Does Our Food Make Fat?

Vorüberlegungen

Kompetenzen und Unterrichtsinhalte:

- *Die Schülerinnen und Schüler sollen sich ihrer eigenen Essgewohnheiten und der Bedeutung der Ernährung für Gesundheit, Wohlbefinden und Kulturverständnis bewusst werden.*
- *Sie sollen angeregt werden, sich für Fragen der gesundheitsbewussten Ernährung zu interessieren.*
- *Sie sollen in die Lage versetzt werden, sich auf Faktenwissen stützend, die Vorteile und Nachteile der Fastfood-Ernährung kritisch einzuschätzen.*

Anmerkungen zum Thema:

Die vorliegende Unterrichtseinheit widmet sich einem speziellen Thema der Ernährung, nämlich einigen mit den **modernen Essgewohnheiten** verbundenen Problemen, insbesondere der Fettsucht und der Magersucht. In vielen Ländern der Welt, vor allem und zuerst in den USA, aber später auch ganz intensiv in Brasilien, China sowie Europa, ist eine **zunehmende Übergewichtigkeit** vieler Menschen zu beobachten, deren Ursachen noch nicht restlos geklärt sind. Sie hängen nach Aussagen der Wissenschaft jedoch mit sehr großer Wahrscheinlichkeit auch mit den Essgewohnheiten der Menschen zusammen, und da vor allem mit der unregelmäßigen Nahrungsaufnahme, dem Verzehr qualitativ nicht so hochwertiger Lebensmittel und dem übermäßigen Genuss von Fastfood-Produkten bei bestimmten Menschen.

Der Beitrag "**Does Our Food Make Fat?**" konzentriert sich darauf, den Schülern ihre eigenen Essgewohnheiten bewusst zu machen und sich im Anschluss daran mit den beiden Hauptproblemen von Fehlernährung zu befassen, Adipositas (*obesity*) und Anorexie (*anorexia*). Um eine ausgewogene Darstellung zu gewährleisten und den Lernern die Möglichkeit des Ziehens eigener Schlussfolgerungen einzuräumen, werden sowohl wissenschaftliche Meinungen als auch Fallbeispiele von krankhaft über- und untergewichtigen Jugendlichen aufgeführt.

Aufgrund der außerordentlich weit zu fassenden Probleme im Zusammenhang mit Fehlernährung können in dieser Unterrichtseinheit nicht alle Teilbereiche angesprochen werden. Beispielsweise bleiben Bulimie, Binge Eating, Orthorexie und Anorexia athletica (Sportsucht) unberücksichtigt. Wenn im Verlaufe der Behandlung der vorgeschlagenen Themen diese und andere Krankheiten und deren Symptome zur Sprache kommen, kann die Lehrkraft selbstverständlich auch darauf eingehen.

Einen eigenen Abschnitt innerhalb der Unterrichtseinheit nimmt die Beschäftigung mit dem dem Fastfood-Problem gewidmeten Film "**Super Size Me**" des amerikanischen Filmemachers **Morgan Spurlock** ein.

Die Illustrationen in dieser Unterrichtseinheit dienen zum einen zur Verdeutlichung der Probleme im Zusammenhang mit Fehlernährung, zum anderen unterstreichen sie die globale Dimension dieser Probleme, indem Fotografien aus Amerika, Asien, Australien und anderen Ländern verwendet werden.

Alle nicht anders gekennzeichneten Fotografien im Beitrag stammen vom Autor.

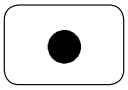
Literatur und Internet zur Vorbereitung:

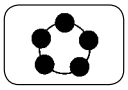
http://www.fastfoodnation.co.uk/fast-food-its-appeal-children.html)
(behandelt Fastfood-Themen "around the World")

VORSCHAU

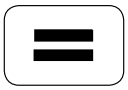
1. Schritt: What Do You Eat?

Den **Einstieg in das Thema** "**Essgewohnheiten**" bilden zwei unterschiedliche Schritte: *Wortschatzarbeit* und *Bildanalyse*. Damit sollen die sprachlichen und sachfachlichen Voraussetzungen der Schüler für die Arbeit an dieser Unterrichtseinheit sondiert werden.

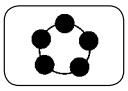




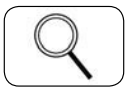
Texte und Materialien M 1$_{(1)}$ enthält einen *vocabulary workshop* zum Oberbegriff "Ernährung". Die Schüler sollen die vorgegebenen Wörter daraufhin prüfen, ob sie sie kennen, was bei einem Teil der Fall sein wird, und wenn nicht, sie mithilfe eines *Klassengesprächs* darüber bzw. unter Hinzuziehung des *Wörterbuchs* erschließen.
Nachdem sie dies getan haben, sollen die Schüler die 52 lexikalischen Einheiten von verschiedener grammatischer Form bestimmen und vorgegebenen Oberbegriffen zuordnen.



Die **Lösungsvorschläge** in **Texte und Materialien M 1**$_{(2)}$ geben sowohl Beispiele für Worterklärungen als auch einen Vorschlag für die Zuordnung aller Wörter.
Im Unterricht ist es nicht vorrangig wichtig, jedes Wort nur einem bestimmten Oberbegriff zuzuordnen. Vielmehr sind das Gespräch darüber und die Verwendung der Vokabeln in diesem Gespräch wichtig. Auf diese Weise wird vorhandenes Sprach- und Sachwissen reaktiviert und neues hinzugefügt.

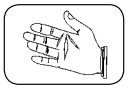


Den zweiten Teil der Hinführung zum Thema bilden die *Illustrationen* in **Texte und Materialien M 1**$_{(3)}$. Die Frage nach ihrer gemeinsamen Botschaft erwartet die kurze Antwort: *Don't eat fast food.*
Schon hier wird sich Widerspruch in der Klasse regen, weil eine solche Äußerung pauschaliert und damit nicht ganz zutreffend klingt. Dies erzeugt Neugier auf weitere Informationen und regt eine Diskussion an.
Es liegt im Ermessen der Lehrkraft, vorab beide Bilder beschreiben zu lassen. Dies ist aus lernmethodischen Gründen sinnvoll und lässt auch eine Wiederholung grammatischer Themen zu. Insbesondere geht es dabei um den Gebrauch des *present progressive* zur Beschreibung der in den Darstellungen ablaufenden Handlungen.

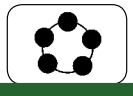


Nach dieser Einführung in das Thema sollen die Schüler zu eigenen Überlegungen über ihre Ernährungsgewohnheiten angeregt werden. Dazu eignet sich der Artikel *"A Challenge from Bratwurst to Something Else"* von **Texte und Materialien M 2**$_{(1)}$. Darin "philosophiert" ein deutscher Koch über die *Cuisine* in Deutschland und in anderen Ländern. Aufgrund vieler internationaler Vokabeln bedarf es in diesem Artikel keiner umfangreichen **Annotations**.

Die **Assignments** enthalten mehrere Aufgaben: **Assignment 1** besteht im Lesen des Textes ohne Wörterbuch und der Beantwortung inhaltlicher Fragen. Dabei geht die Frage 1c) bereits deutlich über den Text hinaus und tangiert Ess- und Kochgewohnheiten und Traditionen in Deutschland. Selbstverständlich können in multikulturellen Klassen die entsprechenden Gewohnheiten und Traditionen anderer Kulturen miteinbezogen werden.



Assignment 2 ist die Anleitung zu einer Fragebogenuntersuchung, in der drei bis fünf Schüler in *Gruppenarbeit* die Kochtraditionen in den Familien ihrer Mitschüler erfragen. Dazu verwenden sie den Fragebogen *"Family traditions of cooking and eating"* von **Texte und Materialien M 2**$_{(3)}$. Er soll möglichst sorgfältig abgefragt und ausgefüllt werden. Den Gruppenanalysen folgen eine Verallgemeinerung und eine Diskussion der Ergebnisse im *Unterrichtsgespräch*.



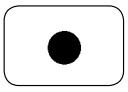
VORSCHAU

(c) OLZOG Verlag Gm

zur Vollversion

abgesichert sein könnten und welche eher individuelle Meinungen und Empfindungen widerspiegeln. Hierzu sollen sich die Schüler dann in einem *Unterrichtsgespräch* unterhalten.

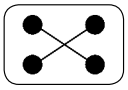
Assignment 3 verlangt von den Schülern einen Kommentar zu den im Text vom Autor dieser Unterrichtseinheit kursiv gesetzten *statements*. In den Kommentar sollen Vermutungen (und eventuell Wissen) zur diesbezüglichen Situation in Deutschland einfließen.



Nachdem das Interesse am Film auf diese Weise geweckt wurde, können sich die Schüler nun in **Texte und Materialien M 4$_{(2+3)}$** ausführlicher mit dem Inhalt und den Reaktionen auf den Film "Super Size Me" beschäftigen. Dieser Text ist von höherem Schwierigkeitsgrad, weshalb hierzu eine Vielzahl von **Annotations** gegeben wird. Darin eingeschlossen sind auch sachfachliche und personelle Hintergrundinformationen (*Surgeon General*, *Michael Moore, Houston Chronicle*).

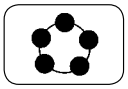
Die umfangreichen **Assignments** zu diesem Artikel (vgl. **Texte und Materialien M 4$_{(4)}$**) beginnen mit einer Lexikübung. Dies scheint hier aufgrund des höheren Anteils unbekannter Vokabeln sinnvoll zu sein.

In **Assignment 1** sollen die Schüler 16 dem Text entnommene Wörter und Wendungen daraufhin überprüfen, ob sie sie kennen, Unbekanntes nachschlagen und die Lexeme ins Deutsche übersetzen. Diese Aufgabe kann als *Partnerarbeit* ausgeführt werden.



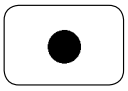
Assignment 2 besteht in einer kurzen Inhaltsangabe des Films "Super Size Me" (soweit er gemäß dem Text bekannt sein kann).

Assignment 3 erfragt die Kenntnis von drei für Ernährungsfragen wichtigen Termini: Megajoule bzw. Kilokalorien, Body-Mass-Index und Cholesterinspiegel. Zunächst sollen die Schüler im *Unterrichtsgespräch* klären, was sie aus dem Biologieunterricht und anderen Quellen darüber wissen und sich dann erst abschließend mit dem *fact sheet* von **Texte und Materialien M 4$_{(5)}$** befassen.

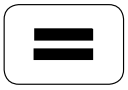


Aufgabe 4 ist auf den *Anforderungsbereich III* zugeschnitten. Die Schüler sollen nach dem Ansehen eines Filmausschnitts (ideal wäre natürlich, den ganzen Film zu sehen) mündlich eine eigene Filmkritik *abgeben*.

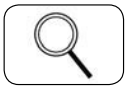
Die abschließende Schüleraktivität (**Assignment 5**) besteht darin, als *Hausaufgabe* eine schriftliche Stellungnahme zu eigenen Gewohnheiten in Bezug auf Fastfood zu verfassen. Diese kann auch bewertet werden.



Zu allen Aufgaben gibt es **Lösungsvorschläge** in **Texte und Materialien M 4$_{(6)}$**. Die Übersetzungen der Wörter und Wendungen in **Assignment 1** können selbstverständlich Abweichungen vom Lösungsbeispiel aufweisen.



Auch der nächste Beitrag (vgl. **Texte und Materialien M 5$_{(1)}$**) befasst sich mit dem Thema "Fastfood" in den USA. Darin geht es um die Verführung junger Menschen durch die Fastfood-Werbung. Auch in diesem Text sind nicht wenige neue Vokabeln enthalten, sodass es sich lohnt, zumindest einige der **Annotations** während des Lesens oder als *pre-reading activity* zu behandeln (z.B. *obese, debranded, adolescent, receptive, sedentary, still image, to prompt*).



Die **Assignments** beginnen mit einem Test (**Assignment 1**). Die Schüler sollen selbst überprüfen, wie vertraut ihnen die Logos einiger Fastfood-Ketten sind. Um ihnen die Aufgabe zu erschweren, sind nur Teile der Logos abgebildet.

VORSCHAU

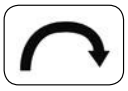
(c) OLZOG Verlag Gm

zur Vollversion

Does Our Food Make Fat?

Unterrichtsplanung

Die erste Schüleraktivität ist eine *Mediationsaufgabe*. Der Artikel von **Texte und Materialien M 7(1)** ist einer Ernährungs-Webseite entnommen. Er enthält detaillierte Angaben über den Fastfood-Trend in Deutschland, den die Schüler mit eigenen Worten beschreiben sollen.



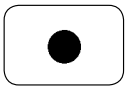
Dazu vertiefen sie ihr Wissen zunächst mithilfe von **Assignment 1**. Darin wird der Konsum von Pommes frites und Fastfood generell bei Jugendlichen tabellarisch dargestellt. Auch das Lesen und Interpretieren von Tabellen gehört zu den von den Lernern verlangten Kompetenzen!

Assignment 2 enthält die Aufforderung, die schriftlich auszuführende Mediationsaufgabe mithilfe des *Wörterbuchs* zu erledigen und mittels dieser Aktivität (ebenso wie dies bei allen anderen Textarbeiten der Fall sein sollte) den individuellen Wortschatz zu erweitern.

In **Texte und Materialien M 7(2)** werden ausführliche **Lösungsvorschläge** gegeben, und zwar sowohl eine komplette Wiedergabe des Textes auf Englisch (die so detailliert in einer Mediationsaufgabe freilich nicht erwartet wird, hier aber möglichst viele der möglichen Schülerlösungen abdecken soll) als auch ein Vorschlag für Wörter und Wendungen, die die Schüler eventuell ihrem Wortschatz hinzufügen möchten. Die methodische Aufbereitung dieser Arbeit am Wortschatz liegt zum einen im Ermessen der Lehrkraft und hängt zum anderen von den subjektiven Lerntechniken der Schüler ab.

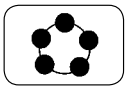
Der Text *"Fast Food and its Appeal to Children"* von **Texte und Materialien M 8(1)** befasst sich mit der suggestiven Wirkung der Fastfood-Werbung und einigen prophylaktischen Reaktionen der amerikanischen Gesellschaft darauf. Die **Annotations** zu diesem Text umfassen nützliche Vokabeln (z.B. *pester power*) und sachfachliches Hintergrundwissen zu *Tony the Tiger* oder *Winnie the Pooh*, die möglicherweise bekannt sind, aber zum Verständnis des Textes auch jenen bekannt sein sollten, die davon noch nichts gehört haben.

Auch zu diesem Text gibt es mehrere **Assignments**, die die Lehrkraft nach eigenem Ermessen auf Schüler oder Schülergruppen aufteilen kann.



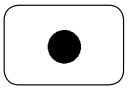
Assignment 1 fordert die Schüler zum globalen Lesen des Textes auf.

Assignment 2 ist eine Bildbeschreibung. Die Schüler erhalten auf dieser Seite wieder eine Illustration zum Thema, diesmal aus Neuseeland. Die Funktion der aus verschiedenen Regionen der Erde zusammengetragenen Fotos wird unterschwellig auf jeden Fall wahrgenommen (nämlich die weltweite Verbreitung von Fastfood zu erkennen) und kann je nach dem Ermessen der Lehrkraft auch thematisiert werden.



Assignment 3 ist eine gelenkte Wortschatzarbeit (zu *pester power*).

Dazu sollen die Schüler in **Assignment 4** in Form eines *Unterrichtsgesprächs* selbst erlebte oder anderweitig bekannte Beispiele anführen.



In **Assignment 5** wird erneut auf den Text zurückgegangen. Die Schüler sollen ihn ein zweites Mal, diesmal selektiv lesen und erfassen, auf welche Weise die großen Ketten schon Kinder dazu bringen, Fastfood-Produkte kaufen und essen zu wollen.

Assignment 6 führt wieder zum *Anforderungsbereich III* hin (*explain*, *comment*).

Assignment 7 bleibt einem nach Möglichkeit durch *häusliche Überlegungen* vorbereiteten *Unterrichtsgespräch* zu folgender Frage vorbehalten: *If you were the marketing director of a fast food chain, by what moral and ethical rules would you feel bound?*

VORSCHAU

(c) OLZOG Verlag Gm
zur Vollversion

Does Our Food Make Fat?

Unterrichtsplanung

Texte und Materialien M 10$_{(3)}$ gibt **Lösungsvorschläge** für alle fünf Aufgaben vor. Besonders ausführlich ist der deutsche Mediationstext, der freilich von den Schülern auch anders formuliert werden kann. Hier wird – wie im vorangegangenen Mediationstext – in den **Lösungsvorschlägen** bewusst mehr angeboten als eine "freie Wiedergabe" (wenn Mediation so verstanden wird) verlangt.

Zum Text *"Girls under 11 go without food to gain 'ideal' shape"* haben viele Internetuser *Kommentarblogs* geschrieben. Ein Teil davon wird in **Texte und Materialien M 10$_{(4)}$** vorgestellt. Die Texte sind, wie üblich, in Umgangssprache abgefasst und geben sehr persönliche Meinungen wieder.
Im **Assignment** werden die Schüler deshalb aufgefordert, nach dem Lesen der Kommentare in Form eines einseitigen Essays ihre eigene Meinung zum Thema des Textes abzugeben.

Der nächste Text (vgl. **Texte und Materialien M 11$_{(1)}$**) wird ausdrücklich als *listening practice* gekennzeichnet. Er soll zunächst nicht ausgeteilt, sondern durch die Lehrkraft oder einen geeigneten Lerner in normalem Sprechtempo vorgelesen werden.
Danach sollen die im *"Test paper"* von **Texte und Materialien M 11$_{(2)}$** formulierten inhaltlichen Fragen beantwortet werden. Erst nach dieser *Hörverstehenskontrolle* (die nebenbei auch die Fähigkeit der Schüler überprüft, sich die wichtigsten Fakten eines gehörten Textes zu merken) sollen die Schüler den gedruckten Text zur *selbstständigen Kontrolle* in die Hand bekommen.
Alternativ kann die Lehrkraft der Klasse erlauben, sich während des Zuhörens Notizen zu machen. In Klassen, die mit Hörtexten Schwierigkeiten haben, kann der Text auch zweimal vorgelesen werden.

Die Antworten zu den Fragen A bis M finden die Lehrkraft bzw. die Schüler (wenn diese Form der Selbstkontrolle gewünscht wird) in den **Lösungsvorschlägen** von **Texte und Materialien M 11$_{(3)}$**.

Auch die folgenden Kurztexte befassen sich mit Fehlernährung. In **Texte und Materialien M 12** werden drei Fallstudien in Form von kurzen Äußerungen der Betroffenen vorgestellt. Die **Annotations** helfen den Schülern, sich durch die Texte zu finden.
Das einzige **Assignment** besteht hier darin, zum Abschluss dieses Themenfelds im *Unterrichtsgespräch* anhand der Fallstudien zu klären, auf welche Weise die Betroffenen Hilfe gefunden haben.

Zur Gewichtsabnahme werden Unmengen von verschiedenen, wissenschaftlich mehr oder weniger begründeten Diäten angepriesen. Der Text von **Texte und Materialien M 13$_{(1+2)}$**, der dem *Independent* entnommen ist, beschreibt, wie Jugendliche, die sich zu unnützen Diäten verleiten lassen, sogar anfangen, ihren Körper zu hassen.

Die größere Anzahl von **Annotations** zu diesem Text macht deutlich, dass er wieder einen etwas höheren Schwierigkeitsgrad hat. Dem Leistungsstand der Klasse angemessen, organisiert die Lehrkraft deshalb eine erforderliche Wortschatzarbeit.

Assignment 1 überprüft das Leseverständnis der Schüler mithilfe eines Richtig-Falsch-Tests. Dieser wird in **Texte und Materialien M 13$_{(3)}$** zweimal abgedruckt, sodass die Lehrkraft Papier sparend kopieren und die Aufgaben verteilen kann.

VORSCHAU

(c) OLZOG Verlag Gm
zur Vollversion

Does Our Food Make Fat? **5.53**

Texte und Materialien – M 1(3)

Fast Food in Arts and Photography

Interpret the cartoon and the photograph. What is their common message?

(Source: http://www.cartoonaday.com/images/cartoons/2010/01/diet-soda-fast-food-cartoon-598x513.jpg)

(Source: http://www.sci-unisonfitness.com/wp-content/uploads/2011/10/FatKids. 311155840_std.jpeg)

VORSCHAU

(c) OLZOG Verlag Gm
zur Vollversion

A Challenge from Bratwurst to Something Else

When somebody thinks about Germans and eating, it is mostly the masses of Sauerkraut and Bratwurst one is thinking of. Probably Eisbein, maybe Spaetzle, but all the rest? Not existing? If one thinks of going to Germany, he thinks Heidelberg, Munich and Oktoberfest. Liters or gallons of beer. Is that Germany?

If a German thinks of America, which always equals the United States, he thinks of all the millions of hamburgers, that all Americans drive at least 3 cars, surf on the beaches and run around shooting guns trying to secure themselves of all the crime and the Bonnie and Clydes of today. Would you think this is correct? Would you believe that Germany is a country with a population of 80 million people, all eating sauerkraut all their lives long? No, the times have changed. Changed towards lighter cooking, towards lighter Grande Cuisine. There are movements towards a new revival of the regional cuisine in Germany. Germany that is a very small country, with a lot of differences. The North is near the stormy North Sea with the Frisians, speaking a complete different language (at least some of them), and eating different things like "Labskaus," a mix of corned beef, potatoes, beet roots, herring, or gravied fishes; "hamburger eel soup" which doesn't contain eel at all, and so on. Or it is the Germany of the South, with Bavaria and the Alps. They eat differently: nice crusty "Braten" and they have "Brotzeit," a late breakfast with those wonderful brown breads and "Wurst."

But all of this is not German cooking of today. German cooking today is much more a regional-based, light kitchen style. Like Joerg Mueller in his star-awarded restaurant on the Island of Sylt, the northern-most island of Germany, where he prepares "Tomato Aspic with Langostinos" or his "Mousse of Three Different Paprikas." Or from the south, the highest rated German chef, Harald Wohlfarth of the Traube Tonbach Hotel in the Black Forest, who presents his "Salad of Asparagus Tips with Slices of Sweetbread" or "Rabbit in a Morels Sauce with Spinach Noodles." We also do modern German cooking in the Restaurant Lachswehr with a "Poached Filet of Beef on a Mustard Sabayone with Apple-Celery Purée" or the "Sauerkraut-soup" (here we go again, watch it – we are Germans!). But all of these are just bits of German cooking today. […]

Let's come back to the point. What has changed in German cooking? We still use masses of real cream, we still use tons of real butter, just the way nature gave it to us. But to that, we leave out the starchy things. Due to the knowledge that one can eat as much butter and fat as he wants and he will not put on weight unless he is having starch with his meals. Fat can't be burned by one's body unless there is the starch that helps. We eat lighter. We take more time for our meals, Germany today is not a country on welfare; even the average worker earns enough to spend at least two times a year abroad. He is entitled to 23 working holidays a year. He gets around, sees different countries and recognizes different tastes in the world of ours. So when he is back home, he wants the light, fancy style of Italian kitchens, but with the goods he knows. He wants the long lasting French meals to impress his fiancée, but in his favorite restaurant at home. So kitchen tasks are changing constantly.

(Source: by Lothar Tubbesing, chef-owner of Restaurant Lachswehr in the late 1990s, www.globalgourmet.com/destinations/germany/germfood.html#axzz1jza60CjN)

Annotations:

14 **gravied:** containing the sauce made from a product when cooking it; 29 **starchy:** containing starch, i.e. carbohydrate

VORSCHAU

(c) OLZOG Verlag Gm

zur Vollversion

Does Our Food Make Fat? 5.53

Texte und Materialien – M 2(2)

Assignments:

1. *Read the text without a dictionary. Then answer the following questions:*

   a) What do we learn from this text about its author?
   b) What is the main message of the text?
   c) Compare what Lothar Tubbesing writes about German cuisine with your own ideas of cooking and eating traditions in Germany.

2. *Use a paper-and-pencil questionnaire administration to collect information about cooking in the families of your classmates.*

   a) Form groups of 3 to 5 students that will sit and work together.
   b) Each student of the class gets an anonymized copy of the questionnaire, and is asked to write down their answers to the questions.
   c) Then, the groups exchange their papers so that every group will have to analyze the papers of a different group.
   d) After each group has analyzed the answers in their papers and prepared a summarizing statement, the class starts gathering and generalizing the collected information about cooking and eating traditions in their families.

3. ***Optional task:** If you have the chance to do so, you can also perform the questionnaire research with students from other classes of your or another year.*

Lösungsvorschläge – *For teachers only!*

1. Read the text without a dictionary. Then answer the following questions:

a) What do we learn from this text about its author?
Lothar Tubbesing is a chef. His name seems to sound both German and English. He speaks about his international experience in excellent English, which may be a hint that he was either born in an English-speaking country or has worked there for a considerable time.

b) What is the main message of the text?
The main message of the text is that cooking in Germany is continuously changing. Cooking in this case, however, means the cuisine as developed in hotels and restaurants. The text is not about home cooking.

c) Compare what Lothar Tubbesing writes about German cuisine with your own ideas of cooking and eating traditions in Germany.
Answers may vary. The students should understand and work out that there is a big difference between "German cuisine" and home cooking in Germany. Therefore, they might tell about their habits of eating and cooking in their homes.
This short talk is merely an introduction to the questionnaire work.

2. Use a paper-and-pencil questionnaire administration to collect information about cooking in the families of your classmates.

Answers may vary.

VORSCHAU

(c) OLZOG Verlag Gm
zur Vollversion

Fast Food and its Appeal to Children

Pester power has always been the way that fast food giants get young children to buy into their foods ... offering toys, treats and collectibles with every meal so that parents had to take them back over and over again to get the rest of the card set, toys, or action figure collection.

The days when every new superhero film franchise latched onto a burger brand are gone now, although there are still advertising campaigns aimed at adults. Children are deemed to have to be protected from the blatant brainwashing of the fast food firms, and as of 2007, for obesity's sake, fast food companies are no longer allowed to advertise their food, and accompanying toys and treats in any way towards children under 16.

Advertising Laws

In 2007, regulations were brought in to stop the promotion of fast food and junk food to children. The regulations set out strict rules regarding how fast food could be marketed – and although they led to some over complicated issues such as Marmite adverts being banned because Marmite is salty, it also meant that the endless adverts for chocolates, sweets and burger meals with toys could no longer be force fed to the children.

From 2007, adverts for junk food were banned during any television programme specifically aimed at four to nine year old children. Fast food adverts were also banned from any programmes whose audience was made up from a larger than average number of under 16s.

As from January 2008, the regulations have been extended to ban fast food and junk food advertising during any programmes that target children up to 15. There are still several dedicated children's TV channels, and they have until January 2009 to put the regulations into action.

Using Characters to Market Fast Food

TV and film characters were a favourite way to push junk food before the ban came into effect, and the regulations specifically say that licensed characters cannot be used in any TV adverts for foods that are high in fat, sugar or salt that is aimed at four- to nine-year-old children.

There is a way around this – if the character was licensed specifically for that brand. So Ronald McDonald and Tony the Tiger are still fine to promote their brands – but you can't have Winnie the Pooh promoting a chocolate bar, for example.

How are Fast Food Firms Getting Around the Rules? Although it's true that the new regulations rules prevent fast food and junk food companies from using the Internet to advertise to children, it is still going on, albeit indirectly.

According to media trade magazine New Media Age, the crafty fast food brands are targeting children on their websites, using games, videos and cartoons to capture their imagination instead. Although this isn't technically illegal, they are still exploiting a loophole and getting their message across to lure children in. The major offenders were said to be McDonald's, Kinder and Haribo, who were all running games, cartoons and videos for kids on their respective websites at the time of the article.

Nic Howell, deputy editor of New Media Age said that the brands involved were sticking to what he called the letter of the law – but not the spirit of it.

It's unlikely that this loophole will be closed anytime soon – so the perils of pester power are here to stay!

(Source: by Sarah Clark at the website Fast Food Nation, 21 October 2010; http://www.fastfoodnation.co.uk/fast-food-its-appeal-children.html)

VORSCHAU

(c) OLZOG Verlag Gm

zur Vollversion

Does Our Food Make Fat?

Texte und Materialien – M 8(2)

Annotations:

Title **appeal:** strong interest, attractiveness; 1 **pester power:** the ability that children have to make their parents buy things; *dt. (kindertypisches) Anspruchsverhalten*; 2 **treat:** something special that you give someone because you know they will enjoy it; 4 **franchise:** permission given by a company to someone who wants to sell their goods; **to latch onto:** *here* to pass on to; 5 **to be deemed something:** to be regarded as, to be considered; 6 **blatant:** very clear and easy to see; 7 **for the sake of something:** in order to help, improve or please someone or something; 12 **Marmite:** soft, very salty substance that is spread on bread or can be used to give taste to soups; **to ban:** to say that something must not be done, seen, used, etc.; 19 **to target:** to aim at someone or something; 21 **to market:** to try to sell a product by advertising it in a particular way; 25 **licensed:** *here* having been given an official permission to do a particular job; 26 **Tony the Tiger:** the advertising cartoon mascot for Kellogg's Frosted Flakes (also known as Frosties) breakfast cereal; 26/27 **Winnie the Pooh:** one of the main characters in the famous book for children by A. A. Milne; 30 **albeit:** although; 31 **crafty:** good at getting what you want; 33 **loophole:** a small mistake in a law; 34 **to lure:** to persuade someone to do something; 39 **peril:** great danger

Assignments:

1. *Read the text for general information. Then do the following tasks.*
2. *This photography was shot in Christchurch, New Zealand. Describe and interpret it. What are the pros of using fast food?*
3. *What is "pester power"? Explain this compound.*
4. *Give examples of pester power as you have experienced it yourself.*
5. *Read the text again.*
   Then sum up what the text tells you about how fast food chains try to lure children into buying and eating fast food products.

Young tourists eating fast food in Christchurch, New Zealand

6. *"Children are deemed to have to be protected from the blatant brainwashing of the fast food firms." (ll. 5 f.) Explain this sentence in its context, and comment on it.*
7. *If you were the marketing director of a fast food chain, by what moral and ethical rules would you feel bound?*

VORSCHAU

(c) OLZOG Verlag Gm
zur Vollversion

5.53 **Does Our Food Make Fat?**

Texte und Materialien – M 11(2)

Girls are unhappy with their figures – Test paper

	points
A – Why do some 12- to 13-year-old girls skip meals?	
B – How many girls aged 14 to 15 want to lose weight?	
C – Which institute carried out the study that found out about these facts?	
D – Approximately how many girls and boys were questioned in the research about their eating habits and body image?	
E – How many Year Ten girls had skipped breakfast on the morning they were asked about this?	
F – What is the possible risk of skipping meals?	
G – What did the analysis of the health of Year Ten females show?	
H – According to the study, what attitude to health issues do girls in Years Eight and Ten show?	
I – Which key factors are considered to influence eating disorders most of all?	
J – What role do celebrities play when it comes to body image?	
K – What do young people say about their sleeping time?	
L – Approximately how many Year Eight boys and girls think they need more sleep?	
M – Does the number of students who think they get not enough sleep rise or fall in Year Ten?	

Total score: _____

VORSCHAU

(c) OLZOG Verlag Gm
zur Vollversion