

Neue Studie: Hypnose kann helfen, das eigene Essverhalten zu verändern

Hypnose verändert Geschmacksvorlieben und Kaufverhalten

Viele Menschen würden gerne ihr Essverhalten verändern. Gute Vorsätze sind aber oft nur von begrenzter Dauer und nach einer Weile setzen sich die alten Vorlieben wieder durch. Eine neue Studie zeigt, dass Hypnose hierbei hilfreich sein könnte. Sie ist in der Fachzeitschrift *Frontiers in Psychology* veröffentlicht.

Professor Werner Sommer: „Hypnose kann Menschen nicht dazu bringen, gegen ihren Willen zu handeln, sie kann ihnen aber helfen, ihre eigenen Vorsätze besser und nachhaltiger umzusetzen. Unsere Studie zeigt, dass unter Hypnose erhaltene Vorschläge, mehr von bestimmten Nahrungsmitteln zu essen, Personen tatsächlich helfen können, ihre eigenen Wünsche zu einer Ernährungsanpassung besser umzusetzen und das nicht nur kurzfristig, sondern auch noch nach mindestens einer Woche. Es wäre nun interessant, wie lange die Effekte tatsächlich anhalten und wie sie sich auf das reale Essverhalten auswirken.“

Das Team unter der Leitung von Prof. i.R. Werner Sommer (Humboldt-Universität zu Berlin, Institut für Psychologie) und Dr. Anoushiravan Zahedi (Universität Münster) untersuchte gemeinsam mit Partnern vom Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik der Universität Potsdam, Dr. Annika Baumann und zwei Studentinnen, Renin Akalin und Johanna E. Lawrence, ob Hypnose Geschmacksvorlieben nachhaltig verändern kann und wie sich das auf das Kaufverhalten auswirkt. An der Studie nahmen 50 Freiwillige teil. Die Studie wurde von der Milton Eriksen-Gesellschaft für Klinische Hypnose finanziell gefördert.

Es zeigte sich, dass unter Hypnose gemachte Vorschläge, Lust auf gesunde pflanzliche Nahrungsmittel (Obst, Gemüse, Salat) zu verspüren, auch nach der hypnotischen Trance sowohl aktiviert als auch wieder deaktiviert werden konnten. Die Aktivierung der hypnotischen Vorschläge führte zu einer signifikant verbesserten Geschmacksbeurteilung für diese Lebensmittel ohne die Beurteilung anderer Lebensmittel, wie zum Beispiel Fleisch, Wurst, Eier und Fisch zu beeinflussen.

Anders waren die Effekte auf das virtuelle Kaufverhalten: Wurden pflanzliche Lebensmittel nicht nur besser beurteilt, sondern auch häufiger gewählt, wurden die anderen Lebensmittel zwar nicht schlechter beurteilt, aber seltener gewählt. Daraus schlossen die Wissenschaftler, dass die unter Hypnose gemachten Vorschläge eine direkte positive Wirkung sowohl auf Vorlieben und Wahlverhalten hinsichtlich der pflanzlichen Lebensmittel hatten, die anderen Nahrungsmittel, jedoch, wurden zwar noch genauso gemocht wie zuvor, aber am Ende fällt die Entscheidung öfter gegen sie.

Um die Nachhaltigkeit der Ergebnisse zu überprüfen, wurde der gleiche Versuch, aber ohne erneute Hypnose, nach einer Woche wiederholt. Auch nach diesem zeitlichen Abstand und ohne erneute Trance zeigten sich genau dieselben Ergebnisse.

Hypnose und Messungen in einer Online-Studie

Dr. Anoushiravan Zahedi: „Die Corona-Pandemie hat uns gezwungen, die gesamte Studie online und

ohne direkten Kontakt mit unseren Probanden durchzuführen. Wir sind begeistert, wie gut das funktioniert hat. Dies eröffnet ganz neue Perspektiven für den Einsatz von Hypnose und der Messung ihrer Wirkung in der Modulation des Essverhaltens aber auch in ganz anderen Bereichen.“

Die Probanden erlebten zunächst eine entspannende Hypnoseinduktion, an dessen Ende ihnen vorgeschlagen wurde, beim Anblick von Gemüse, Salat oder Obst, große Lust auf diese Lebensmittel zu verspüren. Diese gesteigerte Lust sollte aber erst nach Beendigung der hypnotischen Trance durch einen Glockenton aktiviert werden und später durch einen weiteren Ton wieder auf das ursprüngliche Empfinden zurückgesetzt werden. Zur Messung der Hypnoseeffekte wurden 170 Bilder ganz unterschiedlicher Lebensmittel gezeigt. Jedes dieser Lebensmittel wurde von den Teilnehmern zunächst hinsichtlich der Schmackhaftigkeit bewertet. Danach wurden ihnen die Lebensmittel in einem eigens für die Studie programmierten Online-shop angeboten, wobei sich die Teilnehmer vorstellen sollten, sie müssten sich für eine ganze Woche Vorräte kaufen. Einschätzungen und Einkauf wurden einmal mit und einmal ohne Aktivierung der unter Hypnose gemachten Vorschläge durchgeführt. Eine Woche später wurde die Messungen wiederholt, aber ohne erneute Hypnoseinduktion.

Weitere Informationen

DOI: 10.3389/fpsyg.2023.1123907

Fachzeitschrift Frontiers in Psychology