung dienen zwei spielerische Übungen:

- Übung 1: Die Lehrkraft hält eine Werbung aus dem Galerierundgang hoch und die Schüler*innen werden gebeten die Augen zu schließen. Es wird deutlich, dass man die Sinne (Augen, Ohren) zum Wahrnehmen von Werbung braucht.

- Übung 2: Neben körperlichen Voraussetzungen verarbeitet das Gehirn, die Sinnesreize, um Werbung wahrzunehmen. Nur wenn ich weiß, was ein Ball ist, kann ich auch damit spielen und nehme ihn als (Werbe-)Produkt wahr. Die Lehrkraft kann einen Faden hochhalten. Die Kinder erkennen ihn vermutlich nicht gleich als Spielgerät. Mit dem Faden lässt sich aber das Fingerspiel *Faden abnehmen*, mit zwei oder mehr Menschen spielen. Dies kann in der Klasse kurz demonstriert werden.
- Übung 3: Die Lehrkraft verteilt fiktives Geld (z. B. bunte Chips, die unterschiedlich viel Wert sind). Sie wählt ein beliebiges Produkt aus (eigenes oder eines aus dem Galerierundgang) und schreibt diesem Produkt einen bestimmten Wert zu, bspw. 5 Chips. Wer hat genügend Chips, um sich das Produkt zu leisten? Die Schüler*innen werden dafür sensibilisiert und besprechen Gründe, warum mache Produkte erschwinglich sind und andere nicht (Einkommen, Preis und Qualität der Produkte, unterschiedliche Bedürfnisse, Marktwirtschaft: Nachfrage bestimmt Angebot).

Außerdem spielen weitere strukturelle Faktoren (Infrastruktur, Krieg, Armut) eine Rolle für gesunde Ernährung. Gesundheit und gesunde Ernährung sind z. B. ohne sauberes und ausreichendes Trinkwasser unmöglich. In Ländern mit wenig Trinkwasser oder mit hoher Armut fördert der Verkauf von Wasser Ungerechtigkeiten und Abhängigkeiten. Falls das Thema Wasser im Einstieg oder in der Arbeitsphase nicht behandelt wurde, erklärt die Lehrkraft die Bedeutung von sauberem Trinkwasser für Ernährung und Gesundheit.

Abschluss (15 Minuten)

Die Bilderkarten (Anlage 4) dienen als Gesprächsanlass. Die Lehrkraft verteilt die Bilder und gemeinsam mit der Klasse reflektiert die Lehrkraft in einem Gespräch die Unterrichtseinheit.

Mögliche Reflexionsfragen:

- Was war euch bekannt? Was wusstet ihr schon?
- Was war neu oder hat euch überrascht?
- Was verbindet ihr mit den Bildkarten?
- Was hat euch geholfen gesunde Lebensmittel zu erkennen?
- Wie könnt ihr euer Leben gesünder gestalten?

- Welche Schwierigkeiten hattet ihr gesunde Lebensmittel oder Werbung zu erkennen?

Im Anschluss können die Bildkarten als Memory verwendet werden, indem die Karten doppelt auf festem Papier oder Karton ausgedruckt werden.

KOMPETENZERWERB

ERKENNEN

Die Schüler*innen können Informationen zu Fragen der Globalisierung aus Fotos und Werbemitteln beschaffen und themenbezogen verarbeiten.

BEWERTEN

Die Schüler*innen können sich eigene und fremde Wertorientierungen und Lebensbedingungen in ihrer Bedeutung für die Lebensgestaltung bewusst machen, würdigen und reflektieren.

HANDELN

Die Schüler*innen können die gesellschaftliche Handlungsfähigkeit im globalen Wandel vor allem im persönlichen Bereich durch Offenheit und Austausch sowie durch eine angemessene Reduktion von Komplexität sichern und die Ungewissheit offener Situationen ertragen.

WEITERBEARBEITUNG

- Vertiefung des Themas Wasser und Gesundheit: Am Beispiel der Trinkwassersituation in Uganda gewinnen die Schüler*innen Einblick in die Ernährung bzw. Gesundheit gleichaltriger Kinder in anderen Kulturkreisen.
  Quelle: Gemeinsam für Afrika e.V., Gesundheit in Afrika (2008), https://www.gemeinsam-fuer-afrika.de/wp-content/uploads/2012/04/UM-GS_-Gesundheit-in-Afrika-2009.pdf, Hygiene und Bildung, Arbeitsblatt 1-2 (Seiten 22-23), [abgerufen am 18.01.2021]
- Umsetzung eines Projektes oder Projekttages zum Thema gesunde Ernährung oder zum Weltwassertag (22.03.), z. B. Anregungen von/mit Viva con Aqua,

https://www.vivaconagua.ch/wp-content/uploads/2021/01/Viva-con-Agua_Schule.pdf [abgerufen am 09.01.2021]

- Selbst gesundheitsbewusst Gerichte zubereiten, Rezeptvorschläge beispielsweise bei Schlehe, J.; Volz, A. (Hrsg.) (2010): Spurensuche. Eine kulinarisch-ethnologische Forschungs- und Reisebiographie, URL: https://www.freidok.uni-freiburg.de/fedora/objects/freidok:7474/datastreams/FILE1/content [abgerufen am 09.01.2021] oder alternative Produkte mit Schüler*innen selbst herstellen, z.B. Fruchtjoghurt, Beitrag: vermeintlich gesunde Produkte und ihre besseren Alternativen, https://www.smarticular.net/gesund-beworbene-produkte-und-selbstgemachte-alternativen/ [abgerufen am 18.01.2021]
- Filmgespräch zum Beitrag „Abenteuer Ernährung - Ein Tag im Leben eines Schulkindes“, https://www.planet-schule.de/sf/filme-online.php?film=8458 [abgerufen am 07.12.2020]

HINTERGRUNDINFORMATIONEN FÜR LEHRKRÄFTE

- Welternährung verstehen, URL https://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/DE/Broschueren/Welternaehrung-verstehen.pdf?__blob=publicationFile&v=5 [abgerufen am 01.06.2021]
- Dr. Tobias Effertz (2021): Kindermarketing für ungesunde Lebensmittel in Internet und TV, URL: https://www.bwl.uni-hamburg.de/irdw/dokumente/kindermarketing2021effertzunihh.pdf [abgerufen am 01.06.2021]
- Lexikon der Werbe- und Medienbranche, URL: https://www.mediasmart.de/wissenswertes/lexikon/ [abgerufen am 01.06.2021]
- Nutri-Health-Score, URL: https://www.bmel.de/DE/themen/ernaehrung/lebensmittel-kennzeichnung/freiwillige-angaben-und-label/nutri-score/nutri-score_node.html [abgerufen am 01.06.2021]
- Zuckergehalt von verschiedenen Lebensmitteln, URL: https://www.test.de/Zucker-in-Lebensmitteln-Wie-viel-drin-ist-und-wie-Sie-das-rausfinden-5170484-5170805/ [abgerufen am 01.06.2021]
- Relevanz, Werbung und Gesundheit, https://www.schau-hin.info/news/internationale-studie-gesundheit-von-kindern-weltweit-bedroht-auch-durch-werbung [abgerufen am

17.01.2021], Studie dazu: https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736(19)32540-1/fulltext (engl.) [abgerufen am 18.01.2021]

- Broschüre/Ratgeber „Werbung und Kommerz im (mobilen) Internet“, https://www.klicksafe.de/fileadmin/media/documents/pdf/klicksafe_Materialien/Eltern_Allgemein/Werbung_Kommerz.pdf [abgerufen am 18.01.2021]
- Relevanz Medienbildung in Bezug auf Online-Werbung, Formen von Online-Werbung, https://www.klicksafe.de/themen/einkaufen-im-netz/werbung/#s|werbung [abgerufen am 18.01.2021]
- Reportage „Ihr täglich Brot: Was Kinder weltweit essen“, URL: https://www.geo.de/magazine/geo-magazin/sira-aus-tambacounda--senegal_30134748-30166964.html [abgerufen am 18.06.2021]
- Kinder als Werbezielgruppe (schutzbedürftige Verbrauchergruppe), rechtliche Einordnung, URL: https://www.frankfurt-main.ihk.de/recht/themen/werbung_und_wettbewerb/unlauterer_wettbewerb/geschaeftliche_handlungen/aggressive_handlung/kinderwerbung/index.html [abgerufen am 09.01.2021]
- Bedeutung von Wasser für Ernährung und Gesundheit, https://www.bzfe.de/lebensmittel/vom-acker-bis-zum-teller/wasser/wasser-gesund-trinken/ [abgerufen am 18.01.2021]
- Bedeutung von Wasser für Nachhaltige Entwicklung, z.B. http://www.virtuelles-wasser.de/was-ist-virtuelles-wasser/ [abgerufen am 18.01.2021]
- TV-Werbung für Kinder, https://www.bpb.de/gesellschaft/medien-und-sport/deutsche-fernsehgeschichte-in-ost-und-west/245917/kinderfernsehen-und-werbung
- [abgerufen am 18.01.2021]

QUELLE

Konzipiert von *Sophie Henning* als Teil des sächsischen Umsetzungsprojektes zum Orientierungsrahmen für den Lernbereich globale Entwicklung.

Dieses Unterrichtsbeispiel kann kopiert und frei verwendet oder weitergegeben werden.

ANLAGE 1: ESSKULTUREN WELTWEIT (INFORMATIONBLATT FÜR LEHRKRÄFTE)

Überlegungen zum Thema Esskultur:

1871 wurde Deutschland mit Gründung des Deutschen Reichs eine Nation. Die deutsche Küche war also im Gegensatz zu anderen Ländern (wie z.B. Frankreich) jahrhundertelang ausschließlich regional geprägt. Weiterhin hemmten zwei Weltkriege und die folgenden Hungerjahre die Entstehung einer gesamtdeutschen Küche. Heute pflegen vor allem Menschen in Deutschlands Süden regionale Esskultur. Deshalb sind diese weit verbreitet: Kinder in ganz Deutschland haben Bayerisches und Schwäbisches wie Brezel und Käsespätzle auf dem Teller.

Gewohnheiten wie: kleiner Mensch, simples Essen sind in Deutschland verbreitet. Kinder bekommen in Deutschland vereinfachte Formen von „Erwachsenenessen“: Nudeln mit Tomatensoße, Pommes frites, Würstchen, Salamibrötchen, Fischstäbchen. In Indien oder Italien essen Kinder meist wie die Großen.

International unterscheiden sich die Esskulturen, mehr zu kulinarischer Ethnologie z.B. bei Prof. Dr. Marin Trenk der Universität Frankfurt am Main,
URL: https://www.uni-frankfurt.de/43552849/trenk [abgerufen am 09.06.2021]

Hintergrund zum Projekt „Daily Bread“ (Täglich Brot) von Gregg Segal:

Im Projekt Daily Bread konzentriert sich Gregg Segal (amerikanischer Fotograf) auf die Auswirkungen der Globalisierung auf die Ernährung auf der ganzen Welt.

Fast-Food-Unternehmen spüren einen grundlegenden Wandel der westlichen Einstellung zur gesunden Ernährung und den negativen Auswirkungen von Junk-Food und investieren massiv in ausländische Märkte, auf denen das öffentliche Bewusstsein für gesunde Ernährung nicht so stark ist. An manchen Orten sind Big Macs kein Junk-Food – sie sind ein Statussymbol.

„Da die Globalisierung unser Verhältnis zum Essen verändert, mache ich mich auf den Weg um die Welt und bitte Kinder, ein Tagebuch über alles zu führen, was sie in einer Woche

essen. Wenn die Woche um ist, mache ich ein Porträt des Kindes mit dem Essen, das darum herum angeordnet ist. Ich konzentriere mich auf Kinder, weil Essgewohnheiten, die sich in jungen Jahren bilden, ein Leben lang halten und oft den Weg zu chronischen Gesundheitsproblemen wie Diabetes, Herzerkrankungen und Darmkrebs ebnen.“, so Gregg Segal.

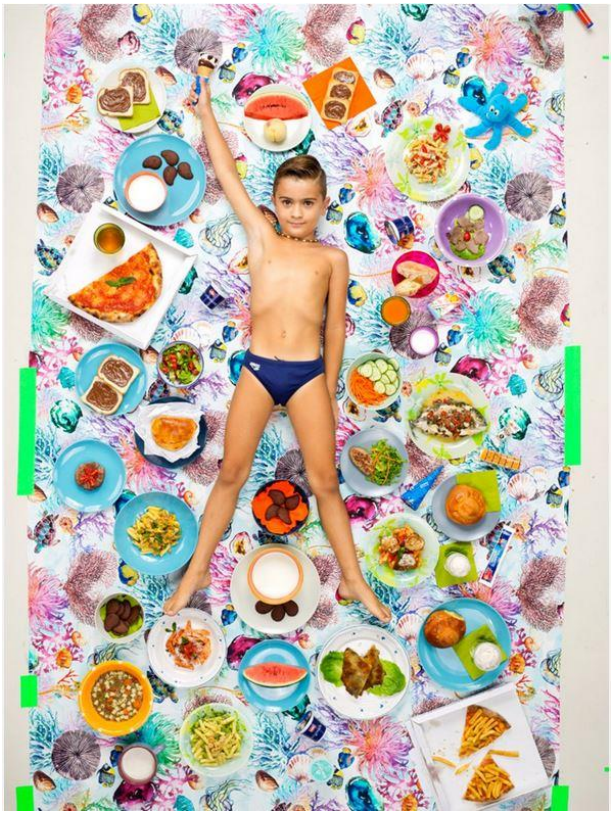
In den Bildern wird auch klar: Was bedeutet Essen? Fast-Food kann nie mit hausgemachten Mahlzeiten mithalten. Sie sind das Fundament von Familie und Kultur, Liebe und Stolz sind in den Aromen von Brühen, Eintöpfen und Currys spürbar. Wenn die Hand, die den Topf rührt, Mama oder Papa, Oma oder Oma ist, sind Kinder gesünder.

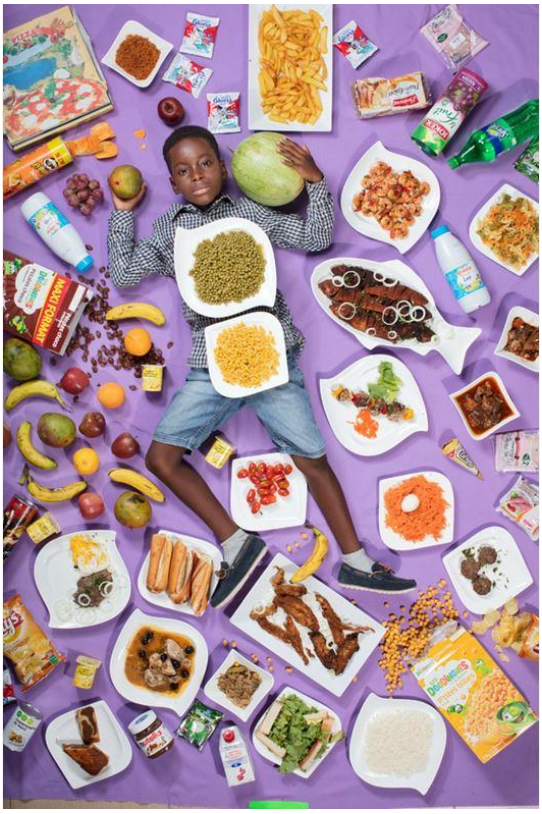
Im Jahr 2015 führte die Cambridge University eine umfassende Studie durch, in der Länder mit der gesündesten Ernährung der Welt identifiziert wurden. 9 der Top-10-Länder liegen in Afrika, wo Gemüse, Obst, Nüsse, Hülsenfrüchte und Getreide Grundnahrungsmittel sind und Mahlzeiten hausgemacht sind, ein starker Kontrast zu den USA, wo fast 60 % der Kalorien, die wir verbrauchen, aus hochverarbeiteten Lebensmitteln stammen und nur 1 % kommen aus Gemüse.

Quelle: https://greggsegal.com/P-Projects/Daily-Bread/3/thumbs [18.08.2021]. Das Einverständnis des Fotografen zur Nutzung der Fotos im Bildungskontext liegt vor. Eine kommerzielle Nutzung ist nicht gestattet.

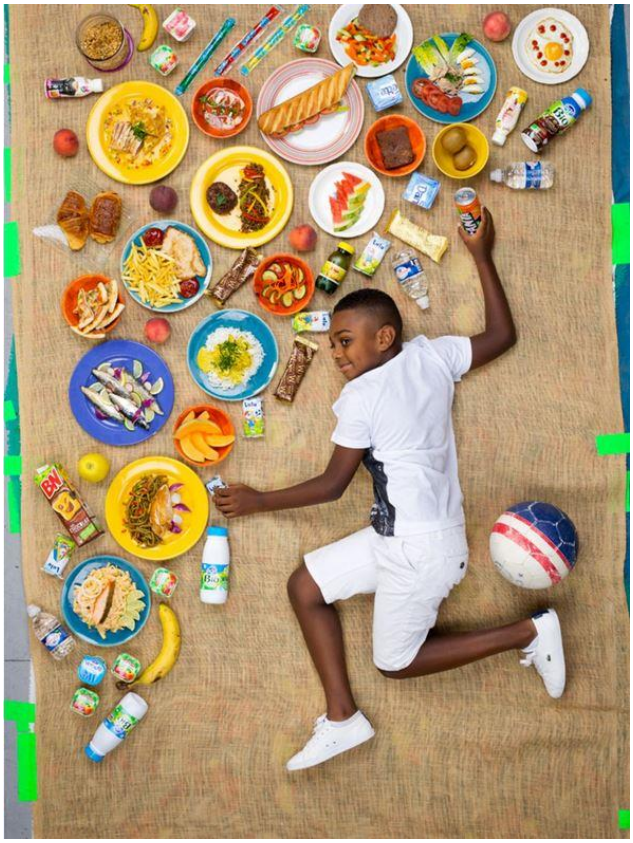
Was in diesem Projekt nicht beleuchtet wird, sind die Geschichten von den Menschen, die nicht genug zu essen bekommen. Die bearbeitet Gregg Segal im Projekt un-bread daily, https://greggsegal.com/P-Projects/Un-Daily-Bread/ [abgerufen am 18.08.2021]

ANLAGE 2: FOTOS DAILY BREAD





Lucky



1 – Adveeta aus Mumbai, Indien

2 – Andrea aus Catania, Italien

3 – Frank aus Dakar, Senegal

4 – Greta aus Hamburg, Deutschland

5 – Hank aus Alta Dena, USA

6 – John aus Hamburg, Deutschland

7 – June aus Hamburg, Deutschland

8 – Majo aus Wedel, Deutschland (Syrien)

9 – Rosalie aud Éze, Frankreich

10 – Sira aus Tambacounda, Senegal

11 – Siti aus Kuala Lumpur, Malaysia

12 – Soulaymane aus Nizza, Frankreich

Weitere Informationen zu den Bildern unter: https://www.geo.de/magazine/geo-magazin/sira-aus-tambacounda--senegal_30134748-30166964.html

ANLAGE 3: LINKSAMMLUNG „ERNÄHRUNG UND GESUNDHEIT IN WERBEFORMATEN“

YouTube ist eine beliebte Internetseite bei Kindern. Von den sechs- bis 13-Jährigen schauen 56% regelmäßig (mind. einmal pro Woche) YouTube-Videos. [2] Dort begegnet ihnen Online-Werbung in Form von Bannern, Anzeigenschaltungen, Werbevideos oder Produktplatzierungen.

TV-Spots/Werbevideos zu Ernährung

- TV-Spot, NEOH x Lisa & Lena: TV-Spot 2021, https://www.youtube.com/watch?v=OKI_a3dUCLA, [abgerufen am 18.01.2021],
- TV-Spot, Knoppers Nussriegel, https://www.youtube.com/watch?v=LTuYUuXWDyA, [abgerufen am 18.01.2021],
- TV-Spot, Kinderriegel „Sightseeing“, https://www.youtube.com/watch?v=GFj6ytHApxA, [abgerufen am 18.01.2021],

TV-Spots/Werbevideos zu Gesundheit

Neben Ernährung gibt es weitere Themen in Bezug auf Gesundheit, die Kinder medial wahrnehmen.

Corona

- Bundesregierung, Zusammen gegen Corona #besonderehelden, z.B. https://www.youtube.com/watch?v=krJfMyW87vU, [abgerufen am 18.01.2021],
- Bundesministerium für Gesundheit, Unser Weg zur Impfung #Ärmelhoch, https://www.youtube.com/watch?v=r9bkHMzUOZ4, [abgerufen am 18.01.2021],

[2] Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest (mpfs) 2018: KIM-Studie, https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/KIM/2018/KIM-Studie_2018_web.pdf, S. 44, [abgerufen am 18.01.2021],

- Bundesministerium für Gesundheit, Wir hatten Corona, #IchHatteCorona, https://www.youtube.com/watch?v=ZQLpnBE7t74, [abgerufen am 18.01.2021]

Medikamente

- TV-Spot, Wick https://www.youtube.com/watch?v=ehCN4RZdSTw, [abgerufen am 18.01.2021],
- TV-Spot, Grippostad Werbespot 2021, https://www.youtube.com/watch?v=unbrlt5EVIg [abgerufen am 18.01.2021],
- TV-Spot, AOK Bundesverband, https://www.youtube.com/watch?v=FtM1KsMqadw, [abgerufen am 18.01.2021],
- TV-Spot, Wick DayNight, Medikament gegen Erkältung, https://www.youtube.com/watch?v=M_-5fTI7AJ0, [abgerufen am 18.01.2021],
- TV-Spot, Shop-Apotheke, Online-Apotheke, https://www.youtube.com/watch?v=TkQeQi0spJg, [abgerufen am 18.01.2021],
- TV-Spot, Vitamin B-Komplex-ratiopharm®, https://www.youtube.com/watch?v=NhB99rejpDI, [abgerufen am 18.01.2021],

Sport

- TV-Spot, „Helden - Just do it!“, https://www.youtube.com/watch?v=rNoVbJ088AA, [abgerufen am 18.01.2021],
- TV-Sport, Decathlon „Wir feiern euren Sport“, https://www.youtube.com/watch?v=QLixuzpoZmk, [abgerufen am 18.01.2021],

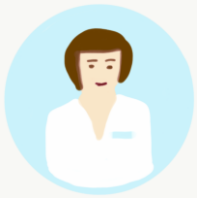
Die Links dienen beispielhaft der Anschauung.

Hinweis zur Verwendung von YouTube-Videos im Unterricht: Laut Urheberrechtsgesetz (UrhWissG § 60) dürfen im Bildungskontext Links verschickt/geteilt oder der Inhalt über die Plattform gezeigt werden, auch Download und Abspeichern (z. B. auf Stick) ist erlaubt, es sei denn das Originalmaterial wurde offensichtlich illegal veröffentlicht (z. B. Kanal bzw. Quelle beachten).

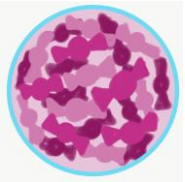
ANLAGE 4: BILDERKARTEN GESUNDHEIT

Die Bilderkarten auf der nächsten Seite dienen als Gesprächsanlass. Können aber alternativ als Grundlage für ein Memory-Spiel verwendet werden. Dazu einfach zweimal, statt nur einmal, ausdrucken und ausschneiden.

Erklärung/Bedeutungsübersicht:



Medizinisches Personal



Süßigkeiten

Medikamente

Ernährung

Medizinische Hilfe

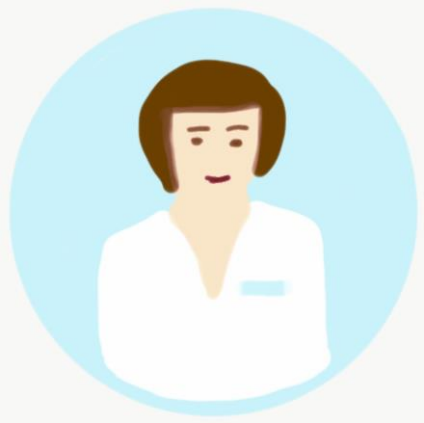
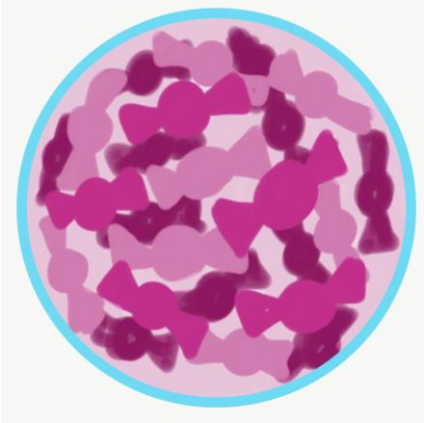
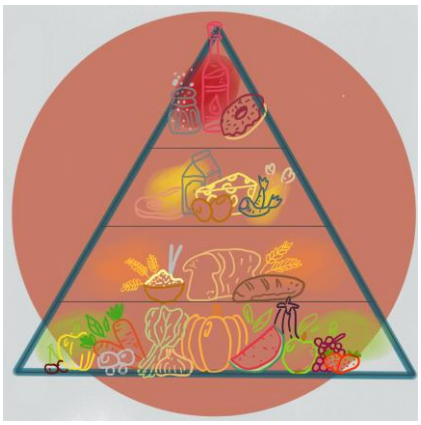
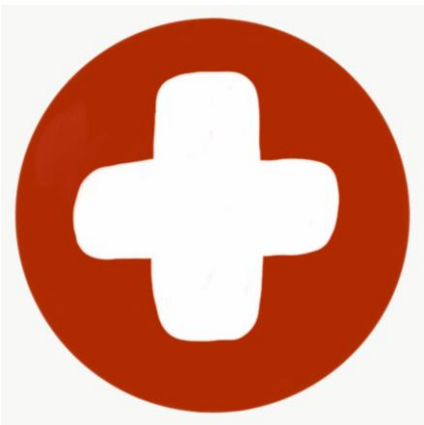
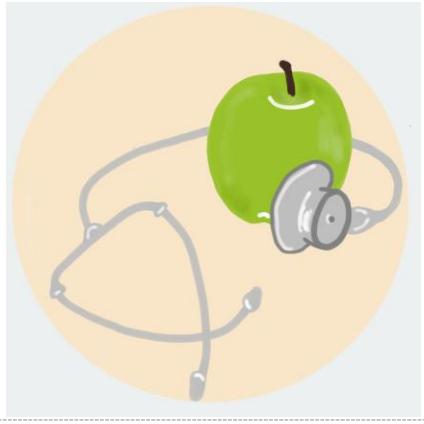
Mentale Stärke

Bewegung

Kreislauf, Herz

Hygiene

Weltgesundheit

Selbstverantwortung für Gesundheit

Wasserhaushalt