



Fakten, Trends und Meinungen

Gesunde Ernährung interdisziplinär aufbereitet

Assoziationen zum Snack

Verfall der Mahlzeit?

Ungesunde Dickmacher?

Verlockende Trendprodukte?

Logische Folge des modernen Alltags?

Snacks dürfen alltäglich werden!



© nn-fotografie/fotolia.com

Snacks – besser als ihr Ruf?

Snacks sind zunehmend Thema von Forschungsarbeiten und der medialen Berichterstattung. Dabei werden v. a. Vorwürfe laut: Sie sind zu fett, zu süß oder insgesamt ungesunde „Dickmacher“; sie sind Trendprodukte der Industrie und verführen die Verbraucher; sie lösen feste Mahlzeiten ab und führen zu disziplinelosem Essen. Snacks gelten als gesundheitlich, physiologisch und soziokulturell problematisch. Doch ist der Snack tatsächlich so schlimm wie er scheint? Worauf basieren die Vorwürfe und wie haltbar sind sie?

Assoziationen zum Snack

Snacken ist kein Phänomen der Neuzeit. Die schnelle Zwischendurchverpflegung lässt sich bis in die Steinzeit zurückverfolgen. Schon damals wurde Nahrung v. a. direkt an ihrem Fundort verspeist – evolutionsbiologisch ist das Essen „von der Hand in den Mund“ also durchaus ein natürliches Verhalten und schon lange Bestandteil der menschlichen Esskultur [1].

Doch das ist auch schon die einzige Konstante, denn der Snack oder der Snacker existiert nicht. Das Spektrum dessen, was als Snack bezeichnet wird, wann, wo, wie, warum, von und mit wem gesnackt wird, ist ebenso facettenreich wie viele andere Bereiche des Essens. Umso verwunderlicher ist es, dass sich Diskussionen über Snacks immer wieder auf ihren Gehalt an Fett, Salz und Zucker beschränken. Der Begriff „Snack“ wird heute wie

selbstverständlich genutzt, eine klare Definition bereitet jedoch Schwierigkeiten. Es gibt eine Vielzahl unterschiedlicher Vorstellungen darüber, was ein Snack ist – und damit nicht genug, auch noch unzählige subjektive Assoziationen, die damit verbunden werden (vgl. Abb. 1).

Der englische Begriff bedeutet zunächst nur „(An-)Teil“. In der kulinarischen Wortbedeutung steht „Snacken“ für „sich einen Happen zu



Abb. 1: Begriffsassoziationen zum Snack (eigene Darstellung)



essen schnappen“. Im deutschsprachigen Raum wird unter „Snack“ i. d. R. eine Zwischenmahlzeit verstanden. D. h. eine Kleinigkeit zu essen, v. a. zwischen den Hauptmahlzeiten, die dazu dient, den Hunger oder Appetit vorübergehend zu stillen [2]. In den letzten Jahren erweiterten sich die Definitionen und Assoziationen zum Snack so stark, dass das Spektrum mittlerweile vom Snack als Zwischenmahlzeit bis zur modernen Version der Jugendsprache „Snack ist gleich Essen“ reicht.

Ideal wäre eine einheitliche Definition. Das gestaltet sich jedoch schwierig, denn in der Fachliteratur werden Snacks durch unterschiedliche Charakteristika beschrieben: Diese beziehen sich u. a. auf Nährstoffprofil, Energiemenge, Verzehrzeitpunkt, Lebensmittelgruppe oder Verzehrshäufigkeit. Zudem widersprechen oder ergänzen sich die Definitionen je nach Bezug. So stimmen ernährungsphysiologische Vorstellungen nicht immer mit den kulturellen oder umgangssprachlichen überein [3]. In der Literatur lassen sich drei grundlegende Snack-Kategorien identifizieren, die sich v. a. in der Essmotivation unterscheiden: Es kann ohne Hungergefühl gesnackt werden, z. B. aus

Langeweile oder Appetit (Snack als Naschwerk), oder aufgrund eines physiologisch wahrnehmbaren Hungergefühls (Snack als Zwischenmahlzeit) oder der Snack kann eine komplette Hauptmahlzeit ersetzen (vgl. Tabelle, [3,4]).

Allen Kategorien gemeinsam ist der informelle Charakter: individuell, flexibel, wenig strukturiert, standardisiert oder habitualisiert, geprägt von Schnelligkeit, hoher Verfügbarkeit und Zufälligkeit. Feste Vorgaben fehlen. Gesnackt wird aus Tüten, aus der Hand, aus Pappgeschirr oder eben auch von Porzellantellern; im Stehen, Gehen oder auch im Sitzen. Snacks können spontan, überall und in jedweder Form gegessen werden, ohne feste Verpflichtungen, Zwänge oder Zeiten. Sie sind i. d. R. schnell zu erwerben, schnell zu verzehren und Reste sind schnell zu entsorgen. Sie stellen ein unstrukturiertes Essereignis ohne jede Regel über Zusammensetzung und Häufigkeit dar [3]. In der Diskussion über Snacks reicht es daher nicht, sich auf (ernährungsphysiologische) Vorwürfe wie „zu fettig und zu süß“ zu beschränken. Wann, wo, wie, warum, von und mit wem gesnackt wird ist ebenso wichtig wie die Frage, was gesnackt wird.

Verfall der Mahlzeit?

Snacks lösen feste Mahlzeiten ab und tragen zum Verfall der Esskultur bei. Dieser Vorwurf begründet sich in Studienergebnissen, die darauf hindeuten, dass Hauptmahlzeiten durch Snacks ersetzt werden und die schnelle Versorgung unterwegs immer alltäglicher wird [5]. So ergab z. B. die Nestlé Studie 2011, dass rund 40 % der deutschen Bevölkerung ab und zu Hauptmahlzeiten durch Snacks ersetzen. Was genau die Befragten jedoch mit dem Begriff „Kleinigkeit“ oder „Snack“ assoziieren, bleibt unklar [6]. Das Fehlen einer einheitlichen Definition erschwert die Interpretation dieser wie auch vieler anderer Studien. Fundierte Aussagen zum tatsächlichen Snackkonsum sind deshalb ohne ein einheitliches Verständnis kaum zu treffen [7].

Snacks als Mahlzeitenersatz und der vermehrte Konsum von Snacks als Zwischenmahlzeit werden v. a. medial problematisiert. Derartige Diskussionen sind jedoch kritisch zu bewerten. Denn nicht nur die Definition von Snacks, sondern auch ihre klare Abgrenzung zu Mahlzeiten gestaltet sich schwierig. Grundsätzlich beschränken Mahlzeiten das Essen auf

Tabelle: Snack-Kategorien (eigene Darstellung in Anlehnung an [4])

1. Naschwerk: Bei dieser Snackform geht es i. d. R. nicht darum, Hunger zu stillen, sondern eher um Appetit oder andere Motive, wie Zeitvertreib oder Geselligkeit; Bsp.: Knabberien, Nüsse, Obst, Süßigkeiten.

2. Zwischenmahlzeit: Bei dieser Snackform handelt es sich um einfache, schnell verfügbare und verzehrbare „Kleinigkeiten“, die zwischen den Hauptmahlzeiten gegessen werden; sie sättigen kurzfristig; Bsp.: Backwaren, Wurstwaren, Milchprodukte.

3. Mahlzeitenersatz: Diese Snack-Form findet anstelle einer Mahlzeit statt, wird aber aufgrund ihres unstrukturierten und schnellen Charakters häufig nicht als solche bewertet; Bsp.: Fast Food, Imbisszeugnisse.

Anmerkung: Diese Kategorisierung ist ein erster Versuch. Jeder Snack kann schnell und nebenbei stattfinden sowie einfache, schnell verfügbare und verzehrbare Lebensmittel umfassen. Vieles lässt sich nicht klar trennen, wie z. B. die Frage der gegessenen Menge, der aufgenommenen Energie, ob Appetit oder Hunger im Spiel waren, ob bewusst oder unbewusst gegessen wurde, ob der Snack in Geselligkeit stattfand oder aus Gewohnheit bzw. Regelmäßigkeit und wie die betroffene Person den Snack subjektiv benennen und bewerten würde.

Impressum

Herausgeber:

Dr. Rainer Wild-Stiftung
Mittelgewannweg 10
D-69123 Heidelberg

Tel: +49 (0) 6221-7511 200

Fax: +49 (0) 6221-7511 240

E-Mail: info@gesunde-ernaehrung.org

Internet: www.gesunde-ernaehrung.org

Die Dr. Rainer Wild-Stiftung ist eine rechtsfähige Stiftung des bürgerlichen Rechts.

Inhaltlich verantwortlich:

Dr. Gesa Schönberger (Geschäftsführerin)

Redaktion:

Nicole Schmitt M.A.

Text:

Dr. Lisa Hahn



Kommentar

Dreimal, viermal, optimal?

Viele Menschen mögen es gerne konkret. So auch, wenn es um gute Ratschläge für eine gesunde Ernährung geht. Was genau soll ich essen? Wie viel wovon und wie oft?

Doch jeder Fachkundige tut sich schwer mit konkreten Antworten. Die Breite des Lebensmittelangebotes und die Individualität der Menschen samt ihrer Bedürfnisse sind zu unterschiedlich, um solch vereinfachte Aussagen treffen zu können. Besonders deutlich wird das bei der Frage, ob dreimal am Tag essen gesundheitlich besser ist als vier- oder fünfmal.

Angenommen die Energiezufuhr wäre die gleiche, egal wie oft man isst. Wie oft wäre dann optimal? Eine knifflige Frage, die auch neuere Studien zu Blutzucker- und Insulinspiegel bzw. zur Mahlzeitenfrequenz bislang nicht beantworten können. Vielmehr werfen sie neue Fragen auf. Z. B. wie die physiologischen Schwankungen von Blutzucker und Insulin zu bewerten sind – Schwankungen, die nicht nur den Mahlzeiten folgen, sondern sich auch auf die zentrale Biorhythmik auswirken und einen Bezug zum Nachtschlaf haben. Anders formuliert – kann es sein, dass der leere Magen und der niedrige Blutzuckerspiegel weitere, noch unbekannte Funktionen haben?

Es gibt viele spannende Fragen für die zukünftige wissenschaftliche Arbeit. Doch eines deutet sich jetzt schon an: Ob wir drei-, vier- oder fünfmal essen spielt möglicherweise eine geringere Rolle für unsere Gesundheit als die Frage, ob das regelmäßig oder unregelmäßig geschieht. Kurz: Die Anzahl ist wahrscheinlich weniger entscheidend als die Rhythmik.

Das könnte ein neues Licht auf die Snacks werfen. Meinen Sie nicht?

Ihre

Dr. Gesa Schönberger

bestimmte Zeiten und Orte. Sie sind in allen Kulturen zu finden, dienen dem Essen in der Gemeinschaft und gehen auf frühe Formen der Arbeitsteilung zurück. Für Mahlzeiten gelten stets bestimmte Regeln und Normen (z. B. Menüfolge, Benimmregeln; vgl. [8, 9]). Snacks wiederum sind von vielen dieser Regeln und Normen entbunden. Sie gelten zudem häufig als marginal, beiläufig und nebensächlich und werden nicht als „vollständige“ oder „richtige“ Mahlzeit wahrgenommen. Mancher hat das Gefühl „noch nichts gegessen zu haben“. Darüber hinaus spielt die subjektive Bewertung eine große Rolle. So kann z. B. ein belegtes Brot für den Einen ein Snack sein, für den Anderen eine Mahlzeit, was die empirische Analyse des Snackverhaltens erschwert [7, 8].

Snacks und Mahlzeiten stehen folglich in enger Beziehung: Sie ergänzen sich und konkurrieren zugleich. Ähnlich wie der online-Handel den Verkauf im Laden ergänzt bzw. ihm Konkurrenz macht, oder das E-Book das gedruckte Buch, eröffnen sich mit dem Snack „neue“ Optionen in der Esskultur. Anstelle eines Verfalls wird somit eher ein Wandel deutlich, bei dem die Mahlzeit weiterhin Bestand hat. Der Snack ist die Option zu essen, wenn keine Mahlzeit stattfinden soll oder kann. Er ist ein beliebter „Essanlass“, weil er sich dem individuellen Lebensalltag leicht anpasst.

Ungesunde Dickmacher?

Aufgrund ernährungsphysiologisch ungünstiger Nährwertqualitäten wie den hohen Zucker-, Salz- und Fettanteilen vieler vorgefertigter Snacks werden diese häufig mit „ungesunder Ernährung“ gleichgesetzt. Snacken erschwere die Kontrolle des eigenen Essverhaltens, da es häufig unbewusst nebenbei geschieht und vermeintlich

unbedeutend bleibt. Über die Zeit könne sich so eine Snack-Routine einschleichen, ein „disziplinloses Essen“, das u. U. die Energieaufnahme und das Körpergewicht erhöht, so der Vorwurf [10, 11].

Es gibt Bevölkerungsgruppen, für die es durchaus sinnvoll sein kann, regelmäßig Snacks als Zwischenmahlzeit einzunehmen, z. B. für kleine Kinder oder ältere Menschen. Wenn Mahlzeiten zu weit auseinanderliegen, „re-energetisieren“ Snacks und überbrücken das Hungergefühl [12]. Den Hunger direkt zu befriedigen, entspricht damit einem physiologisch sinnvollen Verhalten.

Viele Studien vermuten einen Zusammenhang zwischen Snackkonsum und Übergewichtsprävalenz, doch die Ergebnisse sind widersprüchlich. Deutlich wird nur, dass der Snack per se nicht die Ursache für Übergewicht ist. Vielmehr kommt es auf die täglich zugeführte Gesamtenergiemenge und deren ernährungsphysiologische Qualität an: Nur wenn Snacks zusätzlich zu den Hauptmahlzeiten konsumiert und dieses Mehr an Energie nicht kompensiert wird, erhöht sich langfristig die Gesamtenergiezufuhr und damit häufig auch das Körpergewicht [11, 13]. Snacken bedeutet somit nicht immer zu viel, falsch oder ungesund zu essen, weshalb Snacks nicht per se als „Dickmacher“ deklariert werden sollten.

Verlockende Trendprodukte?

Snacks werden häufig als Produkte der Industrie wahrgenommen. Der Vorwurf hier: Der dauerhafte Stimulus und die ständige Verfügbarkeit verlocken den Verbraucher und führen ganz automatisch zu einem gesteigerten Konsum. Viele Hersteller und Händler haben in dieser Produktparte ein vielversprechendes Geschäft



entdeckt, v. a. die Systemgastronomie und das To-Go-Geschäft und der Frische- und Conveniencebereich. Mit immer neuen Angeboten reagieren sie auf die steigende Nachfrage nach schneller Nahrungsversorgung [2, 14]. Die Vielfalt der Snacks spiegelt sich auch in den vielen Versprechungen wider, mit denen sie locken: Müsliriegel geben den schnellen Energiekick, Burger stillen den Appetit auf Herzhaftes und Süßigkeiten verwöhnen und belohnen [15]. Der dauerhafte Stimulus durch ansprechende Produktpräsentationen steigert zudem den Verkaufserfolg. So erhöht z. B. die optische Stimulation mit appetitizierenden Bildern die Ausschüttung von Ghrelin, einem appetitstimulierenden Hormon [14, 16]. Die allgegenwärtige Präsenz von Snack-Möglichkeiten kann demnach die Nachfrage steigern. Die Dynamiken in diesem Marktsegment bestimmen jedoch die Verbraucher selbst. Snack-Käufer entscheiden sich je nach Situation, Bedürfnis und Stimmung spontan und individuell anders. Und schließlich darf nicht vergessen werden, dass grundsätzlich jedes Lebensmittel snacktauglich ist – von natürlich belassenem Obst über Nüsse bis hin zu Backwaren und Komplettmenüs. Snacks sind also viel mehr als nur industriell gefertigte Trendprodukte.

Logische Folge des modernen Alltags?

Der Erfolg von Snacks als moderne Essform lässt sich v. a. auf ihren informellen Charakter zurückführen – sie sind flexibel und individuell. Der heutige Alltag ist komplex: Arbeit, Bildung, Familie, Partnerschaft, Freizeit, Freunde und Kultur fordern ihren Teil. Aus Arbeits- und Privatleben ergibt sich ein individuelles Zeitbudget. Es müssen Prioritäten gesetzt werden,

um allen Ansprüche gerecht zu werden. Das Essen steht oft in zeitlicher Konkurrenz zu anderen Beschäftigungen. Hier setzen Snacks an: Sie entbinden von Vor- und Zubereitungstätigkeiten und von der dafür notwendigen Zeit. Anstatt auf festgelegte Essens- bzw. Mahlzeiten zu warten, werden Kleinigkeiten gegessen, um den akuten Hunger schnell zu befriedigen (vgl. Abb. 2). Snacks erfüllen in diesem Moment einen subjektiven Nutzen: Kurzfristige Sättigung wird als gewinnbringender erachtet als längeres Warten auf eine spätere Mahlzeit (sog. Gegenwartstendenz) [17, 18]. Zusätzlich fordert v. a. das Arbeitsleben verstärkt Flexibilität und Mobilität. Flexibel zu sein heißt weniger zu planen. Und so prägen Arbeitszeiten, -aufgaben und -orte auch das Essen und seine Abläufe. Rund ein Drittel der deutschen Bevölkerung hat keinen strukturierten Tagesablauf, vieles im Alltag wird gleichzeitig erledigt [6]. Snacks kommen dem entgegen. Sie sind verfügbar, wenn Hunger aufkommt oder eben auch wenn Zeit und Lust gegeben sind. Neben dem zeitlichen Aspekt sind Snacks auch Spiegelbild gesellschaftlicher Ideale und Werte. Snacks machen es möglich, sich schnell zu belohnen, sich die Zeit zu vertreiben und Bedürfnisse spontan zu befriedigen.

Sie sprechen Werte wie Individualität und Freiheit an [9, 15]. Snacks stehen für spontane, selbstbestimmte und ungezwungene Entscheidungen und werden besonders in der Jugendesskultur geschätzt [10]. Snacks sind ein Teil des Lebensstils und dessen Inszenierung. Da ein Wandel im Lebensstil immer auch die Restrukturierung von Verhaltensmustern und somit auch die Herausbildung neuer Essformen zur Folge hat, kann Snacken als logische Konsequenz des heutigen Essalltags gesehen werden.

Snacks dürfen alltäglich werden!

Diese Ausführungen zeigen, dass Snacks differenzierter betrachtet werden müssen als es bisher der Fall ist. Viele Vorwürfe an den Snack sind zu pauschal, da sich Snacks stark subjektiv definieren und situativ verschieden zu bewerten sind. Snacken bedeutet nicht immer zu viel oder falsch zu essen und nicht alle Snacks sind per se gesund oder ungesund, gut oder schlecht. So können sie zwar traditionelle Mahlzeiten ablösen, ermöglichen aber auch freie und spontane Essentscheidungen und direkte Bedürfnisbefriedigung. Sie stehen im Gegensatz zu traditionellen Werten, entsprechen aber gleichzeitig dem modernen (Ess-)Alltag und dessen

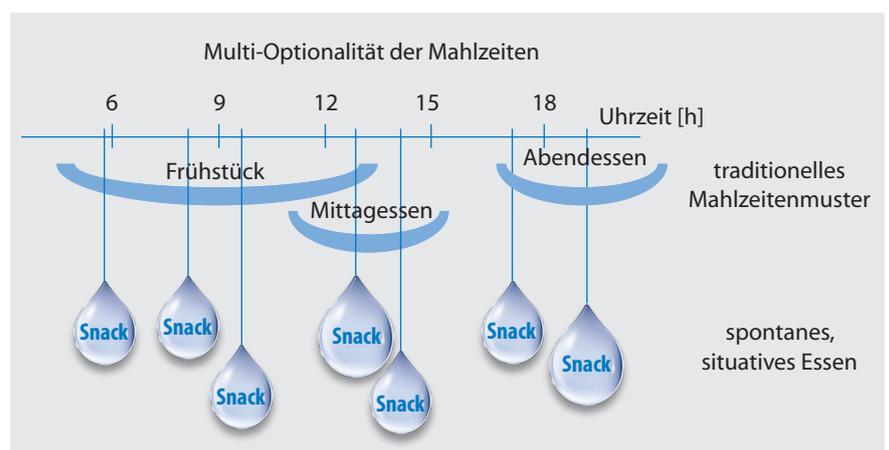


Abb. 2: Multi-Optionalität der Mahlzeiten (eigene Darstellung nach [19])



Anforderungen. Snacken ist aus der gegenwärtigen und zukünftigen Ernährungswelt nicht mehr wegzudenken. Dabei scheint der informelle Charakter der Esssituation bzw. die Essmotivation viel bedeutender zu sein als das Lebensmittel an sich. Und deshalb sollte das Thema auch nicht auf die Frage „Was wird gesnackt?“ reduziert werden, denn mindestens genauso bedeutend ist, wann, wo, wie, warum, von und mit wem gesnackt wird. Wichtig ist wie bei vielen anderen Dingen auch ein reflektierter Umgang mit dem eigenen Essverhalten. Wer das beherrscht, ist auch in der Lage, gesundheitlich günstiges von weniger günstigem Snackverhalten zu unterscheiden und Snacks als eine moderne Form des Essens für sich zu nutzen. Snacks dürfen also durchaus alltäglich sein.

Neuerscheinung

Käsebrötchen mit Marmelade – Geschmack ist mehr als schmecken

Herausgegeben von der Dr. Rainer Wild-Stiftung



ca. 200 Seiten, € 14,90
Heidelberg, vor. Mai 2013
ISBN: 978-3-942594-46-2

Käsebrötchen mit Marmelade – für die einen Geschmacksverirrung, für die anderen Genuss pur. Die persönliche Entscheidung darüber, was schmeckt und was nicht, ergibt sich aus einem komplexen Zusammenspiel aller Sinne und wird zusätzlich durch biologische, psychische und soziokulturelle Faktoren geprägt. Der Band, der auf dem gleichnamigen 15. Heidelberger Ernährungsforum basiert, nähert sich dem Geschmacksbegriff deshalb aus ganz unterschiedlichen Perspektiven. Er spannt einen Bogen zwischen sensorischer Forschung, dem individuellen Geschmack und den daraus entstehenden Chancen und Konsequenzen für die Praxis. Das Buch richtet sich an alle Wissenschaftler, Ernährungsfachleute sowie Interessierte aus Industrie und Marketing, die sich mit dem komplexen und wichtigen Thema Geschmack beschäftigen.

Quellen

- [1] Hirschfelder G (2001): Europäische Esskultur. Geschichte der Ernährung von der Steinzeit bis heute. Frankfurt a. M.
- [2] DFV (2011): Snack. Mobile Eater. Voll im Trend und auf dem Vormarsch. Sonderheft 8/9.
- [3] Johnson G H, Anderson G H (2010): Snacking definitions: impact on interpretation of the literature and dietary recommendations. Crit Rev Food Sci Nutr 50(9), 848-871.
- [4] Bech-Larsen T et al. (2010): An exploration of adolescent snacking conventions and dilemmas. Young Consumers 11(4), 253-263.
- [5] Piernas C, Popkin B M (2010): Snacking increased among U.S. Adults between 1977 and 2006. J Nutr 140(2), 325-332.
- [6] Nestlé Deutschland AG (2011): So is(s)t Deutschland. Ein Spiegel der Gesellschaft. DFV. Frankfurt a. M.
- [7] Wansink B et al. (2010): "Is this a meal or snack?" Situational cues that drive perceptions. Appetite 54(1), 214-216.
- [8] Barlösius E (2011): Soziologie des Essens. eine sozial- und kulturwissenschaftliche Einführung in die Ernährungsforschung. Weinheim, München.
- [9] Meiselman H L (2009): Meals in Science and Practice. An Overview and Summary. In: Meiselman H L (Hg.): Meals in science and practice. Interdisciplinary research and business applications. Oxford, 16-33.
- [10] Bartsch S (Hg.) (2008): Jugendesskultur. Bedeutungen des Essens für Jugendliche im Kontext Familie und Peergroup. Köln.
- [11] Chapelot D (2011): The role of snacking in energy balance: a biobehavioral approach. J Nutr 141(1), 158-162.
- [12] DGE e.V. (2012): Essenshäufigkeit und Gewichtsregulation bei Erwachsenen. DGE info 7, 98-100.
- [13] Gregori D et al. (2011): Understanding the influence of the snack definition on the association between snacking and obesity: a review. Int J Food Sci Nutr 62(3), 270-275.
- [14] Möller S (2008): Convenience kennt kein Alter. Lebensalter und Unterwegsversorgung, 7-9.
- [15] Schröder S et al. (2004): Eine Typologie des Snacknutzers. Verhaltensmuster und Ernährungstrends. Was bedeutet dies für Hersteller, Handel und Food Service-Anbieter. www.meat-n-more.info. (21.12.2012).
- [16] Schüssler P et al. (2012): Ghrelin levels increase after pictures showing food. Obesity 20, 1212-1217.
- [17] Schönberger G (2011): Mahlzeiten neu denken. In: Schönberger G, Methfessel B (Hg.): Mahlzeiten. Alte Last oder neue Lust? Wiesbaden, 39-52.
- [18] Reisch L (2012): Gesundheit, Essen und Nachhaltigkeit: Anforderungen an die Ernährungsaufklärung. Akt Ernährungsmed 37, 343-348.
- [19] Rützler H (2009): Wohin geht der Trend? Was und wie essen wir morgen? In: aid (Hg.): Du isst, wie du bist? Ernährungskompetenz. aid special Sonderheft 3975. Bonn, 68-78.