

Hochschule für angewandte Wissenschaften Hamburg

Department Ökotrophologie

Geschlechtsspezifisches Essverhalten

Analyse von Motivationsgründen, die zu einem differenzierten Essverhalten zwischen Mann und Frauen führen

Diplomarbeit

zur Erlangung des akademischen Grades

Dipl. Ökotrophologe (FH)

Vorgelegt am: 18. Februar 2010

Vorgelegt von: Doritt Tonn

Betreuender Prüfer: Prof. Dr. Joachim Westenhöfer

Zweite Prüfende: Dr. Zita Schillmöller

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	III
Tabellenverzeichnis	IV
Kurzfassung	VI
Abstract	VII
Einleitung	1
1 Einführung in die Aktuelle Diskussion: Differenzen im geschlechtsspezifischen Essverhalten in Deutschland	4
1.1 Ernährungssituation	4
1.2 Umgang mit Ernährung	7
1.3 Entwicklung der geschlechtsspezifischen Ernährungssituation	9
2 Beleuchtung des Analysethemas: Motivation des Essens	12
2.1 Definition und Begriffsbestimmung	12
2.2 Einfluss der Motivation auf die Lebensmittelwahl	13
2.3 Motivationsgründe des Essverhaltens	14
2.4 Psychosoziale Hintergründe des Essens	16
2.5 Beeinflussungskriterien (Motive)	18
2.5.1 Einstellung zum Essen.....	19
2.5.2 Externe und interne Einflüsse	21
2.5.3 Emotionen.....	23
2.5.4 Attraktivität	25
2.5.5 Gesellschaftliche Notwendigkeit.....	26
2.6 Erkenntnisse	28
3 Analysemethodik	29
3.1 Hypothese	29
3.2 Konzept	30

3.3	Fragebogen	31
3.4	Datenmaterial	33
3.5	Auswertungsverfahren	35
3.5.1	Auswertungsschlüssel.....	35
3.5.2	Statistische Auswertung.....	39
3.6	Aussagefähigkeit der Ergebnisse	40
4	Darstellung der Ergebnisse	42
4.1	Charakterisierung Stichprobe	42
4.2	Allgemeine Ergebnisdarstellung.....	46
4.3	Geschlechtsspezifische Ergebnisdarstellung.....	48
4.3.1	Ergebnisse zur Einstellung zum Essen	48
4.3.2	Ergebnisse externe/interne Einflüsse	53
4.3.3	Ergebnisse zur Emotionen	55
4.3.4	Ergebnisse zur Attraktivität.....	60
4.3.5	Ergebnisse zur gesellschaftlichen Notwendigkeiten	62
4.4	Zusätzliche Ergebnisse	68
4.5	Zusammenfassung	72
5	Diskussion und Interpretation	74
5.1	Ergebnisse der Analyse zur Motivation vor theoretischem Hintergrund und resultierende Erklärungen der Differenzen im geschlechtsspezifischen Essverhalten.....	74
5.2	Beurteilung der Untersuchung.....	83
5.3	Schlussfolgerung für die Zukunft	85
	Literaturliste	87
	Eidesstattliche Erklärung	92
	Anhang.....	93

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Darstellung des täglichen Konsums von Süßwaren, Fisch, Fleisch und Milch.....	4
Abb. 2: Darstellung des täglichen Konsums von Obst, Gemüse, Getreide, Backwaren und Brot.....	5
Abb. 3: Kulinarische Taxonomie und Geschlechterordnung.....	7
Abb. 4: Pathway model of food choice	13
Abb. 5: Durchschnittswerte der Appetitbewertung mit und ohne externen Reiz	22
Abb. 6: Durchschnittswerte von Appetit vor und nach der Stimulierung durch Pizza, abhängig vom subjektiven Hunger	22
Abb. 7: Geschlechtsspezifische Häufigkeitsverteilung des Motivs „Gesundheitsmotivation“	48
Abb. 8: Mittelwerte und Streuungsmaße des Motivs „Gesundheitsmotivation“.....	49
Abb. 9: Geschlechtsspezifische Häufigkeitsverteilung des Motivs „Einstellung zu sich selbst“	51
Abb. 10: Mittelwerte und Streuungsmaße des Motivs „Einstellung zu sich selbst“	52
Abb. 11: Geschlechtsspezifische Häufigkeitsverteilung des Motivs Hunger	53
Abb. 12: Mittelwerte und Streuungsmaße des Motivs „Hunger“	54
Abb. 13: Geschlechtsspezifische Häufigkeitsverteilung des Motivs „Bewältigung negativer Gefühle“.....	55
Abb. 14: Mittelwerte und Streuungsmaße des Motivs „Bewältigung negativer Gefühle“	56
Abb. 15: Geschlechtsspezifische Häufigkeitsverteilung des Motivs „Genuss und Belohnung“	57
Abb. 16: Mittelwerte und Standardabweichung des Motivs „Genuss und Belohnung“	58
Abb. 17: Geschlechtsspezifische Häufigkeitsverteilung des Motivs „Figur und Gewicht“	60
Abb. 18: Darstellung der Mittelwerte und Streuungsmaße des Motivs „Figur und Gewicht“	60

Abb. 19: Geschlechtsspezifische Häufigkeitsverteilung des Motivs „Erwartungen anderer“	62
Abb. 20: Mittelwerte und Streuungsmaße des Motivs „Erwartungen anderer“	63
Abb. 21: Geschlechtsspezifische Häufigkeitsverteilung des Motivs „sozialer Anlass“	64
Abb. 22: Mittelwerte und Streuungsmaße des Motivs „soziale Anlässe“	65
Abb. 23: Geschlechtsspezifische Häufigkeitsverteilung des Motivs „Automatismus und Gewohnheit“	66
Abb. 24: Mittelwerte und Streuungsmaße des Motivs „Automatismus und Gewohnheit“	67
Abb. 25: Höhe BMI des weiblichen (links) bzw. des männlichen (rechts) Geschlechts in Abhängigkeit der Bewertungsstufen des Motivs „Figur und Gewicht“	69

Tabellenverzeichnis

Tab. 1: Motive, die das Essverhalten beeinflussen.....	15
Tab. 2: Darstellung der codierten Variablen mit ihren Items	36
Tab. 3: Schema zur Errechnung des Summenwertes	37
Tab. 4: Darstellung der Bewertungsstufen in der Auswertung.....	38
Tab. 5: Darstellung der Altersverteilung der Stichprobe	43
Tab. 6: Vergleich der Mittelwerte des Stichprobenumfangs der charakterisierenden Merkmalen	44
Tab. 7: Darstellung der Häufigkeit des Schulabschlusses der Teilnehmer in Abhängigkeit vom Geschlecht	45
Tab. 8: Rangverteilung der Geschlechter im U-Test nach Mann und Whitney des Motivs „Gesundheitsmotivation“	50
Tab. 9: U-Test nach Mann und Whitney des Motivs „Gesundheitsmotivation“.....	50
Tab. 10: Rangverteilung der Geschlechter im U-Test des Motivs „Einstellung zu sich selbst“	52
Tab. 11: U-Test nach Mann und Whitney des Motivs „Einstellung zu sich selbst“ .	52

Tab. 12: Rangverteilung der Geschlechter im U-Test nach Mann und Whitney des Motivs „Hunger“.....	54
Tab. 13: U-Test nach Mann und Whitney des Motivs „Hunger“	55
Tab. 14: Rangverteilung der Geschlechter im U-Test nach Mann und Whitney des Motivs „Bewältigung negativer Gefühle“	56
Tab. 15: U-Test nach Mann und Whitney des Motivs „Bewältigung negativer Gefühle“	57
Tab. 16: Rangverteilung der Geschlechter im U-Test nach Mann und Whitney des Motiv „Genuss und Belohnung“	59
Tab. 17: U-Test nach Mann und Whitney des Motivs „Genuss und Belohnung“	59
Tab. 18: Rangverteilung der Geschlechter im U-Test nach Mann und Whitney des Motivs „Gewicht und Figur“	61
Tab. 19: U-Test nach Mann und Whitney des Motivs „Figur und Gewicht“	61
Tab. 20: Rangverteilung der Geschlechter im U-Test nach Mann und Whitney des Motivs „Erwartungen anderer“	63
Tab. 21: U-Test nach Mann und Whitney des Motivs „Erwartungen anderer“	64
Tab. 22: Rangverteilung der Geschlechter im U-Test nach Mann und Whitney des Motivs „soziale Anlässe“	65
Tab. 23: U-Test nach Mann und Whitney des Motivs „soziale Anlässe“	66
Tab. 24: Rangverteilung der Geschlechter im U-Test nach Mann und Whitney des Motivs „Automatismus und Gewohnheit“	67
Tab. 25: U-Test nach Mann und Whitney des Motivs „Automatismus und Gewohnheit“	68
Tab. 26: Rangkorrelationskoeffizienten nach Spearman der Variablen Geschlecht, Gewicht und Figur und Body Mass Index	71

Kurzfassung

Viele Studien beschreiben, dass zwischen Männern und Frauen zwar nur geringe, aber dennoch spezifische Differenzen im Essverhalten auszumachen sind. Die vorliegende Arbeit befasst sich mit der Motivation des Essens, den psychosozialen Hintergründen und den daraus resultierenden Beeinflussungskriterien geschlechtsspezifischen Essverhaltens. Es besteht die Vermutung, dass sich Männer und Frauen hinsichtlich der Beeinflussungskriterien unterscheiden und sich so die Unterschiede im Essverhalten zwischen Mann und Frau erklären lassen.

Gemäß dieser Vermutung wurden 5796 Männer und 4314 Frauen aus der Bundesrepublik Deutschland hinsichtlich der Motivation ihrer Nahrungsaufnahme befragt. Diese Arbeit unterteilt die Motivation zu essen in fünf verschiedene Beeinflussungskriterien hinsichtlich des Essverhaltens, aus denen sich neun untersuchte Motive zusammensetzen.

Die Ergebnisse der Arbeit zeigen, dass sich Frauen und Männer wie im geschlechtsspezifischen Essverhalten, so auch in den Motiven nicht gravierend voneinander unterscheiden; dennoch orientieren sich Frauen signifikant mehr an allen neun Motiven als Männer. Die wichtigsten Beweggründe der Lebensmittelwahl bei beiden Geschlechtern sind Genuss, soziale Anlässe und Hunger; zusätzlich haben folgende Motivationen z. T. erheblichen Einfluss auf das Essverhalten: Bewältigung negative Gefühle, Gesundheitsmotivation, Attraktivität, Einstellung zu sich selbst, der Wunsch, den Erwartungen anderer zu entsprechen, und Essen aus Gewohnheit. Jedoch nehmen letztere Motive für Frauen einen signifikant höheren Stellenwert ein als für Männer.

Insgesamt gesehen, hat die Motivation einen größeren Einfluss auf das Essverhalten der Frauen als auf das der Männer; die Differenzen im Essverhalten zwischen Männern und Frauen lassen sich durch die signifikanten geschlechtsspezifischen Unterschiede in den Motiven erklären.

Abstract

Many studies have described slight but though decisive differences in the eating habits between men and women. The following assignment deals with the eating motivation, psycho-social backgrounds and resulting influential criteria in the field of gender specific eating behaviour. It is supposed that men and women are different concerning the influential criteria which explains the different eating behaviour between the sexes.

According to this assumption there took place a survey. 5756 men and 4314 women of the FRG were asked about nutrition motivation. The following assignment divides the eating motivation into 5 different influential criteria due to the eating behaviour out of which are resulting 9 examined motives.

The results of this analysis reveal that men and women aren't much different, neither in their gender specific eating behaviour nor considerably in their motives. Nevertheless, women orient themselves more significantly on the 9 motives than men.

Delight, social reasons, hunger are seen as reasons for the choice of food by both genders. Additionally, some more motives like overcoming negative feelings, health motivation, attractiveness, self-esteem and the desire to realize someone's expectations as well as eating just because of habit are enormously influential on the eating behaviour. However, the last mentioned motives are much more relevant to women than men.

Einleitung

„Männer wollen mehr, Frauen wollen's besser!“ war der Titel des 12. aid-Forums, das am 6. Mai 2009 in Bonn stattfand. Die Überschrift der Tagung zeigt, dass die Thematik der geschlechtsspezifischen Ernährung immer mehr in den Fokus der Gesellschaft und vor allem auch der Wissenschaft gerät. In der allzu gern zum Verallgemeinern neigenden Bevölkerung sind die Bilder, wie sich Frau und Mann zu ernähren haben, gefestigt und werden von Generation zu Generation weitergetragen.

Zudem verdeutlichen diverse Publikationen der letzten Jahre die Bedeutung des Themas auch in der Fachwelt. „Real men don't eat quiche“ lautete der Titel eines Buches von Bruce Feirstein, das in den 1980er Jahren in den USA veröffentlicht wurde. Gerade dieser Titel stellt das wachsende allgemeine Interesse an Ernährung unter Gender-Aspekten heraus, da er zu einem Bestseller wurde. Das Buch „Frauen essen anders, Männer auch“ vom Wirtschaftsjournalisten Dr. Jörg Zittlau, welches im Jahre 2002 erschien, beschreibt, wie Frauen und Männer essen und welche Ursachen für das Essverhalten anzunehmen sind. In der Konsequenz lässt sich erkennen: Ernährung und Geschlecht werden in der Öffentlichkeit immer mehr in einem spezifischen Zusammenhang wahrgenommen.

In der Vergangenheit wurden zahlreiche Studien durchgeführt, die im Fokus die gleichen Ergebnisse liefern: *Was isst Mann und was isst Frau?* Jedoch ist der Gegenstand *Geschlechtsspezifische Ernährung und Motivation* noch nicht in ausreichender Form exploriert. Diese Studien führen zwar das Ernährungsverhalten von Männern und Frauen in statistischer und ausgewerteter Darstellung auf und beschreiben die Unterschiede im Ernährungsverhalten. Doch sind die Hintergründe geschlechtsspezifischen Essverhaltens noch nicht hinlänglich erfasst.

Im Forschungsgebiet Ernährung, Psychologie, Soziologie und Geschlecht existieren noch zahlreiche Forschungslücken. Jedoch ist es evident, dass der Stellenwert des Erkenntnisgewinns gerade in der ganzheitlichen Betrachtung des Zusammenspiels dieser Bereiche immer größer wird. Ernährungssoziologen

und -psychologen engagieren sich zunehmend in diesem Themenkreis, um der Fachöffentlichkeit noch mehr relevante Informationen zuführen zu können. Wären die Motive und Einstellungen zum Essen bei den Geschlechtern bekannter und in einer Darstellung aufbereitet, stünde Fachleuten ein breiteres Interpretationsfeld zur Verfügung, mittels dessen sie noch kompetenter agieren könnten.

Vor dieser Erkenntnis stellt sich die Frage: Warum gibt es ein geschlechtsspezifisches Essverhalten? Was veranlasst Männer und Frauen so zu essen, wie sie es tun?

In dieser Arbeit soll aufgezeigt werden, welche Faktoren den geschlechtsspezifischen Vorlieben zugrunde liegen; die Motive, die hinter dem geschlechtsspezifischen Essverhalten stehen, sollen untersucht werden, um eine Verknüpfung mit den Differenzen im geschlechtsspezifischen Essverhalten tätigen zu können. Hierbei wird folgende Vermutung zugrunde gelegt:

Die Motivation zu essen wird nicht ausschließlich durch biologische Motive gesteuert. Hinter dem Essverhalten stehen auch psychosoziale Motive, die einen erheblichen Einfluss auf das geschlechtsspezifische Essverhalten haben, mehr oder weniger mit biologischen Motiven in Verbindung stehen und sich bei Mann und Frau unterscheiden.

Im ersten Teil der Arbeit wird die aktuelle Ernährungssituation thematisiert. Dabei wird eine Unterteilung in eine geschlechtsspezifische Konstellation vorgenommen.

Den zweiten Teil der Arbeit bildet die eigentliche Analyse. Die Motivation und ihr Einfluss auf das Essverhalten werden theoretisch vorgestellt. Der Fokus dabei liegt auf der Charakterisierung der geschlechtsspezifischen Differenzen in den Motiven, die als Grundlage für geschlechtsspezifisches Essverhalten dienen. Des Weiteren sollen die psychosozialen Hintergründe betrachtet werden. Vor allem werden an dieser Stelle die das Essverhalten beeinflussenden Kriterien, wie etwa Emotionen und Einstellungen, näher beleuchtet. Darauf folgt die statistische Auswertung der Befragung von 10.110 Männern und Frauen, um eine signifikante Aussage zur Bestandskraft der eingangs formulierten Hypothese treffen zu können.

Im dritten Teil der Arbeit wird die Methodik der Vorgehensweise dargestellt, um sodann im vierten Teil die Ergebnisse darzustellen. Abschließend wird die Arbeit durch Diskussion der Ergebnisse auf der Grundlage der theoretischen Aspekte abgerundet. Die Arbeit soll klären, was die motivierenden Faktoren für Männer und Frauen sind, ein bestimmtes Essverhalten an den Tag zu legen. Sollten sich dabei bestimmte Entwicklungen herauskristallisieren, wäre dies ein Ansatzpunkt, um die Erreichbarkeit von Patienten in der Ernährungstherapie zu optimieren. Diese Maßnahmen weiter auszuführen, würde allerdings den Rahmen dieser Arbeit sprengen.

1 Einführung in die Aktuelle Diskussion: Differenzen im geschlechtsspezifischen Essverhalten in Deutschland

Das eigentliche Ziel dieser Arbeit ist die Betrachtung der Motivation zum Essen, unabhängig von der speziellen Definition des Essverhaltens bzw. der Begriffe. Das geschlechtsspezifische Essverhalten und die Lebensmittelwahl werden als Ganzes betrachtet und dienen als Grundlage für die Analyse der Motivation zum Essen. Daher soll zunächst vorhandenes Datenmaterial über geschlechtsspezifisches Essverhalten zusammengetragen werden. Die Darstellung der Charakteristika weiblichen und männlichen Essverhaltens soll vor allem Aufschluss über die typische Nahrungsmittelwahl und Verhaltensweisen im Umgang mit Ernährung bei Männern und Frauen geben.

1.1 Ernährungssituation

Um die aktuellen Tendenzen der geschlechtsspezifischen Ernährung in Deutschland darzustellen, empfiehlt sich ein Blick in die Nationale Verzehrsstudie II (NVS II) aus dem Jahre 2008. Die NVS II gibt auf der Grundlage der Befragung von 20.000 Bundesbürgern Auskunft über das Essverhalten bei Männern und Frauen (vgl. Brombach et al. 2006, S. 8). Die folgenden Abbildungen zeigen, wie sich das Essverhalten bei Männern und Frauen zusammensetzt.

Lebensmittelverzehr bei Männern und Frauen

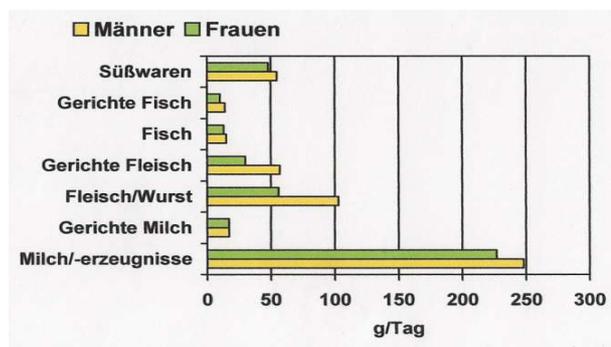


Abb. 1: Darstellung des täglichen Konsums von Süßwaren, Fisch, Fleisch und Milch (vgl. BMELV: www.bmelv.de)

Lebensmittelverzehr bei Männern und Frauen

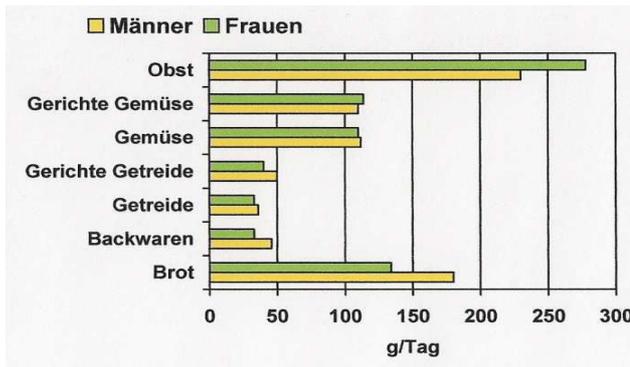


Abb. 2: Darstellung des täglichen Konsums von Obst, Gemüse, Getreide, Backwaren und Brot

(vgl. BMELV: www.bmelv.de)

Abb. 1 und 2 bringen zum Ausdruck, dass Frauen Obst, Gemüse, Brot und Milch/Milchprodukte präferieren, Männer dagegen deutlich eher zu Fleisch bzw. Wurst neigen. „Die Ergebnisse zeigen in Bezug auf den Verzehr von Gemüse (ohne Saft), Pilzen und Hülsenfrüchten, dass Frauen lediglich 129 g/Tag und Männer 112 g/Tag verzehren. Zählt man noch Gerichte auf Gemüsebasis hinzu, das sind z.B. Salate aus gekochtem Gemüse und aus Rohkost sowie Gemüsegerichte mit Soßen bzw. überbacken, verdoppeln sich die Angaben annähernd (Frauen 243 g/Tag; Männer 222 g/Tag)“ (vgl. Max Rubner Institut 2008, S. 32). Die Angaben zum Obstverzehr zeigen, dass Frauen (mit 278 g/Tag) mehr als Männer (mit 230 g/Tag) Obst und Obstprodukte verzehren (vgl. Max Rubner Institut, Teil 2, 2008, S. 35). Dieses Bild kehrt sich beim Fleischverzehr um. Hier liegt der Verbrauch des männlichen Geschlechts mit einem täglichen Konsum von 103 g Fleisch und Fleischerzeugnissen deutlich höher als der des weiblichen Geschlechts mit gerade einmal 53 g. Daraus lässt sich schließen, dass Männer fast doppelt so viel Fleisch und Wurstwaren zu sich nehmen wie Frauen (vgl. Max Rubner Institut, Teil 2, 2008, S. 44). Die Grafik verdeutlicht auch, dass beim Konsum der Nahrungsmittelgruppe Obst und Gemüse keine wesentlichen geschlechtsspezifischen Unterschiede zu verzeichnen sind. Somit ist festzuhalten, dass Männer mehr Brot und Backwaren und Milch/Milchprodukte verzehren als Frauen. Auch sind viele Rohköstler unter den Männern zu finden – was nicht unbedingt zu erwarten war (vgl. Zittlau 2002, S. 63). Die Vorurteile der geschlechtsspezifischen Ernährung sollen hier jedoch ein wenig in den Hintergrund rücken, denn auch Frauen essen Fleisch/Fleischprodukte; doch in

Relation betrachtet neigen Männer mehr zum Konsum von Fleisch- und Wurstwaren.

Um das geschlechtsspezifische Essverhalten zu beschreiben, dürfen auch die Getränke nicht unbeachtet bleiben, die ebenfalls in unterschiedlicher Qualität konsumiert werden. Beide Geschlechter nehmen ausreichend Flüssigkeit zu sich – ca. 2 Liter am Tag. Ein Unterschied zeigt sich jedoch in der Wahl der Getränke. Männer trinken neben Wasser im Schnitt 224 g Limonaden am Tag, Frauen hingegen nur 88 g/Tag. Sie bevorzugen statt süßer Getränke Tee. Bei den alkoholischen Getränken spiegelt sich ein ähnliches Bild wider. „Die mittlere Zufuhr von alkoholischen Getränken liegt bei Männern bei 308 g/Tag und bei Frauen bei 81 g/Tag. Damit trinken Männer fast 4-mal so viel alkoholische Getränke wie Frauen“ (vgl. Max Rubner Institut, Teil 2, 2008, S. 53-56).

Eine Erhebung der Universität Portland zum Thema Ernährungsverhalten bestätigt die Ernährungsvorlieben von Männern und Frauen, und auch in Österreich sieht das geschlechtsspezifische Essverhalten ähnlich aus: Männer bevorzugen Fleisch (besonders rotes Fleisch), während Frauen eher zu Obst und Gemüseprodukten greifen (vgl. Focus Online: www.focus.de; Kiefer et al. 2000, S. 7). Eine weitere Studie untersuchte das Essverhalten in Finnland und den baltischen Ländern in den Jahren 1998, 2000 und 2002, wobei der dortige Fleisch-, Obst- und Gemüseverbrauch analysiert wurde. Diese Studie zeigte, dass in allen Ländern Männer häufiger Fleisch und Wurstwaren verzehrten, während Frauen häufiger Obst und Gemüse verbrauchten (vgl. Prättälä et al. 2006, S. 524).

All diese Studien offenbaren, dass das bestimmte geschlechtsspezifische Essverhalten auch auf internationaler Ebene Gültigkeit hat.

Grundsätzlich sind zwar nur leichte Unterschiede zu erkennen, aber dennoch sind geschlechtsspezifische Differenzen festzustellen, die noch einmal zusammenfassend in Abb. 3 dargestellt sind.

Einteilung der geschlechtsspezifischen Ernährung

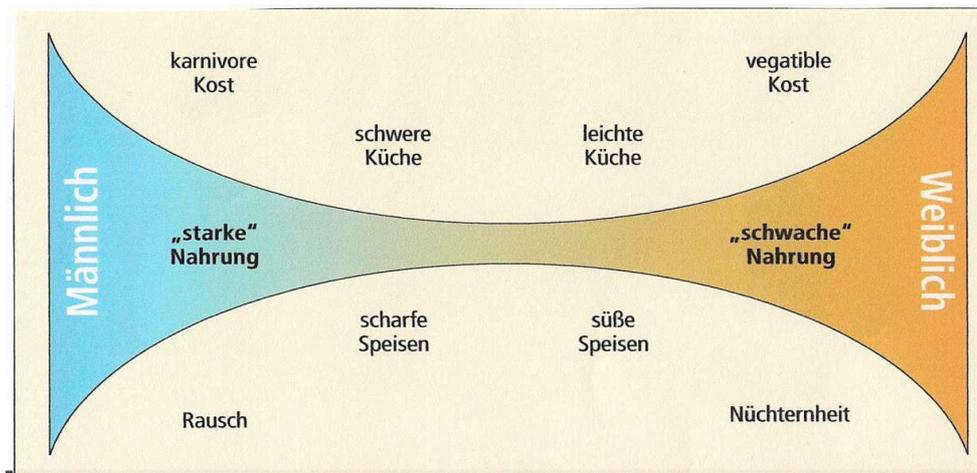


Abb. 3: Kulinarische Taxonomie und Geschlechterordnung

(Grafik entnommen aus Rückert-John und John 2009, S. 178; zitiert nach Setzwein 2004a)

Abb. 3 zeigt die Klassifikation der Ernährung im Verhältnis zum Geschlecht. Wird das Essverhalten in diesem Sinne betrieben, so findet ein eindeutiges, fast monologisches Miteinander statt. Obst, Gemüse, Vollkornprodukte, Süßigkeiten und der minimale Verzehr von Alkohol ist charakteristisch für die weiblichen Verzehrsgewohnheiten. Energiereiche Speisen mit scharfen Gewürzen, fleischhaltige Produkten und der hohe Konsum von Alkohol repräsentieren die männlichen Vorlieben des Speisens. Zwischen beiden Seiten gibt es nur einen minimalen Bereich, der beide Nahrungsstile vereinen mag. Der größte Teil (und darum monologisch betrachtet) liegt jeweils auf der eigenen Seite der Geschlechter.

Besonders hervorzuheben ist, dass Frauen im Allgemeinen eine höhere Tendenz zur gesunden Lebensmittelwahl aufweisen als Männer. Viele Studien belegen, dass Frauen mehr Obst und Gemüse verzehren als Männer (vgl. Baker & Wardle, 2003, S. 269).

1.2 Umgang mit Ernährung

Das weibliche Essverhalten ist eher kontrollierten bzw. gezügelten Charakters (vgl. Setzwein 2004c, S. 504). „Gezügeltes Essverhalten“ (*restrained eating*)

bezeichnet eine kognitive Kontrolle der Nahrungsaufnahme, um an Gewicht zu verlieren oder nicht an Gewicht zuzunehmen (vgl. Pudel und Westenhöfer 2003, S. 177). Die Mahlzeit wird beendet, nicht weil eine Sättigung eingesetzt hat, sondern weil eine kognitive Grenze festgelegt wurde, die vor der Sättigung erreicht wird. In diesem zeitlich überdauernden Muster kann sich bei rigider Form eine Essstörung entwickeln, muss aber nicht (vgl. Westenhöfer 1996, S.16 S. 35). Frauen haben eine höhere Prävalenz, ein gestörtes Essverhalten zu konzipieren (vgl. Setzwein 2004c, S. 504). In der Konsequenz könnte man dieses Denkmuster als Ursache für die Neigung der Frauen zum Diäthalten anführen – ein wichtiger Aspekt im weiblichen Essverhalten. Um eine Gewichtsreduzierung oder -haltung zu erwirken, bevorzugen Frauen besonders leichte Lebensmittel, z.B. Lightprodukte, Obst und Gemüse, Quark, Joghurt und Brot (vgl. Abb. 1 und 2). In der Beschreibung weiblichen Essverhaltens, sollten jedoch auch die Süßigkeiten nicht fehlen. Hier wird ein Schwachpunkt im Verhalten der Frau sichtbar. Zittlau (2002) beschreibt: Wie das Bier zum Mann, „gehören“ Süßigkeiten „zur Frau“. Die NVS II zeigt zwar auf, dass Frauen nur 48 g/Tag und Männer 55 g/Tag Süßwaren zu sich nehmen (vgl. Max Rubner Institut 2008, S. 50), demzufolge konsumieren Frauen statistisch gesehen weniger Süßwaren als Männer. Jedoch spiegelt dieser Vergleich auch ein Missverhältnis im Umgang mit Lebensmitteln bei Frauen wider. Frauen versuchen sich permanent zu zügeln, indem sie hauptsächlich vollwertige und kalorienarme, leichte Gemüse-, Nudel-, und fleischarme Gerichten essen, um dann in gewissen Momenten, wie die Männer, zu energiereichen (in diesem Falle: süßen) Produkten zu greifen (vgl. Diehl 1983, S. 275).

Der klassische Ess-Stil einer männlichen Person ist durch ein unkompliziertes und lustvolles Essverhalten bestimmt. Bei Männern ist die kognitive Kontrolle nicht so ausgeprägt wie bei Frauen; wenn sich Männer auf ein Diätverhalten einlassen, dann häufig aus gesundheitlichen Gründen, z.B. aufgrund einer Krankheit, die durch falsche Ernährung begünstigt wird. Durch ausgiebigen Appetit und lustbedingtes Essverhalten neigen die Männer eher zum Risikoverhalten (vgl. Setzwein 2004c, S. 504), wie uns der Vergleich mit den alkoholischen Getränken (vgl. S. 6 der vorliegenden Arbeit) und die Tendenz zu scharfen und deftigen, energiereichen Fleischgerichten zeigen (vgl. Diehl 1983, S. 275).

Der Ernährungspsychologe Jörg Diehl (1983) beschreibt, dass die Vielfältigkeit der Lebensmittelauswahl der Männer eine geringe Breite aufweist. Der größte Teil der Speisen ist durch einen bedeutenden Anteil an Fleischkomponenten gezeichnet. Genauso spielt im Essverhalten von Männern die Quantität eine große Rolle. Sie verzehren ein größeres Volumen an Lebensmittel als Frauen (vgl. Setzwein 2004b, S. 51). Andererseits ist die Lebensmittelauswahl bei den Frauen etwas ausgedehnter und unterschiedlicher. Zudem ist noch hinzuzufügen, dass Frauen mehr auf die Qualität der Nahrung achten und eher mehrere kleine Mengen an Lebensmitteln bevorzugen (vgl. Baker Wardle 2003, S. 269).

Somit wird deutlich, dass zwischen Essverhalten und jeweiligem Geschlecht eine Bindung besteht; dass Frauen und Männer nicht einfach nur essen, sondern hinter ihrem Essverhalten ein vielschichtiges Prinzip von Hintergründen besteht, die sie dazu veranlassen, so zu essen, wie sie es tun.

1.3 Entwicklung der geschlechtsspezifischen Ernährungssituation

Auf der Suche nach den Kausalitäten für die Differenzen im geschlechtsspezifischen Essverhalten stößt man auf zwei wesentliche Grundsätze, die die Voraussetzung für die Entwicklung eines geschlechtsspezifischen Essverhaltens darstellen.

Eine Wurzel für die Entwicklung des geschlechtsspezifischen Essverhaltens könnte in der Biologie des Menschen liegen. Laut den Referenzwerten der deutschen Gesellschaft für Ernährung herrschen aufgrund der körperlichen Zusammensetzung Unterschiede im Energiebedarf zwischen Männern und Frauen und ebenso in einigen Nährstoffgruppen (vgl. DGE et al. Referenzwerte 2001, S. 23). Männer haben einen höheren Energieverbrauch als Frauen, weil Männer eine größere Körperhöhe aufweisen. Sie arbeiten häufig körperlich schwerer und haben einen anderen Hormonhaushalt als Frauen (vgl. Gniech 2002, S. 87). Daraus schließt man, dass sich Frauen eher kalorienreduziert ernähren sollten als Männer, da sie einen geringeren Grundumsatz an Energie aufweisen (vgl. DGE et al. Referenzwerte, 2001, S. 32). Aufgrund des differenzierten Hor-

monhaushaltes von Frauen und Männern sollten erstere nicht die gleiche Menge und Qualität an Lebensmitteln verzehren wie Männer. Würden beide Geschlechter dasselbe an Nahrung aufnehmen, also die Männer ein bisschen weniger und die Frauen ein etwas mehr und dies bei konstant bleibender körperlicher Anstrengung, wäre das Ergebnis, dass die männliche Bevölkerung immer muskulöser und die weibliche immer korpulenter würde (vgl. Gniech 2002, S. 87). Demzufolge wird gerade aufgrund körperlicher Gegebenheiten ein geschlechtsspezifisches Essverhalten erwartet.

Der Ernährungssoziologe Dr. René John hingegen vertritt die Ansicht, dass es für eine geschlechtsspezifische Ernährung kein Motiv auf biologischer Ebene gibt. Der unterschiedliche Grundumsatz sei nicht ausschlaggebend dafür, dass Männer bevorzugt Fleisch und deftige Speisen wählen und Frauen eine gesündere, leichte Kost bevorzugen. Die Erklärung dafür findet sich in der entwickelten Ernährungssituation, da es in der Vergangenheit das gewärtig bestehende Überangebot an Speisen nicht gab. In der Vergangenheit gab es nur eine begrenzte Auswahl an Lebensmitteln, die der Bevölkerung zur Verfügung stand, wie man u. a. anhand verschiedener archäologischer Befunde festgestellt hat. Frauen verzehrten zum Beispiel genauso viel Fleisch wie Männer (vgl. Wolter, www.wdr.de). Heute steht uns jedoch eine umfangreiche Palette von *Low-Fat*-Produkten bis hin zu energiereichen Produkten in unterschiedlichsten Variationen zur Verfügung (vgl. Westenhöfer 1996). Durch diese große Auswahl können Frauen und Männer ihren verschiedenen Vorlieben für bestimmte Lebensmittel Rechnung tragen. Fleischerzeugnisse und leichte Gemüseprodukte gibt es in unserer modernen Konsumwelt in derart vielen Variationen und Kombinationen, dass es den Geschlechtern ohne Weiteres möglich ist, ihr eigenes Ernährungsprofil zu bestimmen.

Bei der Betrachtung der o.g. Grundlagen für die Entstehung geschlechtsspezifischen Essverhaltens scheint eines offensichtlich: Die Veränderungen in der *Welt der Lebensmittel* und die Veränderungen in der Gesellschaft an sich sind die wesentlichen Bedingungen für die Entfaltung geschlechtsspezifischen Essverhaltens. Ernährung ist einem permanenten gesellschaftlichen Wandel ausgesetzt. Einen besonderen Einfluss hat die Gesellschaft zudem in Hinblick auf

das kulinarische Erleben, und besonders beeinflusst sie mit ihren sozialen Anregungen die Motive des Essens von Männern und Frauen, wie uns die Ausführungen im nächsten Kapitel zeigen werden.

2 Beleuchtung des Analysethemas: Motivation des Essens

Um die tatsächlichen Hintergründe der geschlechtsspezifischen Ernährung herauszustellen, empfiehlt es sich, auch die Motivationen, Emotionen und Einstellungen von Männern und Frauen geschlechtsspezifisch zu betrachten. In diesem Kapitel sollen daher folgende Fragen Beachtung finden:

Was veranlasst Frauen und Männer dazu zu essen? Wie sehen die Beweggründe der Frauen und wie die der Männer aus, ein bestimmtes Essverhalten zu konzipieren? Welche Motivation steckt hinter dem weiblichen Essverhalten? Was veranlasst Männer dazu, ein anderes Essverhalten an den Tag zu legen als Frauen?

Die Begriffe „Essverhalten“ und „Ernährungsverhalten“ sowie „Lebensmittelwahl“ und „Mahlzeit“ werden in dieser Arbeit jeweils synonym verwendet. Auch wenn das Trinken zumeist nicht explizit erwähnt wird, ist es doch stets auch Gegenstand der Betrachtung.

2.1 Definition und Begriffsbestimmung

Als „Motivation“ bezeichnet man die Handlungsbereitschaft für ein bestimmtes Verhalten. Der Begriff ist eine allgemeine Bezeichnung für die Gesamtheit von Motiven. Motive sind Beweggründe für allgemeine Handlungsweisen (vgl. Pschyrembel 1998, S. 1042). In der Psychologie bezeichnet „Motivation“ die Steuerung und Aufrechterhaltung von körperlichen und psychischen Vorgängen (vgl. Zimbardo & Gerrig 1999, S. 319). Menschen erleben in Situationen einen Spannungszustand, der durch Bedürfnisse (Motive) ausgelöst wird, und das Bestreben des Individuums ist es, diesen Zustand zu reduzieren (vgl. Pschyrembel 1998, S. 180). Dies bedeutet, dass Menschen sich von gewissen Motiven leiten lassen und deshalb ein spezifisches Verhalten (in diesem Fall Essverhalten) an den Tag legen.

2.2 Einfluss der Motivation auf die Lebensmittelwahl

Warum Menschen eine gewisse Lebensmittelwahl treffen und ein entsprechendes Essverhalten zeigen, findet seine Begründung in der Motivation, die wiederum aus unterschiedlichen Motiven zusammengesetzt ist (vgl. Pudiel & Westenhöfer 2003, S. 53). Die wahrgenommenen Attribute bestimmter Lebensmittel wie Energiegehalt, Vitamingehalt, Aussehen, Geruch usw. haben großen Einfluss auf die Motivation, sich für oder gegen das Verzehren von Lebensmitteln zu entscheiden (vgl. Westenhöfer 2005, S. 46). In diesem Prozess spielt die vorhandene Situation ebenfalls eine bedeutende Rolle. Die Motive hängen auch von der Konstellation der Umstände ab. Nicht in jeder Situation entstehen die gleichen Beweggründe, eine Mahlzeit einzunehmen. Pudiel und Westenhöfer (2003) beschreiben die Bedeutung der Situationen, die auf das Entstehen von Essverhalten Einfluss nehmen. Sie machen deutlich, dass ein Mensch in unterschiedlichen Situationen auch unterschiedliche Motive einsetzt. Wird beispielsweise ein Essen in einem Restaurant eingenommen, kommen die Motive Geschmack, Kultur und soziale Aspekte zum Tragen, während bei daheim eingenommenen Mahlzeiten eventuell eher die gesundheitlichen Motive eine Rolle spielen.

Die folgende Abbildung zeigt schematisch den Zusammenhang von Motivation, Situation und wahrgenommenen Eigenschaften von Nahrungsmitteln.

Prozess der Lebensmittelwahl

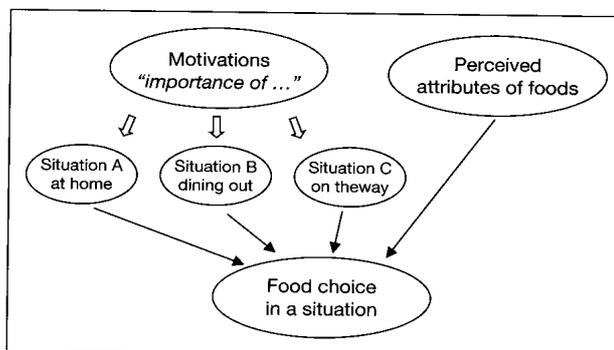


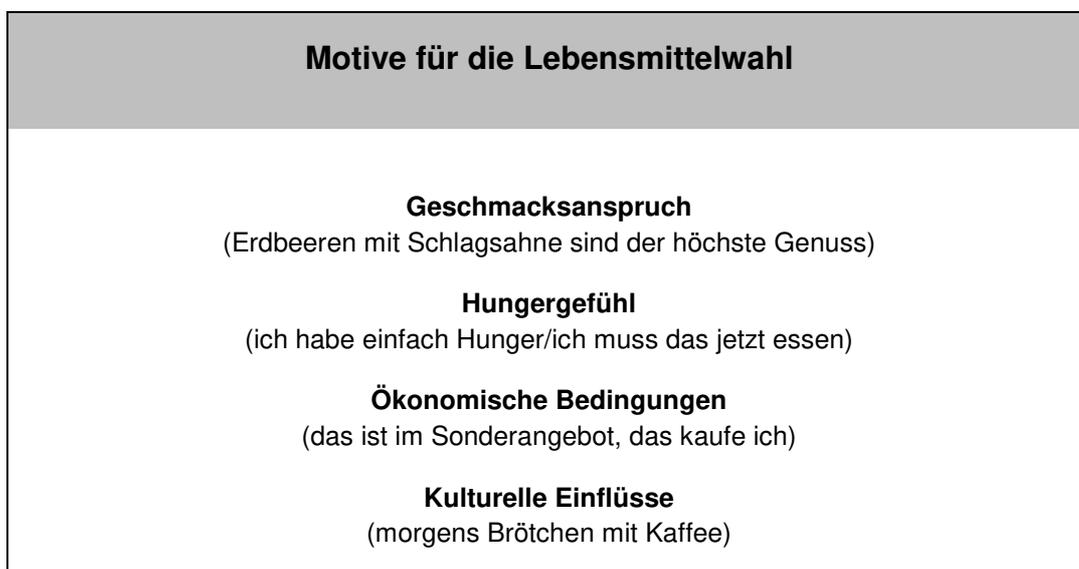
Abb. 4: Pathway model of food choice
(vgl. Westenhöfer 2005, S. 46)

Abb. 4 lässt in der Transparenz erkennen, dass die Motivation und die jeweilige Situation, in der sich ein Mensch befindet, in einer engen Beziehung zueinander stehen und auf die Lebensmittelwahl einwirken können. Anders sieht dies mit den perzipierenden Eigenschaften aus. Sie haben einen direkten Einfluss auf die Nahrungswahl, da sie von der jeweiligen vorhandenen Situation unabhängig sind; so mag der geringe Energiegehalt der Gemüsepfanne attraktiver sein oder wiederum der Geruch eines Steaks verlockender. Je nach Attribut wird im Folgenden ein Lebensmittel ausgewählt, um die theoretische Darstellung mit einem Beispiel zu untermauern.

In der Konsequenz der Betrachtung dieser Darstellung kann festgehalten werden, dass die Entscheidung von Männern und Frauen für (oder gegen) ein Lebensmittel einem komplexen Prozess entspringt. Eines geht also aus der Theorie hervor: die Motivation mit ihren unterschiedlichen Beweggründen wirkt je nach Situation auf das Essverhalten eines Menschen ein (vgl. Pudiel & Westenhöfer 2003, S. 56). Die Bedeutung der Motive liegt in der Beeinflussung des Essverhaltens der Menschen bzw. der Lebensmittelwahl.

2.3 Motivationsgründe des Essverhaltens

Die nachfolgende Darstellung soll einen kurzen Überblick über die bekannten Motive geben, die das Essverhalten steuern können:



<p>Traditionelle Einflüsse (Omas Plätzchen zu Weihnachten)</p> <p>Habituelle Bedingungen (ich esse immer eine Suppe vor der Mahlzeit)</p> <p>Emotionale Gründe (ein Stück Kuchen in der Stresssituation)</p> <p>Soziale Gründe (bei Fondue lässt es sich gut unterhalten)</p> <p>Soziale Statusbedingungen (die Schulzes laden wir zu Hummer ein)</p> <p>Angebotslage (man isst das Mensaessen, weil es dies gerade gibt)</p> <p>Gesundheitsüberlegungen (soll gesund sein, also esse ich das)</p> <p>Fitnessüberlegungen (soll gut fürs Joggen sein)</p> <p>Schönheitsansprüche (ich halte Diät, um schlank zu bleiben)</p> <p>Verträglichkeit (Grünkohl esse ich nicht, den vertrage ich nicht)</p> <p>Neugier (mal sehen, wie das schmeckt)</p> <p>Angst vor Schaden (das esse ich nicht mehr, weil da Schadstoffe drin sind)</p> <p>Pädagogische Gründe (wenn Du Schularbeiten machst, bekommst Du ein Bonbon)</p> <p>Krankheitserfordernisse (Zucker darf ich nicht essen wegen meiner Diabetes)</p> <p>Magische Zuweisungen (Sellerie esse ich für die Potenz)</p> <p>Pseudowissenschaftlich (10 harte Eier zum Abnehmen)</p>

Tab. 1: Motive, die das Essverhalten beeinflussen
(vgl. Pudel 1996, S. 80-81)

Wirft man einen Blick auf diese verschiedenen Motive, die alle das Essverhalten beeinflussen, wird offensichtlich, dass es sich hier um einen komplexen und

individuellen Gegenstand handelt. Die Motive aus Tab. 1 setzen sich aus ganz unterschiedlichen Bereichen zusammen und hängen mal mehr und mal weniger mit dem Prinzip der Nährstoffversorgung zusammen (vgl. Pudiel & Westenhöfer 2003, S. 53). Die Motivation eines bestimmten Essverhaltens ist Auslöser dynamischer Reaktionen, die sich je nach Situation im Laufe des Lebens herauskristallisieren (vgl. Fehrmann 2002, S.43).

2.4 Psychosoziale Hintergründe des Essens

Grundsätzlich denkt man als erstes natürliches Motiv zum Essen an Hunger. Dies ist auch nicht ganz von der Hand zu weisen: Hunger und Durst sind die bedeutendsten Bedürfnisse eines Menschen, denn ohne Essen ist kein Überleben möglich (vgl. Uni-Heidelberg: www.psychologie.uni-heidelberg.de). Und doch ist nach Fermann (2002) Hunger in der westlichen Überflussgesellschaft nicht mehr das wichtigste Motiv. Keiner muss fürchten, abends nicht mehr satt zu werden. Demzufolge gibt es aus Sicht der Psychologie und Soziologie neben den biologischen Motiven noch weitere Gründe, ein bestimmtes Essverhalten zu entwickeln. Daher ist es sinnvoll, die psychosozialen Hintergründe bezogen auf die Essmotivation genauer zu betrachten, zumal sie in dieser Analyse an Bedeutung gewinnen, weil sie das Verständnis für die Motive des Essens unterstützen.

Essen und Trinken dienen nicht nur dazu, Hunger und Durst zu stillen. Das kulinarische Erlebnis folgt ebenso dem Bedürfnis, sich im sozialen Gefüge einzubringen. Laut der Soziologie umfasst Essen nicht nur den Nahrungsakt an sich, sondern es handelt sich gleichsam um eine Anpassung an die Umgebung des jeweiligen Menschen, so Jana Rückert-John und René John in ihrem in der Zeitschrift *Ernährung im Fokus* veröffentlichten Artikel „Essen macht Geschlecht“. Die Autoren erklären, dass es in der Gesellschaft außer dem Motiv Hunger noch weitere Aspekte gibt, die das Essverhalten von Männern und Frauen steuern (vgl. Rückert-John & John 2009, S. 176), wie z.B. soziale Kontakte, soziale Anlässe und den Anforderungen der Gesellschaft zu entsprechen.

Vielmehr muss erkannt werden, dass das jeweilige Geschlecht¹ sozialen Normen ausgesetzt ist, die damit maßgeblich Einfluss auf das Essverhalten ausüben (vgl. Zittlau 2002, S.70). Durch bestimmte Erwartungen und entsprechende Handlungen der Gesellschaft sind vergleichbare Einstellungen zum Essen bei Frauen und Männern verankert, die sich in den Ausdrucksweisen des Essens widerspiegeln (vgl. Setzwein 2004b, S.62-63), wodurch die soziale Bedeutung der Gesellschaft durch die Motivationsgründe übermittelt wird. Hinzu kommen noch die psychologischen Aspekte: die Auseinandersetzung mit negativen Gefühlen, das Bestreben, den Erwartungen anderer zu entsprechen, der Versuch, sich sozial zu verhalten und genusssteigernde Wirkungen sind Motive auf psychologischer Basis, die allerdings auch einen soziologischen Charakter aufweisen (vgl. Thogersen-Ntoumani 2009, S. 102).

Emotionen und den sozialen Erwartungen zu entsprechen sind Motive, die eher ein ungesundes Essverhalten, mit dem Charakter des kontrollierten und gezügelten Essens, bewirken. Das Sozialverhalten und das Vergnügen beim Essen zeigen eher den entgegenwirkenden Effekt der Appetitanregung (vgl. Thogersen-Ntoumani 2009, S. 106).

Geschlechtsspezifisch betrachtet, ist die Wahrscheinlichkeit, dass ein Mädchen aus Lust und Vergnügen isst, sehr gering. Anders ist es bei jungen Männern, sie essen gerne aus Vergnügen und Genuss in Gesellschaft. Für Frauen sind die Motive der Bewältigung negativer Gefühle und der Einhaltung der Erwartungen anderer, im Hinblick auf das Diätverhalten, wichtiger als das Sozialverhalten und die Freude beim Essen (vgl. Thogersen-Ntoumani 2009, S. 106).

Ein geschlechtsspezifisches Essverhalten unterliegt also den Anforderungstendenzen der Gesellschaft, und dabei spielt die Erziehung im Umgang mit Ernäh-

¹ In Anbetracht dieser Tatsache ist es ratsam eine kurze Definition des Begriffes „Geschlecht“ zu geben. Es gibt eine Vielzahl von Begriffserklärungen. Um die Motive geschlechtsspezifischen Essverhaltens zu erläutern, genügt es hier, die Definition des biologischen und sozialen Geschlechts („Sex“ und „Gender“) zu beleuchten. „Sex“ bezeichnet das natürliche, genetisch festgelegte Geschlecht, „Gender“ bezeichnet die sozialen Rollenerwartungen (vgl. Bublitz 2002, S. 93). Laut des biologischen Aspekts erfolgt die Zuordnung des Geschlechts nach den anatomischen bzw. körperlichen Merkmalen. Beim sozialen Aspekt findet die Zuordnung des Geschlechts durch die Einordnung in soziale Normen durch die Umwelt statt (vgl. Pschyrembel 1998, S. 566).

rung eine bedeutende Rolle. Kinder werden durch die Erziehung zum Essen in bestimmte Rollenerwartungen eingeführt. In diesem Rahmen kann man den sozio-kulturellen Lernprozess erwähnen, der bereits im Kindesalter beginnt (vgl. Pudiel und Westenhöfer 2003, S. 38). Durch den täglichen Kontakt mit der Umwelt wird Jungen wie Mädchen ein bestimmtes geschlechtsspezifisches Essverhalten vermittelt. Gewisse Glaubensvorstellungen, Rituale, Normen, Werte und Gewohnheiten, Einstellungen und Motivationen der sozio-kulturellen Umgebung werden den Kindern tradiert und im Erwachsenenalter als völlig konventionelles, geschlechtsspezifisches Essverhalten mit bestimmten Unterschieden erlebt. Doch häufig wird die Ernährungserziehung nur als Mittel zum Zweck eingesetzt, um Anstandsregeln zu vermitteln und nicht das richtige Essen (vgl. Fehrmann 2002, S. 23-24).

Die Verbindung von Fleisch mit Männlichkeit (vgl. Beardsworth und Keil 1997, S. 212) und Gemüse mit Weiblichkeit zeigt, wie sich die sozialen Normen und Rollenerwartungen auch auf das geschlechtsspezifische Essverhalten auswirken. Durch diese Verbindung kann man erkennen, wie die erwarteten sozialen Normen Männern und Frauen ein bestimmtes Essverhalten suggerieren, in das wohlbekannte, akzeptierte Motive einfließen. Natürlich bleibt zu erwähnen, dass Unterschiede nicht nur hinsichtlich Männern und Frauen zu skizzieren sind. Emotionen beeinflussen das Essverhalten sowie von Männern als auch von Frauen (vgl. Geliebter & Aversa 2003, S. 344). Jedoch sieht man anhand der Ausführungen, dass bestimmte psychosoziale Motive auf das Essverhalten mehr oder weniger bei Frauen bzw. Männern bestimmte Wirkungen erzielen.

2.5 Beeinflussungskriterien (Motive)

Aus den vorangestellten Ausführungen ist ersichtlich, dass bestimmte Faktoren das geschlechtsspezifische Essverhalten beeinflussen. Aus diesen Kriterien kristallisieren sich bestimmte Motive zu essen heraus. Im Folgenden werden die zu analysierenden Beeinflussungskriterien dargestellt und somit auch die sich daraus ableitenden Motive.

2.5.1 Einstellung zum Essen

Zum Thema der allgemeinen Verbindung zwischen Einstellung und Verhalten in Bezug auf die Essenswahl wurden mehrere Studien durchgeführt. Die Studien zeigten keine hohen Korrelationen zwischen Einstellung zur Lebensmittelwahl und Verhalten, aber trotzdem lassen sie den Schluss zu, dass die Einstellung ein beeinflussender Faktor für das Essverhalten ist (vgl. Conner & Armitage 2002, S.28-29). Genauso wie die Lebensmittelwahl und der Umgang mit der Nahrung weisen die Einstellungen zum Essen geschlechtsspezifische Charakteristika auf (vgl. Setzwein 2004a, S.178).

Die Einstellung zur eigenen Gesundheit ist ein wichtiges Motiv für die Lebensmittelwahl. Frauen haben eine höhere Gesundheitsmotivation, ein größeres Bedürfnis schlank zu sein und ein besseres Ernährungswissen als Männer (vgl. Westenhöfer 2005, S. 44; Setzwein 2004a, S.178).

Begründet durch die starke Gesundheitsüberzeugung entwickeln Frauen oft eine ambivalente Einstellung zur Ernährung (vgl. Setzwein 2004c, S. 504). So zeigte sich in einer Untersuchung zum Verzehr von Süßigkeiten: Die befragten Frauen schätzen den Verzehr von Süßigkeiten als Vergnügen und gleichzeitig als ungesund ein. Hier wird wieder ein Schwachpunkt sichtbar: So gesundheitsbewusst sich Frauen auch ernähren, sobald die Einstellung durch Einflüsse bzw. gewisse Kriterien wie das Auftreten von Stress geschwächt wird, wird Süßes verzehrt (vgl. Grogan et al. 1997, S. 23), wie die Nahrungspräferenzen im Kapitel 1 verdeutlicht haben.

Männer haben eine eher unkomplizierte Einstellung zum Essen. In einer Umfrage gab mehr als die Hälfte der männlichen Befragten an, sich in ihrem Essverhalten fast ausschließlich nach ihrem Geschmack zu richten, nicht nach dem Gesundheitsaspekt (vgl. Setzwein 2004a, S. 178). Anders als bei Frauen, für die im Bereich Gesundheit die Einstellung zur Ernährung eine besondere Bedeutung hat, liegt der Fokus bei Männern mehr in der Bewegung als in der Ernährung (vgl. Westenhöfer 2005, S. 47). Sie haben die Haltung, dass Sport einen höheren Stellenwert im Bereich Gesundheit hat als die gesunde Ernährung (vgl. Setzwein 2004c, S. 504).

Interessant zu diesem Aspekt sind die Essstörungen. Durch das modifizierte, kontrollierte, gezügelte Essverhalten der Frauen haben diese eine höhere Prävalenz, eine Essstörung zu entwickeln, als Männer (vgl. Setzwein 2004c, S. 504). Die Kausalität könnte in der hohen Einstellung zur Gesundheit bzw. zur Attraktivität liegen. In einer deutschen Untersuchung gaben über 50% der Frauen und über 40% der Männer an, Schwierigkeiten in ihrem Essverhalten wahrzunehmen (vgl. Pudiel & Westenhöfer 2003, S. 205). Aufgrund sozio-kulturellen Drucks können bei Frauen wie auch bei Männern unrealistische Einstellungen zum Körper und demzufolge auch zum Essen entstehen. So ist häufig zu beobachten, dass Frauen einem Schlankheitsideal nacheifern, Männer einer maskulinen Gestalt (vgl. Cahill & Mussap 2007, S. 631). Die Auswirkungen sind im Essverhalten deutlich zu erkennen, indem Frauen mehr als Männer dazu neigen, zugleich gesundes (vermehrter Obst- und Gemüseverzehr) wie ungesundes Essverhalten (gezügeltes Essen oder sogar Auslassen von Mahlzeiten) zu praktizieren (vgl. Thogersen-Ntoumani et al 2009, S. 105; Grogan et al. 1997, S. 19).

Ein weiterer Einfluss im Zusammenhang mit Essstörungen liegt in der Einstellung, genauer gesagt in der Einstellung zu sich selbst. Menschen, die sich gezügelt ernähren, weil sie abnehmen oder ihr Gewicht halten wollen, werden in gewissen Situationen durch externe Reize (z. B. Anblick von Speisen) daran gehindert, weiter abzunehmen. Dieses Phänomen ist besonders bei übergewichtigen Menschen zu finden. Normalgewichtige Menschen lassen sich mehr durch innere Reize (z. B. Hunger/Sättigung) leiten (vgl. Pudiel & Westenhöfer 2003, S. 179). Die Reizabhängigkeit steuert in bestimmten Momenten die Lebensmittelwahl bzw. das Essverhalten mehr als das gezügelte Essverhalten, so dass man seiner Einstellung zum Essen nicht treu bleibt, da die Einstellung zu sich selbst überwiegt.

Aus diesem Grunde wurde das Motiv „Einstellung zu sich selbst“ mit in die Analyse aufgenommen. Eine Studie ergab: Die generelle Motivation zu essen wird durch innere Kriterien beeinflusst, und das spezielle Bedürfnis auf ein Lebensmittel wird durch äußere Einflüsse bestärkt (vgl. Marcelino et al 2001, S. 13).

Durch diese Beeinflussung kann die jeweilige Einstellung in den Hintergrund rücken, indem man sich gemäß seinem Bedürfnis der Speise hingibt.

2.5.2 Externe und interne Einflüsse

Wie uns der Blick in die Ausführungen der unterschiedlichen Einstellungen von Männern und Frauen zur Ernährung gezeigt hat, gibt es gewisse Situationen im Leben, die die Motivation etwas zu essen beeinflussen. Externe wie auch interne Kriterien insinuieren die Motive einer Mahlzeit, so dass sich die Einstellungen zum Essen und demzufolge auch zu sich selbst variieren.

In einer Studie, an der 227 Frauen und 140 Männer teilnahmen, wurden die internen und externen Kriterien als bestimmender Faktor für die Motivation, das Essen zu beginnen, festgelegt. Es sollte untersucht werden, inwiefern interne und externe Reize den Appetit steigern. Als interne Faktoren sind subjektiver Hunger als Folge des sinkenden Blutglucosespiegels und Gender bestimmt worden. Der externe Reiz ist die visuelle Darstellung einer Pizza.

Hunger ist das Erleben eines unangenehmen, oft auch als schmerzhaft bezeichneten Gefühls, das zum Beginn der Nahrungsaufnahme anregt. Es dient sozusagen als Startsignal bzw. als Motivation, mit dem Essen anzufangen – und dies für Frauen und Männer gleichermaßen (vgl. Pudiel und Westenhöfer 2003, S. 85).

In den folgenden zwei Abbildungen wird der Einfluss der externen und internen Reize den Appetit und somit auch auf das Essverhalten grafisch dargestellt.

Abb. 5 weist darauf hin, dass Frauen ohne äußere Einflüsse ihren Appetit kontrollieren können und sich entsprechend ihrer Einstellung zum Essen ernähren. Begegnet Frauen ein äußerer Reiz, wird der Appetit stimuliert und die Kontrolle ausgeschaltet. In diesem Moment unterscheiden sie sich nicht von den Männern und haben auch eine unbefangene Einstellung zum Essen.

Externer Faktor

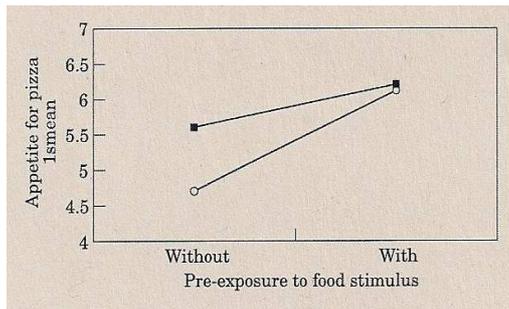


Abb. 5: Durchschnittswerte der Appetitbewertung mit und ohne externen Reiz

○ Females, ■ Males (Marcelino et al 2001, S. 12)

Die Grafik weist ebenso auf eine gewisse Reizunabhängigkeit der Männer hin, da sie sowohl mit als auch ohne Reiz einen gesteigerten Appetit verspüren.

Abb. 6 verdeutlicht den Effekt des internen Reizes (subjektiver Hunger), den Appetit auf Lebensmittel zu steigern:

Interner Faktor

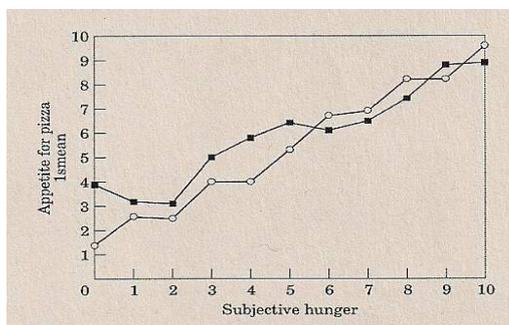


Abb. 6: Durchschnittswerte von Appetit vor und nach der Stimulierung durch Pizza, abhängig vom subjektiven Hunger

○ Females, ■ Males (Marcelino et al 2001 S. 12)

Aus Abb. 6 geht hervor, dass der interne Faktor als Motiv, den Appetit zu steigern, von der empfundenen Stärke des Hungers abhängig ist. Weniger hungrige Frauen haben ebenso ein geringeres Verlangen auf ein Lebensmittel. Männer können ein bevorzugtes Lebensmittel auch dann verzehren, wenn sie kein Hungergefühl verspüren, da sich Männer häufig aus Gewohnheit am Geschmack des Lebensmittels orientieren (vgl. Setzwein 2004a, S. 178). Andersherum ist hier bei starkem Hunger das Verlangen, ein Lebensmittel zu essen,

bei Frauen höher als bei Männern, weil sie das Essen nicht als Zwischenmahlzeit, sondern als vollständige Mahlzeit ansehen, und da kann der visuelle Einfluss einer Speise sehr effektiv wirken und den Appetit anregen (vgl. Marcelino et al 2001, S. 13).

Die Ergebnisse dieser Studie verdeutlichen den Aspekt, dass die Motivation zu essen bei Frauen vom Level des Hungergefühls und des äußeren Reizes abhängig ist. Lässt jemand sich permanent durch gewisse Situationen und äußere Reize verleiten, gewisse Lebensmittel zu essen, könnte dies in der Einstellung zu sich selbst liegen. Interne sowie auch externe Reize spielen eine Rolle in der weiblichen Motivation zu essen (Marcelino et al 2001, S. 13).

Die Männer hingegen können auch mit einem geringen Hungergefühl und ohne externe Reizeinwirkung essen. Dennoch essen sie häufig, weil sie Hunger haben (Abb. 6). In der Aufbereitung einer anderen Studie ist zu erkennen, dass Männer in allen Gewichtsklassen in angenehmen Situationen mehr essen als Frauen (vgl. Geliebter & Aversa 2003, S. 344).

In diesem Zusammenhang spielt die Stimmungslage, in der sich die Person befindet, eine Rolle. Auch Emotionen haben einen erheblichen Einfluss auf das Essverhalten. Sie gelten als interne Reize (vgl. Gibson 2006, S. 53).

2.5.3 Emotionen

Will man die Motive des Essverhaltens auf wissenschaftliche Weise beleuchten, sollten in diesem Zusammenhang die Emotionen nicht ausgelassen werden. „Der Begriff Emotion gilt als Sammelbezeichnung für die enger definierten Begriffe Gefühl, Stimmung und Affekt“ (vgl. Grunert 1993, S. 137). Gibson (2006) beschreibt, dass Stimmungen das Essverhalten verändern können. Nach Grunert (1993) unterstützen Angst, Ärger, Traurigkeit und Stress als negative Emotionen die Zügelung der Nahrungsaufnahme; Freude, als positive Emotion, begünstigt die Aufnahme von Nahrung (vgl. Macht 2005, S. 305).

Die Lust beim Essen (hervorgerufen durch Geschmack) und das Erleben von Genuss verbunden mit positiven Gefühlen bilden ein sehr bedeutendes Motiv in der Nahrungsmittelwahl (vgl. Baker & Wardle 2003, S. 270), das bei der Betrachtung geschlechtsspezifischen Essverhaltens nicht außer Acht gelassen werden darf. Zittlau (2002) beschreibt, dass genussvolles Essen gerade bei Männern die Stimmung hebt und als Belohnung dient, da es positive Gefühle verschafft. Nur jede vierte Frau, aber über die Hälfte der Männer lassen sich vom Lustgefühl verleiten, etwas zu essen (vgl. Setzwein 2004a, zitiert nach Noelle-Neumann/Köcher (Hrsg.) 2002: 267, S. 178). Genuss ist kein angeborenes Motiv wie Hunger, das zum Beginn der Nahrungsaufnahme führt. Es ist das Empfinden eines und die Hingabe an einen angenehmen Geschmack. Die sogenannten Geschmacks- und Nahrungspräferenzen konzipieren sich durch das Hineinwachsen in die Kultur, aufgrund des sozio-kulturellen Lernprozesses (vgl. Pudiel 1996, S. 83): „Der Genuss schließt schmackhafte, gesunde und anregende Speisen, fröhliche und friedliche Gespräche, ein hilfreiches Ambiente und selbstgewisse Vertrautheit unter den Essenden ein“ (vgl. Wierlacher 2004, S. 55-56). Diese Definition von Genuss verdeutlicht die Bedeutung der sozialen Hintergründe, die in die Motive mit einfließen.

Sich vom Motiv Genuss leiten zu lassen, ist bei Frauen durch den Aspekt der Attraktivität beeinträchtigt. Das Empfinden von Lust löst in bei Frauen Figurängste und Kontrollwünsche aus. Die Männer hingegen würden für ein schönes Essen „alles stehen und liegen lassen“, um sich dem Genuss und der Lust hinzugeben (vgl. Setzwein 2004c, S. 507). Sie empfinden dabei eher Zufriedenheit und Wohlgefühl als Angstgefühle, welche als negative Emotionen zu bezeichnen sind. In der Folge ist zu erkennen, Männer orientieren sich am Motiv Genuss mehr als Frauen.

Die negativen Emotionen, die durch Stress ausgelöst werden, führen nicht immer zu einer Minderung der Nahrungsaufnahme, sondern können das Essverhalten ebenso sehr beeinflussen wie der Genuss (vgl. Conner & Armitage 2002), indem es zu einer vermehrten Nahrungsaufnahme kommt (vgl. Macht 2005, S. 305). Bei einem durch Stress bedingten emotionalen Essverhalten kommt es zu vermehrter Nahrungsaufnahme, weil das Subjekt nicht zwischen

Angst und Hunger differenzieren kann (vgl. Conner & Armitage 2002). Durch das Essen wird eine Veränderung des negativen emotionalen Zustandes erreicht, da „das Essen zur Selbstregulierung von Emotionen eingesetzt wird“ (vgl. Grunert, 1993, S. 57) – mit anderen Worten: zur **Bewältigung von negativen Emotionen**.

Emotionale Esser kennzeichnen sich meistens durch den Verzehr von süßen und fettreichen Nahrungsmitteln aus, die sie in stressigen Situationen vermehrt aufnehmen (vgl. Macht 2005, S. 305; Conner & Armitage, 2002).

Laut McGill University (Montreal) und Cornell University (Ithaka/New York) greifen Männer in stressigen Situationen eher zu salzigen Produkten, Frauen hingegen tendieren zu süßen Produkten. In positiven bzw. angenehmen Situationen greifen Männer eher zu Süßigkeiten, Frauen eher zu salzigen Lebensmitteln (vgl. adipositas-online: www.dipositas-online.de; Conner & Armitage 2002). Aus diesem Resultat lässt sich ableiten, dass emotionales Essen mit dem Ziel, negative Gefühle zu bewältigen, sich mehr im Essverhalten der Frauen als in dem der Männer niederschlägt.

2.5.4 Attraktivität

Das Motiv **Gewicht und Figur** spielt eine große Rolle im Ernährungsverhalten. Grund dafür könnten die Veränderungen in den Körperidealen der modernen Gesellschaft sein. In der Vergangenheit war Körperfülle ein Symbol von Wohlstand. Heute hat sich das Blatt gewendet: Dicksein gilt als Attribut von Faulheit und Schlanksein als Signal von Erfolg. Jedoch darf man nicht außer Acht lassen, dass heutzutage mehr und mehr ein mittleres Körpergewicht favorisiert: nicht zu dick und nicht zu dünn, wie Letzteres in den 70er Jahren noch der Fall war (vgl. Westenhöfer & Pudiel 1990, S. 313). Durch diese Modifikation körperlicher Ideale veränderte sich auch das Essverhalten. Dies lässt die Annahme zu, dass viele Menschen einem bestimmten Ideal nacheifern. Ihr Ernährungsverhalten soll sie darin unterstützen, das Gewicht zu halten oder weiter abzunehmen. „Der Wunsch, schlank zu sein, ist ein wichtiges Motiv, dass das Essverhalten,

vor allem von Frauen, steuert“ (vgl. Westenhöfer: www.springerlink.com). Gerade in der westlichen Welt, so zeigen viele Studien, interessieren sich Frauen mehr als Männer für ihr eigenes Körpergewicht bzw. Gewichtserhaltung und Ernährung (vgl. Ekmekcioglu 2006, S. 176; Setzwein 2004a, S. 258).

Die unterschiedliche Einstellung der Geschlechter diesbezüglich ist in diesem Kontext äußerst interessant. Die in Kapitel 2.5.1. erwähnte Gesundheitsorientierung bei Frauen stellt häufig eine Attraktivitätsorientierung dar. Frauen möchten Schlanksein und Attraktivität über die Ernährung erreichen, indem sie sich gesund und restriktiv ernähren, Männer nutzen andere Kompensationsmittel, wie Bewegung und Sport, um dieses Ziel zu realisieren (vgl. Setzwein 2004a, S. 179).

2.5.5 Gesellschaftliche Notwendigkeit

Ernährung lässt sich gut als Funktionsmittel im sozialen Gefüge nutzen. Dazu gehören auch Prestige (vgl. Fermann 2002, S. 40) und die Erwartungen anderer, die einen ermutigen, ein bestimmtes Essverhalten an den Tag zu legen. Das Motiv, den Erwartungen anderer zu entsprechen, wird in einigen Fällen als Darstellungszweck genutzt, um seinen Status zur Schau zu stellen bzw. um Aufmerksamkeit zu erregen. Dies erreichen Menschen häufig, indem sie mit besonderen Nahrungsmitteln „kokettieren“. Erwartungen anderer zu entsprechen dient in erster Linie als Persönlichkeitsausdruck in gesellschaftlichen Situationen (vgl. Grunert 1993, S. 55). Essen dient eben nicht nur der Zufuhr von Nährstoffen, Essen ist auch, wie andere materielle Dinge (Kleidung, Auto), ein Statussymbol. „Bei einigen Lebensmitteln genießen wir beim Verzehr mehr die soziale Anerkennung als den Geschmack“ (vgl. Fermann 2002 S. 29). Aufgrund der sozialen Hintergründe (siehe Kapitel 2.4. der vorliegenden Arbeit) wird uns gelehrt, den Erwartungen anderer zu entsprechen; so erwartete man etwa von Frauen, sich im Essverhalten mäßig und zurückhaltend zu verhalten, während vom Mann kräftiges Zulangen und schnelles Esstempo erwartet werden (vgl. Setzwein 2004b, S. 63).

Ebenso stehen in enger Verbindung mit der Ernährung die sozialen Beziehungen. Menschen sind keine Einzelgänger, sondern soziale Lebewesen. Den Hunger allein zu stillen, davon kann man nicht überleben. Ebenso benötigt man den sozialen Kontakt in unserer Kultur. Nicht ist ein schmackhaftes Essen oft Teil von geschäftlichen Zusammenkünften, Familienfeiern und geselligen Treffen mit Freunden (vgl. Brombach 2004, S. 45). Das Motiv „sozialer Anlass“ hat im Zusammenhang mit dem Ernährungsverhalten eine besondere Bedeutung. Essen und Trinken hat in einer unterhaltsamen und anregenden Atmosphäre die Wirkung, dass sich positive Gefühle wie Lust und Freude entwickeln (vgl. Setzwein 2004a, S. 312), die wiederum „zum Essen animieren“. Da sich Männer aufgrund der sozialen Erwartungen auch ihrem Lustgefühl hingeben dürfen, Frauen hingegen die Kontrollwünsche dieses Empfinden nicht so leicht machen, könnte man vermuten, dass sich Männer gern an diesem Motiv orientieren.

Viele Menschen essen aus Gewohnheit (Automatismus) und Tradition (vgl. Uni-Heidelberg: www.psychologie.uni-heidelberg.de; Pudel 1996, S. 83). Aus psychologischer Sicht ist Gewohnheit „eine erlernte Verhaltensweise, die relativ festgelegt ist und in bestimmten Situationen mit hoher Verlässlichkeit auftritt“ (vgl. Zimbardo 1999, S. 521). Aus dieser Definition könnte man ableiten, dass gewisse Vorlieben für Lebensmittel aufgrund von bestimmten Gepflogenheiten bestehen. Von Kindheit an lernen wir, mit Lebensmitteln umzugehen, und diese eingeübten Handlungsweisen und die Erinnerungen an den Geschmack diktieren den Menschen, bestimmte Lebensmittel in ihren Speiseplan aufzunehmen. Essen aus Gewohnheit setzt einen bekannten, heimischen Geschmack voraus, und den erlangt man, laut Pudel, durch das Beobachtungslernen im sozialen Lernprozess: „Das ‚Mögen‘ ist weniger eine kognitive Bewertung eines sensorischen Eindrucks, sondern vielmehr das Resultat einer Gewöhnung an einen zunehmend vertrauten Geschmackseindruck“ (vgl. Pudel 1996, S. 83). Gewohnheit und Geschmack beeinflussen einander. Hat man sich einmal an einen Geschmack gewöhnt, so liegt es nahe, sich von diesem leiten zu lassen und diese Angewohnheit als Motiv zu essen aufzunehmen. Monika Setzwein weist darauf hin, dass v. a. Männer über ein automatisches Essen verfügen. Sie ori-

entieren sich mehr als Frauen aus Gewohnheit nach dem Geschmack eines Lebensmittels (vgl. Setzwein 2004a, S. 178).

2.6 Erkenntnisse

Anhand der psychosozialen Hintergründe und Beeinflussungskriterien ist also festzustellen, dass die Motivation zu essen nicht nur durch die natürlichen Bedürfnisse Hunger und Durst bestimmt wird, sondern auch auf psychosozialer Basis beeinflusst wird. Aus den Ausführungen lassen sich nunmehr 9 Motive ableiten:

- Gesundheitsmotivation
- Einstellung zu sich selbst
- Hunger
- Bewältigung negativer Gefühle
- Genuss und Belohnung
- Gewicht und Figur
- Erwartungen anderer
- soziale Anlässe
- Automatismus und Gewohnheit.

Frauen und Männer unterscheiden sich dabei hinsichtlich der Motive. Frauen orientieren sich während des Essens an sozialen Normen, Männern dagegen ist der geschmackvolle und gesellige Aspekt in der Ernährung wichtiger.

3 Analysemethodik

Die Untersuchung ist auf der Basis einer Befragung aufgebaut, die die Grundlage in Form des Datensatzes für die resultierenden Ergebnisse liefert. Demzufolge zeigt sich die Beschreibung der Vorgehensweise der Analyse als sinnvoll. Zuerst wird die zu untersuchende Hypothese vorgestellt, dann die Konzeption der Analyse, und anschließend werden das Datenmaterial und das Auswertungsverfahren näher erläutert.

3.1 Hypothese

Im Vorfeld der theoretischen Ausführungen wurde eine Vermutung hinsichtlich der Motive aufgestellt, die durch die Literatur größtenteils Bestätigung findet. Hinsichtlich der theoretisch gewonnenen Erkenntnisse wird nun folgende Hypothese formuliert:

Inhaltliche Hypothese

Frauen orientieren sich in ihrem Essverhalten mehr als Männer an den Motiven Gewicht und Figur (Attraktivität), Bewältigung negativer Gefühle (Emotionen), Erwartungen anderer, Hungergefühl, Gesundheitsmotivation und Einstellung zu sich selbst. Männer stützen sich in ihrem Essverhalten mehr als Frauen auf die Motive Genuss, Gewohnheit und soziale Anlässe (Geselligkeit).

Statistische Hypothese

Aufgrund der angestrebten empirischen Analyse wird aus der inhaltlichen Hypothese das entsprechende statistische Hypothesenpaar, bestehend aus Nullhypothese (H_0) und Alternativhypothese (H_1), gebildet. Die statistische Hypothese ist für den Signifikanztest notwendig. Sie überprüft, ob die gefundenen Unterschiede zwischen Frau und Mann zufällig auftreten oder ob sie real vorhanden sind. Sind die Auffälligkeiten nicht zufällig, wird die Nullhypothese abgelehnt.

H_0 : Die Verteilung in den Motiven ist unter Männern und Frauen gleich.

H_1 : Frauen und Männer unterscheiden sich in der Verteilung der Motive.

Um die inhaltliche Hypothese zu verifizieren oder falsifizieren, wurde eine Befragung von Männern und Frauen in Deutschland durchgeführt, die nachfolgend vorgestellt wird.

3.2 Konzept

Im Folgenden wird die Herangehensweise der Analyse beschrieben.

Untersuchungsdesign

Beim allgemeinen Untersuchungsdesign handelt es sich um eine Trendstudie, da immer wieder neue Stichproben (nicht die gleichen Personen) aus der Grundgesamtheit gezogen werden. Die Daten wurden von Anfang Januar 2009 bis zum heutigen Zeitpunkt erhoben.

Bei der vorliegenden Arbeit handelt es sich jedoch um eine Querschnittuntersuchung (*Cross-Sectional Design*), da die Befragung einmalig von Januar 2009 bis April 2009 durchgeführt wurde. Der Vorteil dieses deskriptiven epidemiologischen Studientyps ist, dass die Möglichkeit besteht, Hypothesen zu formulieren und gleichzeitig mehrere interessierende Merkmale zu einem bestimmten Zeitraum an einer Bevölkerungsstichprobe zu erheben (vgl. Schneider 1997, S. 314).

Die gesamte Trendstudie, bei der die Daten zu verschiedenen Zeitpunkten erhoben werden (vgl. Bortz & Döring 1995, S. 528), war aus zeitlichen Gründen nicht zu verwerten. Daher wurde nur ein gewisser Datensatz entnommen und ausgewertet.

Erhebungsmethode

Zielgruppe der Erhebung waren Männer und Frauen ab 14 Jahren in Deutschland.

Zur Datenerhebung wurde eine schriftliche, quantitative Onlinebefragung auf Grundlage eines von Prof. Dr. Joachim Westenhöfer konzipierten Fragebogens durchgeführt. Auf diesem Weg konnte in kurzer Zeit eine relativ hohe Anzahl

von Männern und Frauen in Deutschland befragt werden. Das Internet ist im letzten Jahrzehnt zu einem bedeutenden Kommunikationsmedium geworden (vgl. Weis & Steinmetz 2008, S. 126). In der heutigen Gesellschaft gibt es nur noch sehr wenige Menschen, denen dieses Medium nicht zugänglich ist. Der Vorteil dieser Befragungsform liegt in der leichten Auswertbarkeit und in der schnellen Umsetzung, da keine individuellen Aspekte mit einbezogen werden. Problematisch kann dabei die Gewinnung von zu Befragenden werden, da sie auf den Fragebogen und dessen Erscheinungsort aufmerksam gemacht werden und über die Mittel Computer und Internet verfügen müssen. Des Weiteren führen Weis und Steinmetz (2008) an, dass bei der Onlinebefragung keine Repräsentativität gegeben ist, da es sich um ein nicht zufallsorientiertes Erhebungsverfahren handelt. Zudem ist der Aspekt der Kontrollierbarkeit bei der quantitativen Befragung kritisch anzumerken. Während des Befragungsprozesses kann nicht darauf geachtet werden, ob die Befragten wahrheitsgemäß antworten. Ebenso wenig können unverständliche Fragen erläutert werden. Um diesen Nachteilen entgegenzuwirken, muss bei der Konstruktion des Fragebogens darauf geachtet werden, dass die Fragen allgemeinverständlich gehalten werden.

3.3 Fragebogen

Als Erhebungsinstrument wurde ein von Prof. Dr. Joachim Westenhöfer für das Magazin *stern* entwickelter Fragebogen genutzt, welcher in identischer Form übernommen wurde.

Dabei handelt es sich um einen standardisierten Fragenbogen, bei dem ausschließlich die geschlossene Fragenstellung mit 4 Antwortmöglichkeiten gewählt wurde. Der Grund hierfür liegt in der Untersuchungsmethode: Da es sich bei der Erhebung exklusiv um eine quantitative Onlinebefragung handelt, sind geschlossene Fragen offenen Fragen vorzuziehen (vgl. Bortz & Döring 1995, S. 232). Den geschlossenen Fragen sind mögliche Antworten zum Ankreuzen (oder in diesem Fall zum Anklicken) vorgegeben, was die Verständlichkeit der Fragen positiv beeinflusst. Die Befragenden kommen nicht ins Nachdenken, was gemeint sein könnte und was bzw. wie sie antworten sollen. Sie können

nicht auf beliebige Art und Weise antworten, sondern müssen sich für eine der möglichen Antworten entscheiden (vgl. Schneider 1997, S. 307, 312).

Durch diese Art der Fragenstellung soll verhindert werden, dass Männer und Frauen nicht antworten, weil sie nicht wissen, was sie antworten sollen (wie es bei offenen Fragen eventuell der Fall wäre). Auch lassen geschlossene Fragen ehrlichere Antworten erwarten; bei offenen Fragen geben die Probanden oft ihre wahre Einstellung nicht preis (vgl. Weis & Steinmetz 2008, S. 136). Jedoch kann nicht allen kritischen Aspekten in diesem Zusammenhang entgegenge- wirkt werden, da z. B. nicht darauf geachtet werden kann, ob generell von ei- nem Probanden geantwortet wird oder Einfluss durch zusätzliche Personen be- steht. Man setzt voraus, dass die zu befragenden Männer und Frauen aus ei- genem Interesse persönlich und ehrlich antworten.

Die Basis für die gestellten Fragen liefert die Hypothese. Der Fragebogen setzt sich aus insgesamt 45 Items zu den Motiven und 5 soziodemografischen und anthropometrischen Items zusammen.

Im ersten Abschnitt des Fragebogens sind 35 Fragen zu finden, die einen Überblick darüber geben sollen, welche Motive bestimmen, dass Männer bzw. Frauen etwas essen. Diese Fragen enthalten Skalen für die Motive „Hunger“, „Gewohnheit“, „Genuss“, „negative Gefühle“, „Einstellung zu sich selbst“, „sozia- le Anlässe“ und „Erwartungen anderer“.

Im zweiten Abschnitt sollen die Motive „Gesundheitsüberzeugung“ und „Figur und Gewicht“ untersucht werden. Die Fragen 36-45 dienen der Klärung, warum etwas Bestimmtes wegen der Figur oder der Gesundheit gegessen wird oder nicht gegessen wird.

Die ersten beiden Fragenblöcke dienen dazu, die Motive, die sich hinter dem Essverhalten von Männern und Frauen verbergen, zu erfragen. Zu den jeweili- gen Fragen wurden die 4 Antwortmöglichkeiten: „fast nie“, „eher selten“, „eher oft“ und „fast immer“ vorgegeben.

Im dritten Abschnitt finden sich Fragen zur Person. Sie erheben Geschlecht, Alter, Gewicht, Größe und höchsten Schulabschluss. Weis und Steinmetz

(2008) vertreten die Sichtweise, dass soziodemografische und anthropometrische Fragen am Ende eines Fragebogens gestellt werden sollen, da die Befragten am Ende auskunftsfreudiger erscheinen als am Anfang eines Befragungsprozesses.

Die von Prof. Dr. Westenhöfer konzipierten und in identischer Form übernommenen Items der Auswertung des für das Magazin *stern* entwickelten Fragebogens werden im Kapitel 3.6. näher betrachtet. Die genauen Formulierungen und die entsprechenden Skalen zu jeder der 45 Fragen sind im Anhang zu finden.

3.4 Datenmaterial

Datenerhebung

Die Datensammlung erfolgte online auf der Internetseite des Magazins *stern*. Der von Prof. Dr. Joachim Westenhöfer entwickelte Fragenbogen war, zusammen mit dem renommierten und beliebten Internetauftritt des Magazins *stern*, eine gute Basis dafür, das gewünschte Datenmaterial zu erhalten. Jeder, der auf die Internetseite www.stern.de Zugriff hatte, konnte den Fragebogen ausfüllen. Dabei hatte der zu Befragende genügend Zeit, sich jede Frage durchzulesen und auf jede Frage eine Antwort der vier Möglichkeiten auszuwählen und anzuklicken.

Der Fragebogen wurde im Januar 2009 online gestellt. Der für diese Analyse vorhandene Datensatz enthält die Informationen, die bis zum Monat April 2009 erhoben wurden. Daten, die nach April 2009 ermittelt wurden, gehen nicht in den Datensatz mit ein. Durch die Unterstützung des Magazins *stern* war eine reibungslose und schnelle Datenerhebung möglich. In der Print-Ausgabe des *stern* erschien im Januar 2009 ein Artikel über den Fragebogen, der erläuterte, dass Teilnehmer hier ihre Beweggründe zu essen erführen und eine Beurteilung bezüglich ihres Essverhaltens erhalten könnten; so wurde auf den Fragebogen aufmerksam gemacht, und in der Folge konnte das benötigte Datenmaterial zusammengetragen und aufgearbeitet werden.

Datenaufbereitung

Um mit der Auswertung beginnen zu können, mussten die erhobenen Daten mittels EDV aufbereitet werden. Dafür wurde im ersten Schritt für die zu erfragenden Motive (Merkmale) ein Codeplan festgelegt, wobei jedem einzelnen Motiv zwei Symbole (Buchstaben) zugeordnet wurden. Das erste Symbol steht für die erste bewertende Antwort („eher oft“) – das zweite Symbol für die zweite bewertende Antwort („fast immer“). Die folgende Aufzählung zeigt die entsprechende Variable mit den codierten Symbolen (in der Klammer).

Essen, um mit negativen Gefühlen (inkl. Stress und Belastung) umzugehen (A-K)

Essen, um sich etwas Gutes zu tun, um Genuss zu erleben (B-L)

Essen aus Gewohnheit, automatisches Essen, Essen nebenbei (C-M)

Essen aus Hunger (D-N)

Essen, um die Erwartungen anderer zu erfüllen (E-O)

Essen als soziale Aktivität (F-P)

Essen aus Sorge um die Figur (G-R)

Essen aus Sorge um die Gesundheit (H-S)

Essen, um das Gewicht/die Figur zu erhalten (J-T)

Im zweiten Schritt folgte die Codierung der Merkmalsausprägungen. Alle Fragen zu den Motiven waren auf die 4 Antwortkategorien „fast nie“, „eher selten“, „eher oft“ und „fast immer“ ausgelegt. Demzufolge mussten diese Antwortkategorien ebenfalls für die EDV codiert werden.

Mit Hilfe des erstellten Codeplans war es möglich, den einzelnen Fragen Variablennamen und den entsprechenden Merkmalsausprägungen einer Variable Codenummern zuzuordnen (vgl. Bühl 2008, S. 30). Durch die Verschlüsselung der Merkmale und deren Merkmalsausprägungen konnte das ermittelte Datenmaterial mit Hilfe eines computergestützten statistischen Systems ausgewertet werden. Dank der Codierung war es möglich, die Merkmale als Zahlen darzustellen und die in der Erhebungsmethode beschriebene quantitative Befragung zu vollziehen (vgl. Hippmann 2003, S. 19).

Datenerfassung

Die Erfassung der erhobenen Daten erfolgte mit Hilfe der Datenerfassungsmaske des Statistikprogramms SPSS (Statistical Package for Social Sciences; vgl. Weis & Steinmetz 2008). Mit diesem System ist es möglich, die ermittelten Daten weiter zu verarbeiten.

Insgesamt gingen 10.466 Fragebögen in den Datensatz ein. Das Datenmaterial wurde auf systematische Fehler hin geprüft mittels einer Sortierung der Daten nach unterschiedlichen Gesichtspunkten (Alter, Gewicht und Größe, Body Mass Index) und zusätzlicher Stichprobenkontrollen einzelner Fragebögen. Die Prüfung ergab, dass 356 Fragebögen unrealistische Werte aufwiesen oder doppelt ausgefüllt worden waren. Dementsprechend wurden sie aus der Analyse ausgeschlossen.

In die Auswertung gingen mithin die Datensätze aus 10.110 Fragebögen ein.

3.5 Auswertungsverfahren

Im Folgenden wird ein Überblick über die Grundlagen des Auswertungsverfahrens der vorliegenden Untersuchung präsentiert. Diese dienen dem Verständnis bzw. dem Nachvollziehen der Ergebnisse.

3.5.1 Auswertungsschlüssel

Die im Kapitel 4 dargestellten Ergebnisse basieren auf einem von Prof. Dr. Joachim Westenhöfer eigens für den verwendeten, in identischer Form übernommenen Fragebogen entwickelten Auswertungsschlüssel.

Die nachstehende Tabelle zeigt die Variablen mit ihren entsprechenden Items und die codierten Antworten.

Variablenzusammensetzung

Variable	Item-Nr.	codierte Antwortkategorie	
Essen, um mit negativen Gefühlen (inkl. Stress und Belastung) umzugehen (A-K)	8	eher oft A	fast immer K
	11		
	17		
	20		
	25		
Essen, um sich etwas Gutes zu tun, um Genuss zu erleben (B-L)	3	eher oft B	fast immer L
	7		
	19		
	21		
	28		
Essen aus Gewohnheit, automatisches Essen, Essen nebenbei (C-M)	2	eher oft C	fast immer M
	9		
	10		
	26		
	29		
Essen aus Hunger (D-N)	1	eher oft D	fast immer N
	16		
	23		
	30		
	34		
Essen, um die Erwartungen anderer zu erfüllen (E-O)	6	eher oft E	fast immer O
	13		
	14		
	24		
	31		
Essen als soziale Aktivität (F-P)	4	eher oft F	fast immer P
	15		
	18		
	32		
	35		
Essen um der Einstellung zu sich selbst willen (G-R)	5	eher oft G	fast immer R
	12		
	22		
	27		
	33		
Essen aus Sorge um die Gesundheit (H-S)	38	eher oft H	fast immer S
	40		
	42		
	44		
	45		
Essen um das Gewicht/die Figur zu erhalten (J-T)	36	eher oft J	fast immer T
	37		
	39		
	41		
	43		

Tab. 2: Darstellung der codierten Variablen mit ihren Items

Für jede der 9 Variablen waren somit 5 Items (Fragen) bestimmt, und nur die zwei Antwortmöglichkeiten „eher oft“ und „fast immer“ wurden in den Auswertungsschlüssel aufgenommen. Die in den Merkmalen festgesetzten Symbole

wurden für die zwei Antwortalternativen verifiziert. Die Antwortmöglichkeiten „fast nie“ und „eher selten“ gingen nicht in die Punkteberechnung mit ein, wie der Tab. 2 zu entnehmen ist.

Der Auswertungsschlüssel beruht auf einem Summenwert, der sich wie folgt zusammensetzt:

Insgesamt stehen einer Variable 5 Items zur Verfügung. Je nachdem, wie oft in den 5 Items „eher oft“ und „fast immer“ („fast immer“ wird mit dem Faktor zwei multipliziert) angekreuzt wurde, ergibt sich daraus eine Summe.

Beispiel:

Variable: Essen, um mit negativen Gefühlen (inkl. Stress und Belastung) umzugehen (A-K)

Items: 5 (siehe Tab. 2)
(A) Wurde 3 mal und (K) 2 mal gekreuzt

Summe: $A \cdot 3 + (K \cdot 2 \cdot 2 = 4) = 7$

Die nachstehende Tabelle verdeutlicht die Punkteberechnung aller Variablen.

Punkteberechnung

A	K		x 2 =		Summe:	
B	L		x 2 =		Summe:	
C	M		x 2 =		Summe:	
D	N		x 2 =		Summe:	
E	O		x 2 =		Summe:	
F	P		x 2 =		Summe:	
G	R		x 2 =		Summe:	
H	S		x 2 =		Summe:	
J	T		x 2 =		Summe:	

Tab. 3: Schema zur Errechnung des Summenwertes

Aus dieser Punkteberechnung geht hervor, dass minimal ein Summenwert von 0 und maximal ein Summenwert von 10 für jede Variable erreicht werden kann. Anhand dieses Schemas kann der Auswertende errechnen, welche Punktzahl bei den einzelnen Variablen erreicht wurde und dementsprechend eine Bewertung vornehmen.

In der ergänzenden Tabelle werden die Punkteverteilung und die dazugehörige Bewertung dargestellt. Diese Angaben wurden von Prof. Dr. Joachim Westenhöfer entwickelt.

Auswertungsschlüssel der Punkteverteilung

Variable	Punkte	Bewertung
Essen aus Sorge um die Gesundheit (H-S)	0-2	gesundheitliche Aspekte haben keine große Rolle im Essverhalten
	3-5	gesundheitliche Aspekten spielen eine wichtige Rolle im Essverhalten
	6-1	gesundheitliche Aspekten haben einen großen Einfluss auf das Essverhalten
Essen aus Einstellung zu sich selbst (G-R)	0-2	Einstellung zu sich selbst hat keinen Einfluss aufs Essverhalten
	3-5	in manchen Situationen beeinflusst die Einstellung zu sich selbst das Essverhalten
	6-1	in vielen Situationen beeinflusst die Einstellung zu sich selbst das Essverhalten
Essen aus Hunger (D-N)	0-2	kein Essen aus übermäßigem Hungergefühl
	3-5	manchmal essen aus leichtem Hungergefühl
	6-1	sehr oft esen aus starkem Hungergefühl
Essen, um negative Gefühle (inkl. Stress und Belastung) zu bewältigen (A-K)	0-2	kein Problem mit negativen Gefühlen
	3-5	isst öfter, um negative Gefühle zu bewältigen
	6-1	sehr oft essen, um negative Gefühle zu bewältigen
Essen, um Genuss zu erleben, um sich etwas Gutes zu tun (B-L)	0-2	selten essen, um sich Genuss zu verschaffen
	3-5	häufiger essen, um sich Genuss und positive Gefühle zu verschaffen
	6-1	sehr oft essen, um sich Genuss, positive Gefühle und Belohnung zu verschaffen
Essen um das Gewicht/ die Figur zu erhalten (J-T)	0-2	das Bemühen abzunehmen beeinflusst das Essverhalten nicht
	3-5	das Bemühen abzunehmen beeinflusst das Essverhalten
	6-1	die Kontrolle des Gewichts beeinflusst sehr stark das Essverhalten
Essen, um die Erwartungen anderer zu erfüllen (E-O)	0-2	Kein essen, um Erwartungen anderer zu entsprechen
	3-5	in manchen Situationen essen, um Erwartungen anderer zu entsprechen
	6-1	in vielen Situationen essen, um Erwartungen anderer zu entsprechen
Essen als soziale Aktivität (F-P)	0-2	kein Essen aus sozialen Anlässen
	3-5	häufiges Essen aus sozialen Anlässen
	6-1	sehr häufiges Essen aus sozialen Anlässen
Essen aus Gewohnheit, automatisches Essen, nebenbei essen (C-M)	0-2	kein automatisches Essen
	3-5	isst öfter aus Gewohnheit
	6-1	automatisches Essen ist sehr stark ausgeprägt

Tab. 4: Darstellung der Bewertungsstufen in der Auswertung

Tab. 4 präzisiert die 9 Variablen und deren zugehörige Punkteinstufung der Bewertung. Entscheidend dabei ist, dass die Punkteverteilung in 3 Stufen erfolgte. Unter Anwendung dieser Einstufung ist der Stellenwert des Motivs, das

hinter der Variable steht, erkennbar. Die erste Stufe (0-2) zeigt, dass die Variable kaum einen Einfluss auf das Essverhalten einer Person hat (geringe Bedeutung). Die zweite Stufe (3-5) steht für einen geringen Einfluss der Variable (mittlere Bedeutung). Eine Verteilung der Punkte im Niveau 6-10 verdeutlicht, dass die Variable eine besondere Wirkung auf das Essverhalten der Person hat (hohe Bedeutung).

3.5.2 Statistische Auswertung

Die erhobenen Daten wurde mit Hilfe des Statistikprogramms SPSS in eine analysierbare Form gebracht. Ziel war die Zusammenfassung der erhobenen Daten. Aus diesem Grunde wurde hauptsächlich die deskriptive Statistik angewandt; dabei ist es ausreichend, Häufigkeiten, Mittelwerte und Streuungsmaße zu betrachten. Mit Hilfe dieser statistischen Kennzahlen und dem Statistikprogramm SPSS ist es möglich, den erhobenen Daten eine beschreibende bzw. grafische Struktur zu geben, indem Diagramme und Tabellen aus den ermittelten Informationen erstellt werden (vgl. Schneider 1997, 23).

Die meisten Daten sind hauptsächlich auf ein Nominal- und Ordinalskalenniveau ausgerichtet, es sei denn, die allgemeine Punktberechnung ist auf einem metrischen Skalen-Niveau positioniert. Hinsichtlich dieser Tatsache ist die Berechnung von Häufigkeiten und Darstellung der Mittelwerte oftmals die einzige Möglichkeit der Datenzusammenfassung (vgl. Schneider 1997, S. 23). Als Erstes erfolgte eine Häufigkeitsverteilung der charakteristischen Merkmale der Stichprobe, dann eine Aufzählung der Häufigkeitsunterschiede der einzelnen Variablen allgemein. Im nächsten Schritt wurde die detaillierte geschlechtsspezifische Häufigkeitsverteilung analysiert. Als grafisches Mittel diente das Balkendiagramm. Durch diese Art der Darstellung lassen sich Häufigkeiten gut präsentieren (vgl. Hippmann 2003, S. 72). Um die Häufigkeitsverteilung besser beschreiben zu können, wurde in der Analyse das arithmetische Mittel hervorgehoben. Durch die Festlegung des Durchschnittswerts können die Streuungsmaße besser wiedergespiegelt werden (vgl. Hippmann 2003, S. 78). Die Mittelwerte wurden in Form eines Liniendiagramms verbildlicht.

Um die Ergebnisse einer Stichprobe verallgemeinern zu können, müssen die Stichprobenergebnisse auf Signifikanz geprüft werden (vgl. Schneider 1997, S. 59). Hierzu wurde der U-Test nach Mann und Whitney als Signifikanztest zur Überprüfung der statistischen Hypothese angewandt, da es sich bei der Häufigkeitsverteilung nicht um eine Normalverteilung handelt. Bezüglich des Abhängigkeitsverhältnisses ist diese Stichprobe als unabhängig zu werten. Der Test dient der Ermittlung der signifikanten Gültigkeit der Nullhypothese, die Wahrscheinlichkeit für Fehlentscheidungen soll minimiert werden (vgl. Bortz & Döring 1995, S.463-465). Der Signifikanztest berechnet dazu die Mittelwerte und vergleicht sie hinsichtlich der statistischen Hypothese mit einem Signifikanzniveau von $\alpha=0,05$. Ein weiteres Instrument, um den Zusammenhang in der deskriptiven Statistik zwischen zwei Variablen zu erkennen, ist der Korrelationskoeffizient. In diesem Fall wurde der Rangkorrelationskoeffizient nach Spearman gewählt, da es sich in der Zusammenhangsanalyse um ordinalskalierte und nicht normalverteilte intervallskalierte Variablen handelt. Die Ergebnisse bewegen sich im Bereich der entsprechenden Pearson-Koeffizienten (vgl. Bühl 2008, S. 348).

3.6 Aussagefähigkeit der Ergebnisse

Dadurch, dass die Stichprobe nicht mit der Grundgesamtheit harmoniert, müssen die Ergebnisse unter Vorbehalt betrachtet werden. Aus den Ergebnissen heraus können nur Vermutungen aufgestellt werden. Sollten im Signifikanztest bedeutsame Unterschiede festgestellt werden, besagen diese nur, dass die Nullhypothese abgelehnt wird und ein zufälliger Unterschied ausgeschlossen werden kann (vgl. Schneider 1997, S. 59), aber nicht, dass die inhaltliche Hypothese bewiesen ist. Basierend auf der Erhebungsmethode und Stichprobenbildung sind Antwortverzerrungen und systematische Fehler möglich. Es ist keine hundertprozentige Sicherheit gegeben, dass die Antwort eine zutreffende Selbsteinschätzung des Probanden darstellt. Die Ergebnisse der Analyse liefern keine Festlegungen der Motive geschlechtsspezifischen Essverhaltens. Die Aussagefähigkeit liegt in der Erarbeitung von Hinweisen der Einflussnahme der

Motive auf das geschlechtsspezifische Essverhalten. Sie kann so Empfehlungen für eine besser wirksame Ernährungsberatung liefern.

Wenn sich die Aussagefähigkeit der Hypothese signifikant bestätigt, können die Ergebnisse als Hinweis darauf angesehen werden, dass sich die Motive auf das geschlechtsspezifische Essverhalten auswirken. Sollte sich die Hypothese nicht bestätigen, so lässt sich sagen, dass bestimmte Motive sich nicht geschlechtsspezifisch unterscheiden und auf vielfältige Weise nicht mit dem Essverhalten von Männern und Frauen verknüpft sind.

4 Darstellung der Ergebnisse

Die in diesem Kapitel aufgeführten Ergebnisse basieren auf den Antworten der zuvor beschriebenen Internet-Befragung. Zunächst wird die Stichprobe vorgestellt und im Anschluss die Ergebnisse der Untersuchung.

4.1 Charakterisierung Stichprobe

Grundgesamtheit

Zielgruppe der Erhebung waren Männer und Frauen ab 14 Jahre in Deutschland. Im Jahre 2008 lebten in Deutschland 82.002.356 Einwohner, davon 41.818.073 Frauen (51%) und 40.184.283 Männer (49%) (vgl. Statistische Ämter des Bundes und der Länder). Unter den rund 82 Mio. Einwohner waren 19% unter 20 Jahre alt, 61% 20-64 Jahre alt und 20% älter als 65 Jahre (vgl. Statistisches Bundesamt Deutschland).

Um eine 100%ige Charakterisierung der Grundgesamtheit zu gewährleisten, müssten weitere Merkmale hervorgehoben werden. Die Art und Weise der Stichprobenbildung ermöglicht es nicht, alle Kriterien der Grundgesamtheit zu erfüllen. Aus diesem Grunde wurde auf die Beschreibung der Grundgesamtheit nicht weiter eingegangen.

Stichprobenverfahren

Die Stichprobe wurde mittels eines willkürlichen Auswahlverfahrens erhoben. Dabei ging es hauptsächlich darum, unspezifische Personen der Grundgesamtheit zu befragen. Durch dieses Verfahren erhält man keine Zufallsstichproben (vgl. Weis & Steinmetz 2008, S. 105), da ausschließlich Menschen an der Umfrage teilgenommen haben, die zu diesem Zeitpunkt online waren, auf der Internetseite des Magazins *stern* und den Fragebogen ausgefüllt haben. Aufgrund der zu erreichenden großen Fallzahl und der einfachen und schnellen Durchführung wurde dieses Verfahren zur Stichprobenbildung gewählt. Verzerrungen der Ergebnisse müssen in Kauf genommen werden (vgl. Schneider 1997, S.

14). In die Stichprobe konnte jeder der deutschen Bevölkerung aufgenommen werden, der den Fragebogen online ausgefüllt hat.

Stichprobenumfang

In die Auswertung gingen 10.110 Fragebögen ein. Darunter befanden sich 43% Frauen und 57% Männer. Die Altersverteilung der Teilnehmer ist Tab. 5 zu entnehmen:

Altersverteilung der Teilnehmer

Geschlecht			Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
weiblich	Gültig	0-19	172	4,0	4,0	4,0
		20-39	2423	56,2	56,2	60,2
		40-64	1656	38,4	38,4	98,5
		>65	63	1,5	1,5	100,0
		Gesamt	4314	100,0	100,0	
männlich	Gültig	0-19	172	3,0	3,0	3,0
		20-39	3075	53,1	53,1	56,0
		40-64	2407	41,5	41,5	97,6
		>65	142	2,4	2,4	100,0
		Gesamt	5796	100,0	100,0	

Tab. 5: Darstellung der Altersverteilung der Stichprobe

Die Mehrheit aller Teilnehmer ist im jüngeren bis mittleren Alter. Des Weiteren ist zu erkennen, dass mehr weibliche Teilnehmer den jüngeren Altersgruppen angehörten als männliche Teilnehmer.

Aus der nachfolgenden Tab. 6 ist ersichtlich, dass das männliche Geschlecht in der Stichprobe stärker vertreten ist als das weibliche. Hinsichtlich des Alters zeigen sich keine gravierenden Unterschiede. In die Analyse wurden auch Jugendliche ab 14 Jahren aufgenommen, da aus den zuvor aufgeführten Studien hervorgeht, dass in diesem Alter ebenfalls ein geschlechtsspezifisches Essverhalten auftritt.

Beschreibung der charakterisierenden Merkmale der Teilnehmer

Geschlecht		Alter (Jahre)	Gewicht (kg)	Größe (cm)	Body Mass In- dex (kg/m ²)
weiblich	Mittelwert	36,62	71,92	168,85	25,1978
	N	4314	4314	4314	4314
	Maximum	79	198	198	74,22
	Minimum	14	20	101	7,09
	% der Gesamtanzahl	42,7%	42,7%	42,7%	42,7%
männlich	Mittelwert	37,97	87,66	181,34	26,6424
	N	5796	5796	5796	5796
	Maximum	80	300	208	92,59
	Minimum	14	32	120	9,35
	% der Gesamtanzahl	57,3%	57,3%	57,3%	57,3%
Insgesamt	Mittelwert	37,40	80,94	176,01	26,0260
	N	10110	10110	10110	10110
	Maximum	80	300	208	92,59
	Minimum	14	20	101	7,09
	% der Gesamtanzahl	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tab. 6: Vergleich der Mittelwerte des Stichprobenumfangs der charakterisierenden Merkmalen

Das arithmetische Mittel liegt bei Frauen bei 36,6 Jahren und bei Männern bei 37,9 Jahren. Bei Gewicht und Größe ist feststellbar, dass bei Frauen Körpergewicht und Körpergröße im Minimum und Maximum niedriger sind als bei Männern. Auch die Mittelwerte weisen diese Relation auf. Der errechnete durchschnittliche BMI (Body Mass Index) zeigt ein ähnliches Verhältnis wie das Alter. Bei Frauen liegt der Durchschnitt bei 25,2 kg/m² und bei Männern bei 26,6 kg/m². Jedoch ist auffällig, dass Frauen im Minimum nur gering niedriger liegen als Männer. Im Maximum des BMI ist unter den Geschlechtern eine deutliche Differenz zugunsten der Männer auszumachen.

Im Fragebogen wurde auch nach dem Schulabschluss gefragt. Die Ergebnisse werden in der nachfolgenden Tabelle aufgeführt.

Schulabschluss der Teilnehmer

			Geschlecht		Gesamt
			weiblich	männlich	
Schulabschluss	kein Abschluss	Anzahl	448	571	1019
		% innerhalb von Schulabschluss	44,0%	56,0%	100,0%
		% innerhalb von Geschlecht	10,4%	9,9%	10,1%
	Hauptschulabschluss	Anzahl	124	169	293
		% innerhalb von Schulabschluss	42,3%	57,7%	100,0%
		% innerhalb von Geschlecht	2,9%	2,9%	2,9%
	Realschulabschluss	Anzahl	808	936	1744
		% innerhalb von Schulabschluss	46,3%	53,7%	100,0%
		% innerhalb von Geschlecht	18,7%	16,1%	17,3%
	Abitur	Anzahl	1319	1595	2914
		% innerhalb von Schulabschluss	45,3%	54,7%	100,0%
		% innerhalb von Geschlecht	30,6%	27,5%	28,8%
	Hochschulabschluss	Anzahl	1615	2525	4140
		% innerhalb von Schulabschluss	39,0%	61,0%	100,0%
		% innerhalb von Geschlecht	37,4%	43,6%	40,9%
Gesamt	Anzahl	4314	5796	10110	
	% innerhalb von Schulabschluss	42,7%	57,3%	100,0%	
	% innerhalb von Geschlecht	100,0%	100,0%	100,0%	

Tab. 7: Darstellung der Häufigkeit des Schulabschlusses der Teilnehmer in Abhängigkeit vom Geschlecht

Tab. 7 ist zu entnehmen, dass 40,9% aller Teilnehmer ein abgeschlossenes Hochschulstudium aufweisen und wiederum über die Hälfte (60,0%) der Befragten mit Hochschulabschluss männlich sind. Abitur haben 28,8% der Befragten, einen Realschulabschluss 17,3%. Auffällig ist, dass 10,1% aller Teilnehmer der Umfrage über keinen Schulabschluss verfügen, hingegen nur 2,9% der Befragten über einen Hauptschulabschluss. Demzufolge besitzen die meisten befragten der an der Umfrage teilnehmenden Männer und Frauen einen höheren Bildungstand.

Die Stichprobe stimmt in Geschlecht- und Altersverteilung nicht mit derjenigen der Grundgesamtheit überein; in dieser Hinsicht ist die Repräsentativität der Stichprobe nicht gegeben (vgl. Schneider 1997, S. 11-12). Es ist jedoch zu er-

wähnen, dass auch keine Repräsentativität angestrebt wurde. Die Analyse soll der subjektiven Einschätzung der Motive dienen, und dazu ist diese Beobachtungsstichprobe durchaus verwendbar (vgl. Weis & Steinmetz 2008, S. 105).

4.2 Allgemeine Ergebnisdarstellung

Interessant in der Ergebnisfindung war die Feststellung, dass die Motive „Einstellung zu sich selbst“, „Erwartungen anderer“ und „Bewältigung negativer Gefühle“ das Essverhalten allgemein nicht im großen Stil beeinflussen. Das heißt, die Deutschen orientieren sich nicht so sehr an sozialen Hintergründen, die durch die Gesellschaft projiziert werden. „Einstellung zu sich selbst“ wird in der Bedeutung der Motive am geringsten eingestuft: 95,7% aller Teilnehmer haben kein Problem mit ihrer Einstellung zu sich selbst und hindern sich dadurch nicht am Abnehmen. Gerade einmal bei 3,9% beeinflusst die Einstellung zu sich selbst das Essverhalten in manchen Situationen und nur bei 0,5 % in vielen Situationen. Ähnlich schaut das Verhältnis bei dem Motiv „Erwartungen anderer“ aus. Die Mehrheit (93,0% aller Befragten) essen *nicht*, um den Erwartungen anderer zu entsprechen. Im Gegensatz dazu sehen noch 6,3% der Deutschen in manchen Situationen und 0,7% in sehr vielen Situationen das Essen als Mittel an, den Erwartungen anderer zu entsprechen. 83,6% der Deutschen verarbeiten ihre negativen Emotionen auf andere Art und Weise als mit Essen. Jedoch geht aus der Analyse hervor, dass immerhin noch 12,5% öfter essen, um ihre negativen Gefühle zu reduzieren. Hier zeigt sich eine Tendenz, dass dieses Motiv doch nicht so ganz unwichtig ist. Aber gerade einmal 4,0% sehen Essen als Entspannung an und essen demzufolge sehr oft aufgrund negativer Emotionen.

Eine höhere Bedeutung im Essverhalten der Deutschen haben die Motive „Gesundheitsmotivation“, „soziale Anlässe“ und „Figur und Gewicht“. Die Verteilung der Häufigkeiten liegt nicht mehr hauptsächlich in der ersten Bewertungsstufe, sondern es ist ein leichter Anstieg in den anderen Rängen zu sehen. Mit Hilfe der Ergebnisse ist in der Transparenz die Wichtigkeit des eigenen Körpers im Zusammenhang mit dem Ernährungsverhalten der deutschen Bevölkerung

zu finden, aber auch psychosoziale Standpunkte spielen eine Rolle, wie das Bemühen, sich sozial zu verhalten. Bei 68,1% spielen gesundheitliche Aspekte keine Rolle im Essverhalten. Doch ist wichtig zu erwähnen, dass 25,8% bei ihrem Essverhalten auch auf gesundheitliche Aspekte achten und bei 6,2% diese sogar eine große Rolle spielen. Soziale Anlässe sind noch wichtiger im Essverhalten der Deutschen. 60,0% essen nicht aus einem sozialen Anlass heraus. Aber 32,9% der deutschen Bevölkerung isst öfter und sogar 7,1% sehr oft, weil ein sozialer Anlass sie dazu anregt. Beim Motiv „Figur und Gewicht“ sieht die Häufigkeitsverteilung wiederum anders aus: Bei 59,1% aller Befragten hat die Gewichtserhaltung keinen Einfluss auf das Essverhalten. Dagegen spielt bei 29,9% das Bemühen abzunehmen oder das Gewicht zu halten eine wichtige Rolle im Essverhalten, und bei 11,1% beeinflusst die Kontrolle des Gewichtes sehr stark das Essverhalten. In der Konsequenz offenbart sich hier ein gewisser Hang zur Eitelkeit: Die Deutschen versuchen durchaus, dem von der Gesellschaft vorgegebenen Schlankheitsideal nachzueifern.

Einen besonderen Standpunkt haben die Motive „Automatismus und Gewohnheit“, „Hunger“ und „Genuss und Belohnung“. Aus den Ergebnissen geht eindeutig hervor, dass sie eine große Rolle im Essverhalten der Deutschen spielen. Nicht einmal die Hälfte aller Teilnehmer hat *kein* automatisches Essverhalten (47,2%); dagegen essen 45,6% öfter aus Gewohnheit, und bei 7,2% kann ein sehr ausgeprägtes gewohnheitsbedingtes Essverhalten nachgewiesen werden: Sie sind einfach zu bequem, sich über neue Möglichkeiten zu Essen Gedanken zu machen. „Hunger“ ist bei den befragten Menschen ein sehr wichtiges Motiv. Es essen mehr Menschen, weil sie ein Hungergefühl verspüren. Bei 46,1% der Teilnehmer ist das Hungergefühl so groß, dass sie in manchen Situationen anfangen zu essen, und ein kleiner Teil der Befragten (7,1%) beginnt das Essen, weil sie sehr oft ein starkes Hungergefühl empfinden. Gerademaß 46,8% der Deutschen essen nicht, weil sie ein übermäßiges Hungergefühl haben, sie essen vielleicht aus Gewohnheit. „Genuss und Belohnung“ ist das wichtigste Motiv der deutschen Bevölkerung. In Relation zu den vorhergenannten Motiven liegt die Mehrheit der prozentualen Häufigkeit des Motivs „Genuss und Belohnung“ in der zweiten Bewertungsstufe. 49,0% der Deutschen Bevölkerung essen häufiger und 24,9% essen sehr oft, um sich Genuss und damit

positive Gefühle oder sogar Belohnung zu verschaffen. Nur 26,1% der Befragten essen nicht, um sich in eine bessere Stimmungslage zu versetzen bzw. Genuss zu erleben. Für den größten Teil der Befragten ist die Befriedigung eigener Bedürfnisse bzw. ihres Körpers essenzieller als die gesellschaftlichen Erwartungen, die mit Essen zusammenhängen, zu erfüllen.

4.3 Geschlechtsspezifische Ergebnisdarstellung

Die geschlechtsspezifische Ergebnisdarstellung dient der Veranschaulichung der Ergebnisse der allgemeinen Ergebnisdarstellung mittels einer Gegenüberstellung des weiblichen und männlichen Geschlechts in den aus den Beeinflussungskriterien entstandenen Motiven „Bewältigung negativer Gefühle“, „Genuss und Belohnung“, „Automatismus und Gewohnheit“, „Hunger“, „Erwartungen anderer“, „soziale Anlässe“, „Einstellung zu sich selbst“, „Gesundheitsmotivation“ und „Figur und Gewicht“.

4.3.1 Ergebnisse zur Einstellung zum Essen

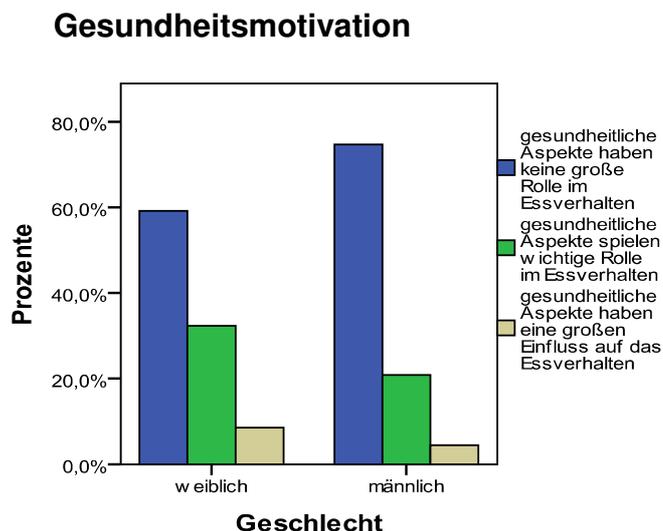


Abb. 7: Geschlechtsspezifische Häufigkeitsverteilung des Motivs „Gesundheitsmotivation“

Für die meisten Männer und Frauen spielen die gesundheitlichen Aspekte eine untergeordnete Rolle. Unter den Menschen, für die die Gesundheit eine wichti-

ge Rolle im Essverhalten spielt, befinden sich mehr Frauen (32,3%) als Männer (20,9%). Und immerhin noch bei 8,6% der Frauen und 4,4% der Männer nimmt der Standpunkt Gesundheit eine große Rolle im Essverhalten ein. Der Mehrheit der befragten Männer (74,7%) in der Stichprobe sind die Gesundheitsaspekte nicht so wichtig wie den Frauen.

Die folgende Abbildung bringt die Erkenntnisse in vereinfachter Form zum Ausdruck.

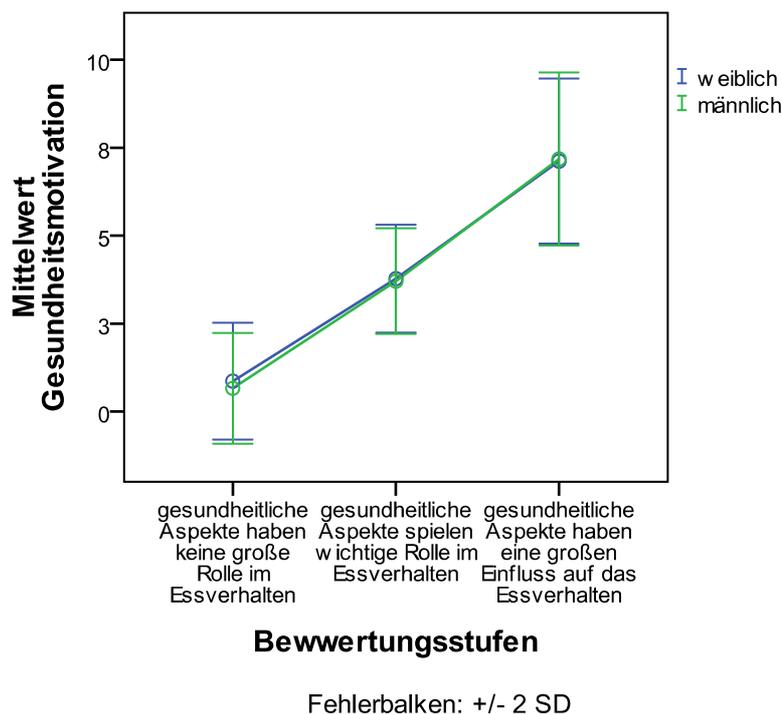


Abb. 8: Mittelwerte und Streuungsmaße des Motivs „Gesundheitsmotivation“

Im Verlauf der beiden Linien und Fehlerbalken (Abb. 8) zeigt sich, dass keine eindeutigen Überschneidungen stattfinden. Demzufolge sind kleine Abweichungen in der Verteilung sichtbar.

Rangverteilung

	Geschlecht	N	Mittlerer Rang	Rangsumme
Gesundheitsmotivation	weiblich	4314	5697,39	24578542,00
	männlich	5796	4577,74	26532563,00
	Gesamt	10110		

Tab. 8: Rangverteilung der Geschlechter im U-Test nach Mann und Whitney des Motivs „Gesundheitsmotivation“

Frauen haben den höheren mittleren Rang, mithin sind die meisten Menschen, die aus gesundheitlicher Motivation essen, weiblich.

Signifikanztest²

	Gesundheitsmotivation
Mann-Whitney-U	9732857,000
Wilcoxon-W	2,653E7
Z ³	-19,587
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,000

a. Gruppenvariable: Geschlecht

Tab. 9: U-Test nach Mann und Whitney des Motivs „Gesundheitsmotivation“

Aus dem U-Test nach Mann und Whitney (Tab. 9) geht hervor, dass in der geschlechtsspezifischen Verteilung unterdurchschnittliche Abweichungen vom Mittelwert zu finden sind. Da der p-Wert kleiner als das Signifikanzniveau 0,05 ist ($p < 0,001$), ist die Wahrscheinlichkeit für einen Irrtum der gefunden Unterschiede sehr niedrig.

² Die statistische Signifikanzprüfung untersucht die vorweg aufgestellte Hypothese. Ihr Ergebnis ist die Irrtumswahrscheinlichkeit p (vgl. Bortz, 1993). Ist $p < 0,001$, ist das Ergebnis höchst signifikant oder ***, ist $p < 0,01$, sehr hoch signifikant oder **, ist $p < 0,05$, signifikant oder *, ist $p > 0,05$, ist das Ergebnis nicht signifikant.

³ Das Ergebnis wird als „unterdurchschnittlich“ bezeichnet, weil der errechnete Z-Wert negativ und sehr niedrig ist. Bei einem positiven Ergebnis würde es „überdurchschnittlich“ heißen. Der Z-Wert ist der ist ein standardisierter Messwert und gibt an, in welche Richtung (Vorzeichen) und wie weit ein Messwert in einer Stichprobe vom Mittelwert abweicht.

Einstellung zu sich selbst

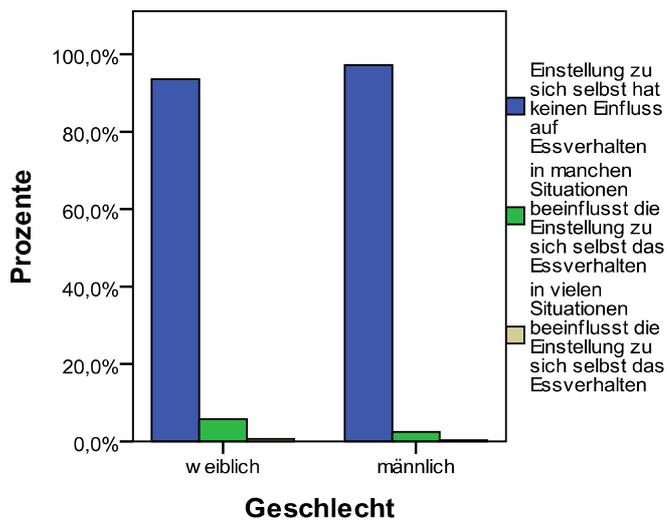
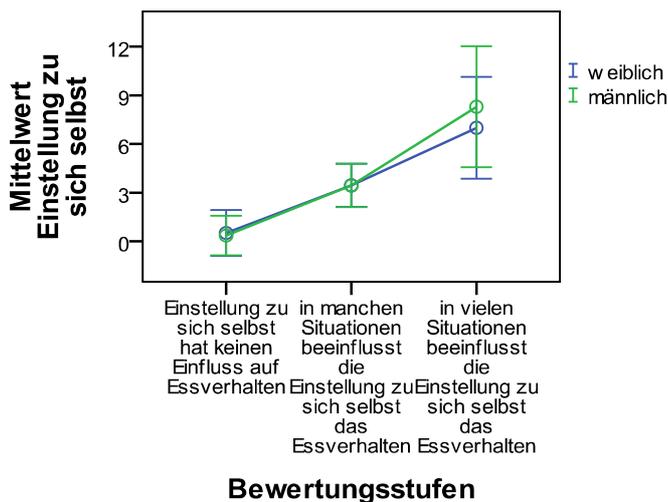


Abb. 9: Geschlechtsspezifische Häufigkeitsverteilung des Motivs „Einstellung zu sich selbst“

Abb. 9 zeigt, dass bei annähernd allen befragten Männern (97,2%) die Einstellung zu sich selbst das Essverhalten nicht beeinflusst, aber ebenso auch bei 93,6% der befragten Frauen. Nur bei 5,8% der Frauen und 2,4% der Männer beeinflusst die Einstellung zu sich selbst in manchen Situationen das Essverhalten. Sehr gering, aber doch erwähnenswert, ist die Verteilung in der 3. Kategorie: Nur bei 0,3% der befragten Männer und 0,6% der Frauen beeinflusst die Einstellung zu sich selbst das Essverhalten.

Die Mittelwerte reflektieren die Ergebnisse nochmals, wie uns Abb. 10 zeigt:

Wie Abb. 10 zu entnehmen, ist die geringe Häufigkeit in der 3. Bewertungsstufe durch den relativ großen Mittelwertunterschied zu erkennen. Die anderen Mittelwerte sind ziemlich ähnlich. Mittels der Standardabweichung sind in der 1. und 3. Bewertungsstufe geringe Abweichungen in der Verteilung auszumachen.



Fehlerbalken: +/- 2 SD

Abb. 10: Mittelwerte und Streuungsmaße des Motivs „Einstellung zu sich selbst“

Die nachstehende Rangverteilung und der Signifikanztest bestätigen das geschlechtsspezifische Essverhalten.

Rangverteilung

		Geschlecht	N	Mittlerer Rang	Rangsumme
Einstellung zu sich selbst		weiblich	4314	5448,87	23506445,00
		männlich	5796	4762,71	27604660,00
		Gesamt	10110		

Tab. 10: Rangverteilung der Geschlechter im U-Test des Motivs „Einstellung zu sich selbst“

Frauen haben einen höheren mittleren Rang als Männer. Demzufolge sind unter den Menschen, deren Einstellung zu sich selbst ihr Essverhalten beeinflusst, mehr Frauen als Männer zu finden.

Signifikanztest^a

	Einstellung zu sich selbst
Mann-Whitney-U	1,080E7
Wilcoxon-W	2,760E7
Z	-13,678
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,000

a. Gruppenvariable: Geschlecht

Tab. 11: U-Test nach Mann und Whitney des Motivs „Einstellung zu sich selbst“

Die unterdurchschnittlichen Abweichungen (Tab. 11) in der Geschlechterverteilung des Motivs „Einstellung zu sich selbst“ sind als hoch signifikante Unterschiede einzuordnen. Mit hoher Wahrscheinlichkeit von $p < 0,001$ ist das Auftreten eines Irrtums gering.

4.3.2 Ergebnisse externe/interne Einflüsse

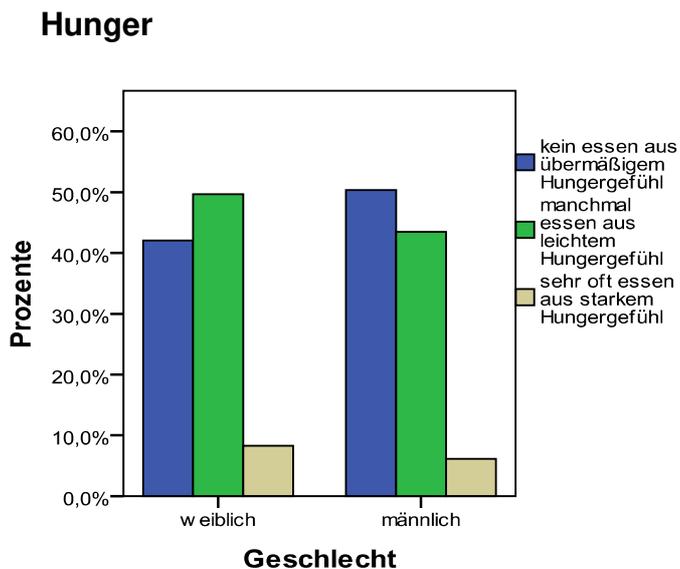
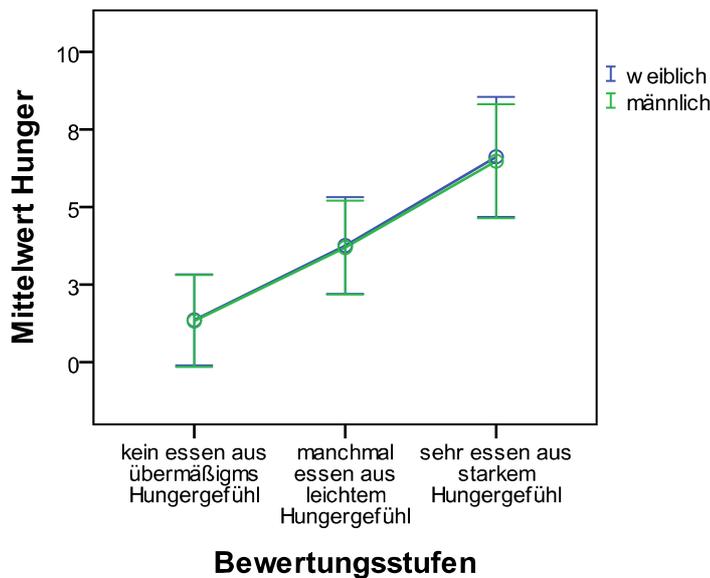


Abb. 11: Geschlechtsspezifische Häufigkeitsverteilung des Motivs „Hunger“

In der Betrachtung der Häufigkeitsverteilung (Abb. 11) ist erkennbar, dass gut die Hälfte (49,7%) aller teilnehmenden Frauen aus einem leichten Hungergefühl essen und immerhin 8,3% der weiblichen Teilnehmer essen sehr oft, weil sie ein starkes Hungergefühl verspüren. Bei den Männern zeigt sich eine entgegengesetzte Verteilung, da nur 43,5% aus einem leichten Hungergefühl und nur 6,2% aus einem starken Hungergefühl essen, aber die Hälfte der befragten Männer und damit deutlich mehr als die Frauen essen nicht aus übermäßigem Hungergefühl.

Die Erkenntnis spiegelt sich in der Präsentation der Mittelwerte in Abb. 12 wider.



Fehlerbalken: +/- 2 SD

Abb. 12: Mittelwerte und Streuungsmaße des Motivs „Hunger“

Abb. 12 verweist darauf, dass der geschlechtsspezifische Unterschied eng beieinander liegt und hauptsächlich in der zweiten und dritten Bewertungsstufe zu finden ist.

Rangverteilung

Geschlecht		N	Mittlerer Rang	Rangsumme
Hunger	weiblich	4314	5353,70	23095879,00
	männlich	5796	4833,54	28015226,00
	Gesamt	10110		

Tab. 12: Rangverteilung der Geschlechter im U-Test nach Mann und Whitney des Motivs „Hunger“

Laut der Rangverteilung lässt sich das oben liegende geschlechtsspezifische Ergebnis bestätigen. Unter den Menschen die aus Hunger essen sind mehr Frauen als Männer zu finden, begründet durch den höheren mittleren Rang der Frauen.

Signifikanztest^a

	Hunger
Mann-Whitney-U	1,122E7
Wilcoxon-W	2,802E7
Z	-9,009
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,000

a. Gruppenvariable: Geschlecht

Tab. 13: U-Test nach Mann und Whitney des Motivs „Hunger“

Doch durch den relativ hohen negativen z-Wert ist erkennbar, dass die Unterschiede in der Verteilung zwischen den Geschlechtern des Motivs Hunger nicht so hoch vom Mittelwert abweichen. Das heißt, sie liegen ziemlich dicht beieinander. Doch die Irrtumswahrscheinlichkeit ($p < 0,001$) zeigt, dass hoch signifikante Unterschiede zwischen den beiden Geschlechtern des Motivs Hunger vorliegen.

4.3.3 Ergebnisse zur Emotionen

Bewältigung negativer Gefühle (Emotionen)

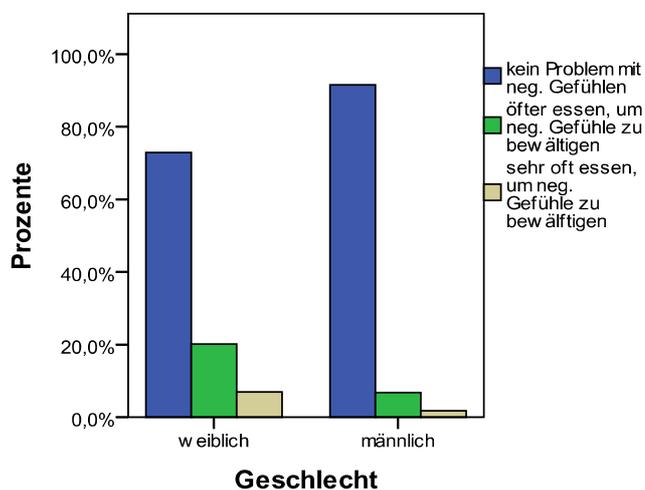
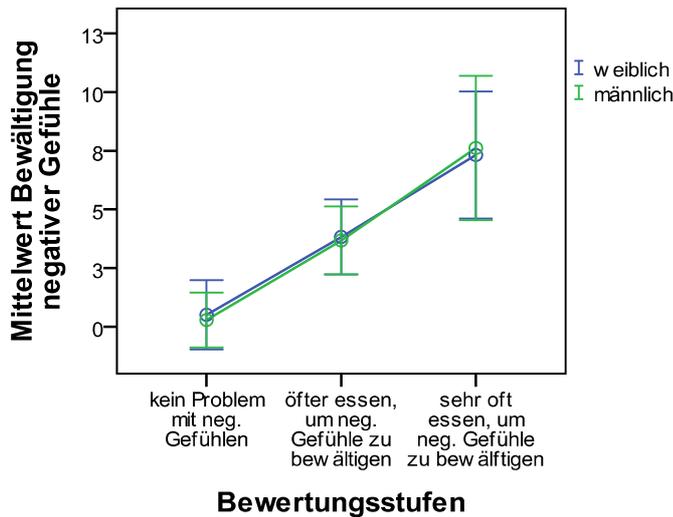


Abb. 13: Geschlechtsspezifische Häufigkeitsverteilung des Motivs „Bewältigung negativer Gefühle“

Die Grafik 13 zeigt, dass 72,9% der Frauen und über 91% der Männer kein Problem mit negativen Gefühlen haben. Nur 6,7% der befragten Männer essen öfter, um ihre negativen Gefühle zu bewältigen. Hingegen essen 20,1% der Frauen öfter, um negative Gefühle zu bewältigen. Und ebenso essen 7% der

weiblichen Befragten und 1,8% der männlichen Befragten sehr oft aufgrund einer negativen Stimmungslage.

In der folgenden Abbildung spiegelt sich die Feststellung in vereinfachter Form wider, durch die Darstellung der Mittelwerte und der Standardabweichung.



Fehlerbalken: +/- 2 SD

Abb. 14: Mittelwerte und Streuungsmaße des Motivs „Bewältigung negativer Gefühle“

Aus Abb. 14 geht hervor, dass die Verläufe der Mittelwerte und der zweifachen Standardabweichung zwischen den Stufen bei den Frauen und Männer zwar gleichgerichtet sind, doch weisen die Frauen höhere Mittelwerte auf als die Männer. Lediglich in der dritten Bewertungsstufe ist der Mittelwert der Männer höher als der der Frauen.

Rangverteilung

		Geschlecht	N	Mittlerer Rang	Rangsumme
Bewältigung negativer Gefühle	w	weiblich	4314	5900,46	25454595,00
	m	männlich	5796	4426,59	25656510,00
		Gesamt	10110		

Tab. 14: Rangverteilung der Geschlechter im U-Test nach Mann und Whitney des Motivs „Bewältigung negativer Gefühle“

Der mittlere Rang der Frauen ist höher als der der Männer. Demzufolge befinden sich unter den Menschen, die essen, um ihre negativen Gefühle zu bewältigen, mehr Frauen als Männer.

Aus der nachstehenden Tab. 15 ist abzulesen, dass beim Motiv „Bewältigung negativer Gefühle“ unterdurchschnittlich hohe signifikante Unterschiede in der Verteilung zwischen Männern und Frauen zu finden sind.

Signifikanzprüfung^a

	Bewältigung negativer Gefühle
Mann-Whitney-U	8856804,000
Wilcoxon-W	2,566E7
Z	-28,655
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,000

a. Gruppenvariable: Geschlecht

Tab. 15: U-Test nach Mann und Whitney des Motivs „Bewältigung negativer Gefühle“

Da die Irrtumswahrscheinlichkeit kleiner als 0,05 ist ($p < 0,001$), kann mit 95%iger Sicherheit die Nullhypothese abgelehnt werden.

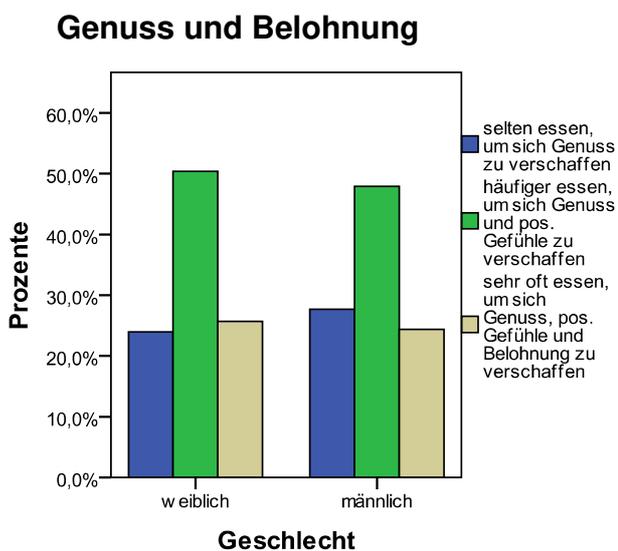


Abb. 15: Geschlechtsspezifische Häufigkeitsverteilung des Motivs „Genuss und Belohnung“

Abb. 15 zeigt präzise, dass sowohl Frauen als auch Männer mit einem ziemlich hohen Prozentsatz essen, um sich Genuss und positive Gefühle zu verschaffen. Für 50,4 % der Frauen sowie 47,9 % der Männer ist das sehr wichtig. In der Kategorie des sehr häufigen Essens zwecks Beschaffung positiver Gefühle, Genuss und Belohnung ist der geschlechtsspezifische Unterschied mit 25,7% weiblichen und 24,4% männlichen Anteils ebenfalls sehr gering. Es zeigt sich nur eine sehr geringe abweichende Verteilung. Interessant ist zudem, dass der Anteil der Männer in der Kategorie derer, die selten essen, um sich positive Gefühle zu verschaffen, im Vergleich zu den Frauen stärker ausgeprägt ist.

Durch die grafische Präsentation der Mittelwerte (Abb. 16) kann der gefundene minimale geschlechtsspezifische Unterschied besser dargestellt werden.

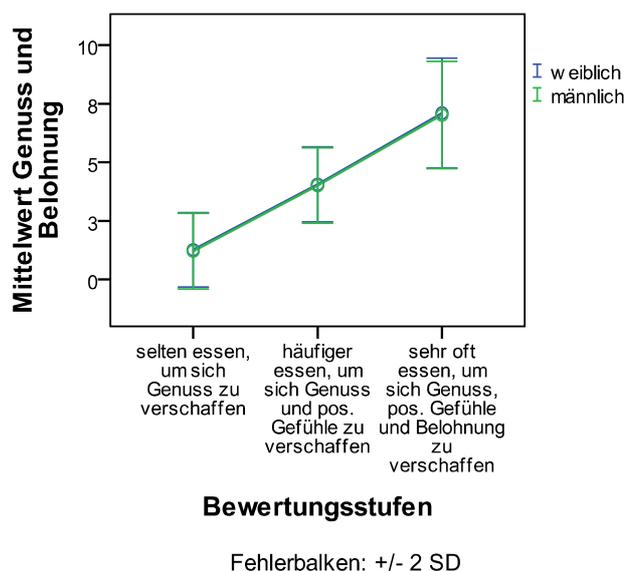


Abb. 16: Mittelwerte und Standardabweichung des Motivs „Genuss und Belohnung“

Der Verlauf zwischen den beiden Geschlechtern ist äußerst gleichgerichtet, in den Mittelwerten sind kaum Unterschiede festzustellen. Bloß in der 3. Bewertungsstufe sind Differenzen sichtbar.

Der nachstehende Signifikanztest verweist ebenfalls auf den geringen geschlechtsspezifischen Unterschied.

Rangverteilung

	Geschlecht	N	Mittlerer Rang	Rangsumme
Genuss und Belohnung	weiblich	4314	5203,49	22447846,50
	männlich	5796	4945,35	28663258,50
	Gesamt	10110		

Tab. 16: Rangverteilung der Geschlechter im U-Test nach Mann und Whitney des Motiv „Genuss und Belohnung“

Das bedeutet: Unter den Menschen, die essen, um sich Genuss zu verschaffen, befinden sich mehr Frauen als Männer, da der mittlere Rang des weiblichen Geschlechts höher ist als der des männlichen Geschlechts (Tab. 16). Dennoch ist, wie Tab. 17 zu entnehmen, der Unterschied sehr gering, aber nicht zufällig.

Signifikanztest^a

	Genuss und Belohnung
Mann-Whitney-U	1,186E7
Wilcoxon-W	2,866E7
Z	-4,437
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,000

a. Gruppenvariable: Geschlecht

Tab. 17: U-Test nach Mann und Whitney des Motivs „Genuss und Belohnung“

Der z-Wert weist darauf hin, dass die Abweichung in der Verteilung nicht so hoch ist wie bei anderen Motiven, dennoch ist ein unterdurchschnittlicher Unterschied festzustellen. Das heißt, der Unterschied in der Verteilung ist sehr gering. Nichtsdestotrotz sind die Auffälligkeiten als signifikant einzuordnen, da die Irrtumswahrscheinlichkeit unter dem angegebenen Signifikanzniveau 0,05 liegt ($p < 0,001$).

4.3.4 Ergebnisse zur Attraktivität

Figur und Gewicht (Attraktivität)

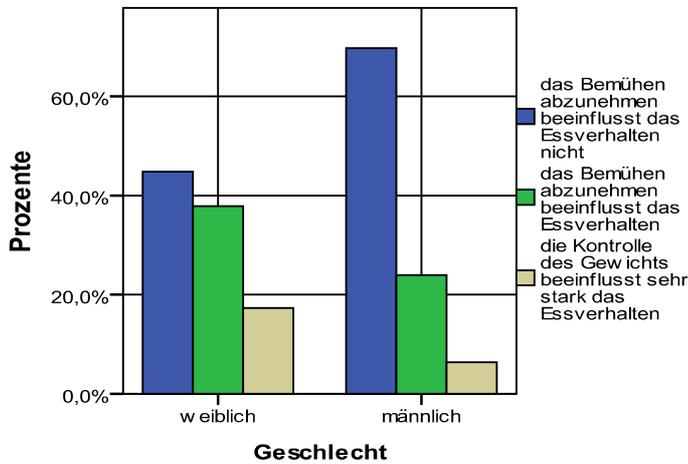


Abb. 17: Geschlechtsspezifische Häufigkeitsverteilung des Motivs „Figur und Gewicht“

In Abb. 17 ist auffällig, dass bei 69,7% der männlichen Befragten das Bemühen abzunehmen das jeweilige Essverhalten nicht beeinflusst. Hingegen ist dieses Phänomen nur bei 44,8% der weiblichen Befragten zu finden. Im Gegensatz zu Männern beeinflusst fast bei doppelt so vielen Frauen das Bemühen abzunehmen das Essverhalten. Ebenso ist im Grad „die Kontrolle des Gewichts beeinflusst sehr stark das Essverhalten“ bei den Frauen in der Verteilung gegenüber den Männern eine Mehrheit zu belegen.

Die Darstellung des Mittelwertes (Abb. 18) unterstreicht die Ergebnisse der geschlechtsspezifischen Häufigkeitsverteilung.

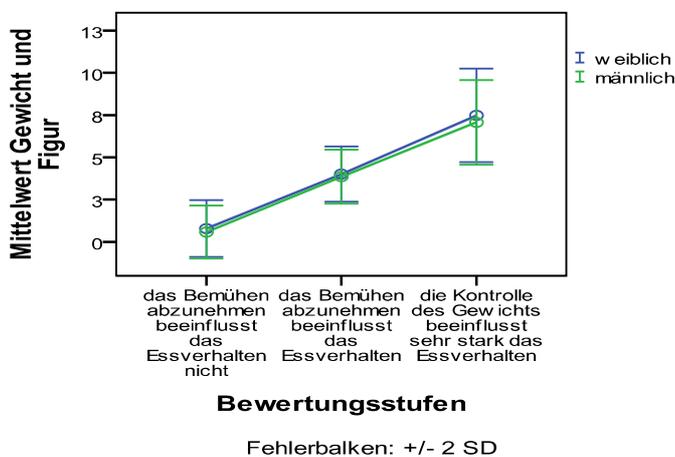


Abb. 18: Darstellung der Mittelwerte und Streuungsmaße des Motivs „Figur und Gewicht“

Es zeigt sich ein paralleler Verlauf unter den Geschlechtern. In allen Bewertungsstufen sind Differenzen zu erkennen. Die Frauen weisen immer einen höheren Mittelwert auf.

Der Vergleich der Rangverteilung unter den Geschlechtern bestätigt dies.

Rangverteilung

	Geschlecht	N	Mittlerer Rang	Rangsumme
Gewicht und Figur	weiblich	4314	5976,97	25784668,50
	männlich	5796	4369,64	25326436,50
	Gesamt	10110		

Tab. 18: Rangverteilung der Geschlechter im U-Test nach Mann und Whitney des Motivs „Gewicht und Figur“

Das Resultat der geschlechtsspezifischen Analyse zeigt, dass die Menschen, die sich in ihrem Essverhalten am Motiv „Figur und Gewicht“ orientieren, in der Mehrheit Frauen sind, abzulesen am höheren mittleren Rang der Frauen gegenüber den Männern.

Signifikanzprüfung^a

	Gewicht und Figur
Mann-Whitney-U	9178023,500
Wilcoxon-W	2,598E7
Z	-26,166
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,000

a. Gruppenvariable: Geschlecht

Tab. 19: U-Test nach Mann und Whitney des Motivs „Figur und Gewicht“

Die Prüfung zeigt, dass Frauen unterdurchschnittlich hoch in der Verteilung des Motivs „Gewicht und Figur“ vertreten sind. Demzufolge besteht ein signifikanter Unterschied zwischen den Geschlechtern hinsichtlich der Verteilung des Motivs „Figur und Gewicht“, da die Irrtumswahrscheinlichkeit kleiner ist als 0,05 ($p < 0,001$).

4.3.5 Ergebnisse zur gesellschaftlichen Notwendigkeiten

Erwartungen anderer

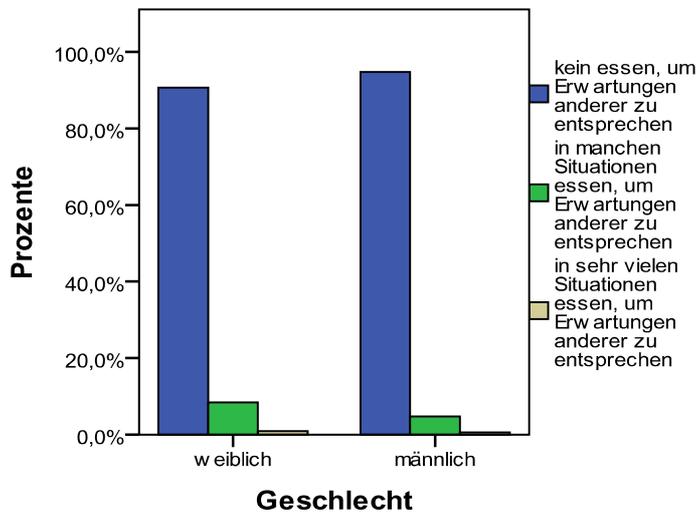
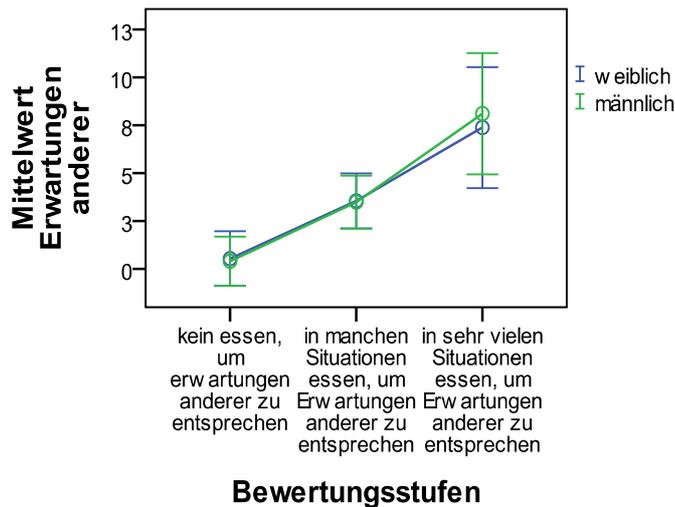


Abb. 19: Geschlechtsspezifische Häufigkeitsverteilung des Motivs „Erwartungen anderer“

Abb. 19 zeigt bei über 90% der Frauen und Männer, dass sie nicht essen, um den Erwartungen anderer zu entsprechen. Bei den befragten Frauen kristallisiert sich heraus, dass 8,4% in manchen Situationen essen, um den Erwartungen anderer zu entsprechen. Diejenigen, die ihr Ernährungsverhalten in sehr vielen Situationen den Erwartungen anderen anpassen, sind nur 0,9% der Frauen. Des Weiteren essen noch weniger Männer (nur 4,7%) in manchen Situationen und 0,7% in vielen Situationen, um dem Anspruch der Gesellschaft zu entsprechen.

Unter Zuhilfenahme des Mittelwerts der Frauen und Männer lässt sich das Ergebnis, aber auch die geringe Bedeutung des Motivs vereinfacht darstellen.



Fehlerbalken: +/- 2 SD

Abb. 20: Mittelwerte und Streuungsmaße des Motivs „Erwartungen anderer“

Aus Abb. 20 ist abzulesen, dass Frauen und Männer in der Bewertung ziemlich gleiche Punktzahlen erreicht haben, da der Verlauf fast deckungsgleich ist. Dennoch sind in der genauen Betrachtung Unterschiede festzustellen.

Rangverteilung

	Geschlecht	N	Mittlerer Rang	Rangsumme
Erwartungen anderer	weiblich	4314	5411,38	23344708,00
	männlich	5796	4790,61	27766397,00
	Gesamt	10110		

Tab. 20: Rangverteilung der Geschlechter im U-Test nach Mann und Whitney des Motivs „Erwartungen anderer“

Der mittlere Rang der Frauen ist im Motiv „Erwartungen anderer“ höher als bei den Männern. Mithin sind in dieser Analyse die meisten Menschen, die essen, um Erwartungen anderer zu entsprechen, weiblichen Geschlechts.

Signifikanztest^a

	Erwartungen anderer
Mann-Whitney-U	1,097E7
Wilcoxon-W	2,777E7
Z	-12,073
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,000

a. Gruppenvariable: Geschlecht

Tab. 21: U-Test nach Mann und Whitney des Motivs „Erwartungen anderer“

Mit Hilfe der Tab. 21 lassen sich wesentliche Unterschiede hinsichtlich der Verteilung im Motiv „Erwartungen anderer“ und der Geschlechter ausmachen, die als signifikant ($p < 0,001$) eingestuft werden.

Soziale Anlässe

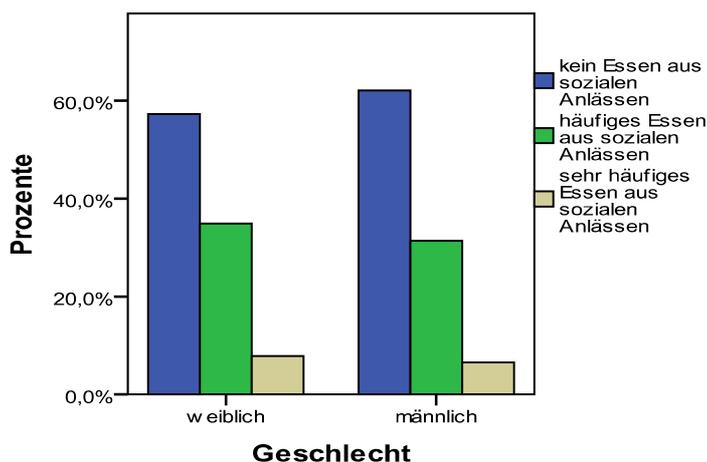
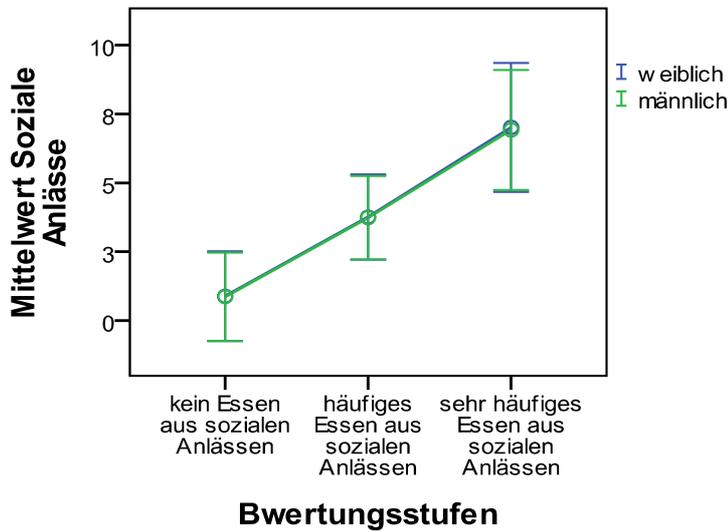


Abb. 21: Geschlechtsspezifische Häufigkeitsverteilung des Motivs „sozialer Anlass“

Die Ergebnisse von Abb. 21 verdeutlichen, dass mehr als die Hälfte beider Geschlechter nicht aus einem sozialen Anlass heraus isst und in den Kategorien des „Essens aus sozialen Anlässen heraus“ ist nur ein sehr geringer Unterschied zwischen Männern und Frauen vorhanden. Die Frauen essen mit 34,9% häufiger aus einem sozialen Anlass heraus als die Männer (mit 31,4%). Es zeigt sich zwar ein Rückgang der Prozente im sehr häufigen Essen aus sozialen Anlässen, jedoch ist auch hier der sehr geringe geschlechtsspezifische Unter-

schied zu erkennen. 7,8% der Frauen und 6,6% der Männer essen sehr häufig aus einen sozialen Anlass heraus.

Die Darstellung des arithmetischen Mittels (Abb. 22) verdeutlicht das enge Zusammenliegen der Punktebewertung.



Fehlerbalken: +/- 2 SD

Abb. 22: Mittelwerte und Streuungsmaße des Motivs „soziale Anlässe“

Aus Abb. 22 ist ersichtlich, dass die Werte ziemlich homogen sind. Nur die Standardabweichung in der 3. Bewertungsstufe zeigt eine geringe Abweichung in der Streuung.

Rangverteilung

Geschlecht		N	Mittlerer Rang	Rangsumme
Soziale Anlässe	weiblich	4314	5223,98	22536243,00
	männlich	5796	4930,10	28574862,00
	Gesamt	10110		

Tab. 22: Rangverteilung der Geschlechter im U-Test nach Mann und Whitney des Motivs „soziale Anlässe“

Anhand der Analyse der mittleren Rangverteilung ist zu erkennen, dass in der Verteilung mehr Frauen als Männer zu finden sind, die aus einem sozialen Anlass heraus essen.

Signifikanztest^a

	Soziale Anlässe
Mann-Whitney-U	1,178E7
Wilcoxon-W	2,857E7
Z	-5,086
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,000

a. Gruppenvariable: Geschlecht

Tab. 23: U-Test nach Mann und Whitney des Motivs „soziale Anlässe“

Der recht niedrige negative Z-Wert verweist auf die sehr geringe unterdurchschnittliche Abweichung, dennoch wird durch die Irrtumswahrscheinlichkeit ausgeschlossen, dass die Verteilung gleich ist, da $p < 0,001$ ist.

Automatismus und Gewohnheit

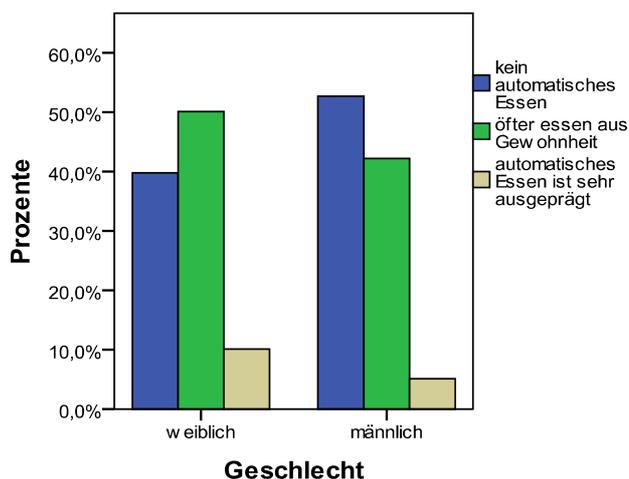
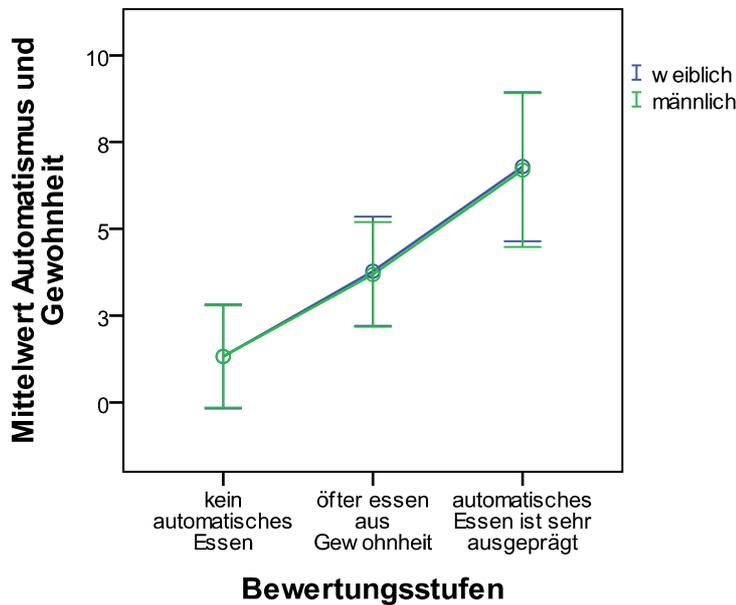


Abb. 23: Geschlechtsspezifische Häufigkeitsverteilung des Motivs „Automatismus und Gewohnheit“

Eine abweichende Verteilung offenbart sich in den ersten beiden Bewertungsstufen. Abb. 23 ist zu entnehmen, dass über die Hälfte der Männer kein automatisiertes Essverhalten hat. Bei den Frauen sieht dies anders aus: Nur 39,8% der weiblichen Teilnehmer essen nicht automatisch. Doch die Hälfte aller befragten Frauen essen öfter aus Gewohnheit (bei den Männern sind es 42,2%). Selbst in der Bewertungsstufe des sehr ausgeprägten automatischen Essens sind die Männer mit 5,1% gegenüber den Frauen mit 10,1% in der Minderheit.

Die nachfolgend dargestellten Mittelwerte der Geschlechter (Abb. 24) reflektieren die gewonnenen Erkenntnisse.



Fehlerbalken: +/- 2 SD

Abb. 24: Mittelwerte und Streuungsmaße des Motivs „Automatismus und Gewohnheit“

Trotz der engen Verläufe sind, wie in Abb. 24 zu sehen, in der zweiten und dritten Bewertungsstufe relativ geringe Unterschiede der Mittelwerte und der zweifachen Standardabweichung zwischen den Geschlechtern festzustellen. Abweichungen in der Verteilung sind auszumachen.

Rangverteilung

	Geschlecht	N	Mittlerer Rang	Rangsumme
Automatismus und Gewohnheit	weiblich	4314	5518,39	23806349,00
	männlich	5796	4710,97	27304756,00
	Gesamt	10110		

Tab. 24: Rangverteilung der Geschlechter im U-Test nach Mann und Whitney des Motivs „Automatismus und Gewohnheit“

Der mittlere Rang ist bei den Männern niedriger als bei den Frauen. Demzufolge ist das weibliche Geschlecht in der Verteilung stärker vertreten.

Signifikanztest^a

	Automatismus und Gewohnheit
Mann-Whitney-U	1,051E7
Wilcoxon-W	2,730E7
Z	-13,977
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,000

a. Gruppenvariable: Geschlecht

Tab. 25: U-Test nach Mann und Whitney des Motivs „Automatismus und Gewohnheit“

Tab. 25 zeigt, dass in der Verteilung hinsichtlich der Geschlechter unterdurchschnittlich mittlere Abweichungen vom Mittelwert zu verzeichnen sind. Ein Irrtum ist zu 95% ausgeschlossen, da die Irrtumswahrscheinlichkeit kleiner als 0,05 ist ($p < 0,001$).

4.4 Zusätzliche Ergebnisse

Während der Auswertung ist aufgefallen, dass viele der Befragten einen hohen Body Mass Index (BMI) aufweisen. Deshalb wurde, um den BMI beurteilen zu können, eine Kategorisierung eingeführt. Der BMI wurde in 5 Kategorien eingeteilt: 1. Untergewicht ($< 20 \text{ kg/m}^2$), 2. Normalgewicht ($20\text{-}24,9 \text{ kg/m}^2$), 3. Übergewicht ($25\text{-}29,9 \text{ kg/m}^2$), 4. Adipositas ($30\text{-}39,9 \text{ kg/m}^2$) und 5. extreme Adipositas ($> 40 \text{ kg m}^2$) (vgl. Pudiel & Westenhöfer 2003, S. 125).

Der BMI wird nicht in allen neun Motiven untersucht, das wär in den Rahmen dieser Analyse zu umfangreich. Vielmehr steht im Vordergrund die Frage, inwiefern der BMI *durch das Motiv „Figur und Gewicht“ und das Geschlecht beeinflusst wird*. Gerade im Motiv „Figur und Gewicht“ spielt das Körpergewicht mehr als in allen anderen genannten Motiven eine große Rolle. Hier steht vorrangig das Bemühen abzunehmen bzw. eine Gewichtszunahme zu meiden im Blickpunkt. In allen Bewertungsstufen sind die BMI-Kategorisierungen von Bedeutung, die als Voraussetzung für die Bewertung dienen.

In Abb. 25 wird dargestellt, wie sich der BMI unter den Geschlechtern in Abhängigkeit zum Motiv „Figur und Gewicht“ verhält.

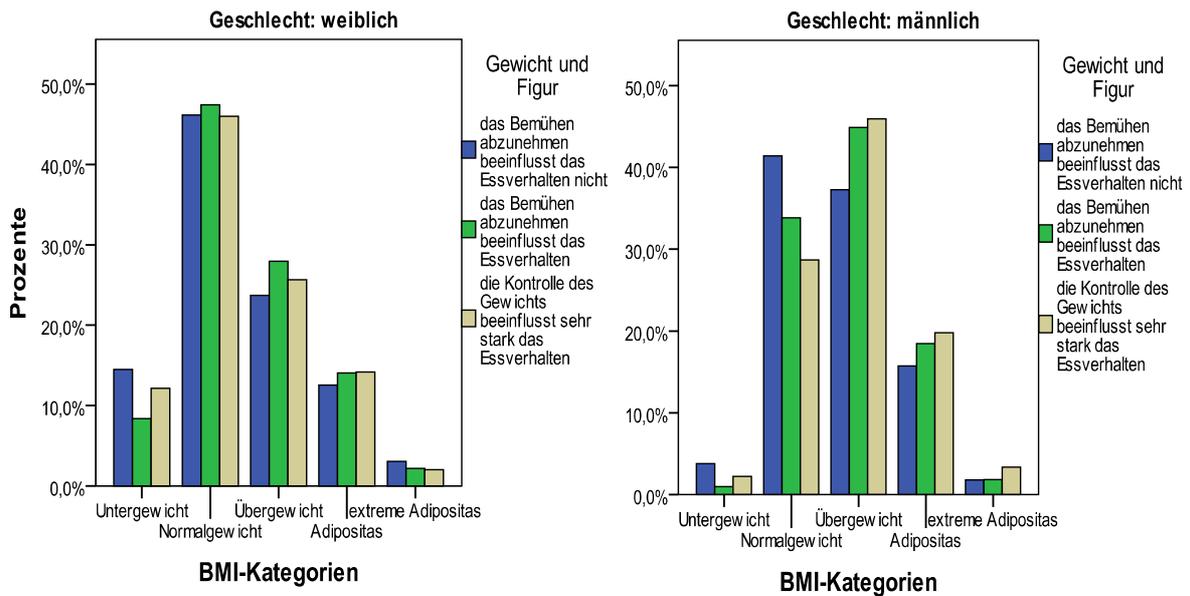


Abb. 25: Höhe BMI des weiblichen (links) bzw. des männlichen (rechts) Geschlechts in Abhängigkeit der Bewertungsstufen des Motivs „Figur und Gewicht“

Bei der allgemeinen Betrachtung der Grafik sind Unterschiede festzustellen: Die Mehrheit des BMI bewegt sich bei beiden Geschlechtern in Normal- bis Übergewicht; auffällig ist jedoch, dass mehr Frauen als Männer normal- bzw. untergewichtig sind. Die Männer sind mehrheitlich übergewichtig bzw. weisen eine erhöhte Adipositas im Vergleich zu den Frauen auf. Die extreme Adipositas weist einen sehr geringen prozentualen geschlechtsspezifischen Unterschied auf.

In der genauen Betrachtung zeigt sich, dass tendenziell bei mehr untergewichtigen Frauen als Männern das Bemühen abzunehmen Einfluss bzw. die Kontrolle des Gewichts starken Einfluss auf das Essverhalten hat. Entscheidend und auffällig ist das Ergebnis, dass gerade im Normalgewicht bei der Hälfte der teilnehmenden Frauen das Bemühen abzunehmen bzw. sehr starke Kontrolle des Gewichts das Essverhalten prägt. Nur bei 1/3 der normalgewichtigen Männer ist dieselbe Wirkung des Motivs zu finden.

Deutlich erkennbar ist die Wirkung des Motivs bei den Männern mit zunehmendem Gewicht. Bei übergewichtigen Männern zeigt sich, wie die Einflussnahme des Motivs wirkt. Viel mehr übergewichtige Männer gaben an, dass das Bemühen abzunehmen einen Einfluss bzw. starken Einfluss auf das Essverhalten hat. Nur bei knapp 37% hat das Bemühen abzunehmen keinen Einfluss auf die

Essenswahl. Bei den übergewichtigen Frauen ist ebenfalls erkennbar, dass der Wunsch abzunehmen bzw. starke Kontrolle eine Rolle im Essverhalten spielt. Bei der Adiposität ist das Größenverhältnis ähnlich dem beim Übergewicht. Auch hier beeinflusst die Kontrolle des Gewichts das Essverhalten der Männer und Frauen. Und immerhin noch bei 18,5% der adipösen Männer und 12,6% der adipösen Frauen hat das Motiv „Figur und Gewicht“ keinen Einfluss auf das Essverhalten. Zu erwähnen ist, dass selbst bei der extremen Adipositas der Anteil der Männer (3,3%) in der Bewertungsstufe der sehr starken Einflussnahme der Kontrolle des Gewichts auf das Essverhalten höher ist als der der Frauen (2,0%). Dennoch hat bei mehr extrem adipösen Frauen als Männern das Bemühen abzunehmen keinen Einfluss auf die Essenswahl.

Die folgende Abbildung spiegelt die eben beschriebenen Ausführungen in einfacher Form wider.

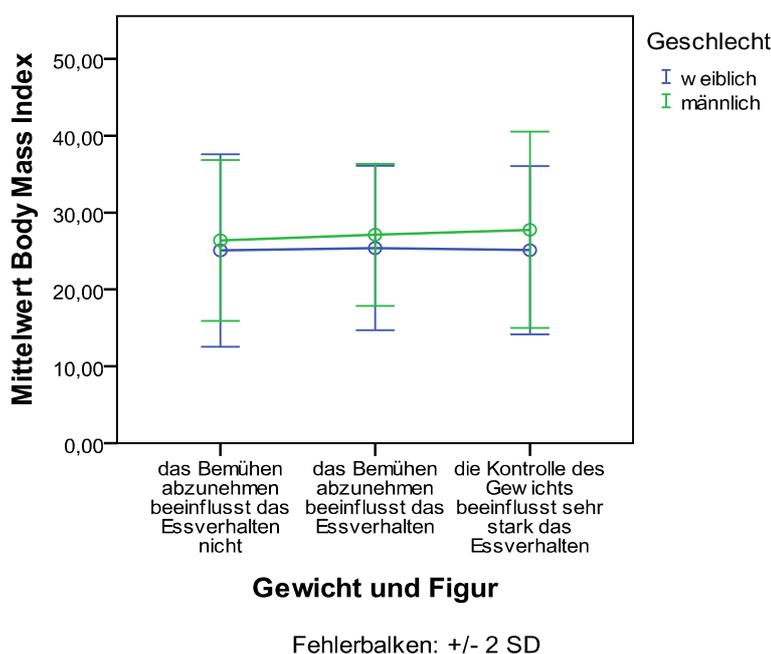


Abb. 26: Mittelwerte und Streuungsmaße des BMI der Frauen und Männer in Abhängigkeit des Motivs „Figur und Gewicht“

Aus den Linien ist zu erkennen, dass der Verlauf bei Frauen fallend ist und bei Männern steigend. Demzufolge neigen Frauen eher zu einem niedrigen Gewicht und Männer zu einem hohen Gewicht. Und je höher oder niedriger das Gewicht unter den Geschlechtern ist, desto einflussreicher ist das Gewicht. Da-

durch, dass geringe Überschneidungen vorhanden sind, liegen Abweichungen in der Verteilung unter den Geschlechtern im BMI vor.

Es sollte nun geklärt werden, ob auch wirklich ein signifikanter Zusammenhang zwischen den Variablen besteht. Das Ergebnis ist der nachstehenden Tab. 26 zu entnehmen.

Zusammenhang

			Ge- schlecht	Gewicht und Figur	Body Mass Index
Spearman- Rho	Geschlecht	Korrelationskoeffizient	1,000	-,279**	,199**
		Sig. (2-seitig)	.	,000	,000
		N	10110	10110	10110
	Gewicht und Figur	Korrelationskoeffizient	-,279**	1,000	,056**
		Sig. (2-seitig)	,000	.	,000
		N	10110	10110	10110
	Body Mass Index	Korrelationskoeffizient	,199**	,056**	1,000
		Sig. (2-seitig)	,000	,000	.
		N	10110	10110	10110

** Die Korrelation ist auf dem 0,01-Niveau signifikant (zweiseitig).

Tab. 26: Rangkorrelationskoeffizienten nach Spearman der Variablen Geschlecht, Gewicht und Figur und Body Mass Index

Die Korrelationen zeigen, dass zwischen dem Motiv „Gewicht und Figur“ und dem BMI eher kein Zusammenhang besteht, da $r = 0,056$ tendenziell zu null korreliert. Jedoch ist der Korrelationskoeffizient sehr hoch signifikant ($p < 0,001$). Korrespondierend stellt sich ein vergleichsweise sehr geringer, aber sehr hoch signifikanter Zusammenhang zwischen Geschlecht und BMI heraus ($r = 0,199$) ($p < 0,001$). Das heißt, dass die gefunden geschlechtsspezifischen Abweichungen im BMI signifikant einzuordnen sind. Zusätzlich zu erwähnen ist im Vergleich mit den anderen Korrelationen der erhöhte geringe signifikante negative Zusammenhang zwischen dem Geschlecht und dem Motiv „Gewicht und Figur“ ($r = -0,279$) ($p < 0,001$).

In der geschlechtsspezifischen Korrelationsanalyse ist bei Männern ein höherer Zusammenhang ($r = 0,159^{**}$) zwischen BMI und dem Motiv „Gewicht und Figur“ gegeben als bei den Frauen ($r = 0,069^{**}$). Männer haben einen sehr geringen,

aber hoch signifikanten Zusammenhang und Frauen tendieren eher zu keinem Zusammenhang.

Da kein Zusammenhang zwischen dem BMI und dem Motiv „Gewicht und Figur“ besteht und lediglich nur eine sehr geringe positive Korrelation zwischen dem Geschlecht und dem BMI bzw. sehr geringe Korrelation zwischen dem Geschlecht und dem Motiv „Gewicht und Figur“ besteht, ist es sinnvoll, auf die Berechnung einer Regressionsgeraden zu verzichten (vgl. Schneider 1997, S. 50). Dadurch, dass die Korrelationen zu niedrig sind, ist es schwierig, eine Gerade zu zeichnen. Eventuell spielen in den Zusammenhang noch andere Parameter mit ein, z.B. psychologische Aspekte, die in dieser Analyse nicht mit aufgenommen wurden, so dass deshalb dieser geringe Zusammenhang auftritt, obwohl durch die Häufigkeitsbetrachtung ein Zusammenhang zu erkennen ist.

Ergebnis

Die Überlegungen, dass ein Zusammenhang zwischen dem Motiv Gewicht und Figur und dem BMI besteht, konnte durch die Analyse nicht bestätigt werden. Die Analyse ergab, dass die Höhe des BMI hauptsächlich durch das Geschlecht höchst signifikant beeinflusst wird. Männer haben einen höheren BMI als Frauen. Der Einfluss des Motivs „Gewicht und Figur“ auf den BMI ist tendenziell null und hat keinen großen Effekt auf die Höhe des BMI.

Zusätzlich bestätigt die Korrelationsanalyse die geschlechtsspezifischen Auffälligkeiten aus den Ergebnissen. Zwischen dem Motiv „Gewicht und Figur“ und dem Geschlecht herrscht ein geringer negativer hoch signifikanter Zusammenhang.

4.5 Zusammenfassung

Alle Ergebnisse der Analyse zeigten: Bei allen 9 Motiven ist unter den Menschen, die aus den genannten Motiven heraus essen, der weibliche Anteil immer signifikant höher als der männliche, obwohl die Anzahl der männlichen Teilnehmer in der Stichprobe höher war als die der weiblichen Teilnehmer.

Doch wäre es falsch zu behaupten, dass sich die deutschen Frauen mehr an diesen Motiven orientieren als die Männer. In der genauen Diskussion der Beeinflussungskriterien ist eine Tendenz der Männer und Frauen zu gewissen Motiven zu erkennen. Diese Diskussion wird im folgenden Kapitel ausgeführt.

5 Diskussion und Interpretation

Dieses Kapitel soll die Ergebnisse der Analyse diskutieren. Zusammenhängend mit den Ausführungen des theoretischen Hintergrunds und den Feststellungen der Analyse wird versucht, die unterschiedlichen Motivationsgründe geschlechtsspezifisch zu interpretieren. Des Weiteren wird die gesamte Untersuchung kritisch beurteilt und Schlussfolgerungen für die Zukunft gezogen.

5.1 Ergebnisse der Analyse zur Motivation vor theoretischem Hintergrund und resultierende Erklärungen der Differenzen im geschlechtsspezifischen Essverhalten

An dieser Stelle werden die Ergebnisse auf Basis des theoretischen Hintergrundes diskutiert und interpretiert. Zusätzlich soll der gedankliche Versuch unternommen werden, die in der Theorie gefunden Differenzen im Essverhalten zwischen Mann und Frau durch die gefunden geschlechtsspezifischen Unterschiede in den Motiven zu erklären. So soll nachvollzogen werden können, warum Frauen in gewissem Rahmen ein anderes Ernährungsverhalten aufweisen als Männer. Natürlich ist zu erwähnen, dass in der Auswertung der Fragen keine signifikanten Rückschlüsse auf das jeweilige Essverhalten der befragten Männer und Frauen zu ziehen sind, da die Fragestellung im Erhebungsbogen auf die Motivation ausgerichtet ist und nicht auf das Essverhalten. Doch wie in Kapitel 1 und 2 beschrieben, sind sich die vielen empirischen Studien im Punkt geschlechtsspezifisches Essverhalten einig, so dass diese Hinweise als relevant eingestuft und mit den Feststellungen der Analyse zusammen betrachtet werden können. Die Zusammenhänge wurden kursiv gedruckt.

Einstellung zum Essen und Attraktivität

Die in der Theorie aufgezeigten weiblichen Motive wie „Gesundheitsmotivation“ und „Gewicht und Figur“ (Attraktivität) sind auch in der Analyse wichtige weibliche Motive. Frauen achten mehr als Männer, wenn sie ihre Lebensmittel auswählen, auf den Gesundheitsaspekt und genauso auf ihre Figur. Frauen wollen durch die Ernährung einen gesunden Lebensstil konzipieren (vgl. Westenhöfer

2005, S. 46), und gleichzeitig wollen sie so ihr Gewicht kontrollieren. Die meisten befragten Männer sind sich einig: Gesundheitliche Aspekte und das Bemühen abzunehmen sind für sie nicht so relevant, andere Motive sind ihnen wichtiger. Männer setzen eher auf sportliche Aktivitäten, um ihrer Figur ein besseres Aussehen zu verleihen (vgl. Setzwein 2004a, S. 179). *Die bei Männern gefundene geringere Gesundheitsmotivation könnte eine Erklärung für ihre unkompliziertere Einstellung zum Essen und die ungesunde Lebensmittelwahl, wie Fleisch- und Wurstwaren, energiereiche Speisen und Alkohol, sein.* Einer Studie Ende der 80er Jahre in Deutschland konnte man entnehmen, dass 50,8% der Frauen, aber lediglich 29,5% der Männer an Ernährungsthemen interessiert sind (vgl. Westenhöfer & Pudiel 1990, S. 312). Eine Studie zum Thema Obst- und Gemüseverzehr im Zusammenhang mit Ernährungswissen zeigte, dass Männer weniger Obst und Gemüse zu sich nehmen, weil ihr Bewusstsein zur gesunden Ernährung nicht so ausgeprägt ist (vgl. Baker & Wardle 2003, S. 273).

Höchstwahrscheinlich ist die erhöhte weibliche Gesundheitsmotivation in Verbindung mit dem Ernährungswissen zu setzen. Nennenswert im Ernährungswissen ist das Verhältnis der Männer und Frauen, die wissen, dass der Obst- und Gemüseverzehr in Beziehung mit Krankheiten steht. 28% der Männer und 35% der Frauen gaben an, diese Beziehung zu kennen (vgl. Westenhöfer 2005, S.45). Also könnte das Ernährungswissen in Anlehnung an gesunder Ernährung, um gewissen Krankheiten präventiv entgegenzuwirken, ein Beweggrund sein, dass Frauen ihr Essverhalten mehr in diese Richtung lenken als Männer. Doch die Ergebnisse zeigten auch, dass für Frauen die Gesundheitsaspekte keine übergeordnete Rolle spielen, andere Motive kommen hinzu. Sie achten lediglich mehr darauf, dass die Gesundheit während des Essens nicht zu kurz kommt. *Um die gesunde Lebensmittelwahl der Frauen wie Frischobst, Gemüse und -produkte, leichte Kost, Nudel- und vegetarische Gerichte, Quark und wenig Alkohol und die kognitive Kontrolle im Essverhalten der Frauen zu erklären, müssen die gesundheitlichen Aspekte und das Bemühen abzunehmen mit einbezogen werden.*

Eines wurde aus den Ergebnissen deutlich: Frauen sind das Bemühen abzunehmen und die Kontrolle des Gewichts sehr wichtig, jedoch ist das in dieser

Stichprobe unabhängig vom BMI ($r = 0,056$), obwohl in der zusammenhängenden Betrachtung von BMI und dem Motiv „Gewicht und Figur“ (siehe Abb. 25) ein Unterschied zwischen Mann Frau auszumachen ist. Das Bemühen abzunehmen ist bei Frauen generell ausgeprägter, besonders im Normal- bis Untergewicht. Erst im Übergewicht sind Männer bereitwilliger abzunehmen. Jedoch korrelieren diese Beziehungen nicht miteinander, was daran liegen könnte, dass aufgrund der Stichprobenbildung mögliche Antwortverzerrungen und Fehler aufgetreten sind, die einen Einfluss auf die Korrelationsberechnung ausüben. Das geringe Bemühen der befragten Männer abzunehmen bzw. das Gewicht zu halten liegt möglicherweise aufgrund von ärztlichen Anweisungen vor, da sie eher Diät halten, wenn es aus gesundheitlichen Gründen angebracht ist (vgl. Setzwein 2004c, S. 504). Das auffällige Übergewicht der befragten Männer könnte mit dieser Überlegung korrelieren. Unter Umständen liegt das daran, dass der soziale Druck, eine anschauliche Figur vorzuweisen, Frauen jeder Gewichtsklasse dazu treibt, eine schlanke Figur vorzuweisen und deswegen die gesunde Nahrungsmittelwahl bevorzugen. Für Männer ist dieser soziale Druck nicht ganz so groß. Eine Studie mit griechischen Jugendlichen zwischen 14 und 18 Jahren bestätigt, dass Mädchen als Strategie ihr Gewicht zu reduzieren oder zu halten mehr die Form der starken Kontrolle durch eine gesunde Lebensmittelwahl in Form von Obst- und Gemüseprodukten anwenden als Jungen (vgl. Thogersen-Ntoumani et al. 2009, S. 105). *Das häufig auftretende oder permanente Diäthalten im Ernährungsverhalten der Frauen könnte durch das Motiv „Attraktivität“ begründet sein; das geringere Diäthalten der Männer liegt hingegen eventuell eher an gesundheitlichen Gründen. Das gezügelte Essverhalten der Frauen könnte sich durch die Orientierung der Kontrolle das Gewicht zu halten bzw. abzunehmen entwickeln.*

Auch im Motiv „Einstellung zu sich selbst“ herrscht zwischen Theorie und Ergebnis der Analyse Einigkeit. Die Erhebung zeigt, dass unter den wenigen Menschen, die sich durch ihre Einstellung zu sich selbst beeinflussen lassen, mehr Frauen als Männer zu finden sind. Frauen sind reizabhängiger als Männer (siehe Kapitel 2.5.2.), was eine Erklärung für das Ergebnis sein könnte. Vermutlich ist Männern ein niedriges Gewicht oder ein gesundes Essen nicht ganz so wichtig, wie der hohe BMI der Männer zeigt, und darum spiegelt ihre Einstellung

zu sich selbst auch nicht so effektiv ihr Essverhalten wider, da sie sich nicht in demselben Umfang selbst behindern wie Frauen.

Frauen bleiben ihrer Einstellung nicht immer treu, ab und zu fällt die Gesundheitsmotivation oder die Kontrolle des Gewichts. Wenn Frauen durch gewisse Kriterien beeinflusst werden, so hindern sie sich daran, eine gesunde Lebensmittelwahl zu vollziehen bzw. abzunehmen. Eine Erklärung für dieses Ergebnis könnte die Gesundheitsmotivation und das Bemühen abzunehmen im Zusammenhang mit dem Genuss von schmackhaften Speisen sein. Frauen wollen sich gern bewusst nach gesundheitlichen Aspekten ernähren, doch genauso mögen sie gerne einmal etwas „Schönes oder Süßes“ essen. Diese Denkweise offenbart eine ambivalente Einstellung zum Essen. Laut der Analyse haben die gesundheitlichen Aspekte bei Frauen keine übergeordnete Rolle. Der Genuss beim Essen soll nicht zu kurz kommen, und dieses Verlangen beeinflusst oft das weibliche Essverhalten. Doch genauso könnte das gezügelte Essverhalten bei Frauen aufgrund des sozialen Drucks in der Begründung des Ergebnisses eine Rolle spielen (vgl. Grogan et.al. 1997, S. 21). Bei Menschen, die eine rigide Form gezügelten Essens anwenden, ist irgendwann das Verlangen stärker als das Verbot. *Demzufolge kann das Motiv „Einstellung zu sich selbst“ als weitere Feststellung für die Erklärung des weiblichen Schwachpunkts „Süßigkeiten“ formuliert werden sowie der ambivalenten Einstellung und des kontrollierten/gezügeltten Essverhaltens der Frauen. Genauso kann der sehr geringe Einfluss des Motivs „Einstellung zu sich selbst“ bei Männern die eher unkomplizierte Einstellung zum Essen begründen, da Männer sich beim Essen weniger Zwängen aussetzen.*

Externe/interne Einflüsse

Zur Erklärung der internen biologischen Motive wurde das Motiv „Hunger“ in die Analyse aufgenommen. Es dient der Erklärung, dass Menschen nicht nur aus psychosozialen Motiven heraus essen, sondern auch aus einem ganz natürlichen Bedürfnis heraus. Dieses Motiv ist für beide Geschlechter sehr bedeutend und nicht ganz so unwichtig, wie in der Theorie beschrieben wird. Die dargestellten Ergebnisse der Analyse harmonisieren mit den Erläuterungen der Literatur zwar überein, doch ist der Analyse zu entnehmen, dass der Unterschied

nicht so beachtlich ist. Der größere Anteil der befragten Männer isst nicht, weil er ein übermäßiges Hungergefühl verspürt. Männer essen auch ohne entsprechendes Hungergefühl dennoch gaben knapp unter der Hälfte der Männer an, aus Hungergefühlen heraus Essen einzunehmen. Anders sieht es bei den Frauen aus: Die Mehrheit der befragten Frauen orientiert sich in ihrem Essverhalten signifikant öfter an einem leichten beziehungsweise starken Hungergefühl als Männer, wie auch der Theorie zu entnehmen ist (siehe Kapitel 2.5.2.). Vielleicht liegt dies an dem oft auftretenden gezügelten Essverhalten der Frauen. Da sie sich durch kognitive Kontrolle eine Sättigungsgrenze setzen, werden sie beim Essen nie richtig satt und erleben öfter Hungergefühle als Männer. Dies ist nur eine Vermutung, da der Grad der kognitiven Kontrolle bei den Teilnehmern nicht erfasst wurde. *Die bei Frauen häufiger auftretenden Hungergefühle können eine Folge des gezügelten Umgangs mit dem Essen sein.* Ansatzweise ist dem hinzuzufügen, dass die Motive nicht immer das Essverhalten beeinflussen, sondern dass das Essverhalten sich auch auf die Motive auswirkt. *Das relativ wenig auftretende Hungergefühl liefert vermutlich die Erklärung für das quantitative Essen im Ernährungsverhalten der Männer.* Trotzdem essen auch viele Männer manchmal aus einem Hungergefühl heraus, jedoch nicht ganz so oft wie Frauen. Eine Vermutung liegt im Bezug zum BMI: Da in der Stichprobe viele übergewichtige Männer zu finden sind, kann spekulativ angenommen werden, dass übergewichtige Männer aus Hunger essen, weil sie es gewöhnt sind, ein höheres Volumen zu verzehren. Doch ist darüber keine Aussage zu machen, weil das Motiv „Hunger“ nicht im Zusammenhang mit dem BMI betrachtet wurde.

Emotionen

Die in den Ergebnissen der Erhebung gefundenen Feststellungen zum Einfluss negativer und positiver Emotionen spiegeln die allgemeine Tendenz der Fachwelt nicht im Ganzen wider.

Die wenigen emotionalen Esser sind in dieser Stichprobe unter den Frauen zu finden, wie sich auch schon in der Theorie herausstellte (siehe Kapitel 2.5.3.). Frauen essen signifikant häufiger als Männer, um sich zu entspannen oder ihre Stimmung zu heben. Männer setzen das Essen als Regulierung ihrer negativen

Gefühle nicht so oft ein wie Frauen. Eine Ursache für dieses Ergebnis könnte vielleicht in der Vermutung liegen, dass Frauen einfach häufiger negative Gefühle empfinden als Männer. Frauen haben nicht nur negative Gefühle aus ihrer Umwelt heraus, wie z.B. Beziehungsprobleme, sondern sie entwickeln durch Essen ebenfalls negative Emotionen. Da Frauen die Prävalenz haben, ein gestörtes Essverhalten zu konzipieren, sind das Aufkommen von Schuldgefühlen nach dem Essen und die Angst, dick zu werden, verständliche emotionale Reaktionen (vgl. Setzwein 2004c, S. 507). Die Ursache liegt in der kognitiven Kontrolle. Dadurch entwickeln sich immer wieder neue negative emotionale Empfindungen. Männer bürgen sich nicht so oft sozialen Druck auf wie Frauen; da bei ihnen die kognitive Kontrolle nicht so ausgeprägt ist und eher aus gesundheitlichen Gründen Diät gehalten wird, haben sie weniger Angst, dick zu werden. Demzufolge müssen sie auch nicht so oft ihre negativen Gefühle regulieren (wie der Analyse zu entnehmen ist). Für sie zählt eher der Genuss beim Essen. *Zur Verbesserung des Verständnisses der vorhandenen kognitiven Kontrolle und der manchmal auftretenden ungesunden Lebensmittelwahl in Form von Süßigkeiten im weiblichen Essverhalten muss das Motiv des Essens zur Bewältigung negativer Emotionen mit beachtet werden.*

Das Motiv „Genuss“ ist in der Analyse ein schwieriger Fall. Es ist für Frauen und Männer das wichtigste Motiv. Laut der Theorie orientieren sich Männer mehr am Motiv „Genuss“ als Frauen (vgl. S. 24 der vorliegenden Arbeit). Doch hier taucht in der Analyse ein Widerspruch auf: Zwar isst die Mehrheit der befragten deutschen Männer öfter, um sich Genuss zu verschaffen, bzw. sehr oft, um sich damit zu belohnen, und nur ganz wenige Männer essen nicht aus dem Genussmotiv heraus. Das liegt möglicherweise am lustbetonten Umgang mit dem Essen und der häufigen Ausrichtung der Lebensmittelwahl nach Geschmack, denn „Geschmack und Genuss“ ist ein wichtiges Motiv in der Lebensmittelwahl von Männern (vgl. Baker & Wardle 2003, S. 270). Trotzdem essen auch signifikant viele Frauen aus dem Genussmotiv heraus. Eine Studie, die emotionales Essen in allen Gewichtsklassen untersuchte, zeigt, dass Emotionen die Lebensmittelwahl von Männern und Frauen gleichermaßen beeinflusst (vgl. Geliebter & Aversa 2003, S. 344). Genauso zeigen die Ergebnisse, dass nur ein ganz geringer signifikanter Unterschied in der Verteilung vorliegt. Demzufolge

ist die Aussage, Männer orientierten sich am Motiv „Genuss“, nicht falsch. Überraschend ist aber, dass signifikant mehr Frauen aus dem Motiv „Genuss“ heraus essen. Dies war von der Theorie her so nicht zu erwarten. Der Auslöser für dieses Ergebnis könnte eventuell in der ambivalenten Einstellung der Frauen liegen: Frauen sehen Essen durch ihr ausgeprägtes Gesundheitsbewusstsein als heilsam, aber genauso auch als genussvoll an. Die vornehmlich doppelsinnige Sichtweise der Lebensmittel könnte vermutlich die Ursache für dieses Ergebnis sein: dass Frauen Essen ebenso sehr als Quelle für Genuss und Freude ansehen wie Männer. Frauen ist qualitatives Essen sehr wichtig, und Qualität steht auch eng mit Genuss und Geschmack in Verbindung. *Essen zur Verschaffung positiver Emotionen sollte als Erklärung der ambivalenten Einstellung und des qualitativen Essens der Frauen dienen und darüber hinaus der Vorlieben für das quantitative Essen der Männer*, da aus der Theorie hervorgeht, dass das Motiv „Genuss und Freude“ die extreme Lebensmittelaufnahme stimuliert (vgl. Thogersen-Ntoumani 2009, S. 107). *Genauso dient Essen, um sich Genuss zu verschaffen, der Erklärung für die männliche Prävalenz, sich von energiereichen Nahrungsmitteln, z.B. Currywurst und Bier, zu ernähren und demzufolge auch für die risikoreiche Ernährung*. Energiereiche Lebensmittel sind bekannterweise fettreich, und Fett ist ein geläufiger Geschmacksträger, aber auch ein Prädiktor für ernährungsbedingte Krankheiten. Hier kommt wieder das Ernährungswissen ins Spiel (siehe S. 75 der vorliegenden Arbeit). Vermutlich ist das mangelnde Interesse an ernährungsbedingten Kenntnissen ein Prädiktor für die energiereiche Nahrungsmittelwahl.

Gesellschaftliche Notwendigkeiten

Laut den theoretischen Ausführungen sind die Motive, an denen sich Männer orientieren, an soziale Gegebenheiten gebunden. Die Betrachtungen in Kap. 2.5.5. liefern die Erkenntnis, dass Männer bei sozialen Anlässen häufig ihre männliche Persönlichkeit hervorheben wollen. Männer mögen es, in geselliger Atmosphäre geschmackvolle Speisen zu verzehren und so auch ihre Machtposition zu verdeutlichen. Demzufolge wurde das Motiv „sozialer Anlass“ dem männlichen Geschlecht zugeordnet. Im Widerspruch hierzu zeigt sich in der

Analyse, zwar nur sehr gering, aber dennoch signifikant, dass mehr Frauen aus einem sozialen Anlass heraus essen. Jedoch ist die Abweichung zu den Männern nur sehr gering. Es essen fast genauso viele befragte Männer wie Frauen aus einem sozialen Anlass heraus. Aber allgemein ist das Motiv für beide Geschlechter nicht so wichtig. Demzufolge kann die Hypothese nicht ganz falsifiziert werden: Auch Männer orientieren sich an dem Motiv, welches demnach auch ihr Essverhalten beeinflusst. Doch ist der Analyse zu entnehmen, dass tendenziell mehr Männer *nicht* essen, weil ein sozialer Anlass ansteht. Eher sind es die Frauen, die öfter die Gelegenheit finden, in Gesellschaft zu essen, weil es zum sozialen Leben dazugehört. Eine spekulative Erklärung für das unerwartet relativ gleiche Ergebnis könnte sein, dass beide Geschlechter nicht darum herumkommen, Teil sozialer Anlässe zu sein bzw. im Rahmen dieser zu essen. Bei Familienfesten, Geschäftsessen und Treffen mit Freunden setzen soziale Normen und Werte voraus, dass gegessen wird. Für die signifikante Mehrheit der Frauen, die aus sozialem Anlass essen, könnte eine Vermutung sein, dass sie sich einfach beim Essen mehr an soziale Normen in der Kultur und das traditionelle Familienessen halten als Männer (vgl. Prättälä et.al. 2006, S. 520). Eine andere Spekulation betrifft das Alter der Teilnehmer: An der Befragung nahmen mehr jüngere Frauen als Männer teil, worauf der Unterschied zurückzuführen sein könnte, da jüngere Personen häufiger in soziale Anlässe eingebunden sind. Doch dies bleibt nur eine Vermutung, da der Altersunterschied wiederum auch nur sehr gering ist und im Zusammenhang mit den Motiven nicht untersucht wurde. *Die Feststellung, dass beide Geschlechter, aber doch vorwiegend Frauen, aus sozialem Anlass essen, könnte das Resultat des peniblen Einhaltens von sozialen Normen im Essverhalten der Frauen sein; dass Männer sich auch an dem Motiv orientieren, liegt an der lustbetonten Einstellung und im quantitativen Umgang mit Ernährung.* Positive emotionale Reaktionen, wie sie häufig bei Männern zu finden sind, fördern die Nahrungsaufnahme, anstatt sie zu zügeln (siehe Kapitel 2.5.3.). Auf der Basis der Ergebnisse einer Studie lässt sich die Spekulation formulieren, dass sich übergewichtige Menschen im Essverhalten mehr an angenehmen, geselligen, positiven Situation orientieren als normalgewichtige Menschen (vgl. Geliebter & Aversa 2003, S. 344). Eventuell ist das Ergebnis zugunsten der Frauen deshalb so ausgefal-

len, weil in der Kategorie des Übergewichts die Frauen mehr als die Männer sich durch eine gesellige Atmosphäre in ihrem Essverhalten inspirieren lassen. Darüber kann man jedoch nur mutmaßen, da der Zusammenhang nicht untersucht wurde.

Des Weiteren zeigen die Ergebnisse der Analyse, dass tendenziell mehr Frauen als Männer in gewissen Situationen essen, um den Erwartungen anderer zu entsprechen, was sich mit den Ausführungen der Literatur deckt. Gerade Frauen sollen schlank sein (vgl. Cahill et al. 2007, S. 631) und der sozialen Norm des geringen Speisenzehrs entsprechen (vgl. Thogersen-Ntoumani 2009, S. 106). Dies setzt Frauen einem hohen inneren Druck aus, so dass sie denken, sie müssten diesen Erwartungen entsprechen, indem sie ihr Gewicht kontrollieren und mehrere kleine Malzeiten mit leichten Lebensmitteln wählen. Die Erwartungen der Gesellschaft sprechen das ganze Essverhalten eines Menschen an. Sie bestimmen, was eine Frau und was ein Mann essen sollen und wie Frau und Mann essen sollen. Eine amerikanische Studie ergab, dass die Attraktivität bei Frauen steigt, wenn sich die Essensportionen verkleinern. Bei Männern ist dieses Phänomen nicht so stark zu beobachten (vgl. Bock & Kanarek: www.springerlink.de). Dieses Beispiel verdeutlicht: Die Vorstellungen anderer wirken sich auch auf das Essverhalten aus. Laut der Analyse sind die Erwartungen der Gesellschaft Männern nicht so wichtig, ihnen sind Freude, Genuss und sozialer Aspekt wichtiger. *Die Anpassung an die Erwartungen anderer im Essverhalten dient als Grundlage für die Erklärung des gesamten Essverhaltens der Frauen und Männern wie Lebensmittelwahl, Einstellung und Umgang mit Essen, aber es agiert auch als Motiv für das weibliche Diätverhalten.*

Generell jedoch ist ersichtlich: Männern sowie Frauen ist das Bedürfnis, den Ansprüchen ihrer Gesellschaft zu entsprechen, nicht so wichtig wie ihre eigenen Bedürfnisse Hunger oder Genuss zu befriedigen. Dicht darauf folgt das Essen aus Gewohnheit, da Männer wie auch Frauen die Bedürfnisbefriedigung häufig automatisch absolvieren, wie in Kapitel 2.5.5. gezeigt. Gerade Männer gewöhnen sich schnell an ein Lebensmittel oder einen Essstil. Doch diese hypothetische Ausführung stimmt mit den Ergebnissen der Befragung nicht überein. Die Mehrheit der Männer gibt in der Befragung an, kein automatisches Essverhalten

zu haben. Es ist eine deutliche Tendenz zu sehen, dass Frauen öfter aus Gewohnheit essen und ein ausgeprägteres automatisches Essverhalten haben als Männer. Eine Erklärung für dieses Ergebnis könnten die relativ gut ausgeprägte Gesundheitsmotivation liefern sowie das Bemühen, abzunehmen. Dadurch, dass Frauen besonders zu gesunden und energieärmeren Lebensmitteln neigen, wählen sie aus Gewohnheit immer die gleichen, um kein Risiko einzugehen bzw. sich immer wieder neuen Überlegungen auszusetzen. In den Automatismus gehen viele psychologische Aspekte ein: Angst und Bequemlichkeit könnten mit berücksichtigt werden, aber auch das bekannte Ernährungswissen kann hiermit wiederum in Verbindung gebracht werden. Vermutlich wissen Frauen einfach aus Erfahrung, welche Lebensmittel geeignet sind, um nicht zuzunehmen, und wollen sich dem Risiko, etwas Neues auszuprobieren, nicht aussetzen. *Demzufolge könnte die unerwartete höhere Orientierung der Frauen, aus einem Automatismus heraus zu essen, ein Motiv für das Diätverhalten der Frauen sein; dass ein (wenn auch geringerer) Anteil der Männer aus Gewohnheit isst, liegt wahrscheinlich am unkomplizierten Verhältnis der Männer zum Essen.* Vielleicht wollen sie auch nicht ständig auf der Suche nach neuen Lebensmitteln sein.

5.2 Beurteilung der Untersuchung

Generell wäre es sinnvoll gewesen, nach den jetzigen Erfahrungen auch Fragen zum Ess- und Ernährungsverhalten zu stellen. So würde man die Ergebnisse der Studie zu den Motiven nicht mit den Durchschnittswerten anderer Studien zum Essverhalten der Frauen und Männer vergleichen müssen, sondern speziell mit dem der befragten Teilnehmer. Durch die Ergänzungen wären die Zusammenhänge der Motive und Differenzen im Essverhalten konkreter als jetzt.

Der von Prof. Dr. Joachim Westenhöfer entwickelte Fragebogen ist lediglich auf die Motivation des Essens ausgelegt. Wie anhand der Feststellungen zu sehen war, konnten zwar Rückschlüsse der Ergebnisse auf die Unterschiede im Ernährungsverhalten von Männern und Frauen gezogen werden, die mit der The-

orie größtenteils übereinstimmen. Doch sind diese wirklich nur als Vermutung anzusehen.

Wäre es möglich, aufgrund der jetzigen Erfahrungen die Analyse noch einmal aufzubauen, würde ich in den Fragebogen Skalen zum Umgang mit dem Essen aufnehmen, wie die Skalen der kognitiven Kontrolle, mit Unterteilung in „flexibles“ und „rigides gezügeltes Essen“. Mit Hilfe dieser Auswertung der kognitiven Kontrolle wäre es möglich, zu untersuchen, ob im Essverhalten der befragten Frauen wirklich häufig das gezügelte rigide Essen und somit wirklich die Prävalenz, ein gestörtes Essverhalten zu entwickeln, auftritt; im Zusammenhang mit den Motiven könnte man mit größerer Sicherheit sagen, ob das doch häufigere Essen der Frauen aus Hungergefühl, zur Bewältigung negativer Gefühle, durch den Einfluss gewisser Faktoren auf das Essverhalten, aufgrund der Einstellung zu sich selbst und des Wunsches, abzunehmen bzw. das Gewicht zu halten, die Entwicklung des gezügelten Essverhaltens der Frauen unterstützen. Hätte sich gezeigt, dass bei den Männern, wie von der Literatur her erwartet, die kognitive Kontrolle nicht so oft auftritt, träte die unkomplizierte Einstellung der Männer zum Essen noch prägnanter hervor.

Kritisch anzumerken an der Herangehensweise ist die Art der Datenerhebung. Da man beim Ausfüllen des Fragebogens keinen Einfluss nehmen konnte, ist es schwierig einzuschätzen, inwieweit die Antworten wahrheitsgetreu gegeben wurden. Außerdem ist das Prinzip des Fragebogens leicht „zu durchschauen“ und könnte vielleicht Anlass zur Vermutung geben, dass viele Motive, allgemein betrachtet, für die befragten Teilnehmer nicht so wichtig sind. Aber immerhin sind die befragten Teilnehmer freiwillig auf die Internetseite gegangen, um herauszufinden, welche Motive hinter ihrem eigenen Essverhalten stecken. Demzufolge können die Angaben sehr wohl als relevant angesehen werden.

Im Rahmen der Untersuchung noch weitere Kriterien einzubeziehen, wie z.B. das Alter und Situationen, wo gegessen wird, o. Ä., wäre für die Analyse vorteilhaft gewesen. Jüngere und ältere Menschen haben eventuell unterschiedliche Vorstellungen vom Essen und ein unterschiedliches Essverhalten; wenn man dies dann noch geschlechtsspezifisch betrachtet, könnte es weiteren Aufschluss für die Unterschiede im Essverhalten bei Frauen und Männern liefern.

Um bessere Rückschlüsse zum Zusammenhang von BMI und den Motiven zu ziehen, wäre es von Nutzen gewesen, den BMI nicht nur bei einem, sondern im Rahmen aller 9 Motive zu analysieren. Dies hätte Aufschluss geben können, ob auch der BMI Einfluss auf die Motive und dementsprechend auf das Essverhalten hat. Und wie in Kapitel 2.2. beschrieben, beeinflussen die Situationen, in denen gegessen wird, auch die Motive und somit wiederum das Essverhalten. Skalen für diese Aspekte in den Fragebogen einzuarbeiten, wäre also durchaus nützlich gewesen, doch das hätte den Rahmen der vorliegenden Arbeit gesprengt. Diese kritischen Anmerkungen könnten als Grundlage einer ergänzenden Untersuchung zu diesem Themenfeld dienen, die diese Aspekte mit einbezieht.

5.3 Schlussfolgerung für die Zukunft

Ein geschlechtsspezifisches Essverhalten ist nicht in übermäßiger Weise, aber doch nennenswert vorhanden, und die in der aktuellen und öffentlichen Diskussion festgestellten Differenzen sind allgemein ebenso akzeptiert wie die Tatsache, dass hinter dem Essverhalten ein vielseitiges Grundkonzept psychosozialer und biologischer Motive steht, in denen der geschlechtsspezifische Unterschied ebenfalls bemerkbar ist.

Für die Zukunft ist es wichtig, festzuhalten, dass bestimmte Motivationen das Essverhalten von Männern und Frauen bestimmen, aber das Essverhalten seinerseits auch die Motivation beeinflusst. Hat man das verstanden und weiß man, um welche Motive es sich handelt, erst dann kann man in der Ernährungsberatung darauf auch eingehen. Gerade bei Frauen ist das häufig auftretende gezügelte Essverhalten Ursache für die Hungergefühle, das Bemühen abzunehmen und die Kontrolle des Gewichts, genauso wie die Bewältigung negativer Gefühle. Aber ebenso wählen Frauen ihre Lebensmittel aus gesundheitlichen Gründen und verzehren deshalb vermehrt Obst und vegetarische Gerichte.

Berücksichtigung sollte auch die Erkenntnis finden, dass sich an den Motiven „Genuss“, „soziale Anlässe“ und „Hunger“ bei einer Mahlzeit nicht nur Männer orientieren, sondern sogar signifikant mehr Frauen; jedoch haben die gesundheitlichen Aspekte, Emotionen und die Beziehung zu Figur während des Speisens für Männer einen nicht so hohen Stellenwert wie für Frauen.

Insgesamt ergibt sich, dass während der Ernährungsberatung das Augenmerk nicht hauptsächlich auf das Essverhalten zu richten ist, sondern dass den Motiven, die sich hinter diesem Essverhalten verbergen, die gleiche Aufmerksamkeit geschenkt werden muss.

Literaturliste

Adipositas-Online. Unterschiedliche Nahrungspräferenzen bei Männern und Frauen zur emotionalen Regulierung. Adipositas-Online. <http://www.adipositas-online.de/news-110.htm>; Stand: 02.11.2009

Baker, A. H. & Wardle, J. (2003). Sex differences in fruit and vegetable intake in older adults. *Appetite*, 40, 269-275

Beardsworth, A. & Keil, T. (1997) *Sociology on the Menu: An invitation to the study of food and society*. London, New York: Routledge

BMELV – Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz. 2. Teil der Nationalen Verzehrsstudie II: Lebensmittelverzehr. Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz. <http://www.bmelv.de/cae/servlet/contentblob/378630/publicationFile/25907/2teAuswertungsrunde.pdf>; Stand: 19.11.2009

Bock, B. C. & Kanarek, R. B. Women and men are what they eat: The effects of gender and reported meal size on perceived characteristics. SpringerLink <http://www.springerlink.com/content/v4n0451847354689/fulltext.pdf?page=1>; Stand: 05.11.2009

Bortz, J. & Döring, N. (1995). *Forschungsmethoden und Evaluation*. Berlin, Heidelberg: Springer-Verlag

Brombach, C. (2004) Gemeinsam essen ist wichtig: Familienmahlzeiten heute. In E.-U. Schassberger, *Zurück zum Geschmack* (S. 45-49). Stuttgart: S. Hirzel Verlag

Brombach, C., Wagner, U., Eisinger-Watzel, M., Heyer, A. (2006) Die Nationale Verzehrsstudie II. Ziel: Aktuelle und belastbare Primärdaten für die Ernährungsberichterstattung des Bundes generieren. *Ernährungsumschau*, 53 (Heft 1), S. 8

Bublitz, H. (2002). Geschlecht: Geschlecht als alltägliche Erfahrung und unmittelbare Einsicht oder der soziale Augenschein eines biologischen Unterschieds. In H. Korte & B. Schäfers (Hrsg.), Einführung in Hauptbegriffe der Soziologie (S. 86-87). Opladen: Leske + Budrich

Bühl, A. (2008). SPSS 16: Einführung in die moderne Datenanalyse. München: Pearson Studium

Cahill, S. & Mussap, A. J. (2007). Emotional reactions following exposure to idealized bodies predict unhealthy body change attitudes and behaviors in women and men. *Journal of Psychosomatic Research*, 62, 613-639

Conner, M. & Armitage, C. J. (2002). *The social Psychology of Food*. Buckingham, Philadelphia: Open University Press

DGE – Deutsche Gesellschaft für Ernährung, Österreichische Gesellschaft für Ernährung, Schweizerische Gesellschaft für Ernährungsforschung, Schweizerische Vereinigung für Ernährung (Hrsg.) (2001). Referenzwerte für die Nährstoffzufuhr. Frankfurt/Main: Umschau Braus GmbH

Diehl, J. (1983). Speisen- und Gewürzpräferenzen von berufstätigen Erwachsenen: Die Beliebtheit von 331 Speisen, 64 Gewürzen und 20 nationalen Küchen. *Ernährungsumschau* 30 (Heft 8), S. 271-276

Ekmekcioglu, C. (2006). 50 einfache Dinge, die Sie über Ernährung wissen sollten. Frankfurt/Main: Westend Verlag

Fehrmann, S. (2002). *Die Psyche isst mit: Wie sich Ernährung und Psyche beeinflussen*. München: Klaus Foitzick Verlag

Focus Online. Männer mögen rotes Fleisch. Focus Online.
http://www.focus.de/gesundheit/ernaehrung/news/ernaehrung_aid_266196.html
; Stand: 02.11.2009

Geliebter, A. & Aversa, A. (2003). Emotional eating in overweight, normal weight and underweight individuals. *Eating Behaviors*, 3, 341-347

- Gibson, E. L.** (2006). Emotional influences on food choice: Sensory, physiological and psychological pathways. *Physiology & Behavior*, 89, 53-61
- Gniech, G.** (2002). *Essen und Psyche: über Hunger und Sättigkeit, Genuss und Kultur*. Berlin, Heidelberg, New York: Springer-Verlag
- Grogan, S. C., Bell, R., Conner, M.** (1997). Eating Sweet Snacks: Gender differences in Attitudes and Behaviour. *Appetite*, 28, S. 19-31
- Grunert, S. C.** (1993) *Essen und Emotionen: Die Selbstregulierung von Emotionen durch das Eßverhalten*. Weinheim: Beltz Psychologie-Verl.-Union
- Hippman, H. D.** (2003). *Statistik: Lehrbuch für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler*. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag
- Kiefer, I., Haberzettl, C., Rieder, C.** (2000) Ernährungsverhalten und Einstellung zum Essen der ÖsterreicherInnen. *Journal für Ernährungsmedizin*, 2 (5) (Ausgabe für Österreich), 2-7
- Macht, M.** (2005). Essen und Emotion. *Ernährungsumschau*, 52, (Heft 8), 304-308
- Marcelino, A. S., Adam, A. S., Couronne, T., Köster, E. P., Sieffermann, J. M.** (2001). Internal and external determinants of eating initiation in humans. *Appetite*, 36, 9-14
- Max Rubner Institut und Bundesforschungsinstitut für Ernährung und Lebensmittel** (Hrsg.) (2008). *Ergebnisbericht, Teil 2, Nationale Verzehrsstudie II*, Karlsruhe
- Prättälä, R., Paalanen, L., Grinberga, D., Helasoja, V., Kasmel, A., Petkeviciene, J.** (2006). Gender differences in the consumption of meat, fruit and vegetables are similar in Finland and Baltic countries. *European Journal of Public Health*, Vol. 17, No. 5, 520-525
- Pschyrembel** (1998). 258.A. Berlin: de Gruyter
- Pudel, V. & Westenhöfer, J.** (2003). *Ernährungspsychologie: Eine Einführung*, Göttingen: Hogrefe-Verlag GmbH & Co.KG

Pudel, V. (1996) Grundlagen zur Veränderung des Ernährungsverhaltens-
Public Health in Deutschland. In S. Bodenbach und W. Kirch (Hrsg.) Ernährung
und Public Health- Forschung und Praxis (S. 77-103). Regensburg: S. Roderer
Verlag

Rückert-John, J. & John, R. (2009) Essen macht Geschlecht. Ernährung im
Fokus. In aid-Infodienst (Hrsg.) Ausgabe Mai, 174-179

Schneider, R. (1997). Vom Umgang mit Zahlen und Daten: Eine praxisnahe
Einführung in die Statistik und Ernährungsepidemiologie. Frankfurt/Main: Um-
schau Zeitschriftenverlag Breidenstein GmbH

Setzwein, M. (2004a). Ernährung – Körper – Geschlecht: zur sozialen Kon-
struktion von Geschlecht im kulinarischen Kontext, Wiesbaden: VS Verlag für
Sozialwissenschaften/ GWV Fachverlage GmbH

Setzwein, M. (2004b). Ernährung als Thema der Geschlechterforschung. In F,
Kromka, J. Rückert-John, B. Seel, C. Bode (Hrsg.) Hohenheimer Beiträge zu
Gender und Ernährung, Heft Nr. 1, 50-72

Setzwein, M. (2004c) „Männliches Lustprinzip“ und „weibliches Frustprinzip“?
Ernährung, Emotionen und die soziale Konstruktion von Geschlecht. Ernäh-
rungsumschau, 51(Heft 12), 504- 507

Statistische Ämter des Bundes und der Länder. Gebiet und Bevölkerung –
Fläche und Bevölkerung. http://www.statistik-portal.de/Statistik-Portal/de_jb01_jahrtab1.asp; Stand: 10.12.2009

Statistisches Bundesamt Deutschland. Altersaufbau 2009.
<http://www.destatis.de/bevoelkerungspyramide/>; Stand: 14.01.2010

Thogersen-Ntoumani, C., Ntoumanis, N., Barkoukis, V., Spray, C. M.
(2009). The role of Motivation to eat in the prediction of weight control behaviors
in female and male adolescents. Eating Behaviors, 10, 107-114

Uni-Heidelberg. Allgemeine und theoretische Psychologie: Motivation –Hunger und Durst. Uni-Heidelberg. <http://www.psychologie.uni-heidelberg.de/ae/allg/lehre/wct/m/M03/M0309hun.htm>; Stand: 14.11.2009

Weis, H. C. (Hrsg.) & Steinmetz, P. (2008). Modernes Marketing für Studium und Praxis: Marktforschung. Ludwigshafen: Friedrich Kiehl Verlag GmbH

Westenhöfer, J. (1996). Gezügeltes Essen und Störbarkeit des Essverhaltens. Göttingen: Hubert & Co. GmbH

Westenhöfer, J. (2005). Age and Gender Dependent Profile of Food Choice. In I. Elmadfa, Diet Diversification and Health Promotion, vol. 57, (S. 44-51). Basel: Karger

Westenhöfer, J. Gezügeltes Essen: Ursachen, Risiken und Chancen der versuchten Selbststeuerung des Essverhaltens. SpringerLink
<http://www.springerlink.com/content/6008812122101v46/fulltext.pdf?page=1>;
Stand: 12.11.09

Westenhöfer, J. und Pudel, V. (1990) Einstellungen der deutschen Bevölkerung zum Essen. Ernährungsumschau, 37 (Heft 8), S. 311-316

Wierlacher, A. (2004) Kultur, Kommunikation und Genuss: Begründungsaspekte einer Kulturwissenschaft des Essens. In E.-U. Schassberger (Hrsg.), Zurück zum Geschmack (S. 51-58). Stuttgart: S. Hirzel Verlag

Wolter, C. Geschlechtsspezifische Ernährung: Was isst Frau, was isst Mann? WDR-de: Westdeutscher Rundfunk Köln
http://www.wdr.de/tv/servicezeit/essen_trinken/sendungsbeitraege/2009/0320/03_geschlechtsspezifische_ernaehrung.jsp; Stand: 30.11.09

Zimbardo, P. G. und Gerrig, R. J. (1999) Psychologie. S. Hoppe-Graff und I. Engel (Hrsg.) Berlin Heidelberg New York: Springer-Verlag

Zittlau, J. (2002). Frauen essen anders, Männer auch: Fakten und Hintergründe zum Speiseplan der Geschlechter. Frankfurt/Main: Eichborn AG

Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre hiermit an Eides Statt, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe; die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche kenntlich gemacht.

Die Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungskommission vorgelegt und auch nicht veröffentlicht.

Kasnevitz, 18. Februar 2010

Anhang

Anhang A: Fragebogen	-1-
Anhang B: Punkteverteilung	-4-
Anhang C: Bewertung	-5-

Anhang A: Fragebogen

	Wie häufig kommt es vor, dass Sie etwas essen, ...	fast nie	eher selten	eher oft	fast immer
1	... weil Sie nicht mehr aufhören können	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> D	<input type="radio"/> N
2	... weil es einfach herumsteht	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> C	<input type="radio"/> M
3	... weil es etwas besonders leckeres ist	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> B	<input type="radio"/> L
4	... weil Essen zu besonderen Anlässen (wie einer Feier, einem Jubiläum, einem erfolgreichen Geschäft) einfach dazu gehört	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> F	<input type="radio"/> P
5	... damit andere Ihnen nicht zu nahe kommen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> G	<input type="radio"/> R
6	... weil Sie dazu gehören wollen, wenn andere etwas essen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> E	<input type="radio"/> O
7	... weil sie sich schon lange darauf gefreut haben	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> B	<input type="radio"/> L
8	... weil Sie sich niedergeschlagen fühlen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> A	<input type="radio"/> K
9	... weil es Essenzzeit ist	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> C	<input type="radio"/> M
10	... während Sie etwas anderes erledigen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> C	<input type="radio"/> M
11	... weil Sie ängstlich oder angespannt sind	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> A	<input type="radio"/> K
12	... weil Sie befürchten, sonst zu dünn zu werden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> G	<input type="radio"/> R
13	... weil Sie nicht „nein“ sagen konnten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> E	<input type="radio"/> O
14	... weil Sie befürchten, die anderen könnten sonst Fragen stellen oder Kommentare zu Ihrem Nicht-Essen abgeben.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> E	<input type="radio"/> O
15	... weil Sie sich dabei gut mit anderen unterhalten können	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> F	<input type="radio"/> P
16	... weil Sie sich geschwächt fühlen, nachdem Sie längere Zeit nichts gegessen haben	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> D	<input type="radio"/> N
17	... weil Sie sich von Ihren Aufgaben überfordert fühlen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> A	<input type="radio"/> K

	Wie häufig kommt es vor, dass Sie etwas essen, ...	fast nie	eher selten	eher oft	fast immer
18	... um mit anderen gemeinsam zu feiern	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> F	<input type="radio"/> P
19	... weil es ein besonderer Genuss für Sie ist	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> B	<input type="radio"/> L
20	... weil Sie sonst nichts zu tun haben	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> A	<input type="radio"/> K
21	... weil es besonders gut schmeckt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> B	<input type="radio"/> L
22	... damit andere nicht auf Sie aufmerksam werden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> G	<input type="radio"/> R
23	... weil Sie sich vor Hunger schon richtig schlecht fühlen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> D	<input type="radio"/> N
24	... weil Sie damit jemandem eine Freude machen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> E	<input type="radio"/> O
25	... weil Sie unzufrieden mit sich selbst sind	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> A	<input type="radio"/> K
26	... während Sie fern sehen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> C	<input type="radio"/> M
27	... weil Sie auf sich wütend sind	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> G	<input type="radio"/> R
28	... weil Sie sich etwas gönnen wollen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> B	<input type="radio"/> L
29	... weil Sie durch den Anblick oder den Geruch Appetit darauf bekommen haben	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> C	<input type="radio"/> M
30	... weil Ihr Magen knurrt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> D	<input type="radio"/> N
31	... weil Sie von anderen dazu gedrängt werden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> E	<input type="radio"/> O
32	... um einen Anlass zu haben, sich mit anderen zu treffen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> F	<input type="radio"/> P
33	... weil Sie sich nicht einschränken und zurückhalten wollen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> G	<input type="radio"/> R
34	... weil Sie einfach richtig hungrig sind	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> D	<input type="radio"/> N
35	... weil es zu einem geselligen Beisammensein dazu gehört	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> F	<input type="radio"/> P

Wie häufig kommt es vor, dass Sie etwas essen, etwas nicht essen oder etwas bestimmtes essen ...		fast nie	eher selten	eher oft	fast immer
36	... weil es fettarm ist	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> J	<input type="radio"/> T
37	... weil es wenig Kalorien hat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> J	<input type="radio"/> T
38	... weil es viele Ballaststoffe enthält	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> H	<input type="radio"/> S
39	... weil Sie sich zu dick fühlen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> J	<input type="radio"/> T
40	... weil es nicht so viel Salz enthält	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> H	<input type="radio"/> S
41	... weil es nicht so viel Zucker enthält wie anderes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> J	<input type="radio"/> T
42	... weil es viele Mineralstoffe enthält	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> H	<input type="radio"/> S
43	... weil Sie nicht zunehmen wollen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> J	<input type="radio"/> T
44	... weil es viele Vitamine enthält	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> H	<input type="radio"/> S
45	... weil es gut für Ihre Haut, Ihre Haare oder Ihre Fingernägel ist	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> H	<input type="radio"/> S

Geschlecht männlich / weiblich

Alter ____ Jahre

Gewicht ____ kg

Größe ____ cm

Höchster Schulabschluss:

kein Abschluss / angeschl. Hauptschule / Realschulabschluss / Abitur / abgeschl.

Hochschulstudium

Anhang B: Punkteinteilung

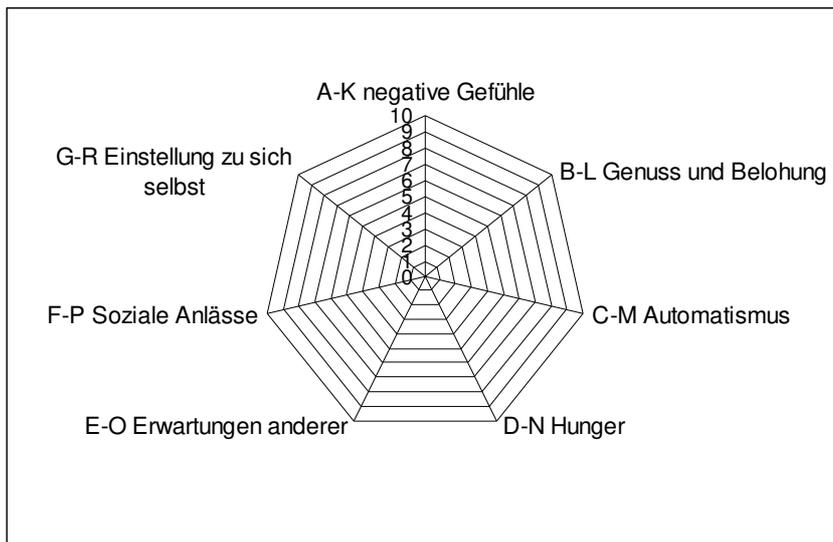


Abb. Anhang1: Spinnengrafik der Punkteverteilung

In der Spinnengrafik ist die Verteilung der Punkte in den Motiven abzulesen. Der innere Bereich ist mit 0-2 Punkte, der mittlere Bereich 3-5 Punkte und der äußere Bereich 6-10 Punkte darzustellen.

Anhang C: Bewertung

A-K Bewältigung von negativen Gefühlen

6-10 Punkte: Sie essen sehr oft, um unangenehme oder negative Gefühle zu bewältigen. Essen ist in der Tat ein gutes Beruhigungs- und Entspannungsmittel, mit Essen kann man sich gut ablenken, entspannen und beruhigen. Das birgt aber – stark ausgeprägt und auf die Dauer – die Gefahr, dass Essen öfter als zu diesem Zweck missbraucht wird und dann einem gestörten Essverhalten und Gewichtsproblemen führt. Versuchen Sie Wege zu finden, wie Sie mit unangenehmen Situationen und Gefühlen auch anders umgehen können.

3-5 Punkte: Sie essen öfter, um unangenehme oder negative Gefühle zu bewältigen. Es wäre sicher gut für Sie, wenn Sie auch andere Wege und Methoden finden und einsetzen, um mit solchen Situationen umzugehen.

0-2 Punkte: Essen bei negativen Gefühlen stellt bei Ihnen kein Problem dar.

B-L Genuss und Belohnung

6-10 Punkte: Sie essen sehr oft, um sich dadurch Genuss und positive Gefühle zu verschaffen, um sich mit dem Essen zu belohnen. Essen ist für Menschen eine der wichtigsten Quellen für Genuss. Wenn Essen allerdings zu einzigen Quelle für Genuss im Leben wird, bekommt es einen zu hohen Stellenwert und kann zum zu viel essen verleiten. Vielleicht könnten Sie überlegen, welche anderen Tätigkeiten Ihnen auch noch Freude machen und Genuss bereiten können.

3-5 Punkte: Essen als Quelle von Genuss, Freude und positiven Gefühlen hat für Sie einen wichtigen Stellenwert, ist aber auch nicht übermäßig ausgeprägt. Vielleicht können auch Sie Ihren Essgenuss noch dadurch ergänzen, dass Sie sich überlegen mit welchen anderen Tätigkeiten Sie sich belohnen und etwas Gutes tun können.

0-2 Punkte: Sie essen eher selten, um sich mit Essen einen besonderen Genuss zu verschaffen.

C-M Automatismus und Gewohnheit

6-10 Punkte: Bei Ihnen ist das automatische Essen, Essen aus Gewohnheit, Essen, weil Sie in bestimmten Situationen immer essen, sehr stark ausgeprägt. Gewohnheiten und Automatismen können sehr wichtig und hilfreich sein, weil sie uns davon entlasten, in jeder Situation wieder neu über alles nachdenken zu müssen. Wenn Sie allerdings in vielen Situationen automatisch zum Essen greifen, besteht auch die Gefahr, dass es insgesamt zu viel wird. Vielleicht sollten Sie einmal überlegen, ob Sie das Essen in der einen oder anderen Situation nicht durch ein anderes Ritual ersetzen können.

3-5 Punkte: Sie essen öfter aus einer Gewohnheit heraus, ohne besonders darüber nachzudenken. Solche Gewohnheiten können uns davon entlasten, in jeder Situation alles zu überdenken und alle Gesichtspunkte abzuwägen. Aber vielleicht gibt es die eine oder andere Situation, in der Sie das Essen auch durch eine kalorien- und fettärmere Gewohnheit ersetzen könnten.

0-2 Punkte: Sie sind in der glücklichen Lage, dass es kaum Situationen gibt, in denen Sie zum automatischen Essen verleitet werden.

D-N Hunger

6-10 Punkte: Sie essen sehr oft, wenn Sie richtig körperlich hungrig oder sogar zu hungrig sind. Sicher ist es ein Problem, wenn man zu oft isst, obwohl man gar nicht hungrig ist, wenn Sie allerdings zu lange mit dem Essen warten und dann zu hungrig sind, besteht die Gefahr, dass Sie sich beim Essen nicht mehr richtig kontrollieren können und dann zu viel essen. Sie sollten überlegen, ob Sie durch regelmäßige Mahlzeiten ihren Hunger besser in den Griff bekommen können oder ob Sie bei den Mahlzeiten öfter zu etwas greifen, was Sie besser und länger satt macht.

3-5 Punkte: Körperlicher Hunger spielt als Triebfeder beim Essen für Sie manchmal eine Rolle. Vielleicht können Sie durch etwas regelmäßige Mahlzeiten ab und zu verhindern, dass Sie zu hungrig werden. Oder Sie versuchen bei Mahlzeiten mehr von solchen Speisen zu essen, die Sie besser und länger satt machen.

0-2 Punkte: Übermäßiger Hunger spielt für Sie keine wichtige Rolle. Das haben Sie offenbar gut im Griff.

E-O Erwartungen anderer

6-10 Punkte: Es gibt offenbar viele Situationen, in denen Sie etwas essen, gar nicht weil Sie es wirklich selber wollen, sondern weil Sie die Erwartungen anderer in Ihrem Umfeld erfüllen wollen. Sicher sind die Beziehungen und Kontakte zu anderen Menschen ein wichtiger Gesichtspunkt. Aber Sie könnten sich wahrscheinlich etwas Gutes tun, wenn Sie es schaffen, in manchen Situationen selbstbewusster aufzutreten und das zu machen, was Sie wirklich wollen. Das gilt auch für das Essen! Es ist ihr gutes Recht, wenn Sie etwas nicht oder nicht mehr essen wollen.

3-5 Punkte: In manchen Situationen essen Sie etwas, um die Erwartungen anderer zu erfüllen und weniger, weil Sie ihren eigenen Bedürfnissen entspricht. In solchen Situationen könnten Sie vielleicht etwas selbstbewusster auftreten und dazu stehen, dass Sie etwas nicht oder nicht mehr essen wollen.

0-2 Punkte: In Ihrem Essverhalten lassen Sie sich wenig von den Erwartungen und Wünschen anderer beeinflussen.

F-P Soziale Anlässe

6-10 Punkte: Sie erleben viele Situationen, in denen Sie etwas essen, weil es zum sozialen Leben dazu gehört. In der Tat, ist Essen ein wichtiger Teil des sozialen Miteinanders und bei vielen Anlässen gar nicht wegzudenken. Das kann aber dann zum Problem werden, wenn solche Anlässe zu häufig auftreten oder wenn Sie bei solchen Anlässen durch das Angebot dazu verführt werden, mehr zu essen als Sie wollen oder Ihnen gut tut. Vielleicht könnten Sie überlegen, ob es bei dem einen oder anderen Anlass nicht auch die Möglichkeit gibt, dabei zu sein, dazu zu gehören, ohne etwas zu essen. Oder Sie können sich vorher genau überlegen, was Sie sich bei einer solchen Gelegenheit gönnen wollen, und wann Sie ganz bewusst aufhören wollen.

3-5 Punkte: Soziale Anlässe spielen in Ihrem Essverhalten eine wichtige Rolle. Sie könnten dennoch vielleicht die eine oder andere Gelegenheit finden, bei der Sie dabei sein können, ohne etwas zu essen.

0-2 Punkte: Soziale Anlässe stellen für Sie insgesamt keine problematische Situation dar, bei der Sie zu viel essen.

G-R Einstellung zu sich selbst

6-10 Punkte: Sie sehen eine ganze Reihe von Gesichtspunkten, die Sie daran hindern, abzunehmen - oder mit denen Sie sich daran hindern, abzunehmen. Das ist auch völlig in Ordnung, wenn Sie normalgewichtig sind. Wenn Sie allerdings übergewichtig oder adipös sind, haben Sie sich möglicherweise eine Reihe von Fallen aufgebaut. Vielleicht sollten Sie Ihre Einstellung zu sich selbst und zu Ihrem Gewicht noch einmal überdenken und prüfen, ob Sie damit wirklich das erreichen, was Ihnen wichtig ist.

3-5 Punkte: Es gibt immer wieder Situationen, in denen Sie daran gehindert werden, Ihr Essverhalten zu verändern. Das ist auch völlig in Ordnung, wenn Sie normalgewichtig sind. Wenn Sie allerdings übergewichtig oder adipös sind, haben Sie sich möglicherweise die eine oder andere Falle aufgebaut. Vielleicht können Sie Ihre Einstellung zu sich selbst und zu Ihrem Gewicht noch einmal überdenken und prüfen, ob Sie damit wirklich das erreichen, was Ihnen wichtig ist.

0-2 Punkte: Ihre Einstellung zu sich selbst und zu Ihrem Gewicht trägt nicht dazu bei, dass Sie mehr essen als Ihnen gut tut.

J-T Figur und Gewicht

6-10 Punkte: Ihr Essverhalten wird sehr stark dadurch bestimmt, dass Sie Ihr Gewicht kontrollieren wollen, um abzunehmen oder um eine Gewichtszunahme zu vermeiden.

Wenn BMI > 25: Und dagegen ist im Prinzip gar nichts einzuwenden. Allerdings bestimmt die Sorge um Gewicht und Figur ihr Essverhalten so oft, dass Sie vielleicht doch etwas entspannter mit diesem Thema umgehen könnten.

Wenn BMI 18,5 – 25: Auf jeden Fall ist es richtig, wenn Sie eine Gewichtszunahme vermeiden wollen. Da Ihr Gewicht aber im Normalbereich liegt, ist es nicht notwendig, dass Sie weiter abnehmen. Vielleicht könnten Sie insgesamt etwas entspannter mit diesem Thema umgehen.

Wenn BMI < 18,5: Da Sie mit Ihrem Gewicht allerdings bereits im Untergewichtsbereich liegen, sollten Sie dieses Bemühen aufgeben und wieder ein normales Gewicht erreichen.

3-5 Punkte: In Ihrem Essverhalten spielt das Bemühen, abzunehmen bzw. eine Gewichtszunahme zu vermeiden, eine wichtige Rolle.

Wenn BMI > 25: Das ist auch völlig in Ordnung, wenn die Gewichtsabnahme langfristig angelegt ist, und wenn sie nicht mit radikalen Maßnahmen versucht wird.

Wenn BMI 18,5 – 25: Es ist auch völlig in Ordnung, wenn Sie versuchen, eine Gewichtszunahme zu vermeiden. Da Sie normalgewichtig sind, brauchen Sie aber nicht abzunehmen.

Wenn BMI < 18,5: Da Sie mit Ihrem Gewicht allerdings bereits im Untergewichtsbe-
reich liegen, sollten Sie dieses Bemühen aufgeben und wieder ein normales Gewicht
erreichen.

0-2 Punkte:

Wenn BMI > 30: Das Bemühen, abzunehmen oder das Bemühen, eine Gewichtszu-
nahme zu vermeiden, spielt in Ihrem Essverhalten kaum eine Rolle. Da Sie deutlich
übergewichtig sind, könnten Sie darauf vielleicht schon etwas stärkeres Augenmerk
legen.

Wenn BMI > 25, aber <= 30: Das Bemühen, abzunehmen oder das Bemühen, eine
Gewichtszunahme zu vermeiden, spielt in Ihrem Essverhalten kaum eine Rolle. Sie
könnten aber schon etwas intensiver darauf achten, dass Sie nicht weiter zunehmen.

Wenn BMI 18,5 - 25: Das Bemühen, abzunehmen oder das Bemühen, eine Gewichts-
zunahme zu vermeiden, spielt in Ihrem Essverhalten kaum eine Rolle und braucht bei
Ihrem Gewicht auch keine Rolle zu spielen

Wenn BMI < 18,5: Das Bemühen, abzunehmen oder das Bemühen, eine Gewichtszu-
nahme zu vermeiden, spielt in Ihrem Essverhalten kaum eine Rolle und sollte bei Ihrem
Gewicht auch keine Rolle zu spielen

H-S Gesundheitsmotivation

6-10 Punkte: Gesundheitliche Aspekte spielen in Ihrem Essverhalten eine große Rolle.
Sie achten sehr häufig darauf, dass Sie bei Lebensmitteln die gesündere Alternative
wählen. Dafür kann man Sie nur beglückwünschen, wenn andere Aspekte, wie Genuss
und der Spaß und die Freude am Essen nicht zu kurz kommen.

3-5 Punkte: Sie achten bei Ihrem Essverhalten auch auf gesundheitliche Aspekte. Aber auch andere Gesichtspunkte spielen für Sie eine wichtige Rolle bei der Lebensmittelauswahl. Mit diesem goldenen Mittelweg liegen Sie genau richtig.

0-2 Punkte: In ihrem Essverhalten spielen gesundheitliche Aspekte nur eine untergeordnete Rolle. Es gibt kaum Situationen, in denen Sie sich beim Essen gezielt für die gesündere Alternative entscheiden. Sicher spielen beim Essen ganz viele Gesichtspunkte und Motivationen eine Rolle, was auch gut so ist. Aber vielleicht würde Sie sich doch auch etwas Gutes tun, wenn Sie sich beim Essen etwas öfter für die gesündere Alternative entscheiden würden.