

## **Ernährungstrends in Europa**

Weight Watchers, Glyx-Diät, Atkins, Low Fat oder Low Carbs: Die Diät-Industrie boomt – und die Deutschen sind dicker denn je. Schon jede(r) Zweite hierzulande ist übergewichtig.

„Ich esse und trinke, was mir schmeckt.“ Was das Bekenntnis zur unbeschwerten Schlemmerei angeht, liegen die Franzosen (73 Prozent) und die Deutschen (65 Prozent) laut Talcid®-Studie klar an der Spitze. Die Männer bekennen sich hier wie dort (jeweils 77 Prozent) noch deutlicher zum hemmungslosen „Genuss“ als Frauen. Mit einem entscheidenden Unterschied: In Frankreich fällt das, was man unter „kulinarischem Schwelgen“ versteht, deutlich gesünder aus als bei den europäischen Nachbarn. In Zahlen: Die Franzosen ernähren sich fast doppelt so häufig von gesunden Lebensmitteln wie „vor allem Obst und Gemüse“ (66 Prozent) – und essen gleich dreimal so viel Fisch. Darüber hinaus bestätigt die Talcid®-Studie einmal mehr das so genannte „französische Paradoxon“: Fett ist nicht gleich Fett, und daher leiden auch nur sechs Prozent der Franzosen unter Fettleibigkeit. Viel frisches Obst und Gemüse, Olivenöl, Fisch und Geflügel, Rotwein – die Schutzwirkung der typischen Mittelmeerkost mit vielen gesunden Kohlenhydraten, ungesättigten Fettsäuren und Ballaststoffen ist wissenschaftlich belegt und führt zu deutlich weniger Herz-Kreislauf- und Gefäßerkrankungen bei Menschen im Mittelmeerraum als in Nord- und Westeuropa.

Nicht nur beim Schlemmen „outen“ sich die Franzosen als wahre Genießer, sie sind auch Spitzenreiter in der Pflege familiärer Esskultur. „Essen Sie regelmäßig abends mit Freunden oder Familie?“, wollte die Talcid®-Studie wissen. Mit einem klaren Ergebnis: Die Franzosen zelebrieren doppelt bis dreimal so häufig das gemeinsame Essen am runden Tisch wie ihre europäischen Nachbarn. Am unteren Ende der Skala liegt Großbritannien – nicht einmal jeder Vierte isst hier regelmäßig mit der Familie. Folge: Manche britischen Kinder wissen nicht, was der Begriff „Hauptmahlzeit“ bedeutet oder was ein „Esstisch“ ist.

### **Die neue Snack-Kultur**

Umgekehrt besteht gerade in der britischen Gesellschaft eine ausgeprägte Neigung zum Fast Food – es macht bereits rund 40 Prozent aller Mahlzeiten aus. Single-Boom und veränderte Familienstrukturen haben in Europa insgesamt die Essgewohnheiten „außer Haus“ verlagert: „Eating by walking“ heißt der neue europäische Trend. Essen wird immer weniger mit dem sozialen Aspekt der Gemeinschaft verknüpft, sondern ist vor allem „Mittel zum Zweck“, das wenig Zeit und Aufwand kosten darf. Die traditionellen Mahlzeiten morgens, mittags und abends haben sich längst überlebt. Die Talcid®-Studie ergab: Bereits jeder dritte Deutsche bevorzugt „mehrere kleine Mahlzeiten am Tag“, Frauen (31 Prozent) deutlich mehr als Männer (22 Prozent).

Dabei bleiben die Deutschen einer gesunden „Spezialität“ allerdings treu: ihrer Liebe zum Schwarzbrot. „Ich esse regelmäßig Vollkornprodukte“, beteuert jeder Zweite.