

Inhalt

Vorwort zur deutschen Ausgabe	11
Einleitung: Im Fadenkreuz	14

Zucker, Fett und Salz

1 Die Veränderung: Amerika verfettet	25
2 Taub für die Signale des Körpers	30
3 Zucker, Fett und Salz fordern: Immer mehr!	36
4 Marketing: Der optimale Reiz	43
5 Das persönliche Wohlfühlgewicht	48
6 Zucker, Fett und Salz als Appetitanreger	56
7 Die Beteiligung der Neuronen	63
8 Unsere Verdrahtung fordert den leckersten Reiz	70
9 Essen als Belohnung – ein übermächtiger Impuls	75
10 Aktivierung der Gehirnschaltkreise, die unser Verhalten steuern	77
11 Wie uns Gefühle ans Essen erinnern	83
12 Neuverdrahtung durch Belohnungshappen	87
13 Essverhalten ist Gewohnheitssache	90

Die Lebensmittelindustrie

14	Satt, aber nicht zufrieden	95
15	Ganz nach unserem Geschmack	99
16	Was der Kunde nicht weiß	103
17	Die Skala der Unwiderstehlichkeit	106
18	Mehr Schein als Sein	114
19	Produktoptimierung	120
20	Verkaufsstrategien	125
21	Lila Kühe	133

Auf Essen konditioniert

22	Völlerei wird gefährlich	137
23	Die Botschaft der Appetitzügler	144
24	Warum wir nicht einfach Nein sagen	147
25	Wie wir in die Falle tappen	158
26	Auf Fressen konditioniert	161
27	Die Wurzeln der konditionierten Esssucht	169
28	Angeboren oder anerzogen?	172
29	Warnzeichen bei Kindern	175
30	Die Kultur der Völlerei	179

Was tun? Ein Ausflug in die Lerntheorie

31	Das Gehirn ins Boot holen	185
32	Die Macht der Gewohnheit umkehren	189
33	Neue Regeln einüben	196
34	Gefühle einbeziehen	203

Eine neue Esskultur

35	Die Grundpfeiler	211
36	Ein fester Rahmen	215
37	Mit der Vergangenheit brechen	225
38	Essen, was uns guttut	236
39	Gefahr erkannt, Gefahr gebannt: Von fixen Ideen und Rückfällen	241
40	Eine Frage der Wahrnehmung	245

Das Ende der Völlerei

41	»Unser Erfolg ist das Problem«	247
42	Die Wirtschaft hat den Code geknackt	250
43	Wie wir uns wehren können	253
	Schlusswort	259

Anhang

Danksagung	263
Quellenangaben	266
Interviewliste	337
Register	346