

Jugendliche sind Träger und Gestalter ihrer eigenen, aber auch der allgemeinen Esskultur und fungieren häufig als Trendsetter. Dabei wird die Jugendesskultur durch die für diese Altersphase typischen Entwicklungsaufgaben beeinflusst. Der Beitrag beschreibt Stellenwert und Bedeutungen jugendlichen Essverhaltens im häuslichen und außerhäuslichen Bereich.

Jugendesskultur

Jugendliches Essverhalten im häuslichen und außerhäuslichen Umfeld



Dr. Silke Bartsch
Institut Haushalt/Textil
an der Pädagogischen
Hochschule Karlsruhe
Bismarckstr. 10
76133 Karlsruhe
E-Mail: silke.bartsch
@jugendesskultur.de

Interessenkonflikt
Ich erkläre, dass im Sinne der Richtlinien des International Committee of Medical Journal Editors kein Interessenkonflikt besteht.

Bedeutungen des Essens in der Jugendphase

Für Jugendliche wie für Erwachsene hat Essen gleiche Funktionen. Deren Bedeutungen unterscheiden sich jedoch, deshalb werden einführend die Funktionen des Essens im Zusammenhang mit den Entwicklungsaufgaben in der Jugendphase beschrieben.

Funktionen des Essens

Essen hat viele Funktionen: Neben Sättigung und Nährstoffzufuhr schafft Essen kulturelle sowie soziale und personale Identität [1]. Essen gibt Sicherheit und Geborgenheit und dient der Spannungsabfuhr. In familiärer Gemeinschaft findet viel Beziehung und Erziehung über das Essen statt. Essen trägt so zur sozialen Verortung bei. Im Allgemeinen hat Essen in der Jugendphase eine andere Priorität als im Erwachsenenalter, so steht Essen bei Jugendlichen selten im Mittelpunkt ihres Interesses, sondern findet eben *auch* bzw. *nebenbei* statt. „Hauptsache es schmeckt und macht satt!“ – das ist die typische Äußerung von Jugendlichen [2]. Diese Aussage beinhaltet noch keinen bewussten und gezielten Umgang mit den Funktionen und Bedeutungen des Essens.

Einfluss der Jugendphase auf das Essverhalten

Die Jugendzeit ist als Übergangsphase in die Erwachsenenwelt immer durch die Bewältigung von Entwicklungsaufgaben geprägt [3], d. h. durch die Ablösung vom Elternhaus und das gleichzeitige Streben nach Unabhängigkeit verbunden mit der Identitätsbildung, zu der auch soziale Abgrenzung (Distinktion) einerseits und Integration in eine soziale Gruppe andererseits gehören. Bezogen auf das Essverhalten lassen sich daraus folgende jugendspezifische Bedeutungen ableiten, welche interpersonellen Differenzierungen (abhängig von sozioökonomischer Lage und soziokulturellem Umfeld) sowie intrapersonellen Variationen unterliegen.

Ablösung, zunehmende Unabhängigkeit und Identitätsentwicklung

Jugendliche leben ernährungsbezogen im Spannungsfeld zwischen dem Bedürfnis nach gesicherter Versorgung und nach Ablösung vom Familienessens-tisch. Zum einen stellen Familienhaushalte Rückzugs- und Regenerationsmöglichkeiten mit einer Essensversorgung dar, die Sicherheit im häuslichen Umfeld der Kindheit gewähren und ein von der Peergroup unbeobachtetes Essen erlauben. Zum anderen wollen Jugendliche selbstbestimmt essen und sich den



„Hauptsache es scheckt und macht satt“, so lautet das Motto vieler Jugendlicher

Erziehungsbemühungen der Eltern weitgehend (auch am Esstisch) entziehen, denn Essenszeit ist immer auch Erziehungszeit. Darüber hinaus schaffen gemeinsame Essenszeiten Verbindlichkeiten, die dem Drang nach Unabhängigkeit entgegenstehen, der sich beispielsweise im Wunsch nach Zeitautonomie und abendlicher Freizeitgestaltung ausdrückt.

Jugendzeit ist auch die Zeit der Persönlichkeitsentwicklung und somit Zeit der Herausbildung eines eigenen Lebensstils, zu dem auch der Essstil gehört. Bedingt durch die physiologische Entwicklung zur Frau oder zum Mann stellt die Entwicklung einer Körper- und Geschlechtsidentität dabei eine besondere Herausforderung dar [3]. So findet in dieser Lebensphase eine (un-)bewusste Auseinandersetzung mit soziokulturell beeinflussten Essmustern in der Erwachsenenwelt statt, um als Frau, als Mann, als (fast) Erwachsener in einer sozialen sowie kulturellen Gruppe er- und anerkannt zu werden. Mit der Identitätsentwicklung ist eine latente Offenheit für alternative Lebensentwürfe und eine sensible Wahrnehmung von Impulsen aus der Umwelt verknüpft.

Distinktion und Integration

In der Jugendphase verorten sich Heranwachsende in soziokulturellen Gruppen, zu denen sie durch ihren Lebensstil „dazugehören“ (wollen). Essen ist dabei lediglich ein Teil eines gesamten Lebensstils, der sich vor allem durch Kleidung, Musik und Freizeitgestaltung ausdrückt. Ziel ist,

sich in eine soziale Gruppe zu integrieren, die sich wiederum durch ihren Stil von anderen abgrenzt. Dies ist unabhängig davon, ob der Prozess bewusst oder unbewusst vollzogen wird.

Wie Studien zu Jugendkulturen und sozialen Milieus zeigen, sind die dazugehörigen Elemente des Lebensstils abhängig vom zur Verfügung stehenden ökonomischen, sozialen und kulturellen Kapital [4, 5]. Die Peers entsprechen danach zwar nicht vollständig den sozialen Milieus ihrer Familien, weichen aber meist auch nicht entscheidend davon ab.

Jugendliche Esskultur in der Gegenwart

Jugendliche, die eine eigene Jugendesskultur entwickelt haben, werden heute als Träger und Gestalter der aktuellen Esskultur gesehen [2]. Das ist zeithistorisch ein Novum, welches erst aufgrund des sich in den vergange-

nen Jahrzehnten entwickelnden liberalen Erziehungsumfeldes möglich wurde [2]. Die Lebens(ess)welt ist durch das Wechselspiel zwischen Haushaltsanforderungen und Markt einem steten Wandel unterworfen, in dessen Folge sich auch Wissen, Fähigkeiten und Fertigkeiten in Bezug auf Beschaffung und Zubereitung von Lebensmitteln und Speisen sowie dazugehörige Arbeiten in den Haushalten ändern.

Jugendliche wachsen in einer sich stets wandelnden Esskultur auf und sind somit immer Träger der allgemeinen Esskultur. Gleichzeitig agieren und gestalten sie mehr oder weniger entsprechend der eingeräumten „Freiheiten“ den Wandel der allgemeinen Esskultur mit. Allerdings schränken fehlende Kompetenzen im Umgang mit unverarbeiteten Lebensmitteln jugendliche Gestaltungsräume heute tendenziell eher auf die Wahl von mehr oder weniger verarbeiteten Produkten ein.

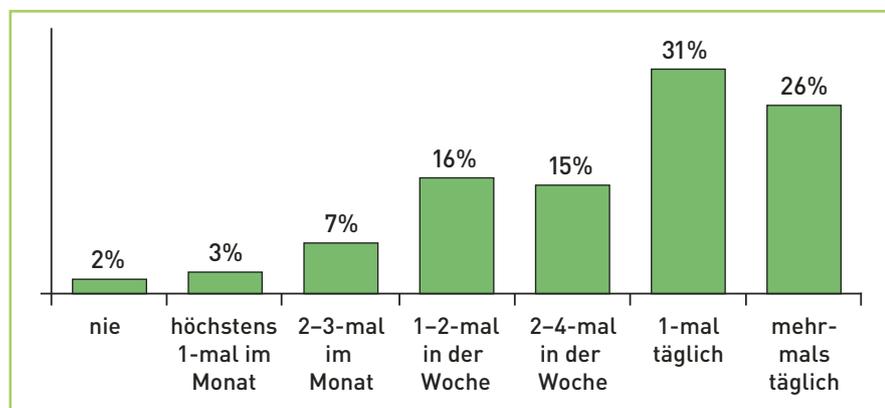


Abb. 1: Wie oft nehmen Jugendliche an gemeinsamen Familienmahlzeiten teil? Prozen-te gerundet nach [2]. Daten aller Abbildungen beziehen sich jeweils auf die Klassenstufen 8 und 10.

Familienmahlzeiten als Kommunikationsorte

Der gesellschaftliche Wandel mit Tendenzen zur Individualisierung und Pluralisierung hat in den vergangenen Jahrzehnten auch den Essalltag in Familien verändert [2]. Bedingt durch Faktoren wie zunehmende Berufstätigkeit beider Elternteile, flexiblere Arbeitszeiten etc. wird es immer schwieriger, gemeinsame Familienzeiten (also auch Mahlzeiten) zu koordinieren und zu organisieren [6]. Im Zusammenspiel mit einer liberalen Erziehung haben gemein-

same Mahlzeiten – abhängig vom Alter der Kinder – ihre exklusive Versorgungsfunktion verloren, verstärkt durch wachsende Angebote zur individuellen Selbstversorgung. Gleichzeitig hat die Kommunikationsfunktion an Bedeutung gewonnen. Nach wie vor werden durch Familienmahlzeiten Kommunikationsorte und -zeiten im Alltag verankert, die damit die Familie konstituieren [7] und Orte der (Ess-)Sozialisation sind [2]. Mit zunehmendem Alter der Kinder haben die Heranwachsenden jedoch meist die Wahl, daran teilzunehmen oder nicht [2].

Da die Gespräche am Familientisch vielen Jugendlichen wichtig sind, kommen sie regelmäßig (◆ Abbildung 1) und gern zu den gemeinsamen Mahlzeiten [2]. Die Bindung zur Familie hat in den letzten Jahren sogar eher wieder zugenommen [8]. Zu vermuten ist, dass die eingeräumten Freiheiten bei gleichzeitiger Versorgung vor dem Hintergrund knapper finanzieller Ressourcen diese Tendenz fördern. Dafür spricht, dass junge Menschen heute länger als noch vor wenigen Jahren im elterlichen Haushalt leben [8].

Mitbestimmung und Selbstversorgung im häuslichen Umfeld

Jugendliche bestimmen die häusliche Esskultur mit: Sie haben Einfluss auf die Auswahl der Lebensmittel beim Einkauf [9] sowie auf Speisen, Organisation, Zeitpunkt und Dauer von Mahlzeiten etc.

Wie Beobachtungen auf Kinderspielflächen veranschaulichen, sind heute bereits kleine Kinder im Allgemeinen an eine unmittelbare Bedürfnisbefriedigung bezüglich ihrer Ess- und Trinkbedürfnisse gewöhnt. Das setzt sich dann im Jugendalter fort. So warten dementsprechend nur vergleichsweise wenige Jugendliche – nämlich rund ein Drittel – zu Hause auf das gemeinsame Essen (◆ Abbildung 2), vielmehr versorgen sie sich häufig selbst, indem sie beispielsweise auf das häusliche Angebot im Kühlschrank zurückgreifen, ein Brot schmieren oder sich z. B. vorbereitetes Essen aufwärmen (◆ Abbildung 3).

Eltern tolerieren heute i. d. R. dieses Essverhalten [2]. Allerdings manifestiert sich durch fehlende Weitergabe von Generation zu Generation auch ein Wandel küchentechnischer Fähigkeiten und Fertigkeiten sowie der Waren- und Qualitätskenntnisse [10]. Besonders beliebt sind daher Convenience-Produkte, die durch unkompliziertes, zeitsparendes Aufwärmen den Zubereitungsaufwand vermindern und kaum Zubereitungscompetenz erfordern. So können Jugendliche selbst-

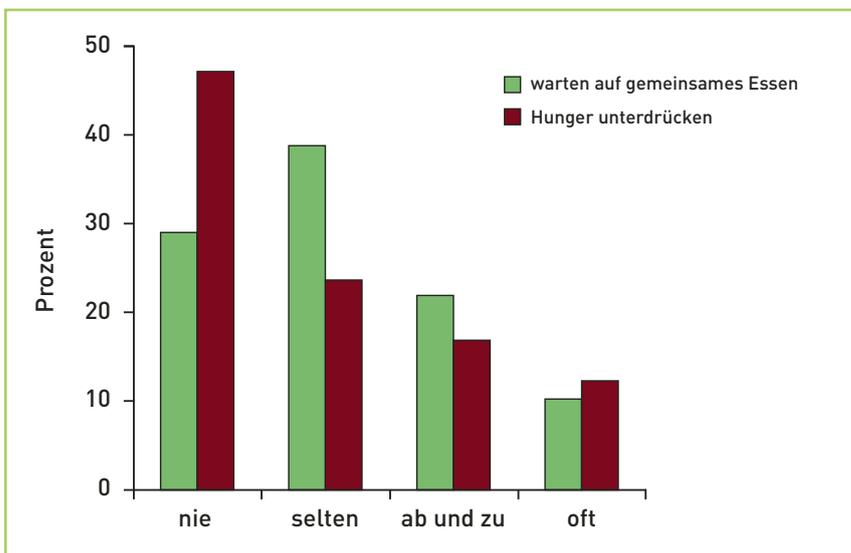


Abb. 2: Was tun Jugendliche zu Hause, wenn sie Hunger bekommen? Prozente gerundet nach [2].

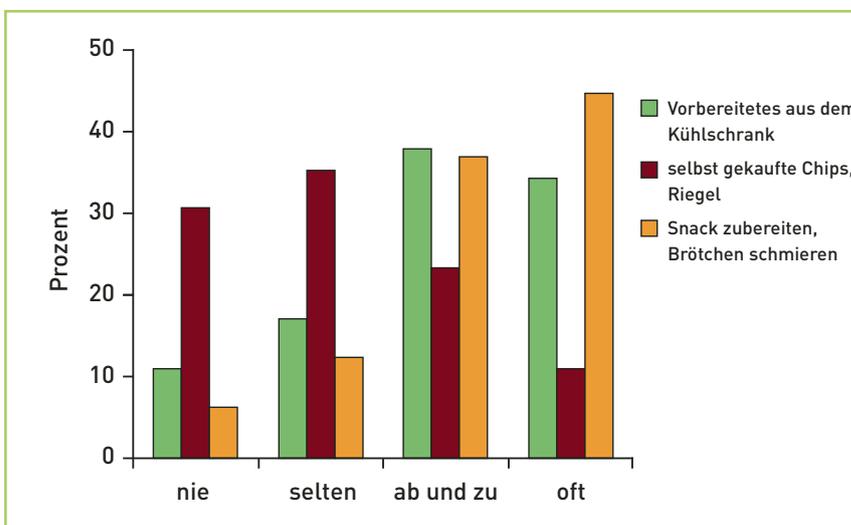


Abb. 3: Was tun Jugendliche zu Hause, wenn sie Hunger bekommen? Prozente gerundet nach [2].

ständig, individuell und zeitlich flexibel über ihre Essensversorgung bestimmen. Das entspricht ihrem Bedürfnis nach Sicherheit und Versorgung bei gleichzeitigem Streben nach Ablösung vom Familientisch.

Außerhäusliche Selbstversorgung

Wie u. a. der Umgang mit aufkommendem Hunger im außerhäuslichen Kontext zeigt, findet die überwiegende Ernährungsversorgung im häuslichen Bereich statt. Das vorhandene Marktangebot mit seinen vielfältigen Möglichkeiten zum schnellen und individuellen Essen ist (nicht nur) bei Jugendlichen zwar sehr beliebt, aber sie müssen es i. d. R. selbst finanzieren. Gern würden – so zeigen die im Rahmen der Jugendesskulturstudie geäußerten Wünsche – Jugendliche häufiger Fast-Food-Restaurants besuchen, aber u. a. das verfügbare Taschengeld setzt Grenzen. Ebenso sind nicht alle Jugendlichen gleichermaßen und nicht in allen Situationen bereit, ihr Taschengeld für ihre Essensversorgung auszugeben. Beliebt sind deshalb preiswerte Fast-Food-Alternativen, z. B. Backwaren beim Bäcker.

Zwar bestimmt ein eher pragmatischer Umgang mit aufkommendem Hunger das jugendliche Essverhalten [2], allerdings verlockt das vielfältige, außerhäusliche Fast-Food-Angebot ganz besonders die heranwachsenden jungen Männer zum vermehrten Konsum – und das mit zunehmendem Alter häufiger [11, 12]. Sie scheuen auch nicht davor zurück, dafür Geld auszuleihen und sich zu verschulden [13]. Der Geschlechterunterschied lässt sich nicht mehr nur durch ein ggf. höheres Taschengeldbudget der Jungen erklären, da hier kein signifikanter Unterschied mehr besteht [13]. Ein Grund dürfte wohl das weniger restriktive Essverhalten der männlichen Jugendlichen im Vergleich mit den Mädchen sein, da gerade im öffentlichen Raum z. B. über Verzehrsmengen auch Geschlechtsidentität hergestellt wird [14, 15].

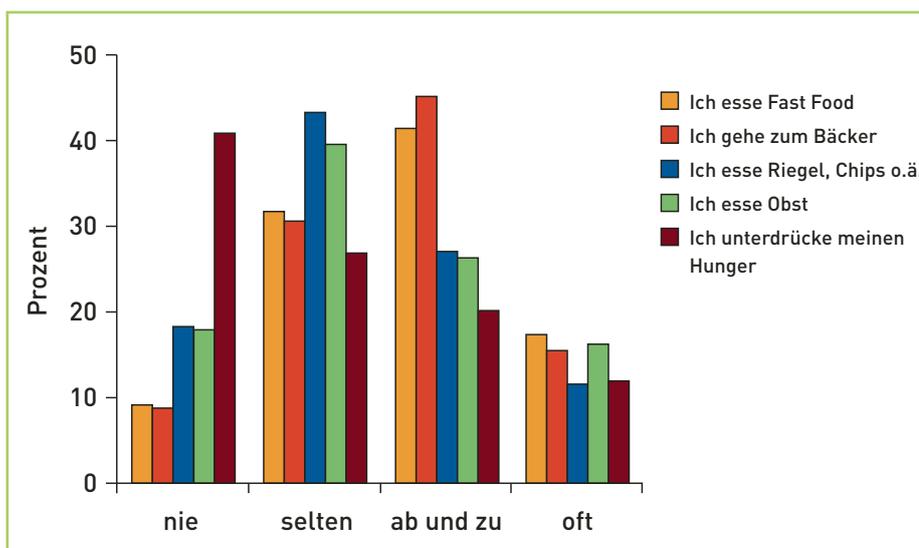


Abb. 4: Was tun Jugendliche unterwegs im Zusammensein mit anderen, wenn sie Hunger bekommen? Prozente gerundet nach [2].

Stellenwert des außerhäuslichen Essens

Unterwegs bevorzugen Jugendliche Snacks und Fast Food im weiteren Sinne (◆ Abbildung 4). Beides ermöglicht „schnelles Essen“, das nebenbei andere Aktivitäten zulässt, denn im Zusammensein mit anderen Jugendlichen stehen das soziale Leben und das gemeinsame Erleben im Mittelpunkt des Interesses [2].

Snackkultur

Anders als im häuslichen Umfeld, das den Heranwachsenden in aller Regel Möglichkeiten zum Rückzug, zur Regeneration und zur Versorgung bietet, sind in der außerhäuslichen Lebenswelt Distinktion und Integration, besonders im Zusammensein mit der Peergroup, handlungsleitende Elemente. Sog. „Lifestyle-Produkte“ aus den Bereichen Musik und Kleidung sind dafür hauptsächlich geeignet. Aber auch Lebensmittel sind immer mehr zu stark beworbenen Konsumprodukten geworden, die als Teil des Lebensstils auch zu dessen Inszenierung gehören. Konsumprodukte wie Fast Food und Riegel, die zur Darstellung der eigenen Person und der damit verbundenen Markierung eines Lebensstils geeignet sind, spielen folglich besonders im außerhäus-

lichen Lebensbereich eine Rolle. Seit jeher ist die konkrete Ausgestaltung des Essens soziokulturell bestimmt und dient der gesellschaftlichen Distinktion [1, 5]. Viele Lebensmittel und Speisen eignen sich als Symbole und damit als Träger von Botschaften bzw. Eigenschaften. Symbole sind Zeichen, die miteinander kombiniert werden können und in sozialen Kontexten funktionieren. Als Ganzes stellen sie ein „kulinarisches Codesystem“ zur Kommunikation dar [16].

Vermarktungsmaßnahmen greifen darauf zurück, überformen bestehende „kulinarische Codes“ und verkaufen in erster Linie eine Marke, die mit einem Image (z. B. einem bestimmten Lebensgefühl passend zum Lebensstil) als sog. „added value“ verknüpft ist [16]. Bekanntestes Beispiel: Coca Cola.

Für die außerhäusliche Lebenswelt der Jugendlichen sind Lebensmittelprodukte mit einem hohen Distinktionsgrad interessant, die sich zur Inszenierung der eigenen Person eignen und im Rahmen des verfügbaren Taschengeldes von den Jugendlichen gekauft werden können. Prädestiniert sind hier v. a. Fast-Food- und Snackprodukte.

Beliebtheit des Snackens

Snacken ist zwar in der Zwischenzeit Teil einer allgemeinen Esskultur geworden [17], aber Jugendliche fungierten zunächst als Trendsetter. Gründe für die allgemeine Beliebtheit von Schokoriegeln und herzhaften Snacks sind in erster Linie deren ubiquitäre Verfügbarkeit, verbunden mit einer hohen Unabhängigkeit von Zeit, Ort und anderen Personen. Zunächst schätzten das besonders Jugendliche, da Snacks eine Abgrenzung und Loslösung vom Familientisch ermöglichen und gleichzeitig eine hohe Autonomie bieten.

Fast-Food-Restaurants eignen sich aufgrund der langen Öffnungszeiten und meist idealen Stadtlage gut als Treffpunkt. Verstärkend kommt hinzu, dass der Aufenthalt dort nicht zwangsläufig an den Verzehr gekoppelt ist und folglich unabhängig von der gegenwärtigen Taschengeldlage möglich ist. Der Verzehr sämtlicher Snack- und Fast-Food-Produkte läuft ohnehin bevorzugt nebenbei und kann auch als eine weitgehende Un-

abhängigkeit von der direkten Befriedigung physiologischer Bedürfnisse interpretiert werden [15] (aufgrund des hohen Energiegehaltes, in Form von Zucker und Fett, stillt z. B. ein „Riegel“ schnell und erfolgreich den aufkommenden Hunger). Außerdem entfallen Terminabsprachen für gemeinsame Essenszeiten oder können auf freiwilliger Basis getroffen werden.

Aus ernährungsphysiologischer Sicht ist allerdings anzumerken, dass ein häufiger Konsum von Snackprodukten im Zusammenhang mit der beobachtbaren Zunahme von Übergewicht und Adipositas im Jugendalter zu sehen ist, da Snacken oft mit großen Portionsmengen und energiedichten Lebensmitteln korreliert [11, 12].

Snacken als kauende Nebenbeschäftigung

Elterliche sowie eigene Kontrolle über das Essverhalten wird durch Snacken erschwert, da Snacken häufig unbewusst nebenbei stattfindet und

kaum gesellschaftlichen Reglementierungen unterliegt. Essen verliert damit zunehmend seinen festen Platz im Alltag. So können sich Routinen unbemerkt einschleichen, deren Vermeidung ein hohes Maß an Selbstdisziplin erfordert. Umfassende Verfügbarkeit und unkomplizierte Handhabung fördern darüber hinaus ein Essverhalten, das durch mehr oder weniger pausenloses Kauen und ständiges Essen charakterisiert ist und eine Auflösung von bestehenden Mahlzeitenmustern verstärkt.

In dem bereits in den 1990er Jahren von FALK aufgestellten Transformationschema steht dieses Essmuster als „kauende Nebenbeschäftigung“ ([18], im Original bei Falk 1994, S. 31 als „oral side-involvement“) am Ende einer Transformation von Esskultur, bei dem zeitlich und räumlich kaum Grenzen bestehen und der Grad an Soziabilität am geringsten ist (◆ Abbildung 5).

Unverbindliche Verbindlichkeit

Jedes Snackprodukt hat ein Image, dadurch wird neben der Integration („Dazugehören“) die Distinktion bzw. Selbstpräsentation möglich. Über den sichtbaren Verzehr ausgewählter Produkte werden Botschaften übermittelt. Die Wahl eines Snackproduktes und die Art und Weise des Verzehrs (z. B. als sog. „Fingerfood“, das sich als zwangloses, nicht reglementiertes Essen von steifen Tischsitten abgrenzt) kann in der Peergroup meist als Teil eines (gewählten) Lebensstils oder der momentanen Befindlichkeit interpretiert werden.

Aufgewachsen in einer konsumorientierten Lebenswelt ist die „Sprache der Produktbotschaften“ Teil eines nonverbalen Kommunikationssystems [16], das einem raschen Wandel unterliegt. Kommunizieren Jugendliche über Snackprodukte, dann kann die ihnen zugeschriebene „Unverbindlichkeit“ gerade zu einer neuen „Verbindlichkeit“ führen [2]. Zusammenfassend lässt sich vermuten, dass Snackprodukte zum nonverbalen Kommunikationssystem gehören und

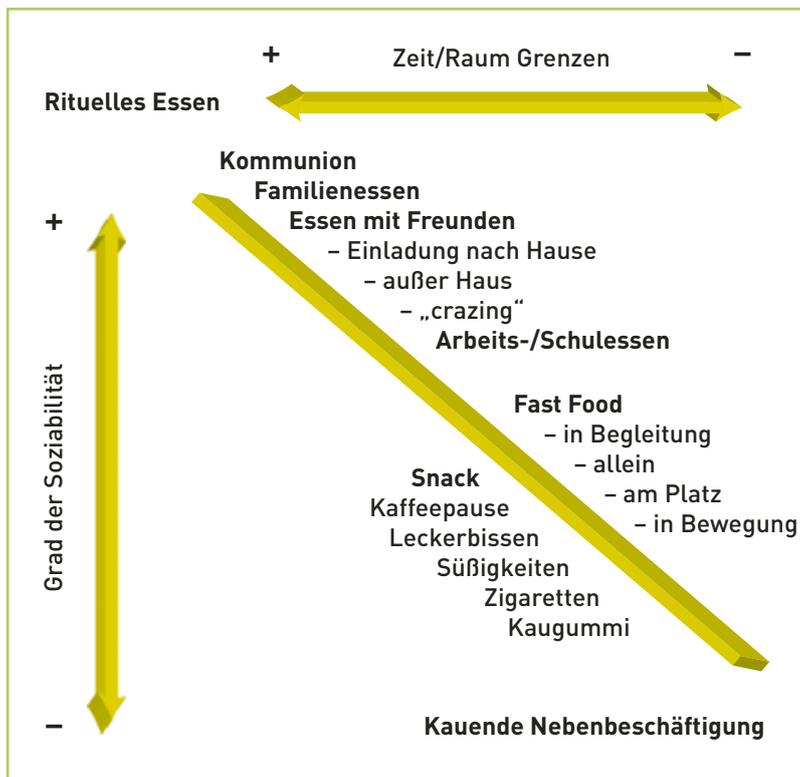


Abb. 5: Transformation der Esskultur (übersetzt nach Falk 1994, S. 31)

eine hohe Bedeutsamkeit für das außerhäusliche Essen bei Jugendlichen haben.

Kompensation des außerhäuslichen Essverhaltens im häuslichen Kontext

Aufgrund des unterschiedlichen Stellenwerts und der differenten Bedeutungen des Essens können dem jugendlichen Essverhalten in häuslicher Umgebung eher Versorgungs- und Regenerationsfunktionen zugeordnet werden, dem Essen des außerhäuslichen Lebensbereichs eher Darstellungs- und Erlebnisfunktionen. Die Jugendesskulturstudie [2] lässt noch eine weiter gehende Folgerung zu, nämlich die, dass beide Lebensbereiche untereinander kompensatorisch wirken.

Illustriert sei dieses mit zwei typischen Äußerungen von Jugendlichen: So erklärt ein 17-jähriges Mädchen: „Es ist ja so anstrengend, cool zu sein!“ im Zusammenhang mit dem Ausgehen in der Peergroup. Sie fordert, dass sie zu Hause „relaxt“ sein dürfe, will auch von der Mutter in Ruhe gelassen werden. Ein Junge berichtet, dass er außerhäusliche Essenskapaden durch Zurückhaltung mit Chips beim Fernsehen kompensiere.

Ausgewählte Impulse für die Prävention und Beratungspraxis

Lebensmittel haben einen unterschiedlich hohen Symbolgehalt. Entsprechend sind symbolkräftige Lebensmittel und Speisen in der Beratungspraxis und Prävention eher mit Vorsicht zu behandeln, da sie aufgrund ihrer Bedeutsamkeit für die jugendliche Identitätsbildung „heilige Kühe“ sein können.

Beispiel: Gemeinsame Besuche mit der Peergroup in Fast-Food-Restaurants sind bevorzugt mit einer ernährungsphysiologisch als ungünstig zu bewertenden Getränkewahl verbunden. In dieser Situation ist sie aus Sicht der Jugendlichen jedoch wichtig, um „dazuzugehören“. Diese Funk-

Glossar

Distinktion

„Distinktion“ und das dazugehörige Verb „distinguieren“ meinen soziokulturelle Abgrenzung, d. h. vereinfacht Unterscheidung von anderen durch Verhalten [1, 5].

Entwicklungsaufgaben

„Entwicklungsaufgaben“ sind Entwicklungsanforderungen, die Jugendliche in der Zeit der Adoleszenz zu bewältigen haben. Der hier im Sinne von FEND [3] verwendete Begriff sieht den Bewältigungsprozess als Ko-Konstruktionsprozess, d. h. vereinfacht ausgedrückt als einen Prozess, der im Zusammenspiel zwischen Individuum und sozialem Umfeld stattfindet.

Kulinarischer Code und „added value“

„Kulinarischer Code“ ist Teil eines nonverbalen Kommunikationssystems, in dem Lebensmittel und Speisen als Symbole fungieren [16]. Marketingmaßnahmen nutzen kulinarische Codes, um Produkte mit einem immateriellen, zusätzlichen „Nutzen“ zu verknüpfen, z. T. kann der eigentliche Gebrauchswert völlig in den Hintergrund treten.

Peergroup (Abkürzung: Peers)

Der Begriff Peergroup wird hier weit gefasst als selbst gewählte Bezugsgruppe verwendet und umfasst sowohl Freundes- als auch Gleichaltrigengruppe.

Sozialität

Der aus der Soziologie stammende Begriff der „Sozialität“ bezieht sich auf die Fähigkeit und den Erhalt von Beziehungen zwischen Menschen. In Bezug auf die Mahlzeiten wird hier der „Grad der Sozialität“ (im Original bei FALK [18] „degree of communality“) als die Stärke der hergestellten Verbindlichkeit durch das gemeinsame Essen interpretiert.

tion wird im Erwachsenenalter eher nebensächlich und damit verbunden dann auch der sichtbare Verzehr eines solchen Produktes.

Bei Jugendlichen, die ein solches Umfeld seltener aufsuchen, da sie Freizeitaktivitäten in anderen Umfeldern bevorzugen, besteht kaum die Gefahr, dass diese Essweisen zu Gewohnheiten werden. Problematischer ist es eher für solche Jugendliche, die generell Lebensstile mit häufigen Besuchen von Fast-Food-Restaurants bevorzugen bzw. unreflektiert Konsumentscheidungen treffen, da sich schnell Gewohnheiten bilden, die dann auch langfristig in den Alltag übernommen werden.

Für die Beratungspraxis geeignete Ansatzpunkte mit hoher Motivation sind Zielformulierungen und Zielerreichung über körperbezogene Idealvorstellungen [19]. So haben Ju-

gendliche meist großes Interesse an häuslichen Kompensationsmöglichkeiten von eventbezogenen Esserlebnissen außer Haus. Darüber hinaus ist es sicherlich in Einzelfällen hilfreich, für außerhäusliche Esssituationen zielorientierte, alternative Auswahlmöglichkeiten aufzuzeigen.

Im Rahmen eines gesundheitsförderlichen Settingansatzes [20] sollten Gelegenheiten zur Mitbestimmung von Snackangeboten, z. B. in Schulen oder Jugendtreffs, im Rahmen von „healthy choices“ genutzt werden. Die Bedürfnisse von Jugendlichen nach Unabhängigkeit und Selbstbestimmung sollten dabei bedacht und die Produkte entsprechend offeriert werden. Beispielsweise steigt die Akzeptanz von Essensangeboten, wenn Jugendliche über Zusammenstellung ihres Essens hinsichtlich Menge und Einzelkomponenten mitbestimmen können.

Zusammenfassung

Jugendesskultur

Silke Bartsch, Karlsruhe

Die mit der Altersphase Jugend verknüpften Entwicklungsaufgaben beeinflussen jugendliches Essverhalten in Wechselwirkung mit der jeweiligen historisch beeinflussten Lebens(ess)welt. Dabei unterscheiden sich Stellenwert und Bedeutungen des Essens im häuslichen und außerhäuslichen Umfeld. Daraus resultiert auch ein differentes Essverhalten innerhalb und außerhalb der Familien, wobei beide Formen gegenseitig kompensatorisch wirken. In der außerhäuslichen Welt der Peergroup bestimmen im Wesentlichen Distinktion und Integration das jugendliche Essverhalten, das in diesem Kontext nicht im Mittelpunkt des jugendlichen Interesses steht, sondern Teil eines Gesamterlebens darstellt. Besonders das außerhäusliche Essverhalten sollte im Hinblick auf die jugendliche Ernährungssituation nicht überbewertet werden, denn es hat in den seltensten Fällen Versorgungsfunktion. Die Ernährungsversorgung wird vielmehr in den Familienhaushalten sichergestellt, ohne jedoch exklusiv an gemeinsame Mahlzeiten gebunden zu sein. Entsprechend hat die Selbstversorgung an Wichtigkeit gewonnen. Jugendliche nehmen überwiegend freiwillig an gemeinsamen Mahlzeiten teil, um die Möglichkeiten zur Familienkommunikation zu nutzen.

Schlüsselwörter: Esskultur, Jugendliche, Außer-Haus-Verzehr, Fast-Food, Familienmahlzeit

Summary

Youth Eating Food Culture

Silke Bartsch, Karlsruhe

The eating behaviour of young people depends on their phase of development, in interaction with their (nutritional) environment, which in turn is influenced by history. The value and significance of food depends on whether it is eaten at home or outside the home. This leads to differences in eating behaviour within and outside the family and the two forms can be complementary. Within the extrafamilial peer group, youth eating behaviour is essentially determined by social differentiation and integration. Eating behaviour is then not of essential importance to the youth, but is only a component of overall experience. It is important not to overestimate the significance of eating outside for youth nutrition, as it is very rare that it affords essential nutrition. This is essentially provided within the family, although it is not exclusively linked to specific meals. Self-catering has become more important. Young people voluntarily take part in family meals, in order to benefit from the possibility of family communication.

Key words: Eating culture, youth, external consumption, fast food, family meal

Ernährungs Umschau 57 (2010) S. 432–438

Literatur

1. Barlösius E. *Soziologie des Essens. Eine sozial- und kulturwissenschaftliche Einführung in die Ernährungsforschung.* Juventa, Weinheim, München (1999)
2. Bartsch S (2008) *Jugendesskultur: Bedeutungen des Essens für Jugendliche im Kontext Familie und Peergroup.* In: *Aufklärung Bundeszentrale für gesundheitliche (Hg), Forschung und Praxis der Gesundheitsförderung, Fachheft 30, Bonn*
3. Fend H *Entwicklungspsychologie des Jugendalters.* Leske + Budrich, Opladen (2000)
4. Gerhards J, Rössel J (2003) *Das Ernährungsverhalten Jugendlicher im Kontext ihrer Lebensstile.* In: *Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (Hg), Forschung und Praxis der Gesundheitsförderung, Fachheft 20, Köln*
5. Bourdieu P *Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft.* Suhrkamp, Frankfurt a. M. (1984)
6. Ketschau I, Methfessel B: *Neue Haushalts- und Familienarbeit.* In *Verbraucherzentrale Bundesverband (Hg). Neue Hauswirtschaft. Ein Material für Multiplikatorinnen und Multiplikatoren der hauswirtschaftlichen familienbezogenen Weiterbildung (S. 38 – 61).* Berlin: VZBV (2005)
7. Brombach C (2001) *Mahlzeit – Familienzeit? Mahlzeiten im heutigen Familienalltag.* *Ernährungs Umschau: 48 (6) 238–242*
8. Deutsche Shell (Hg) *Jugend 2006. 15. Shell Jugendstudie.* Fischer Taschenbuch Verlag, Frankfurt a. M. (2006)
9. Barlovic I (2001) *Zielgruppe: Kinder und Jugendliche.* In *DGE, Sektion Baden-Württemberg (Hg), Werbung und Ernährungsverhalten (S. 52-73).* Schorndorf.
10. Rößler-Hartmann M *Die Ernährungsversorgung als Lernfeld im Alltag der Jugendlichen.* Verlag Dr. Kovac, Hamburg (2007)
11. DGE (Hg) *Ernährungsbericht 2008.* Frankfurt a. M. (2008)
12. Fischer J et al. (2008) *Fast-Food-Verzehr von Jugendlichen in Deutschland.* *ErnährungsUmschau Teil 1: 55: 518–522. Teil 2: 55: 579–583*
13. Fries KR, Göeble PH, Lange, E : *Teure Jugend. Wie Teenager kompetent mit Geld umgehen.* Opladen u. a.: Budrich (2007)
14. Bartsch S (2008) *Essstile von Männern und Frauen. Der Genderaspekt in der Gesundheitsprävention und Gesundheitsberatung.* *ErnährungsUmschau: 55: 672–681*
15. Setzwein M: *Ernährung, Körper, Geschlecht.* Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften (2004)
16. Karmasin H: *Die geheime Botschaft unserer Speisen. Was Essen über uns aussagt.* München (2001)
17. Nestlé Deutschland AG (Hg). *Gut essen, gesund leben. Ernährung in Deutschland. Nestlé Studie zur Anuga 1999,* Frankfurt a. M. (1999)
18. Falk P *The Consuming Body.* SAGE, London, Thousand Oaks, New Delhi (1994)
19. Bartsch S (2009) *Einflüsse auf das Essverhalten Jugendlicher.* In *Kersting, M. Kinderernährung aktuell.* Sulzbach: Umschau Zeitschriftenverlag (2009)
20. Faltermeier T (2005) *Gesundheitspsychologie.* Stuttgart: Kohlhammer.