

Was esst ihr da eigentlich?

Wenn Influencer scharfe Maischips, Glibberstangen oder Asianudelsuppen empfehlen, werden diese zur heißen Ware auf Pausenhöfen. Noch wichtiger als der Geschmack ist aber etwas ganz anderes.

Von Claudia Fromme

Rotdosen sind der Seismograf eines Schulkindtages. Sind sie noch voll, waren die Pausen zu ereignisreich. Sind sie leer, waren die Freundinnen entweder krank oder verstimmt, und das Kind hatte in den Pausen genügend Zeit zu essen. Manchmal bringen die Töchter auch mehr mit, als man morgens hineingetan hat. Zum Beispiel blaue Krümel, die an den Fingern brennen. Oder Glibberreste in einer Plastikhülle. Oder Kaustreifenstücke, die einem den Kiefer aushebeln.

Natürlich darf nichts davon entsorgt werden. Aber fragen darf man schon. Was esst ihr da eigentlich? Müder Blick vom Grundschulkind, bedauernder Blick von der Unterstufenschülerin. Für Eltern, die sich das auch fragen: Das Blaue sind Takis, Typ „Blue Heat“, schlumpffarben gepuderte scharfe Maistortilla-Chips. Das Glibberige sind Jelly Straws, eine Art Geleestangen. Und der Superkleber ist der Kaustreifen Nuclear Sludge der Marke Toxic Waste mit Blaubeergeschmack.

Gesund ist das alles nicht. Zu viel Zucker, zu viele Farbstoffe und viel zu viel Chili

Alles Knabberzeug und Süßkram, empfohlen von Influencern bei Youtube Shorts und Tiktok und heiße Ware auf den Pausenhöfen. Die Sachen kommen meist aus den USA, Südamerika, Japan, Südkorea. Es gibt sie in Asiamärkten, Kiosken oder Candyshops. Und im Internet, klar, aber da kaufen Kinder nicht.

Warum esst ihr das? Das schmeckt doch gar nicht. Wer seinen Kindern nach Kostproben diese Frage stellt, erntet irritierte Blicke. „Nee, natürlich nicht“, sagen sie dann. Was für eine Erwachsenenfrage.

Es geht weniger um den Geschmack als um das Erlebnis. Die Sachen sind extrem scharf, extrem glibberig oder extrem süß – wie Prime. Das ist ein Getränk, das der Influencer Logan Paul mit dem Rapper KSI erfunden hat, und das sie in den sozialen Medien bewerben. Die bunten Plastikflaschen sind so beliebt, dass sie inzwischen palettenweise bei Edeka und Rewe stehen und ein Trendaccessoire sind für Kinder und Teenager, die draußen gemeinsam abhängen. Ein wenig verrückt schmeckt Prime auch, schließlich weiß dank Social Media jedes Kind, dass es eine Version gibt, die in Deutschland verboten ist. In ihr steckt zweieinhalbmal so viel Koffein wie in dem Energydrink Red Bull.

Auch was sonst so auf den Zutatenlisten der gehypten Produkte steht, ist nicht unbedingt gesund. Dass die Firma Toxic Waste (was übersetzt Giftmüll heißt) vor Jahren eine in Pakistan produzierte Charge saurer Kaustreifen zurückrufen musste, weil darin Bleirückstände entdeckt wurden, passt ins Bild. Ende vergangener Woche warnte das Bundesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit dann vor der Takis-Variante „Fuego“. Die ist knallorange, chilischarf und schmeckt nach Limette. Darin seien Azofarbstoffe nachgewiesen worden, die „Aktivität und

Aufmerksamkeit bei Kindern beeinträchtigen“ können, teilte die Behörde mit. Sie kritisierte auch, dass die Warnung vor Gefahren für Kinder auf den Packungen fehle. Das Bundesamt schrieb explizit „Kinder“. Denn schon Erstklässler essen die superscharfen Tortillachips, die bis zu sechs Euro für leichte 92 Gramm im Glitzerbeutel kosten.

An vielen Grundschulen sind die Trend-Chips, egal ob knallblau oder knallorange, nicht mehr erwünscht. Manche Eltern haben bereits vor Monaten Mails bekommen, in denen so oder ähnlich mit Verweis auf Gesundheitsgefahren steht: „Takis sind an unserer Schule verboten.“

Das Zeug brennt tatsächlich höllisch, aber nicht so schlimm wie Chips der Marke Hot Chip, deren Verzehr seit verganginem Sommer Gegenstand einer Mutprobe in den sozialen Medien ist. Da geht es darum, die Maischips, die mit Carolina Reaper gewürzt sind, der angeblich schärfsten Chilivariante der Welt, mit Anstand herunterzubekommen – und ein Video davon hochzuladen. In Euskirchen rückten Notärzte auf den Pausenhof einer Gesamtschule an, weil zwölf Fünftklässler die Chips probiert hatten. Sie klagten über Magenschmerzen sowie Haut- und Atemwegsreizungen. Bundesweit gab es ähnliche Fälle. Nachdem

der Verkauf der Chips in Bayern, Baden-Württemberg und Niedersachsen verboten wurde, hat der tschechische Hersteller den Export nach Deutschland gestoppt, er will nun eine mildere Version produzieren, teilte er mit. Auf seiner Website hebt er die angeblich gesunden Effekte der Produkte hervor: Gegen Rheuma würden sie zum Beispiel helfen oder unterstützend bei einer Diät.

Während viele noch grübeln, wie die Generation Z so tickt, schauen Trendforscher längst auf ihren Nachfolger: die Generation Alpha. Der wird zugerechnet, wer von 2010 an aufwärts geboren wurde, die Ältesten sind also gerade mal Teenager, der Rest sind Kinder. Die Londoner Agentur

Prime putscht, Takis brennen, Jelly Straws schlabbern. Teenager suchen die Extreme

für strategisches Markendesign JDO hat die Foodtrends dieser Generation untersucht. Neben dem Hang Heranwachsender, lieber zu snacken als bei den Hauptmahlzeiten zu essen, haben die Trendforscher drei Neigungen herausgefunden: Essen, das Energie bringt. Essen, das nachhaltig und gesund ist. Und: Essen, das Spaß macht durch extreme Zutaten, Effekte, Texturen. Voilà.

Prime putscht, Takis brennen, Jelly Straws schlabbern. Warum suchen Heranwachsende die Extreme? Für Karina Weichold, Jugendforscherin an der Friedrich-Schiller-Universität Jena, sind die Snacks eine Facette des Grenzen-Austestens. Je ekkliger Erwachsene die Snacks finden, desto besser. Ja, Teenager essen mitunter auch Paprikasticks und Apfel und mischen sich gesunde Smoothies, aber damit funktioniert Abgrenzung eher nicht. „Eine Tüte Takis ist wie eine Bravo in der DDR. Gleichaltrige bewundern einen dafür.“ Anerkennung und das Lob anderer Jugendlicher sei für die junge Generation maßgeblich, sie wollten dazugehören. „Jugendliche lechzen nach Bestätigung von außen.“ Und nicht so sehr von Eltern. Darum ist es ihnen auch herzlich egal, wenn diese zum x-ten Mal fragen, was denn eigentlich so toll an Yum Yum ist, diesen asiatischen Ins-

tant-Nudelsuppen in Alufolie, deren gelbe Version (Chicken) sowieso immer ausverkauft ist.

Wer traut sich, die feurigen Chips zu essen? Wer kriegt die supersauren Gurken runter? Gestern habe ich Ramen von Buldak gegessen, den superscharfen! „Feed-back ist wichtig; wenn man das allein in seinem Zimmer macht, bekommt das keiner mit.“ Also werden die Produkte, die mit viraler Werbung und knalligem Verpackungsdesign explizit Heranwachsende ansprechen sollen, auf dem Schulhof geteilt. Und falls nicht, dann wird vom Selbstversuch im Zimmer zu Hause ein Video in den sozialen Medien gepostet. Mutprobe erfüllt. „Ein Like tickt im Hirn das gleiche Areal an, wie das direkte Lob eines Freundes“, sagt Karina Weichold.

Es gebe bei Heranwachsenden eine „biologisch geprägte Gier nach neuen, aufregenden Dingen“, erklärt die Psychologin. „Den Impuls ‚Ich will‘ gut steuern zu können, das ist erst Mitte zwanzig voll entwickelt.“ Was sollen Eltern machen, wenn sie sich um ihre Kinder sorgen? „Aus der Präventionsforschung weiß man, dass allein Verbote langfristig nicht helfen.“ Sie empfiehlt: Probieren lassen (sofern keine tatsächliche Gesundheitsgefahr besteht) – und darüber reden, warum das Kind die Sa-



COLLAGE: JONAS RAUENSZ; FOTOS: IMAGO

chen so gut findet. In der Schule und im Elternhaus sei zudem ein kritischer Umgang mit Social Media wichtig. „Kinder sollen erkennen: Der Influencer ist kein Held, er bekommt Geld dafür, wenn er ein bestimmtes Produkt bei Tiktok isst.“ Und man solle mit seinen Kindern etwas machen, was Karina Weichold „Standfestigkeitstraining“ nennt. Sie dafür sensibilisieren, dass man nicht mitmachen muss, nur weil alle etwas machen.

„Für Kinder und Jugendliche ist Essen ein einfaches und bezahlbares Mittel der Distinktion“, sagt Christine Schäfer vom Gottlieb-Duttweiler-Institut, das gesellschaftliche Strömungen erforscht. Prime oder Takis sind eben erschwinglicher als die neue limitierte Version der Air Jordans. Für schmales Geld sprechen die knallig in Geschmack und Farbe produzierten Lebensmittel „extrem das Belohnungszentrum im Gehirn an“, erklärt Schäfer, die den European Food Trends Report mitverfasst. „Das Trendfood wird nicht konsumiert, es wird zelebriert“, erklärt sie. Vorbild sind die „Reaction-Videos“ bei Youtube oder Tiktok. Influencer zeigen darin,

Trendfood ist erschwinglicher als Air Jordans und macht auch Eindruck

wie sie Chilichips oder scharfsaure Gurken des Herstellers Van Holten mit illustren Namen wie „Hot Mama“ oder „Big Papa“ essen. „Da kann man wunderbar Gesichtsentgleisungen sehen, das ist natürlich für die Jugendlichen herrlich, sich das anzuschauen.“ Oft gibt es gleich mehrere Folgen des öffentlichen Verzehrs.

Mit ihren Essgewohnheiten ein wenig angeben, das machen nicht nur Kinder und Jugendliche. Der Wunsch nach „kulturellen Erfolgen“ sei universell, also auf alle Generationen anwendbar, sagt die Trendforscherin Christine Schäfer. Erwachsene suchen mit teuren Speisen wie Austern, Hummer oder einem fancy Rinderfilet nach Distinktion. Das sei für Heranwachsende finanziell nicht drin. Also nehmen sie etwas, das relativ günstig ist und dank Farbstoffen und Glutamat ordentlich knallt. Und am besten nicht dort zu kaufen ist, wo die Eltern hingehen.

Zwar gibt es in manchen Supermärkten Regale mit dem Schild „Bekannt von Tiktok“. Da landen dann die Bestseller wie Takis, Sour Patch oder Reese's Peanut Butter Cups. Doch die meisten Trendsacks gibt es anderswo. Das habe, sagt Christine Schäfer, oft auch praktische Gründe. „Der Laden an der Ecke kann sich ein paar Kisten davon bestellen, eine Supermarktkette müsste es gleich palettenweise ordern; vielen Händlern ist das das Risiko zu groß, auf der Ware sitzenzubleiben.“ Trends zeichnen sich eben auch dadurch aus, dass sie schnell von neuen abgelöst werden.

Und so liegen beim Kiosk an der Bushaltestelle neben den Takis nun Proteinriegel im Regal direkt neben dem Eingang. Aber nicht die, die nach Muckibude riechen, sondern welche von Snickers und Mars und M&Ms. In der Brotzeitdose sind sie bislang nicht aufgetaucht, aber das ist wohl auch nur eine Frage der Zeit.

LIEBES PAAR

Vor mehr als zehn Jahren habe ich herausgefunden, dass mein Partner mich betrog, und wollte die Situation vernünftig regeln. Es gelang nicht. Er und seine neue Partnerin tun seitdem alles, um mein Leben zu zerstören, auch ökonomisch. Unsere Kinder sind davon so traumatisiert, dass sie nur den notwendigen Kontakt mit ihrem Vater haben. Mehrere Jahre nach der Scheidung sind wir immer noch vor Gericht. Gibt es auch für derart eskalierte Fälle Wege, die Kommunikation wiederherzustellen?

Nadja von Saldern

Immer noch vor Gericht! Wie furchtbar für alle Beteiligten. Es gibt Menschen, die nach dem Ende einer Beziehung den anderen fertigmachen wollen. Das zeigt sich aber schon während der Beziehung, zum Beispiel an toxischen Abhängigkeiten. Dann kann man nur schnell sehen, dass man da herauskommt, also auf so viel wie möglich verzichten und nichts mehr vom Partner zu wollen.

Gehen wir davon aus, dass es keine so toxischen Elemente in Ihrer Beziehung gab, dann kann ich Ihnen trotzdem nicht viel Hoffnung machen. Bei so langen Streitigkeiten sammeln sich eine Menge Verletzungen an und die eigenen Sichtweisen verhärteten sich. Mit jedem Streit werden die Mauern dicker und höher. Unter diesen Voraussetzungen eine zielführende Kommunikation wiederherzustellen, ist schwierig.

Da Sie beide es wohl kaum mehr schaffen werden, sich auf eine gemeinsame kongruente Sicht auf die Dinge zu einigen, muss es anders gehen. Sie müssen lernen, dass die Sicht Ihres Ex-Partners auch berechtigt sein kann. Zum Beispiel sehe ich häufig, dass der Vater glaubt, dass ihm die Kinder vorenthalten werden. Die Mutter wiederum glaubt, dass er an den Kindern nicht mehr interessiert sei. Können beide Sichtweisen nebeneinanderstehen? Dürfen beide sein? Dann kann man anfangen, wieder miteinander zu reden.

Was mich am meisten besorgt, ist, dass die Kinder mit hineingezogen wurden. Sie sind hälftig der Vater. Und alles, was der Vater oder die Mutter macht, färbt auf die Kinder und deren Innerstes ab. Für Sie als Mutter ist es ein Streit mit einem anderen Menschen. Für die Kinder ein Streit in sich selbst. Es wäre daher notwendig, dass Sie zumindest eine Mediation der Kinder mit dem Vater anstreben. Auch Kinder müssen wollen.



ILLUSTRATION: SHUTTERSTOCK, STD

lernen, sich immer beide Seiten anzuhören. Sie haben sogar ein Recht darauf, beide Sichtweisen zu hören. Nur dann können sie ihren eigenen Frieden mit der Sache finden.

Clemens von Saldern

Das klingt nach einem fürchterlichen Rosenkrieg. Leider kommt es immer wieder dazu, ich kann mir gut vorstellen, dass Sie leiden. Gleichzeitig weiß ich, wie sehr auch Ihre Kinder in Not sind. Denn die Kinder sind es immer, die bei einem Rosenkrieg am allermeisten leiden. Alle Kinder wünschen sich, dass die Eltern Händchen haltend auf dem Sofa sitzen und Liebe versprechen. Aber vielen Paaren gelingt das nicht: Die Scheidungsrate liegt in Deutschland bei etwa einem Drittel, in Großstädten sogar bei der Hälfte.

Für Kinder kommt es dabei weniger darauf an, ob die Eltern sich trennen, sondern vielmehr, wie sie sich trennen. Viele unserer Klienten sagen uns, wie sehr sie sich ab einem bestimmten Punkt gewünscht hätten, die Eltern mögen doch endlich einen Schlussstrich ziehen. Manche haben es sogar explizit geraten. Wenn zu Hause nur eine vergiftete Atmosphäre herrscht, ist das für alle Beteiligten früher oder später unerträglich. Entscheidend ist nun aber, wie die Trennung vollzogen wird, denn dort entscheidet sich, ob die Kinder „nur“ leiden, oder ob sie auch Schaden nehmen. Das ent-

scheiden einzig die Eltern – mit ihrem Verhalten! Der Schaden beginnt immer schon, wenn einer der beiden Eltern schlecht über den anderen redet. Das ist fatal für jede Kinderseele, welche Eltern gleichermaßen lieb hat. Genetisch bestehen Kinder zu gleichen Teilen aus Mutter und Vater. Wenn ein Kind hört: „Dein Vater oder deine Mutter ist schlecht“, hört es zugleich: Die Hälfte von mir ist schlecht.

Wenn sich doch nur herumsprechen würde, dass es bei Kriegen niemals einen Sieg geben kann! Am Ende gibt es immer nur Verlierer, auf allen Seiten. Wenn Sie also aus diesem Scheidungskrieg aussteigen wollen, dann beginnt das mit dieser Erkenntnis und dem Willen, endlich einen Kompromiss zu finden.

Clemens und Nadja von Saldern betreiben gemeinsam eine Praxis für Mediation und Paartherapie in Berlin-Charlottenburg und Potsdam. Sie sind seit 1992 verheiratet und gehen offen damit um, dass sie auch selbst in ihrer Ehe schon tiefe Tücher durchschritten haben. In dieser Serie beantworten sie Leserfragen zu Liebe und Sex, Trennung und Dating, Freundschaft und Erziehung.

Sie haben auch eine Frage? Dann schreiben Sie an das Therapeuten-Paar! Mit Ihrer Mail zeigen Sie sich einverstanden, dass Ihre Geschichte – auf Wunsch in anonymisierter Form – für diese Kolumne verwendet wird.



Clemens und Nadja von Saldern betreiben eine Praxis für Paartherapie in Berlin und Potsdam. Sie sind seit 1992 verheiratet und gehen offen damit um, dass sie in ihrer Ehe schon tiefe Tücher durchschritten haben. FOTO: DETLEF EDEN