

Heike Müller, Silke Bartsch, Manuela Eisenhardt, Leif Oppermann & Steffen Schaal

Mobiles, ortsbezogenes Lernen in der Ernährungs- und Verbraucherbildung

Im MILE-Projekt¹ werden digitale Technologien für mobile, ortsbezogene Lernangebote in der Ernährungs- und Verbraucherbildung (EVB) genutzt. Ziel ist es, mit sog. MILE-Geogames Jugendliche für Themen der EVB zu sensibilisieren. Die im Projekt entwickelte MILE.Toolbox unterstützt Multiplikatoren bei der Erstellung von MILE-Geogames. Der Beitrag diskutiert das Potential des Ansatzes für die Ernährungs- und Verbraucherbildung.

Schlüsselwörter: Mobiles, ortsbezogenes Lernen, Geogames, Ernährungs- und Verbraucherbildung

Einleitung

Die Mehrheit der Kinder und Jugendlichen der westlichen Konsumgesellschaften weiß wenig über die Herkunft und Erzeugung unserer Nahrungsmittel und verfügt über geringe Konsumkompetenzen (vgl. Bartsch, 2008; Dreblow & Schönheit, 2010). Die Wertschätzung von Nahrungsmitteln wirkt sich auf den Umgang damit aus. Beispielsweise zeigen Jörissen et al. (2015, S. 2703f.), dass Nahrungsmittelverschwendung bei Personen, die ausschließlich in großen Supermärkten einkaufen, am höchsten ist und vice versa. Ziel einer nachhaltigen Ernährungs- und Verbraucherbildung ist u.a. die Wahrnehmung der regionalen Nahrungsmittelproduktion und die Inwertsetzung der Orte als natur- und kulturgebende Grundlage (vgl. Fachgruppe Ernährungs- und Verbraucherbildung, 2005). Hier zeigen sich Schnittmengen zur BNE (Bildung für Nachhaltigen Entwicklung) (vgl. Lucas et al., 2014; Deutsche UNESCO-Kommission, 2012).

Gleichzeitig wachsen Kinder und Jugendliche in einer Welt mit digitalen Medien auf, in der die Trennung zwischen „offline“ und „online“ verschwimmt (BMFSFJ, 2013). Jugendliche nutzen mobile Endgeräte häufig als persönliche Assistenten und zur Kommunikation u.a. mit Peers (vgl. BMFSFJ, 2013; mpfs, 2016; Calmbach et al., 2016). Auch mobile Spiele sind bei Jugendlichen beliebt; 45 Prozent der 12- bis 19-Jährigen spielen täglich bzw. mehrmals pro Woche digitale Handy- bzw. Smartphonespiele (mpfs, 2016, S. 43). Der MILE-Ansatz nutzt mobile Endgeräte, um Jugendliche in erlebnispädagogischen, spielerischen Lernangeboten in ihrer Umwelt für ernährungs- und verbraucherbildende Themen zu sensibilisieren und sich mit