

# Food Literacy – Essen als Querschnittsthema in der Erwachsenenbildung



Food Literacy ist definiert als „die Fähigkeit den Ernährungsalltag selbstbestimmt, verantwortungsbewusst und genussvoll zu gestalten“. Diese Fähigkeit zu fördern, indem Essen als horizontales Thema in die Erwachsenenbildung und -beratung eingeführt wird, ist das vorrangige Ziel des gleichnamigen EU-Projektes.

Der Begriff „Literacy“ steht im Bildungsbe- reich für Lese- und Schreibkompetenz. Er umfasst allerdings weit mehr als das reine Schreiben und Lesen und schließt unter anderem auch Textverständnis, Sinnverstehen, sprachliche Abstraktionsfähigkeit, Lesefreude und die Fähigkeit, sich schriftlich auszudrücken, mit ein. Ähnlich umfassend ist der Begriff „health literacy“, den die WHO 1998 definierte. Er beschreibt die Gesamtheit der kognitiven und sozialen Fertigkeiten, die die Menschen motivieren und befähigen, Gesundheitsinformationen derart zu verstehen und zu verwenden, dass sie für ihre Gesundheit förderlich sind (*WHO 1998*). So ist auch Food Literacy gemeint. Der Begriff ist definiert als „die Fähigkeit den Ernährungsalltag selbstbestimmt, verantwortungsbewusst und genussvoll zu gestalten“.

## Das Projekt

Diese Fähigkeit zu fördern ist das Ziel des EU-Projektes, an dem zwölf Institutionen aus acht verschiedenen europäischen Ländern beteiligt sind (Übersicht 1). Die Projektkoordination liegt beim österreichischen Weiterbildungsinstitut BEST – Institut für berufsbezogene Weiterbildung und Personaltraining GmbH in Zusammenarbeit mit Slow Food Österreich in Wien. Der aid infodienst hat maßgeblich an der Entwicklung der Materialien mitgearbeitet und ist für die Bekanntmachung des Projektes in Deutschland verantwortlich. Food Literacy wird durch das Programm SOCRATES-GRUNDTVIG der Europäischen Kommission von Oktober 2004 bis September 2007 gefördert.

## Beweggründe

Aufgrund der gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Entwicklungen verändert sich die Gestaltung des Ernährungsalltags. Dies zeigen unter anderem die Ergebnisse des Forschungsvorhabens Ernährungswende ([www.ernaehrungswende.de](http://www.ernaehrungswende.de)). Dem Verbraucher steht eine große Vielfalt an Lebensmitteln zur Verfügung, und das Angebot erweitert sich stetig: Pro Jahr kommen 25.000 bis 30.000 neue Artikel auf den Markt (*Kilzer 2006*).

Neben dem Produktsortiment werden auch die Serviceangebote der Verkaufsstätten und Außer-Haus-Anbieter immer vielfältiger. So ist heutzutage zum Beispiel sogar die Bestellung von Speisen per SMS möglich. Lebens-

### Übersicht 1: Die Projektpartner von Food Literacy

- BEST Institut für berufsbezogene Weiterbildung und Personaltraining GmbH, Wien, Österreich
- aid infodienst Verbraucherschutz, Ernährung, Landwirtschaft e. V., Bonn, Deutschland
- Universität Kassel, Fachgruppe Ökologische Lebensmittelqualität und Ernährungskultur, Kassel, Deutschland
- IRFA Sud, Montpellier, Frankreich
- Langhe, Monferrato e Roero Consortium, Mango, Italien
- Initiative Geschmacksbildung in Kooperation mit Slow Food Wien, Wien, Österreich
- Verlag Gesundheit, Leopoldsdorf, Österreich
- Folkuniversitet Kristianstad, Kristianstad, Schweden
- Prism Consulting, Luxemburg
- SZÁMALK Oktatási és Informatikai Rt., Budapest, Ungarn
- Latvijas Pieaugušo izglītības asociācija, Riga, Lettland
- PAPILOT – Zavod za vzpodbujanje in razvijanje kvalitete ivljenja, Ljubljana, Slowenien



Foto: Mauritius

mittel und Mahlzeiten sind rund um die Uhr erhältlich. Diese Angebotsvielfalt fordert vom Verbraucher laufend Entscheidungen. Die Zahl der Handlungsoptionen nimmt stetig zu. Zudem ist ein hohes Maß an Koordinationsleistung gefragt, wenn es darum geht, die Anforderungen der Berufswelt mit den eigenen Wünschen und den Ansprüchen anderer Haushaltsmitglieder zu vereinbaren. Dabei konkurriert der Bereich Ernährung mit anderen, ebenfalls zeitaufwändigen Tätigkeiten, zum Beispiel dem Medienkonsum. Dadurch nimmt das Zeitbudget für den Ernährungsbereich insgesamt ab (Eberle et al. 2005). Die Speisenzubereitung samt Einkauf soll daher heute schnell und einfach erfolgen. Das Bedürfnis nach Vereinfachung und Entlastung hat zur Folge, dass sich die Ernährungsarbeit zunehmend nach außen verlagert und das Essen zwischendurch oder vorbereitet als Convenience-Produkte verzehrt wird. Diese Entwicklung belegen auch die Zahlen der „Trendstudie Food“ (Haydn et al. 2005; ZMP 2006). Der Privathaushalt produziert immer weniger selbst, er delegiert die ersten Stufen der Nahrungsherstellung an die Industrie. Dies erfordert zusätzliche Kompetenzen für die Beurteilung der Verfahren der industriellen Lebensmittelherstellung, die Kennzeichnung von Lebensmitteln und den Umgang mit vorgefertigten Produkten.

Während auf der einen Seite die Anforderungen an die Bewältigung des Ernährungsalltags steigen, sinken auf der anderen Seite die Kompetenzen. Ernährungskompetenz beinhaltet neben Kenntnissen über die

Zusammensetzung der Nahrung u. a. auch das Wissen über die richtige Aufbewahrung von Lebensmitteln und die Zubereitung von Mahlzeiten. Bislang liegen keine detaillierten Studien über die Veränderungen der Ernährungskompetenzen vor, aber es gibt Hinweise, die den Rückgang dieser Fähigkeiten zeigen (Hayn et al. 2005). Bei der repräsentativen Befragung im Rahmen des Projektes Ernährungswende wurde unter anderem die Selbsteinschätzung der Kochkompetenzen erfragt: Jüngere Personen waren weniger von ihren Kochkünsten überzeugt als die älteren Generationen: Nur 60 Prozent der unter 25-Jährigen bewerteten ihre Kochkünste als gut oder sehr gut, 30 Prozent fanden, dass sie weniger oder gar nicht gut kochen können (Stieß, Hayn 2005). Ähnliche Ergebnisse zeigte bereits die Iglo-Forum-Studie '95

(Iglo-Forum 1995). Hayn und Mitarbeiter (2005) kamen nach einer Literaturrecherche zu der Schlussfolgerung: Je jünger und kleiner die Haushalte, desto geringer sind die Kochkenntnisse der Bewohner. Das geringere Zeitbudget, aber auch veränderte Rollenmuster erschweren offensichtlich die Weitergabe von ernährungsrelevanten theoretischen Kenntnissen und praktischen Fertigkeiten im Elternhaus (Eberle et al. 2005). So zeigen beispielsweise Zeitbudgeterhebungen, dass Kinder und Jugendliche von zwölf bis unter 20 Jahren deutlich weniger an Arbeiten wie Kochen, Tisch decken oder Geschirr spülen beteiligt sind als früher (Meier 2004). Nicht nur im Elternhaus, auch in der Schule findet immer seltener die Vermittlung von Ernährungskompetenz statt. Und dies gilt nicht nur für die klassischen Ernährungs-

Methode aus dem Handbuch ([www.food-literacy.org](http://www.food-literacy.org))

#### 1. „Karottenpantomime“

Lernziele:

- Kennenlernen und Ausdrücken der eigenen Einstellung zu Gerichten, Lebensmitteln und Ernährung
- Wahrnehmen der Vielfalt der verschiedenen Zugänge und Bilder, die es in der Gruppe gibt

Beschreibung:

Verschiedene Begriffe von Zubereitungs- und Kochtätigkeiten werden einzeln auf Kärtchen geschrieben, zum Beispiel Karotten schälen, Käse reiben oder Eiklar schlagen. Danach zieht jeweils ein Teilnehmer verdeckt ein Kärtchen und stellt diesen Begriff pantomimisch vor der Gruppe dar. Die übrigen Gruppenmitglieder sollen erraten, um welche Tätigkeit es sich handelt. Jeder Teilnehmer stellt eine Tätigkeit vor.

Trainingsphase: Einstieg/Kennenlernen

Material: Kärtchen und Stifte

Gruppengröße: bis 15 Personen, bei größeren Gruppen gegenseitiges Vorstellen in Kleingruppe der

Dauer: etwa 20 Minuten (je nach Gruppengröße)

Sozialform: Einzelarbeit im Plenum bzw. Gruppenarbeit



### Für Institutionen, Veranstalter, Trainer und Berater:

- Essen ist ein aktuelles Thema, das alle anspricht.
- Rund um dieses Thema lassen sich neue Kursangebote entwickeln.
- Über das Essen lassen sich Gruppenprozesse positiv gestalten.
- Food Literacy hilft, positiv mit kulturellen und sozialen Unterschieden umzugehen.

### Für Teilnehmer und Klienten:

- Zum Thema Essen können alle Teilnehmer etwas beitragen.
- Essen wirkt – auch im Kurs! Gut essen und trinken stärkt die Konzentrationsfähigkeit.
- Food Literacy soll Selbstbewusstsein, Eigenverantwortung und Erlebnisfähigkeit steigern.
- Das Thema Essen wirkt gemeinschaftsbildend und fördert Toleranz gegenüber anderen.

### Für die Gesellschaft:

#### Food Literacy

- leistet einen Beitrag zu gesellschaftlich erwünschten und notwendigen Zielen wie Nachhaltigkeit und Gesundheit,
- hilft Kosten zu vermeiden, die durch ernährungsbedingte Krankheiten entstehen,
- zeigt Wege zu bildungsfernen und sozial benachteiligten Personen auf,
- ist ein Beitrag zur demokratischen Entwicklung unserer Gesellschaft.

kompetenzen wie die Speisenzubereitung, sondern auch für den Umgang mit Fertigprodukten und die Beurteilung von Außer-Haus-Angeboten. Abhilfe soll hier das Kooperationsprojekt „Reform der Ernährungs- und Verbraucherbildung in Schulen“ (REVIS) schaffen (vgl. *Ernährung im Fokus 06/06*). Im Rahmen dieses Projekts wurde ein Kerncurriculum entwickelt, das Ernährungs- und Verbraucherbildung verknüpft und Vorschläge für eine zukunftsorientierte Ernährungsbildung in der Schule unterbreitet.

Die Abnahme der Ernährungskompetenz trifft nicht auf alle Bevölkerungsgruppen gleichermaßen zu. Eine Untersuchung von Armutshaushalten zeigt, dass sie sich aufgrund finanzieller Engpässe, fehlender Fertigkeiten und geringerem Wissen über Ernährung, Gesundheit und Haushaltsführung im Ernährungsverhalten von Haushalten mit höherem Einkommen unterscheiden (*Lehmkühler 2002*). Insbesondere sozial benachteiligte Personengruppen erreicht die Ernährungsaufklärung nur schwer. Die zunehmende Fehlernährung in sozial benachteiligten Schichten ist hierfür ein deutliches Zeichen.

## Ziele

Die Lücke zwischen den wachsenden Anforderungen an den Ernährungsalltag und den sinkenden Kompetenzen mit praktikablen Konzepten zu schließen, ist eine neue Herausforderung, nicht nur für die Schul-, sondern auch für die Erwachsenenbildung. An dieser Stelle setzt das Projekt Food Literacy an. Dabei geht es nicht primär um Ernährungserziehung, sondern um die Befähigung zur Selbstbestimmung. Das

Stichwort lautet Empowerment (Selbstbefähigung).

In diesem Sinne steht Food Literacy für

- die Förderung von Selbstbestimmung beim Ernährungshandeln,
- die Förderung einer angemessenen Entscheidungskompetenz, zum Beispiel beim Umgang mit dem Überangebot an neuen Lebensmitteln, Informationskampagnen und Erlebnisofferten sowie
- die Vermittlung von Basisfertigkeiten wie die Zubereitung von Mahlzeiten aus frischen Lebensmitteln der Saison.

Der Definition „Food Literacy“ folgend visiert das Projekt drei Bildungsziele an:

- selbstbestimmtes,
- verantwortungsbewusstes und
- genussvolles Handeln.

- **Bildungsziel 1:** Eine Person gestaltet ihren Ernährungsalltag selbstbestimmt. Die Person
  - nimmt ihr Essverhalten bewusst wahr und versteht es im Zusammenhang mit ihrer Lebensgeschichte,
  - kennt soziale, kulturelle und historische Einflüsse auf das Essverhalten und versteht ihre Wirkung,
  - weiß über Ernährung und Lebensmittel ausreichend Bescheid und kann Aussagen von Medien und Experten kritisch hinterfragen,
  - kennt ihre persönlichen Ernährungsbedürfnisse und
  - ist in der Lage, eine für sich selbst wohlthuende Ernährungsweise zu gestalten.
- **Bildungsziel 2:** Eine Person gestaltet ihren Ernährungsalltag verantwortungsbewusst.

Methode aus dem Handbuch ([www.food-literacy.org](http://www.food-literacy.org))

### 2. „Wir gehen einkaufen“

#### Lernziele:

- Lebensmitteleinkäufe dem Haushaltsbudget anpassen können
- persönliche Kaufkriterien für Lebensmittel identifizieren

#### Beschreibung:

Die Teilnehmer bilden zwei Gruppen. Jede Gruppe erhält die gleiche Einkaufsliste für ein mehrgängiges Menü für vier Personen. Die eine Gruppe hat die Aufgabe, die Lebensmittel besonders kostengünstig auszuwählen und das dafür nötige Gesamtbudget zu ermitteln. Die zweite Gruppe hat die Anforderung, besonders qualitätsbewusst auszuwählen und das dafür nötige Gesamtbudget zu ermitteln. Preisrecherchen erfolgen mittels Werbeprospekten und Online-Shops von Supermärkten und Lebensmittelhändlern oder vor Ort in den Läden (z. B. als Übung bis zum nächsten Kurstag). Danach werden die beiden „Einkäufe“ verglichen, und zwar hinsichtlich der Kosten, Qualität, Müllaufkommen usw. Als Abschluss werden gemeinsam Kaufkriterien für Lebensmittel erarbeitet und persönlich bewertet. Im Sinne von „Was ist mir persönlich besonders wichtig?“ geht es um Preis, ökologische Erzeugung, Geschmack, Marken und andere Kriterien.

Trainingsphase: Hauptteil

Material: Werbeprospekte von verschiedenen Handelsketten, PCs mit Internetzugang

Gruppengröße: 30 Personen

Dauer: mindestens 60 Minuten

Sozialform: Kleingruppenarbeit, Plenum



Wie das Pilotprojekt zeigt, hilft das gemeinsame Erstellen eines Kochbuchs am PC kulturelle Unterschiede zu akzeptieren.



- Die Person**
- erkennt die Bedeutung der Ernährung für die eigene Gesundheit, die Umwelt und die Gesellschaft und versteht die jeweiligen Zusammenhänge,
  - weiß über die Erzeugung, Verarbeitung, den Transport und die Entsorgung von Lebensmitteln Bescheid,
  - kennt die Zusammensetzung von Lebensmitteln und kann ihre Qualität beurteilen,
  - ist in der Lage, geeignete Produkte im Rahmen ihres Haushaltsbudgets vernünftig auszuwählen sowie
  - Konsumententscheidungen qualitätsorientiert zu treffen und einen nachhaltigen Lebensstil zu entwickeln.
- Bildungsziel 3: Eine Person gestaltet ihren Ernährungsalltag genussvoll.
- Die Person**
- kann selbst spüren, was ihr gut tut und Genuss bereitet,
  - erkennt bewusste sinnliche Wahrnehmung und vielfältige Geschmackserfahrungen als Voraussetzung für Genuss,
  - erlebt Kochen und Essen als Bereicherung des Alltags,
  - erkennt den Umgang mit Nahrung als elementaren Bestandteil jeder menschlichen Kultur und
  - steht anderen Esskulturen offen gegenüber.

Food Literacy versteht sich also als Beitrag zu einer Ernährungskultur, die auf Nachhaltigkeit und individuelle Selbstbestimmung setzt. Das Projekt will Food Literacy als neues Querschnittsthema in die Erwachsenenbildung und -beratung einführen sowie Multiplikatoren, Trainer und Personen in Beratungseinrichtungen für das Thema sensibilisieren. Das Projektteam entwickelte Materialien zur Integration von Food Literacy in unterschiedlichste Bildungs- und Beratungsangebote und berücksichtigte dabei speziell die Bedürfnisse bildungsferner Zielgruppen (z. B. sozial benachteiligte Personen und Migranten).

## Vorteile

Food Literacy bietet Institutionen der Erwachsenenbildung und -beratung, der Gesundheits- und Konsumentenbildung sowie Institutionen mit Angeboten im Bereich der Ernährungsbildung diverse Vorteile (Übersicht 2). Aber auch Trainer, Berater, Sozialarbeiter sowie alle, die ihr Wissen um das Thema Essen selbst erweitern und weitergeben möchten, können von diesem Querschnittsthema profitieren. Dies gilt auch für die Gesellschaft insgesamt. In dem Projekt geht es nicht darum, Trainer zu Ernährungsexperten auszubilden. Vielmehr soll das Thema Essen als Vehikel dienen, um beispielsweise kulturelle und soziale Unterschiede zu überwinden und Gruppenprozesse positiv zu gestalten. Dies bietet sich zum Beispiel in Sprachkursen mit Migranten an. Gleichzeitig kann das Thema Essen mit seinen emotionalen Komponenten motivieren und nachhaltigen Lernerfolg bringen, wenn es beispielsweise in der Schuldnerberatung mit dem Thema Haushaltsbudget verknüpft wird. Schließlich ist

Essen und Ernährung ein Thema, das viele interessiert und alle betrifft. Zentrales Anliegen ist es, die Teilnehmer für das Thema Essen zu sensibilisieren. Wenn sie darüber hinaus motiviert werden, sich bewusst mit ihrem Ernährungsalltag auseinander zu setzen, ist viel erreicht.

## Erfolgsaussichten

Bemühungen zur Ernährungsaufklärung in Form von Projekten und Kampagnen gibt es viele. Sie haben das Wissen über Ernährung erweitert, aber kaum längerfristige Auswirkungen auf das Essverhalten gezeigt. Zum Teil sind die Empfehlungen widersprüchlich und verwirren den Verbraucher eher als dass sie helfen. Hier ist sowohl inhaltlich als auch methodisch ein neuer Ansatz erforderlich. Er gilt für Maßnahmen der öffentlichen Ernährungskommunikation, zum Beispiel Kampagnen, ebenso wie für Angebote der Ernährungsbildung und -beratung. Übersicht 3 zeigt Beispiele der neuen Perspektive im Vergleich zur bisher üblichen Praxis.

### Übersicht 3: Neue Inhalte und Methoden im Vergleich zur üblichen Praxis (Schnögl 2006b)

#### Essen zwischen Natur und Kultur

Bisher: Ernährungskommunikation ist vorrangig naturwissenschaftlich ausgerichtet und argumentiert mit empfehlenswerten oder schädlichen Inhaltsstoffen. Gesundheit steht als Ziel im Vordergrund. Besser: Essen ist ein Kultur- und Alltagsthema. Es geht um Identität, Gemeinschaft und Abgrenzung, Lebensfreude und Genuss. Beim Essverhalten spielen viele kulturelle, soziale, emotionale, persönliche und praktische Faktoren eine entscheidende Rolle. Diese müssen im Mittelpunkt der Ernährungskommunikation stehen. Wer isst schon ausschließlich, um sich gesund zu erhalten?

#### Sozial benachteiligte Gruppen erreichen

Bisher: Herkömmliche Angebote der Ernährungskommunikation erreichen sozial benachteiligte und bildungsferne Gruppen kaum. Gleichzeitig treten gerade dort Übergewicht und ernährungsbedingte Krankheiten besonders häufig auf. Besser: Die Menschen dort abholen, wo sie sich befinden. Ernährungskommunikation sollte in Schulungs- und Beratungsangebote (Arbeitslosenschulungen, Sozial-, Schuldnerberatung) integriert werden. Die Teilnehmenden lernen unterschiedliche Esskulturen anerkennen, was eine soziale und kulturelle Vielfalt ermöglicht.

#### Wer ist der Experte?

Bisher: Ernährungskommunikation geht in der Regel von Fachleuten mit akademischer Ausbildung aus, die einer anderen sozialen Schicht angehören als viele der Adressaten. Essen gerät zum Expertenthema. Besser: Empowerment! Die Menschen sind Experten ihres eigenen Alltags. Sie erkennen, dass sie in der Lage sind, ihren Ernährungsalltag selbstbestimmt entsprechend ihren Bedürfnissen zu gestalten. Sie fassen Mut, unterstützende Rahmenbedingungen von der Politik einzufordern.

### 3. „Gedeckte Tafel“

#### Lernziele:

- wertschätzendes Feedback
- individuelles Zusammenfassen der im Kurs gewonnen Erfahrungen durch das Finden geeigneter kulinarischer Metaphern

#### Beschreibung:

Die Tische werden zu einer Tafel zusammengestellt. Auf der Tafel ist Endlospapier wie ein Tischtuch befestigt. Die Teilnehmer sitzen wie eine Tischgesellschaft um die Tafel. Jeder wird aufgefordert, an seinem Platz ein Gedeck zu zeichnen, belegt mit Speisen, die eine Metapher für das im Kurs Erlernte sind.

Mögliche Bilder: Reis mit Gemüse, Fleisch und Salat extra steht für „ich habe viel Unterschiedliches gelernt, muss es für mich allerdings erst verbinden“; farbenfroher gemischter Salat steht für „es war lustvoll, bunt und ich habe viele wichtige Vitamine bekommen“...

In einer Abschlussrunde präsentieren alle der Reihe nach ihre kulinarische Metapher und teilen ihre Gedanken dazu mit.

#### Trainingsphase: Abschluss

Material: Rolle Endlospapier, Filz-, Buntstifte oder Wachsmalkreide

Gruppengröße: bis 20 Personen

Dauer: ca. 45 Minuten (je nach Gruppengröße)

Sozialform: Einzelarbeit, Plenum

## Materialien

Die inhaltliche Arbeit an dem Projekt ist mittlerweile beendet. Das Ergebnis „Handbuch und Toolbox“ steht auf der Internetseite [www.food-literacy.org](http://www.food-literacy.org) zum kostenlosen Download in acht Sprachen zur Verfügung.

Das Handbuch erläutert zunächst die Philosophie von Food Literacy. Der zweite Teil befasst sich mit dem heutigen Ernährungsalltag und den Dimensionen der Ernährung. Dazu zählen neben der physiologischen, sozialen, ökonomischen und politischen Dimension auch die kulturelle, individuelle und biografische Funktion der Ernährung. Die Autoren schaffen damit eine wichtige Voraussetzung für ein ganzheitliches Verständnis von Ernährung und Ernährungsverhalten. Die Inhalte dienen in erster Linie als Hintergrundinformationen für Trainer, lassen sich aber auch als Fachinformation für Kurse und Seminare verwenden.

Der dritte Teil, die Toolbox, enthält 25 Methoden für die konkrete Kursgestaltung sowie hilfreiche Tipps für die Vermittlung von Food Literacy. Die Bandbreite der Einsatzmöglichkeiten reicht von Anregungen für das Kennenlernen der Teilnehmer bis zu umfassenden Vorschlägen für längere Kurseinheiten (s. Beispiele). Die Methoden sind größtenteils sinnlich orientiert (z. B. „Mit den Ohren essen“), umfassen aber auch Exkursionen oder die intensive Beschäftigung mit der eigenen Essbiografie.

## Pilotprojekte

In Österreich, Frankreich und Schweden wurden Pilottests mit unterschiedlichen Zielgruppen durchgeführt: In Schweden setzten zwei Trainerinnen mehrere Methoden der Toolbox in einem 18-wöchigen Kochkurs für Erwachsene mit physischen und/oder psychischen Behinderungen ein. Eine Trainerin in Frankreich verwendete verschiedene Methoden in einem dreimonatigen Coaching für Sozialhilfe-Bezieherinnen.

In einer sechswöchigen Schulung für Langzeitarbeitslose im Auftrag des österreichischen Arbeitsmarktservices sollten zehn Frauen und Männer unterschiedlicher Herkunft (Albanien, Österreich, Serbien, Slowakei und Türkei) „beschäftigungsfähig“ werden. Die Stärkung des Selbstbewusstseins und das Erkennen persönlicher Fähigkeiten gehörten ebenso zu den Zielen wie die Vermittlung von EDV-Grundkenntnissen für die Erstellung von Bewerbungsunterlagen. Zu Beginn prägten gegenseitiges Unverständnis und eine negative Haltung gegenüber Gruppenmitgliedern anderer Kulturen die Atmosphäre. Die Trainerin schlug vor, gemeinsam am PC ein Kochbuch zu gestalten. Nach anfänglicher Skepsis begann ein reger Austausch, die Teilnehmer entdeckten Gemeinsamkeiten bei den Speisen und lernten kulturelle Unterschiede kennen und akzeptieren. Gleichzeitig erlernten sie den Umgang mit dem Computer, recherchierten im Internet und erstellten Seiten für das gemeinsame Kochbuch. Am Ende des Kurses gab es ein Büfett, für das alle ihre Lieblings Speisen

mitbrachten. Die Trainerin berichtete: „Das Feedback war überwältigend positiv. Die Teilnehmer haben nicht nur gelernt, was im Kurs vorgesehen war. Sie haben erkannt, wie wichtig Essen für das Wohlbefinden und die Leistungsfähigkeit ist, haben Anregungen für den eigenen Ernährungsalltag erarbeitet, aber auch Teamfähigkeit und Toleranz gegenüber anderen entwickelt.“ In allen Pilottests war die Resonanz von Teilnehmern und Trainerinnen überaus positiv (Schnögl et al. 2006a, 2006b).

## Ausblick

Vorbereitungen, Erstellung und Prüfung der Materialien in der Praxis sind abgeschlossen. Jetzt geht es darum, die Idee bekannt zu machen. Dazu sind in diesem Jahr in allen beteiligten Partnerländern Workshops für Multiplikatoren in der Erwachsenenbildung und -beratung geplant sowie weitere Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit. Der aid infodienst etwa veranstaltet am 12. Juni in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Institut für Erwachsenenbildung ein Seminar für Multiplikatoren aus der Erwachsenenbildung.

Weitere Informationen unter [www.food-literacy.org](http://www.food-literacy.org)

*Die Literaturliste ist bei der Redaktion erhältlich.*

### Für die Autorinnen



Dr. Claudia Müller  
Alexanderstraße 13  
53111 Bonn  
E-Mail:  
[Claudia.a.mueller@t-online.de](mailto:Claudia.a.mueller@t-online.de)

Dr. Claudia Müller studierte Ernährungswissenschaft und promovierte an der Universität Gießen. Seit mehreren Jahren ist sie freiberuflich als Fachjournalistin und -redakteurin tätig, unter anderem für Ernährung im Fokus.