

Lebensmittelpräferenzen fest im Blick

Der Blick des Gegenübers beeinflusst die Nahrungsauswahl. So wird einem Lebensmittel mehr Wert beigemessen, wenn es zuvor von einer anderen Person angesehen wurde. Das hat ein Forscherteam unter Beteiligung des DIfE herausgefunden. Die Ergebnisse der Studie wurden nun im Fachjournal [Scientific Reports](#) publiziert.

Als soziale Wesen entnehmen wir sehr viele Information aus unserem Umfeld. „Wenn andere Menschen ein Lebensmittel im Supermarkt anschauen, wird es für uns attraktiver. Der Blick des Gegenübers vermittelt uns, dass dieses Produkt potentiell wichtig und relevant für uns sein könnte“, so Professorin Soyoung Q Park, die im Dezember letzten Jahres von der Universität zu Lübeck ans Deutsche Institut für Ernährungsforschung Potsdam-Rehbrücke (DIfE) wechselte.

Flüchtigen Blicken auf der Spur

Beim Onlinekauf ist Konsumenten meist wichtig, was für Bewertungen das Produkt bekommen hat. So beeinflussen die Meinungen anderer die Entscheidungen eines Individuums maßgeblich. Aber was können eigentlich subtile soziale Informationen wie Blicke bewirken? Dieser Frage ging Park gemeinsam mit Kolleginnen und Kollegen von der Universität zu Lübeck und der Charité – Universitätsmedizin Berlin nach. Um herauszufinden, ob die Blicke anderer Menschen Konsumententscheidungen beeinflussen können, zeichneten sie die Augenbewegungen von Probandinnen und Probanden mit einem Eyetracker auf. Nachdem sie verschiedene Lebensmittel gezeigt bekamen, sollten die Teilnehmenden mitteilen, wieviel Geld sie dafür jeweils ausgeben würden. Auf diese Weise konnten die Forschenden den persönlichen Wert für jedes Produkt einschätzen.

Mehr Geld für Lebensmittel im Fokus

Danach wurden die Lebensmittel wiederholt zusammen mit Gesichtern gezeigt, die entweder das Produkt ansahen oder es ignorierten. Zum Schluss gaben die Teilnehmenden erneut an, wieviel sie nun bereit waren, für die jeweiligen Produkte zu bezahlen. „Das Ergebnis des Experiments ist verblüffend: Wenn die Lebensmittel gemeinsam mit Gesichtern gezeigt wurden, die auf das Produkt schauten, waren die Probanden bereit, mehr Geld dafür auszugeben. Andererseits wollten sie weniger Geld für ein Produkt ausgeben, welches ignoriert wurde“, freut sich Erstautorin Madipakkam über die Beobachtungen.

Mit gutem Vorbild voran

Die Studie zeigt, dass der Wert von Essen nicht nur durch das Aussehen oder den Geschmack beeinflusst wird, sondern auch durch die Blicke von anderen Personen. Diese Erkenntnis könnte bedeutsam für die Erforschung der Rolle von Vorbildfunktionen für eine gesundheitsförderliches Essverhalten sein: Es ist naheliegend, dass die Reaktion von Eltern auf bestimmte – gesunde oder ungesunde – Nahrungsmittel, deren Wert in den Augen ihrer Kinder ändert. „Unsere Befunde geben klare Hinweise darauf, wie Konsumententscheidungen entstehen und gesteuert werden. Soziale Informationen, wie beispielsweise die Blicke anderer Menschen, könnten künftig effektiv eingesetzt werden, um das Essverhalten hingehend zu einer gesundheitsförderlichen Ernährungsweise zu verbessern“, so Park.

Literatur:

Original-Publikation: [Madipakkam AR, Bellucci G, Rothkirch M, Park SQ. The influence of gaze direction on food preferences“. Scientific Reports \(2019\) 9:5604](#)

Ähnlicher Artikel: Pressemitteilung vom 25. März 2019: [Soyoung Q Park leitet neue Abteilung für Neurowissenschaften am DIfE](#)

Hintergrundinformation

Deutsches Institut für Ernährungsforschung Potsdam-Rehbrücke (DIfE)

Das [DIfE](#) ist Mitglied der [Leibniz-Gemeinschaft](#). Es erforscht die Ursachen ernährungsassoziierter Erkrankungen, um neue Strategien für Prävention, Therapie und Ernährungsempfehlungen zu entwickeln. Zu seinen Forschungsschwerpunkten gehören die Ursachen und Folgen des metabolischen Syndroms, einer Kombination aus Adipositas (Fettsucht), Hypertonie (Bluthochdruck), Insulinresistenz und Fettstoffwechselstörung, die Rolle der Ernährung für ein gesundes Altern sowie die biologischen Grundlagen von Nahrungsauswahl und Ernährungsverhalten. Das DIfE ist zudem ein Partner des 2009 vom BMBF geförderten [Deutschen Zentrums für Diabetesforschung](#) (DZD).