

# VERSTAND SCHLÄGT MAGEN

Der Kopf entscheidet, ob wir uns satt fühlen, nicht der Magen. Dies zeigt eine Reihe verblüffender empirischer Befunde, die der kanadische Wissenschaftler Yann Cornil zusammengetragen hat

VON FRANK LUERWEG



**E**s hat einen grasgrünen Rand und prangt heute auf fast 80 000 Lebensmitteln: das deutsche Biosiegel, ins Leben gerufen kurz nach der Jahrtausendwende von der damaligen Landwirtschaftsministerin Renate Künast. Doch das sechseckige Logo könnte eine unerwünschte Nebenwirkung entfalten: Möglicherweise lässt es uns langsamer satt werden – so dass wir mehr essen. Diesen Schluss legen zumindest die Befunde nahe, die der kanadische Marketingexperte Yann Cornil in einer aktuellen Publikation zusammengetragen hat. Er zeigt darin, dass das Sättigungsgefühl zum großen Teil Kopfsache ist und welche kognitiven Prozesse dabei eine Rolle spielen. Diese tragen maßgeblich dazu bei, dass wir oft mehr Energie aufnehmen, als wir benötigen.

Doch was hat das mit dem Biosiegel zu tun? Ökologisch angebaute Produkte haben ein gesundes Image. Gleichzeitig tendieren Menschen dazu, gesunde Nahrungsmittel für weniger füllend zu halten – oft ohne, dass es ihnen bewusst wird. Das konnten unlängst etwa Forscher der Universität Texas zeigen. Yann Cornil zufolge spielen derartige Erwartungen eine wichtige Rolle für die Frage, wie viel wir essen. „Wenn wir glauben, dass ein Gericht nicht sättigend ist, macht es uns möglicherweise wirklich weniger satt“, sagt er. Die Wissenschaftler aus Texas konnten diesen „Placeboeffekt“ tatsächlich nachweisen: Ihre Probanden fühlten sich nach Einnahme einer Mahlzeit hungriger, wenn diese zuvor als „gesund“ deklariert worden war.

ILLUSTRATION: JONI MAJER

Wenn Produkte als „low fat“ oder „kalorienarm“ ausgezeichnet werden, empfinden wir ihren Genuss als weniger füllend – was sich die Lebensmittelhersteller zunutze machen. Denn bei solchen Produkten genehmigen wir uns bereitwilliger einen Nachschlag. Dass Lebensmittelkonzerne ihre Schokoriegel gerne als „kleinen Snack“ bewerben, dürfte ebenfalls kein Zufall sein. Marketingforscher aus der Türkei und den USA konnten vor einiger Zeit zeigen, dass derartige Angaben einen signifikanten Einfluss darauf haben, wie viel wir essen. Sie drückten jedem ihrer Probanden eine Nusspackung in die Hand. Bei einer Teilgruppe trug die Packung das Label „klein“. Die Versuchspersonen verzehrten daraufhin deutlich mehr Nüsse.

### Mit jedem Bissen schmeckt die Torte schlechter

Dass wir von einer kleinen Portion eher erwarten, dass sie uns nicht sättigen wird, ist plausibel. Doch warum gilt dasselbe für gesunde Lebensmittel oder für zucker- und fettarme Gerichte? „Es gibt bislang kaum Studien, die diese Frage beantworten, sondern nur Hypothesen“, sagt Cornil. Eine mögliche Erklärung: Fette und süße Nahrungsmittel schmecken so gut, dass wir häufig zu viel davon konsumieren. So setzt sich mit der Zeit der Eindruck in uns fest, sie seien besonders sättigend – eine Annahme, die ernährungsphysiologisch übrigens widerlegt ist.

Vom Kopf gesteuert ist auch die sogenannte wahrnehmungsspezifische Sättigung. Sie tritt ein, wenn unsere Geruchs- und Geschmacksrezeptoren wiederholt mit ähnlichen Reizen konfrontiert werden. Sprich: Die Schokoladentorte schmeckt mit jedem Bissen etwas schlechter. Auch diese Erfahrungen sorgen für einen messbaren Erwartungseffekt: Wenn wir eine Mahlzeit für abwechslungsreicher halten, dann essen wir mehr davon – auch wenn sie es in Wirklichkeit gar nicht ist. In einem Experiment nahmen Versuchspersonen zum Beispiel größere Mengen Pasta zu sich, wenn die Nudeln eine unterschiedliche Form hatten.

Das Gefühl, genug gegessen zu haben, entsteht jedoch nicht ausschließlich im Kopf: Unser Magen meldet durchaus, wenn er voll wird; das Hormon Leptin dämpft den Hunger. Doch dieses Signal ignorieren wir oft. Das hängt auch damit zusammen, wie wir essen: vor dem Fernseher, am Computer, beim Musikhören, beim Zeitunglesen. Dadurch verlieren wir bisweilen den Überblick darüber, wann wir das letzte Mal wie viel gegessen haben. Wer beim Fernsehen isst, nimmt nämlich nicht nur währenddessen mehr Kalorien zu sich (weil er nicht auf die Sättigungssignale des Körpers achtet), sondern auch bei der nächsten regulären Mahlzeit. Eine Reihe von Studien zeigt inzwischen, wie wichtig dieses „Essensgedächtnis“ für eine ausgewogene Energieaufnahme ist.

Ein besonders skurriles Beispiel: Zwei US-Wissenschaftler baten Versuchsteilnehmer, ihr Lieblingsgericht zu nennen und sich daran zu erinnern, wann sie es das letzte Mal gegessen hatten. Einige der Probanden sollten dabei ihre Augenbrauen zusammenziehen. Daraufhin verspürten sie größeren Appetit auf ihre Leibspeise als eine Kontrollgruppe. Die Denkerpose suggerierte ihnen, dass die letzte Mahlzeit schon sehr lange her sein musste – so lange, dass sie sich nur bei voller Konzentration daran erinnern konnten. Daher das gesteigerte Verlangen, sie wieder zu essen.

Der Schluss, den Yann Cornil aus derartigen Befunden zieht, ist einfach: „Wir sollten lernen, den Genüssen des Essens wieder mehr Aufmerksamkeit zu schenken“, sagt er. „Das ist eine Fähigkeit, die bereits in den Grundschulen vermittelt werden sollte!“ Es ist wichtig, bei jedem Bissen unsere Aufmerksamkeit darauf zu richten, was wir dabei empfinden. Wir achten so automatisch stärker auf Sättigungssignale und prägen uns zudem deutlicher ein, wann und was wir beim letzten Mal gegessen haben.

Yann Cornil: Mind over stomach: A review of the cognitive drivers of food satiation. *Journal of the Association for Consumer Research*, 10/2017. DOI: 10.1086/693111

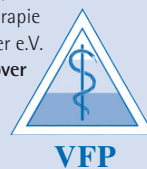


Michael Leberle  
Heilpraktiker für Psychotherapie,  
Coach, Praxis in Prien am Chiemsee  
mail@praxis-leberle.de

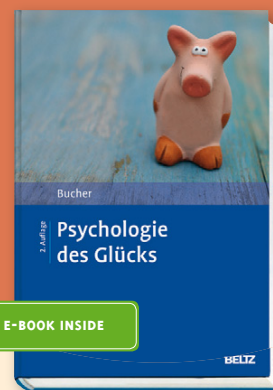
## Ich bin Mitglied im VFP weil

... ich mich kompetent und  
persönlich begleitet weiß und  
ich es sehr wichtig finde, dass  
uns ein kraftvoller Verband  
vertritt und unterstützt.

Informationen über den VFP erhalten Sie hier:  
Verband Freier Psychotherapeuten,  
Heilpraktiker für Psychotherapie  
und Psychologischer Berater e.V.  
Lister Str. 7, 30163 Hannover  
Telefon 05 11 / 3 88 64 24  
www.vfp.de | info@vfp.de



## Glück verstehen



E-BOOK INSIDE

»Mit Buchers fundierter Darstellung von Glück macht das Buch deutlich, wie wichtig das Thema für alle ist, die sich in Beratung, Therapie oder Seelsorge mit Menschen, ihren Lebenszielen und ihren Schicksalen auseinandersetzen.« *Ärzte Woche*

302 Seiten, € 36,95 | ISBN 978-3-621-28394-6  
Auch einzeln als E-Book erhältlich

**BELTZ**