

## Veränderungen im Taillenumfang: Softdrinks vs. Vollmilch

Lange wurde vor dem Konsum vollfetter Milchprodukte gewarnt und zu fettarmen Produkten geraten. Die Rationale war, dass ein Gramm Fett mit 9,3 Kilokalorien eine sehr hohe Energiedichte aufweist und daher fettreiche Nahrungsmittel eine positive Energiebilanz fördern würden.



Schlanke Figur mit Milch.

Bei dieser Betrachtungsweise wurde ignoriert, dass die Nahrungsaufnahme nicht nur von der Energiedichte, sondern wesentlich auch von Hunger, Sättigung und Sättigkeit abhängt. Vollfette Milch sorgt wegen der biochemischen bzw. physiologischen Wirkungen für eine schnellere Sättigung und längere Sättigkeit. Vollfette Milchprodukte können so zu einer Vermeidung von überkalorischer Ernährung beitragen und sogar das Einhalten einer negativen Energiebilanz erleichtern.

Um diese Theorie näher zu untersuchen, hat eine Arbeitsgruppe von Wissenschaftlern verschiedener Fakultäten in Barcelona (Spanien) eine Langzeitbeobachtungsstudie durchgeführt. Ihr Augenmerk lag dabei primär auf dem abdominalen Fettansatz. Diesem ist im Vergleich zum allgemeinen Körperfettanteil oder dem BMI das grösste kardiovaskuläre Risiko zuzuschreiben. Primär interessierten sich die Wissenschaftler für die flüssigen Kalorien. Denn für die Entwicklung von Übergewicht gelten energiehaltige Erfrischungsgetränke als besonders risikoreich, da sie wegen ihrer sehr schnellen Magenpassage keine hinreichende Sättigungswirkung entfalten, aber energetisch voll nutzbar sind.

### Nichtalkoholische Getränke und Taillenumfang

Das erklärte Ziel der kürzlich veröffentlichten spanischen Studie war, im Längsschnitt den Einfluss des Konsums von nichtalkoholischen Getränken wie Softdrinks, Fruchtsäften, Vollmilch, fettarmer Milch und Magermilch auf die Veränderungen des Taillenumfangs zu erforschen und das 10-Jahres-Risiko für abdominale Adipositas zu eruieren.

In die Studie wurden 2181 spanische Frauen und Männer im Alter von 25 bis 74 Jahren aufgenommen. Von ihnen wurden im Jahr 2000 mit validierten Fragebögen Daten zu Körpergewicht, Körperlänge, Taillenumfang, Ernährungsgewohnheiten und Bewegungsaktivitäten erhoben. Bis



zum Jahr 2009 wurden die Teilnehmer nachbeobachtet und die Zusammenhänge mit Hilfe von multivariablen linearen und logistischen Regressionsmodellen berechnet.

## Mehr Taillenumfang durch Softdrinks

Das Forschungsteam fand nach 10 Jahren Follow-up eine Zunahme des Taillenumfangs von 1,1 cm pro 100 kcal Mehrkonsum an Softdrinks ( $P = 0,018$ ). Vor allem für einen über die 10 Beobachtungsjahre zunehmenden Konsum von Softdrinks fand man ein erhöhtes Risiko für eine Zunahme der Taille. Insgesamt war der vermehrte Konsum von Softdrinks über 10 Jahre Beobachtungszeit signifikant mit einem erhöhten Risiko für die Entwicklung abdomineller Adipositas assoziiert ( $P = 0,029$ ).

## Weniger Taillenumfang durch Vollmilch

Ein zunehmender Konsum von Vollmilch hingegen war im Trend von einer Abnahme des Taillenumfangs begleitet. Genau betrachtet war der Ersatz von 100 kcal über Softdrinks durch 100 kcal über Vollmilch mit einer signifikanten Abnahme des Taillenumfangs um 1,3 cm (95% Konfidenzintervall: 0,3 – 2,4) assoziiert. Für den Konsum von fettarmer Milch oder Magermilch fand man dagegen diese günstigen Zusammenhänge nicht. Ihr Effekt war neutral.

## Kommentar

Diese neue Studie unterstreicht, wie sinnvoll es für Ernährungsempfehlungen zur Gewichtsreduktion ist, Kalorien abhängig von ihrer Matrix im Lebensmittel und ihrer Wirkung auf das Hunger- und Sättigungszentrum zu betrachten.

## Literatur

Funtikova AN, Subirana I, Gomez SF, et al. Soft drink consumption is positively associated with increased waist circumference and 10-year incidence of abdominal obesity in spanish adults. J Nutr. 2015 Feb;145(2):328-34.

## Für weitere Informationen

Schweizer Milchproduzenten SMP, Swissmilk  
Public Relations / Kompetenzzentrum Milch  
Susann Wittenberg, Oecotrophologin BSc  
Weststrasse 10, Postfach, 3000 Bern 6  
Telefon 031 359 57 57, factsandnews@swissmilk.ch

Newsletter für Ernährungsfachleute März 2015



Schweiz. Natürlich.



[www.swissmilk.ch](http://www.swissmilk.ch)