

Vegan werden: Nutzung digitaler Medien im Übergang zu einer nachhaltigen Ernährung

Motivation

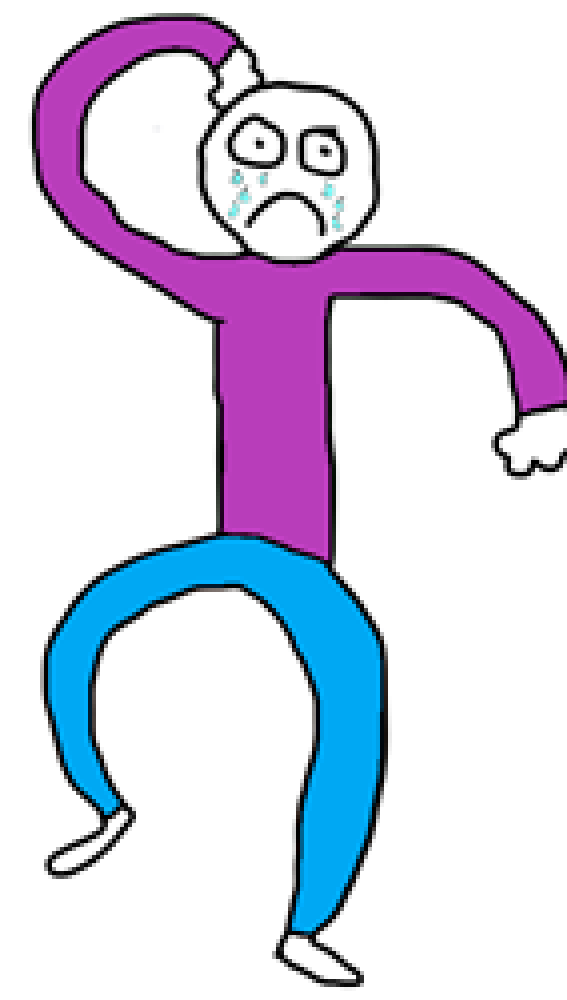
Bisherige Ansätze zur Lösung Lebensmittel-spezifischer Probleme basieren meist auf Persuasive Design oder Gamification. Diese werden jedoch kritisiert, nur kurzfristige Verhaltensänderungen anzuregen und den sozio-materiellen Kontext der Menschen nicht zu berücksichtigen. Aus diesem Grund ist die Erforschung von Lebensmittelpraktiken in den Vordergrund gerückt. Hierbei sind insbesondere die Lebensmittelpraktiken von VeganerInnen interessant. Dabei ist diese Perspektive für die HCI-Community von Interesse, da pflanzliche Ernährungsstile Teillösungen für Umwelt- und Gesundheitsproblematiken bieten.

Forschungsfrage:

„Welche Rolle nehmen (digitale) Medien im Übergang zu veganen Lebensmittelpraktiken ein?“

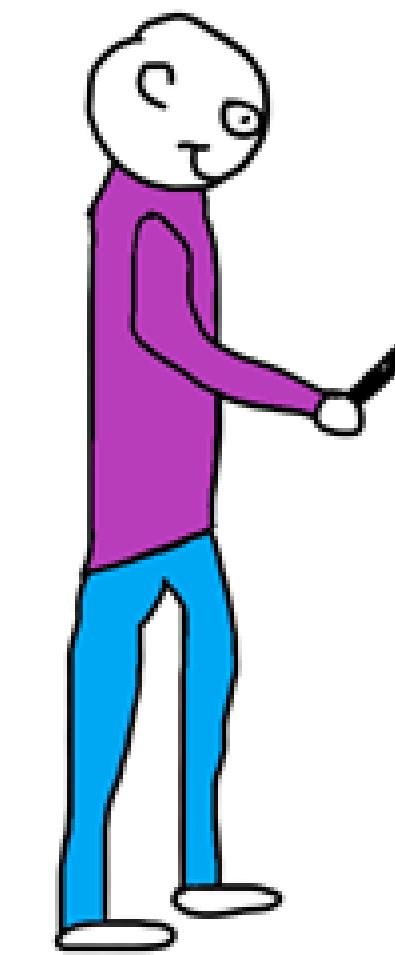
WHAT PEOPLE ASSUME WILL HAPPEN IF YOU BECOME VEGAN

WHAT AM I GOING TO EAT?



WHAT ACTUALLY HAPPENS

NICE, 38 VEGAN RESTAURANTS NEARBY!



Methode

Zur Beantwortung der Forschungsfrage wurden 9 semi-strukturierte Interviews geführt. Diese wurden transkribiert und aus praxistheoretischer Perspektive analysiert. Der Fokus lag auf der Mediennutzung.

1

Medien zur Entdeckung und Irritation

Bereits die erste Berührung mit der Thematik "vegane Ernährung" ist medial geprägt. Eine Mehrheit der TeilnehmerInnen berichtet, wie diverse YouTube-Kanäle, Blogs und Dokumentationen eine Irritation in Bezug auf die eigene Bedeutung von Ernährung ausgelöst haben. Auch wenn die dargelegten Informationen zunächst unglaublich erschienen, so haben diese jedoch eine weitergehende Beschäftigung angeregt.

Verschiedene Online-Quellen werden weitergehend genutzt, um die eigenen Ängste hinsichtlich Nährstoffabdeckung abzubauen und erste vegan-spezifische Kompetenzen zu erwerben.

2

Medien als Zugang zu Informationen

Bedingt durch den Wandel der Lebensmittelpraktik sind viele vormals besuchte Restaurants und Cafés nicht mehr geeignet. Verschiedene Apps wie HappyCow oder VanillaBean, aber auch die Internetsuche im Allgemeinen, unterstützen eine Neuerkundung des eigenen Wohnorts hinsichtlich veganer bzw. vegan-freundlicher Optionen. Ähnlich werden Lebensmittel und deren Tauglichkeit für die eigene Ernährung z.B. durch Barcode-Scanner geprüft. Die Nutzung solcher Medien marginalisiert jedoch mit zunehmendem vegan-spezifischen Wissen und ist nur noch in besonderen Situationen notwendig, so z.B. bei dem Besuch einer anderen Stadt oder bisher unbekanntem Lebensmitteln.

3

Medien zur Community & Netzwerkbildung

Soziale Medien bieten den neuen VeganerInnen die Möglichkeit Kontakt zu gleichgesinnten Menschen aufzunehmen, um dort die eigene Praktik zu diskutieren und Informationen zu erhalten. Hierbei werden solche Communities als Ort des Verständnisses und der Toleranz beschrieben, wo vorurteilsfrei über die eigene Praktik gesprochen werden kann. Weitergehend ist zu beobachten, dass sich innerhalb dieser Online-Communities auch Menschen für gemeinsame Freizeitaktivitäten finden, welche über den Austausch von Kompetenzen und Bedeutungen hinausgehen.

Fazit

Es konnten drei Rollen von (digitalen) Medien identifiziert werden. Es zeigt sich eine Marginalisierung der Nutzung im Zuge der Stabilisierung der veganen Praktik. Insbesondere Informationen sind dann als Wissen verfügbar, sodass die Medien nur noch in besonderen Situationen benötigt werden.