

Woher kommen Foodtrends?

Lebensstil. Hinter Booms wie Kimchi oder Nordic Cuisine stecken oft Marketing-Strategen. Das hat nicht nur Einfluss auf das Essverhalten, sondern auch auf die Psyche.



VON **INGRID TEUFL** (TEXT)
 UND **CHRISTA BREINEDER** (GRAFIK)

Schwimmen Sie schon auf der Kimchi-Welle mit? Falls nicht, sind Sie nicht ganz auf der Höhe der Zeit. Der traditionelle, milchsauer vergorene Chinakohl aus Korea ist längst in Europa angekommen und wer etwas auf sich hält, hat sich selbst an die Kimchi-Produktion gemacht. Hinter der übrigens nichts anderes als die jüngst wiederentdeckte Kunst des Fermentierens steckt.

Wie schaffte es die unspektakuläre Alltagsbeilage aus dem fernen Korea auf die Teller trendbewusster Mitteleuropäer und löste damit einen neuen Trend aus? So etwas passiert nicht zufällig. „Ernährungstrends sind immer eine Antwort auf Sehnsüchte und Wünsche“, sagt Foodtrend-Expertin Hanni Rützler. Kimchi erfüllt also den Wunsch nach einem neuen Geschmack, gepaart mit der Seh-

sucht nach exotischen Ländern. Gerade Asien erfüllt diese Bedürfnisse zwar schon länger, Korea ist aber noch unbeackert. „Die Geschmackswelten dieser Küche sind ein Schatz, der noch gehoben werden musste.“

Südkoreas Regierung ist wohl nicht ganz unschuldig. Vor zehn Jahren begann sie, viel Geld in die Image-Verbesserung des Landes zu investieren – über die Kulinarik. Unter dem Namen „Global Hansik“ – Hansik ist der Überbegriff der koreanischen Küche – wurden Kochschulen gegründet, in denen traditionelle Gerichte promotet wurden. Wer ein koreanisches Restaurant im Ausland eröffnen wollte, bekam finanzielle Unterstützung vom Staat und auch Werbe-Spots sollten die Vermarktung begleiten. Sogar ein „Forschungszentrum zur Globalisierung von Kimchi“ wurde gegründet.

Hanni Rützler glaubt nicht, dass ein paar Millionen reichen,

Ob kurzlebiges Phänomen oder lang anhaltender Trend: Übers Essen kann man sich gut differenzieren – und in einer vernetzten Welt schnell Trends schnell umsetzbar

um einen Trend aufzubauen. „Reines Marketing reicht dafür nicht. Da muss schon ein sehr breiter Prozess aufgesetzt werden. Dasspielt sich in einem Zeitraum von fünf bis 15 Jahren ab.“ Das gelang etwa mit dem nun bereits lang andauernden Trend zur skandinavischen Küche. „Daraus ist ein Kulturphänomen geworden.“

Skandinavisches Manifest
 Den Anstoß dafür gab 2005 der Nordische Ministerrat, der grenzübergreifend die Zusammenarbeit der skandinavischen Länder fördert. Mit einem „Nordic Food Manifest“ sollten traditionelle Lebensmittel und Gerichte vermarktet werden. Zwölf Top-Köche unterzeichneten es. Die Folge war der Siegeszug der „Nordic Cuisine“: Das „Noma“ unter René Redzepi in Kopenhagen wurde ab 2010 vier Mal zum besten Restaurant der Welt gekürt, Magnus Nilssons „Fäviken“ in der nordschwedi-

schen Einsicht reihte sich in die Liste der „Top 50“ ein.

Was ein Trend ist, ist freilich eine Definitionsfrage. „Heute redet jeder über Trends – Marketing-Abteilungen von Lebensmittelproduzenten, Werbe-Experten und besonders die Medien“, sagt Rützler. Vieles, das aufpoppt, fällt für sie eher unter die Rubrik kurzlebiges Phänomen. „Da herrscht ein schnelles Kommen und Gehen. Man muss den richtigen Zeitpunkt erwischen und authentisch sein, um mitzuschwimmen.“

Das beinhaltet auch Alltags-tauglichkeit, was besonders bei den ebenso weit verbreiteten Ernährungsumstellungen zu beobachten ist. „Wir haben alle klassischen Diäten durch, egal, ob man Zucker, Fett oder Kohlenhydrate weglässt. Für mich zeichnet sich eine Normalisierung ab. Das fängt sehr deutlich den Zeitgeist ein.“ Es ist keine Überraschung, dass sich seit einigen Jahren Intervallfasten

ganz oben in den Trendlisten hält. „Normal essen und dazwischen an einigen Tagen bewusst zurückschalten: Man sieht diese Methode in den verschiedensten Varianten.“

Was kulinarisch trendverdächtig ist, muss auch individuell sein. „In einer vernetzten Welt tauschen sich die Konsumenten extrem intensiv aus. Außerdem kann man sich übers Essen gut differenzieren“, erklärt Rützler. Da hätte das zeitgemäße Frühstück gute Chancen als „heißes Ding“. „Noch nie konnte man so individuell und vielfältig in den Tag starten.“ Im Zentrum steht jedenfalls Unkompliziertheit und Gemütlichkeit. Ob dieses „Neue Frühstück“ in einer Liga mit „Nordic Cuisine“ oder Gemüse spielen wird? Der Faktor Zeit lasse sich nicht umgehen, betont Rützler. „Ob es wirklich ein eigenständiger, neuer Trend ist oder lediglich ein Trendphänomen, werden wir erst in den kommenden Jahren sehen.“



CLEAN EATING

„Saubere essen“: Vor allem unbehandelte Lebensmittel werden verwendet und frisch verkocht.

PALEO

Essen wie urzeitliche Jäger und Sammler: Tierisches Eiweiß (Fleisch, Eier, Fische), Gemüse, Obst, Nüsse, Gewürze und Kräuter. Keine Getreideprodukte.

VEGAN

Es wird auf sämtliche Lebensmittel aus tierischem Ursprung verzichtet. Menschen, die sich vegan ernähren, essen kein Fleisch, keine Eier und keine Milchprodukte. Auch Honig steht nicht auf dem Speiseplan.

INTERVAUFASTEN

Auch intermittierendes Fasten genannt. Normale Nahrungsaufnahme und Phasen ohne folgen aufeinander. Die Fastenphasen folgen Rhythmen: z. B. 5 Tage essen, 2 Tage fasten (5:2) oder 8 Stunden essen, 16 Stunden fasten (16:8).

DINNER CANCELING

Das Abendessen wird weggelassen – keine Nahrungsaufnahme nach 17 Uhr.

DETOX

Nur flüssige Nahrung wird aufgenommen, z. B. Säfte, Suppen, Tee. Der Körper soll dabei unterstützt werden, mutmaßliche Gifte und schädliche Stoffwechselprodukte verstärkt auszuscheiden. Nur einige Tage empfohlen.

Unser Essverhalten liegt in der Psyche

Selbstreflexion. Wenn einem ein Teil des Lebens nicht „schmeckt“ und man dies verdrängt

Ein Stückler Schokolade als „Seelenrösterli“, wenn man frustriert oder traurig ist – das kennt fast jeder. Problematisch wird es dann, wenn Süßigkeiten oder Essen generell als eine Art von Ersatzbefriedigung eingesetzt wird. „Ungesunde Essgewohnheiten schleichen sich nicht ein, weil Menschen Spaß an ihnen haben. Sie agieren oft aus Überforderung und seelischer Not heraus“, sagt Romana Wiesinger. Die Psychotherapeutin betreibt in Perchtoldsdorf eine Praxis mit Schwerpunkt Essverhalten. Sie plädiert dafür, der psychischen Komponente mehr Raum zu geben. In ihrem aktuellen Buch „Kochbuch für die Seele“ beschreibt sie fünf unterschiedliche Gruppen, deren Essverhalten verschiedene Wurzeln hat.

Was sie in ihrer langjährigen Arbeit bemerkt hat: Die Gruppe der „Zufriedenen“ mit gesundem Essverhalten und im Einklang mit sich selbst wird immer kleiner. Mehr werden dafür jene, denen „ein Teil ihres Lebens nicht schmeckt“ (die „Kontrollierten“) oder jene, die „in großen Teilen ihres Lebens nicht satt“ werden (die „ewig Unzufriedenen“).

Wie lässt sich das Dilemma aus unbefriedigten Bedürfnissen und unkontrolliertem Essverhalten also lösen? Für Wiesinger ist wichtig, zuerst einmal die Wurzeln für das falsche Er-



Das Essverhalten hängt oft mit Gefühlen zusammen. Wer diese Verbindung anerkennt, hat gute Chancen, unbewusste Faktoren aufzuspüren

nährungsverhalten zu ergründen. „Jedes Gefühl kann man gut hinunterschlucken, wenn man nicht gelernt hat, anders damit umzugehen. Ein Hinterfragen der eigenen Gefühlswelt könnte mitunter aufschlussreich sein.“

Das muss gar nicht so kompliziert sein, wie es klingt: „Prinzipiell hilft meist auch schon die Tatsache, Gefühle anzuerkennen, sie wahrzunehmen und zuzulassen“, betont die Expertin. Etwa könnte der „Hungrige“ feststellen, dass ihm Telefonate mit einem bestimmten Menschen nicht gut tun – und er immer danach isst. Als Reaktion auf diese Erkenntnis ließe sich vielleicht an der Kommunika-

tion oder auch nur am Zeitpunkt der Telefonate etwas verändern.

Ein weiterer Faktor sind Geschlechter-Klischees – Soziologen nennen das „Genderdoing“. Vereinfacht gesagt: Männer essen Fleisch, Frauen Salat. „Unser Essverhalten ist sozial konstruiert“, betont die Ernährungswissenschaftlerin Christine Brombach von der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften im *Spektrum der Wissenschaften*. Buben lernen bereits von klein auf, dass Fleisch groß und stark mache. Die Folgen der Kulturgeschichte wiegen also schwerer, als evolutionäre Prägungen, in denen Fleischgenuss mit Jagen und Männlichkeit verbunden ist.

Wie unser Gehirn auf Reize im Supermarkt reagiert

Effekte. Was in Supermarktregalen in Augenhöhe ins Regal geschlichtet ist, wird eher gekauft. Und wo „bio“ draufsteht, muss es sich zwangsläufig um etwas Gesundes handeln. „Die menschliche Wahrnehmung ist subjektiv und selektiv“, sagt die Schweizer Ernährungspsychologin Ronia Schifftan in *ernährung heute*. Dazu kommen Erfahrungen, Wissen oder Erwartungen. Es überrascht also wenig, dass uns dabei bestimmte Effekte und Akteure beeinflussen. Das Gehirn ist enorm gefordert, ob beim Einkaufen oder bei der Beschäftigung mit Ernährung.

– **Top Down** Dahinter verbirgt sich ein grundlegender Mechanismus, der die Wahrnehmung lenkt. Er beschreibt eine willkürliche Aufmerksamkeit aufgrund einer bestimmten Erwartung. Wir sehen also, was wir sehen wollen.

– **Bottom Up** Dieser zweite Mechanismus ist das Gegenteil vom „Top-Down-Prozess“: Aufmerksamkeit wird unwillkürlich erregt, etwa durch Signale, Labels oder Aufdrucke. Im Supermarkt beschäftigen uns diese beiden Mechanismen in einem ständigen Wechsel.

– **Priming** Darunter versteht man in der Psychologie die unbewusste Beeinflussung in eine bestimmte Richtung. Im Lebensmittelbereich gibt es unzählige Beispiele, sagt Schifftan: mit saftig-grünen Wiesen mit Kühen

assoziiert man häufig eine gesunde Natur, eine glückliche Familie mit Geborgenheit.

– **Halo-Effekt** Gemeint ist: ein einzelner Faktor überstrahlt den Rest, z. B. das Prädikat „bio“ steht für gesunde Ernährung. „Die Bezeichnung überstrahlt das gesamte Produkt.“

– **Schlaffer-Effekt** Damit wird beschrieben, wie sich Falschinformationen im Gehirn festsetzen. In der Werbung heißt das etwa, dass der Inhalt einer Botschaft länger erinnert wird als die Botschaftsquelle.

– **Teller** Psychologische Studien zeigten, dass nicht nur die Größe des Tellers Einfluss auf die verspeiste Menge hat, sondern auch die Farbe. Von roten Tellern außen die Teilnehmer deutlich weniger als von blauen oder weißen. Das könnte beim Abnehmen eine Rolle spielen, vermuten die Forscher. Eine andere Forschergruppe fand hingegen heraus, dass heiße Schokolade am besten aus orangefarbenen Bechern schmeckt.

– **Verzerrung** Wer sich ob all dieser Verzerrungen überfordert fühlt und glaubt, jetzt erst recht nichts richtig machen zu können: Nehmen Sie es mit Humor, empfiehlt Ernährungspsychologin Schifftan. „Wenn man sich bewusst ist, dass die Wahrnehmungsverzerrung eine lustige Spielerei unseres Gehirns ist, nimmt das viel Druck aus der Situation.“

ROHKOST

Bei der Ernährung mit „Raw Food“ werden Lebensmittel nicht über 48 Grad Celsius erwärmt, damit auch die nicht hitzebeständigen Nährstoffe erhalten bleiben.



BASISCHE ERNÄHRUNG

Ein ausgeglichener Säure-Basen-Haushalt soll unterstützt werden. Die stärksten Basenbildner: die meisten Obst- und Gemüsesorten, Erdäpfel, Trockenfrüchte.



FRU(K)TARISMUS

Streng vegane Ernährungsform auf Basis von Früchten. Die Stamppflanzen dürfen nicht geschädigt werden, daher kommt z. B. Gemüse nicht vor, da beim Ernten Wurzeln, Stiele usw. Schaden nehmen. Gefahr der Mangelernährung.



FLEXITARISMUS

Vorrangig vegetarische Ernährung mit wenig Fleisch, das genau ausgewählt wird, wird konsumiert.



Grafik: Christa Breineder | iStockphoto

BUCHTIPPS

Gefühlswelt. Psychotherapeutin Romana Wiesinger geht Motiven des Essverhaltens auf den Grund und unterstützt auf dem Weg zu einem positiven Lebens- und Körpergefühl. Romana Wiesinger, Kochbuch für die Seele. Wie die Psyche unser Essverhalten beeinflusst, Verlag **Orac**, 19,90 Euro



Essen & Pflegen. Viele Lebensmittel und Gewürze lassen sich auch für die Gesundheit nutzen. Ernährungswissenschaftlerin Eva Fauma vereint trendige Koch- und Pflegetechniken in einem Buch. Eva Fauma, Food & Care. Schön gesund innen und außen, Verlag **Maudrich**, 23,60 Euro



Wohlfühlgewicht. Die Wienerin Olivia Wollinger litt jahrelang unter Essattacken. Sie beschreibt, wie sie den Weg aus dem Kreislauf schaffte und gibt Betroffenen Tipps. Olivia Wollinger, Essanfälle adé. Vom emotionalen Essen zum persönlichen Wohlfühlgewicht, Verlag **Lillstein**, 15,50 Euro



Lebensverlängernd. Die Bewohner des Dorfes Pioppi südlich von Neapel leben länger als anderswo. Der Kardiologe Aseem Malhotra zeigt anhand neuester Forschungen, warum. Mit Ernährung- und Bewegungsplan. Aseem Malhotra, Donal O'Neill, Die Pioppi-Diät, Verlag **Riva**, 11,99 Euro



Intervalle. Intermittierendes Fasten ist derzeit höchst beliebt: An fünf Tagen isst man normal, an zwei Tagen nimmt man nur 500 Kalorien zu sich. Das Buch liefert dafür Anleitungen und Rezepte. Eat Smarter! Intermittierendes Fasten, Verlag **Riva**, 10,30 Euro (erscheint am 12. März 2018)

