

informiert	PädagogInnen über aktuelle Kinofilme
bietet	Diskussionsansätze auf Grundlage der Lehrpläne
liefert	thematische und ästhetische Hintergrundinformationen zur Filmbesprechung

Super Size Me

Regie: Morgan Spurlock. Kamera: Scott Ambrozy. Art Direction/Animation: Joe the Artist. Original-Musik: Steve Horowitz, Michael Parrish. Produktion: Morgan Spurlock und The Con. USA 2004. 96 Min. Auszeichnungen: Beste Regie auf dem Sundance Film Festival 2004, MTV News and Docs Award. Filmstart: 15.07.2004. Verleih: Prokino (Fox). FSK: Freigegeben ohne Altersbeschränkung.

IKF-Empfehlung

Alter:	ab 14 Jahren
Klassen:	ab 8. Klasse
Fächer:	Biologie Haushaltslehre/HTW Wirtschaft/Politik, Sozialkunde Deutsch Religion, Ethik, Philosophie Kunst Erdkunde
Themen:	Ernährung Wirtschaft und Politik Werbung und Medien



Inhalt

Die erste traurige Tatsache ruft uns Morgan Spurlock gleich zu Beginn des Films entgegen: „Amerika ist die fetteste Nation auf Erden, herzlichen Glückwunsch!“ Aber wie konnte es so weit kommen? Und welche Folgen kann es haben, wenn 40 % der amerikanischen Bevölkerung übergewichtig ist? In seiner kurzweiligen Dokumentarsatire fragt der New Yorker Regisseur ebenso nach Hintergründen wie nach Verantwortlichen für diese desaströse Situation. Konzerne? Konsumenten? Politik? Doch Spurlock geht noch weiter. In einem Selbstversuch stellt er sich mutig den Verlockungen des Königs der Fast-Food-Branche und will herausfinden, ob dessen Kost wirklich dick und krank macht. 30 Tage lang ernährt er sich ausschließlich von McDonald's-Produkten. Und zwar 3 mal pro Tag. Sollte er Super-Sized-Riesenportionen angeboten bekommen, muss er auch diese restlos vertilgen. Bewegen darf er sich nicht mehr als der Amerikaner durchschnittlich pro Tag: 5000 Schritte. Ein gefährliches Unterfangen, wie sich herausstellt. Der Körper des ehemals durchtrainierten Mannes zeigt bald so extreme Krankheitszeichen, dass seine Ärzte ihn auffordern, das Experiment abzubrechen.

Spurlocks Regeln:

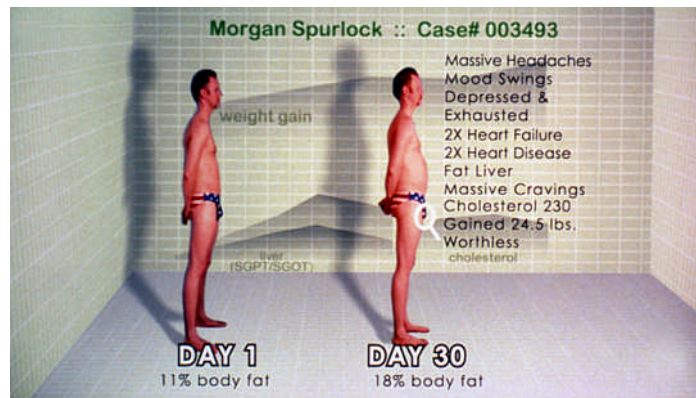
1. Keine Ausnahmen. Geessen wird nur, was es bei McDonald's gibt.
2. Jedes Gericht, das auf der Karte steht, muss mindestens einmal gegessen werden.
3. „Super Sizing“ der Menüs nur dann, wenn es von den Mitarbeitern am Counter angeboten wird, dann aber ein Muss („Super Size“ = preiswerte, extra große Variante).
4. Keine Entschuldigungen. Aufessen ist Pflicht.
5. Frühstück, Mittagessen, Abendessen – keine Mahlzeit darf ausgelassen werden.

Themen

Ernährung

Der Film kritisiert auf drastische Weise das Ernährungsverhalten der amerikanischen Fast-Food-Gesellschaft. Anhand des - wenn auch extremen - Selbstversuchs des Regisseurs und der Aussagen von interviewten Passanten über ihre Erfahrungen mit Fast Food können Motivationen und gesundheitliche Folgen einer solchen Ernährung diskutiert werden. Der Film bietet hierzu eine Fülle von Zahlen und Fakten an. Zu diskutieren ist, welches Bild von den USA und den Amerikanern vermittelt wird und ob eventuell bestehende Vorurteile bestätigt werden.

Infolge ungesunder Fast-Food-Ernährung und entsprechender Gewichtsprobleme greifen viele Betroffene zu Light- oder Diätprodukten. Wichtig ist es, alternative Ernährungsstrategien zu Fast Food mit dem Schüler/innen zu besprechen. Was macht gesunde Ernährung aus? Jedoch sollte das Augenmerk nicht hauptsächlich auf die Reduktion von Fett und Zucker als Allround-Lösung für das Abnehmen oder Gewicht halten gelegt werden (wie dies die Diät-Beraterin im Film tut). Das würde zur Verteufelung wichtiger Nährstoffbausteine und in das Diät-Dilemma führen. Sinnvoller ist es beispielsweise herauszufinden, welche Lebensmittel wie und warum gut schmecken. Die Jugendlichen können erkennen, dass sie so an die industriell veränderten Lebensmittel mit ihren künstlichen Aromen bzw. ihrem designten Geschmack gewöhnt sind, dass sie natürliche Lebensmittel gar nicht mehr wahrnehmen. Sich gesund zu ernähren heißt dagegen: „gute“, naturbelassene und regionale Lebensmittel zu wählen, ausgewogen zu essen, regelmäßige, möglichst frisch gekochte Mahlzeiten einzunehmen. Im Film steht hierfür Spurlocks Freundin Alexandra, die allerdings als Veganerin (= Verzicht auf tierische Nahrungsmittel wie Fleisch, Fisch, Milch, Eier und Honig) eine andere Extremform der Ernährung repräsentiert.



Viele Jugendliche haben keinen direkten Bezug mehr zu den Lebensmitteln. Sie wissen weder, woraus ein bestimmtes Gericht besteht noch wie es zubereitet wird. Ziel könnte es sein, Produktanalysen zu erstellen und die Angebotssituation zu prüfen. Der gemeinsame Markteinkauf, das gemeinsame Kochen und Essen ermöglichen neue Einsichten. Auch das Umfeld bzw. die Art und Weise, wie gegessen wird, hat etwas damit zu tun, wie der Körper Nährstoffe verarbeitet.

In diesem Zusammenhang können auch die Ernährungsgewohnheiten der Jugendlichen in und außerhalb der Familie besprochen und ein ernährungsbewusstes Verhalten gefördert werden. Als weiteres Thema bieten sich Essstörungen an. In Deutschland steigt die Zahl der Mädchen und Jungen, die zum Beispiel an Anorexie (Magersucht) oder Bulimie (Ess-Brech-Sucht) leiden, immer mehr an.

Fette Fakten:

US-Amerikaner essen ca. 40 % ihrer Mahlzeiten außer Haus.

Jeden Tag sitzt einer von vier Amerikanern in einem Taco-, Pizza- oder Burger-Restaurant.

Fettreiche Ernährung ist nach dem Rauchen in Amerika die zweithäufigste vermeidbare Todesursache.

Die Zahl der Übergewichtigen und Dicken in den USA hat sich seit 1980 verdoppelt. Fast 37 % der Amerikaner sind übergewichtig, bei den Erwachsenen sogar 2/3 der Bevölkerung.

Wirtschaft und Politik

McDonald's hat in den USA 43 % Marktanteil unter den Fast-Food-Konzernen. Mit weltweit 30.000 Filialen, in denen täglich 46 Millionen Menschen essen, ist es das größte Unternehmen dieser Branche. In Deutschland gibt es mehr als 1.200 Restaurants mit täglich mehr als 2 Millionen Gästen. Die Schüler können ihre Meinung nach den Gründen für den großen wirtschaftlichen Erfolg des Konzerns darlegen. Ebenso sind die Strategien zu besprechen, die McDonald's anwendet, um noch erfolgreicher zu werden. Der Film bietet hierzu eine Reihe von Beispielen: massive Bewerbung der Produkte in allen Medien mit einem Jahresetat von 1,4 Mrd. Dollar, großzügige Verteilung von Werbegeschenken, Angebot von großen Spielplätzen auf dem Gelände, sehr große Portionen für wenig Geld, Kinderbetreuung durch Clowns, Angebot von Geburtstagsparties für Kinder, sehr hohe Standortdichte, ungewöhnliche Öffnungszeiten, Drive Inn's usw. Außerdem muss die Bedeutung des Lobbyismus und explizit die starke Lobby hinterfragt werden, die die Lebensmittelindustrie (nicht nur) in der US-amerikanischen Regierung hat.

Zur Diskussion mit den Schülern bietet sich daher auch das Thema **Werbung** am Beispiel der Werbestrategien von McDonald's an (aktuell z. B. in der Kombination mit Figuren des Bully-Films „(T)Raumschiff Surprise“ in TV-Werbspots, Partnerschaften mit Prominenten wie Fußball-Nationalspieler Michael Ballack oder Pop-Star Justin Timberlake usw.). „Man muss ja nicht zu McDonald's gehen“, sagt ein Passant im Film. „Jeder muss das selbst entscheiden dürfen.“ Zu diskutieren wäre hier die Frage, ob und inwiefern diese Freiheit zur eigenen Entscheidung besteht bzw. wovon sie abhängt.

Zu besprechen sind auch die Auswirkungen, die die Fast-Food-Industrie auf andere Industriezweige hat. Durch ihren enormen Bedarf an billigen Lebensmitteln verändert sich zum Beispiel die Produktionsweise der Landwirtschaft, was wiederum Folgen für die Umwelt hat. Auch die Lebensmittelverarbeitung wird mehr und mehr industrialisiert. Das schlägt sich auf die Qualität der Nahrungsmittel nieder, aber auch auf die Arbeitsplatzsituation oder das Lohnniveau der Beschäftigten.

Schließlich muss auch nach den politischen Konsequenzen des Films selbst gefragt werden. Kann ein (dokumentarischer) Film gesellschaftliche Prozesse auslösen? Immerhin hat McDonald's nach der Filmpremiere verkündet, seine Super-Sized-Portionen abzuschaffen, einen Zusammenhang mit dem Film aber bestritten. Daneben berichtet der Regisseur („Die Tageszeitung“ vom 12. Juli 2004), dass auch deutsche Journalisten, die Spurlock interviewen wollten, von ihren Unternehmen zurück beordert wurden, weil diese Sponsorengelder von McDonald's bekommen.

Pressemitteilung von McDonald's Deutschland:

„Der Film ist offensichtlich ein Marketing- und PR-Instrument, um den Autor selbst und seinen vordergründigen Selbstversuch öffentlichkeitswirksam bekannt zu machen. Der Film ist ebenso einseitig, wie die Ernährung des Autors, lässt den extremen Bewegungsmangel unserer Gesellschaft außer Acht, zielt auf schnelle Aufmerksamkeit durch effekt-hascherische Bilder und wird von uns deswegen auch nicht weiter kommentiert.“ (22. Juni 2004)

Lehrplanbezüge

Beispielhaft möchten wir Sie hier auf mögliche Bezüge in den Lehrplänen für die Sekundarstufe I in Schleswig-Holstein hinweisen. Der Film ist selbstverständlich auch in vergleichbaren Lehrpläneinheiten anderer Schularten und Bundesländer einsetzbar.

Biologie	Kl. 9, Th 2: Richtige Ernährung – eine Voraussetzung für die Gesundheit
Haushaltslehre-	TB 2: Gesunde Lebensweise. Nahrung – Essen – Trinken – Wohlbefinden TB 3: Wirtschaftsabläufe im privaten Haushalt
Wirtschaft/Politik	TB 1/Th 2: Information, Bildung, Unterhaltung - Wie beeinflussen die Medien die Meinungsbildung in der Gesellschaft? TB 3/Th 1: Alle wollen nur mein Geld: Geld Verbraucherschutz und Konsum TB 3/Th 2: Wer bestimmt die Preise? Markt, Wettbewerb, Wirtschaftspolitik
Deutsch	Kl. 7/8, Th 9: Wie Menschen leben – vom Umgang mit Informationen Kl. 7/8, Th 13: Werbung und Wirklichkeit Kl. 9/10, Th 9: Stellungnahme erwünscht - Ereignisse, Sachverhalte, Bücher, Filme fordern uns heraus
ev. Religion.	Kl. 7/8, TB 1, Th 4: Ich orientiere mich an anderen (Werbung, Stars) Kl. 7/8, TB 4, Th 4: Wir leben zwischen Freiheit und Abhängigkeit (Macht der Werbung, Medien)
Kunst	Kl. 7/8, AB 5, Th 1: Manipulation durch Massenmedien - Strategien der Werbung
Erdkunde	Kl.8, Th: Eine Welt oder viele Welten? Kl. 9/10, Th: Der Mensch beeinflusst seinen Lebensraum Kl. 10, Th: Deutschland: Räume verändern sich (Landwirtschaft in West und Ost)
Weltkunde	Kl.9/10, Th 7: Mythos Gesundheit – Stigma Krankheit

Filmästhetik

Das ursprüngliche Spezifikum der **Gattung Dokumentarfilm** ist sein **Bezug zur Realität**. Das, was sich vor der Kamera im Augenblick der Aufnahme abspielt, wird dem Publikum als wirkliches Geschehen präsentiert. Zu Beginn der Filmgeschichte geschah das eins zu eins: Ein Zug fuhr in den Bahnhof ein, Leute stiegen aus und verließen das Gelände (Gebrüder Lumière, *L'Arrivée d'un train à la Gare de la Ciotat*, 1895). Die Zuschauer damals liefen aufgeregt aus dem Kino, denn sie glaubten, der filmische Zug würde sie tatsächlich überfahren. Mit fortschreitender Entwicklung des Dokumentarfilms bildeten sich viele verschiedene dokumentarische Erzählformen heraus, die alle unterschiedliche Beziehungen zur Wirklichkeit eingingen. In modernen Filmen geht es nicht mehr darum, glaubhaft zu machen, dass gefilmte Realität eins zu eins geschehen ist. Vielmehr soll eine Haltung deutlich gemacht, ein Zusammenhang facettenreich dargestellt oder ein Geschehen assoziativ aufgearbeitet werden. Dazu nutzen die Regisseur/innen das filmische Mittel der Dramatisierung. Mit Hilfe der Montage entwickeln sie sich ihre eigene Wirklichkeit, die sie dem Publikum als ihre Sichtweise der Dinge anbieten. Dokumentarfilm hat also immer etwas mit Gestaltung und damit auch etwas mit der (Ab)Sicht des Machers zu tun.

„Super Size Me“ lebt von der Absicht Morgan Spurlocks, die Folgen der amerikanischen Fast-Food-Industrie deutlich, ja physisch spürbar zu machen. Dafür wählt er die zur Zeit populäre Form der Dokumentarsatire, die sehr erfolgreich auch Oscarpreisträger Michael Moore („Bowling for Columbine“, „Fahrenheit 9/11“) vorgelegt hat. Spurlock bedient sich dabei der filmischen Mittel des **Agitprop-Films**. Mit dem Ziel der **Politisierung des gesellschaftlichen Bewusstseins** soll der Zuschauer **aufgeklärt** oder vom Standpunkt des Regisseurs überzeugt werden. Die Beweise, die Spurlock für seine Argumentation braucht (Schriftstücke, Grafiken, kurze Interviewpassagen) verflucht er mit Hilfe einer **pointierten Montage** zu überzeugenden Aussagen. Hohe Schnittfrequenz und das unablässige Aneinanderreihen von Argumentationsketten erwecken den Eindruck von **Geschwindigkeit**. Das wiederum passt zum Sujet Fast Food. Spurlock versucht die Kritik an seinem „Objekt“ mit dessen eigenen medialen Mitteln: Farbigkeit, Überraschungseffekte, Lautstärke, Geschwindigkeit, eingängige Musik, kurz: Infotainment, Kurzweil, Spaß. Das kommt gut an beim Publikum und verdeckt den Mangel an fundierter Beweisführung seiner Behauptungen. Leicht verständliche und witzige Grafiken in **Comic- und Werbeclip-Ästhetik** verdeutlichen dabei das, was der oft **ironische Off-Kommentar** in einer Fülle von Zahlen, Fakten und Zusammenhängen vermittelt. Da der Kommentar in diesem Fall die Stimme des Regisseurs ist, vermittelt er dem Publikum Spurlocks persönliche Haltung, die auf der Bildebene verstärkt wird durch das In-Szene-Setzen seiner eigenen Person im Fast-Food-Selbstversuch. Die Bilder der **digitalen Handkamera** stehen für die Authentizität seiner Entdeckungsreise, an der das Publikum unmittelbar teilnehmen kann. Mit steigender Unbehaglichkeit Spurlocks identifiziert sich der Zuschauer zunehmend mit dessen Geschichte und verwünscht selbst jeden krankmachenden Big Mac. Die zwischenmontierten Interviews der befragten Experten dagegen sind wohlkomponiert und statisch. Sie gehören in die Reihe der sicheren Beweismittel, die unsere Ansicht festigen, dass Spurlocks Feldzug gegen Fast Food seine Berechtigung hat.

Dokumentarfilme boomen. Das ist neu. In deutschen Kinos laufen aktuell gleich mehrere Dokumentarfilme erfolgreich. Pepe Danquarts „Höllentour“ über die Tour de France (bereits 100.000 Zuschauer) oder Andres Veiels Schauspielschüler-Studie „Die Spielwütigen“ (43.000 Zuschauer). Am 29.07.2004 wird Michael Moores neuer Film „Fahrenheit 9/11“ gestartet, der in den USA als erster Dokumentarfilm die Spitze der US-Charts erreichte und bereits 100 Mill. Dollar einspielte.

Materialien

Informationen zur Ernährung

- Bundesministerium für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft (BMVEL): hier bes. „Initiative für eine neue Ernährungsbewegung in Deutschland“, Plattform „Ernährung und Bewegung e.V.“, Aktion „Kinder und Ernährung“, Unterrichtsmaterial „5 am Tag macht Schule“ (www.verbraucherministerium.de)
- aid (Auswertungs- und Informationsdienst für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten) e.V. (www.aid.de)
- Portal zu Lebensmitteln (www.was-wir-essen.de)
- Deutsche Gesellschaft für Ernährung e.V. (www.dge.de)
- WHO - World Health Organization (www.who.int)
- Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (www.bzga.de)
- Verbundausstellung „Geschmackssachen“ des Rheinischen Industriemuseums (RIM) des Landschaftsverbandes Rheinland (LVR) an sechs Museumsschauplätzen in NRW mit museumspädagogischen Programmen rund um Ernährung (www.geschmackssachen.org)

Literaturhinweise

Schlosser, Eric: Fast Food Gesellschaft. Riemann 2003.

Pater, Siegfried: Zum Beispiel Mc Donald's. Lamuv 2003.

Karmasin, Helene: Die geheime Botschaft unserer Speisen. Lübbe 2001

Karmasin, Helene: Produkte als Botschaften Ueberreuter 2004.

Der Regisseur

Morgan Spurlock wurde 1970 in West Virginia geboren. Nach Abschluss der New Yorker Tisch School of the Arts war er 12 Jahre lang in der Film- und Fernsehbranche tätig. Er realisierte Werbespots, Musikvideos, Fernsehsendungen und die Web-Show „I Bet You Will“. Seinen ersten Dokumentarfilm „Super Size Me“ produzierte Spurlock in seiner eigenen Produktionsfirma „The Con“.