

SOCIAL-MEDIA ANLEITUNG FÜR PROFIS

Da uns bewusst ist, dass eine Vielzahl der Klienten und Patienten ihre Ernährungsinformationen über unterschiedliche Social-Media-Kanäle erhalten, ist es wichtig, dass Gesundheitsexperten auf diesen Plattformen präsent sind, um richtige und evidenzbasierte Informationen bereitzustellen und Fehlinformation zu korrigieren. Laut einer kürzlich durchgeführten Studie, in der neun der beliebtesten britischen Social Media Influencer überprüft wurden, die sich mit dem Thema Gewichtsmanagement befassen, verfügte der Großteil (8 von 9 Influencern) über fehlerhafte Informationen zum Thema Gewichtsabnahme. Der einzig evidenzbasierte Influencer war ein bei der Association for Nutrition registrierter Ernährungswissenschaftler.



Dieses Handout dient als Ergänzung zu unserem vorherigen Handout

„ANLEITUNG ZUR ERSTELLUNG AUSGEZEICHNETER (UND EVIDENZBASIERTER) TWEETS, POSTS UND VIDEOS“,

in dem es um die Erstellung evidenzbasierter Inhalte, der Erschließung Ihres Publikums und der Steigerung des Engagements ging. Diese Anleitung liefert zusätzliche Tipps und Best Practices der Experten für Social Media Marketing und Influencer, um Sie bei der Steigerung Ihrer Präsenz in den Sozialen Medien zu unterstützen.

Die Verwendung des richtigen Designs und der richtigen Bildsprache für Ihre Marke sagt viel darüber aus, wer Sie sind und worauf Sie Wert legen.

Indem Sie sicherstellen, dass Ihre Inhalte ansprechend gestaltet sind, heben Sie sich von der Masse ab.

DESIGN, BILDSPRACHE UND BRANDING

□ **BRANDING**

Entscheiden Sie sich für spezielle Farben, Schriftarten und eine spezielle Bildsprache für Ihre Marke und bleiben Sie für einen hohen Wiedererkennungswert dabei. Denken Sie dabei an Farben, von denen Sie sich angezogen fühlen, die Sie repräsentieren und zu Ihnen passen. Probieren Sie verschiedene Möglichkeiten in Programmen wie Canva aus, um ein Logo, Schriftarten, Vorlagen und ein Farbschema zu entwickeln. Canva bietet viele Logos, Social-Media-Vorlagen, Schriftarten, Ideen und Bilder, die Ihnen dabei helfen können. Es sollte klar und wirkungsvoll sein sowie zu Ihrer Marke passen. Außerdem ist es eine gute Idee, das Logo Ihres Unternehmens auf dem erstellten Originalbild bzw. der Vorlage zu platzieren. So stellen Sie sicher, dass das Logo Ihrer Marke von mehr Menschen gesehen wird, wenn es geteilt wird!

□ **STELLEN SIE SICHER, DASS IHRE POSTS GETEILT WERDEN KÖNNEN**

Posten Sie einfache, aber dennoch auffallende Infografiken oder Fakten, die die Menschen gern teilen. Stellen Sie dabei sicher, dass Ihr Logo auch auf Grafiken und Posts vorhanden ist. Da die Menschen in den Sozialen Medien endlos scrollen, haben Sie nur sehr wenig Zeit, ihre Aufmerksamkeit zu erlangen. Einfach verständliche und einprägsame Posts funktionieren daher am besten. Die Botschaften müssen klar, präzise und teilbar sein. Denken Sie immer daran, dass Sie die Ideen in der Bildunterschrift bei Bedarf ausführen bzw. ein Bilder- oder Infokarussell hinzufügen können.

□ **DIE BEDEUTUNG EINES GUT DURCHDACHTEN INSTAGRAM GRID**

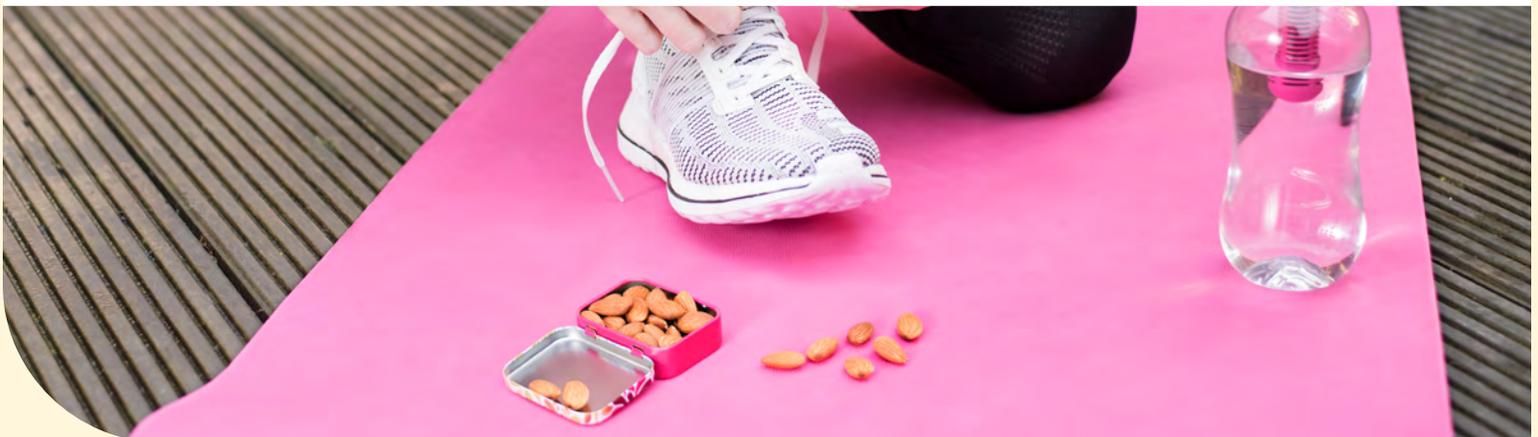
Nutzen Sie Planungstools (später im Handout ausgeführt), um sich anzuschauen, wie Ihr Feed mit neuen Posts aussehen könnte, und nutzen Sie die Möglichkeit, die Anordnung der Posts zu verändern, bevor Sie sie veröffentlichen. Einige Accounts konzentrieren sich auf Bilder mit Text in ihrem Grid, andere auf Bilder im Stil von Selfies und wieder andere auf Bilder von Essen – jeder Account ist einzigartig. Am besten machen Sie sich vorab Gedanken darüber, welche Art von Informationen Sie teilen wollen und auf welche Weise das am besten gelingt. Einheitliche Farben, Schriftarten und ein einheitlicher Fotostil können dabei helfen, Ihren Feed kuratiert wirken zu lassen.

□ **NUTZEN SIE IHREN STECKBRIEF EFFIZIENT**

Ihr Steckbrief ist eines der ersten Dinge, das die Menschen sehen, wenn sie Ihr Profil besuchen. Da nur 150 Zeichen erlaubt sind, müssen Sie präzise sein!

✓ **TOP TIPS:**

Geben Sie Ihren Beruf/Ihre Stelle (Ernährungsberater, Ernährungswissenschaftler usw.), wo Sie arbeiten (falls relevant), Ihre Hauptinteressen, eine Kontaktmöglichkeit für Interessenten und Ihre Website an (Sie können Ihrem Steckbrief einen Link hinzufügen).



KANÄLE – VON TIKTOK ÜBER IGTV UND FACEBOOK LIVE

In diesem Abschnitt stellen wir Ihnen unterschiedliche Plattformen und Features vor, die über die Standard-Feeds auf Instagram, Twitter und Facebook hinausgehen und die Sie dafür verwenden können, um unterschiedliche Zielgruppen anzusprechen.

WAS IST TIKTOK UND WER NUTZT ES?

TikTok ist ein soziales Netzwerk zum Teilen nutzergenerierter Videos und ist bekannt für Videos, in denen Menschen Playback singen oder tanzen. Man kann die Beiträge anderer Nutzer auch liken, ihnen folgen oder Direktnachrichten schicken. Diese Plattform hat sich in den letzten Monaten weiterentwickelt, da viele Branchen die Möglichkeit ausnutzen, Nachrichten in kurzer Zeit (durchschnittlich 15 – 60 Sekunden) zu kommunizieren. Auch wenn TikTok zuerst an eine jugendliche Zielgruppe gerichtet war, zählen rund 40 % der Nutzer in die Kategorie „Junge Erwachsene“ (zwischen 18 – 24), und es gibt zunehmend älteres Publikum.



✓ TOP TIPPS

Nutzen Sie vertikale Videos (da sie meist auf Smartphones angesehen werden), fügen Sie Hashtags hinzu, interagieren Sie mit anderen Nutzern, posten Sie regelmäßig und laden Sie hochwertige, nützliche Videos hoch!

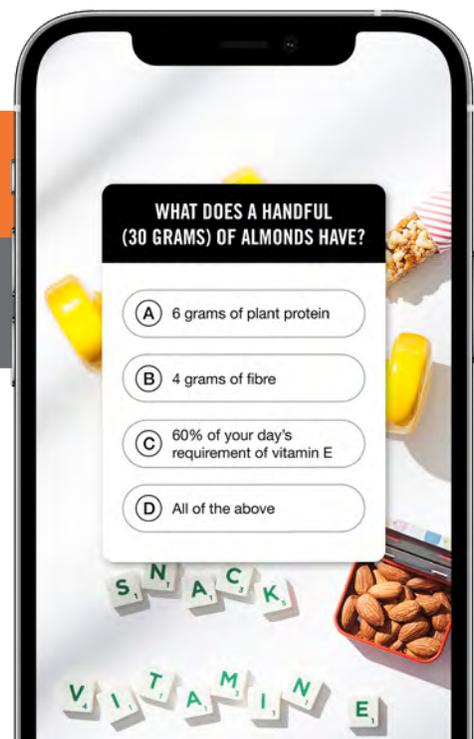
✓ IDEEN FÜR INHALTE

Rezepte, Mythen entlarven, Fun Facts, 10 Fakten über mich, Reviews zu Dokumenten, Ein Tag im Leben von, Lieblingsprodukte, How-Tos usw.

Sie können beispielsweise ein Video aufnehmen, in dem Sie die Unterschiede zwischen „guten“ ungesättigten und „schlechten“ gesättigten Fettsäuren erklären und beispielhaft einige Lebensmittel ins Bild halten, z. B. eine Portion Mandeln à 30 Gramm (also ca. 23 Mandeln, die Sie in Ihrer Hand halten, um die richtige Portionsgröße zu verdeutlichen).

EIN BEISPIEL FÜR EINE ERFOLGREICHE UMSETZUNG ... QUIZ-INHALTE

✓ IG QUIZ



KANÄLE – VON TIKTOK ÜBER IGTV UND FACEBOOK LIVE

ÜBER DAS INSTAGRAM GRID HINAUS

Auf Instagram gibt es so viel mehr, was Ihnen dabei helfen könnte, Ihre Botschaft zu überbringen und das Engagement zu fördern. Hier einige Möglichkeiten zum Ausprobieren!

STORIES

Sie erscheinen als Kreise oben in der App und Sie können Inhalte (Bilder, Texte, Videos usw.) hochladen, die dann für 24 Stunden verfügbar sind, bevor sie verschwinden. Innerhalb dieses Zeitraums können die Nutzer die Story so oft ansehen, wie sie möchten. Nutzen Sie alle verfügbaren Funktionen wie Standortangaben, GIFs, Hashtags, Musik, Umfragen, Fragen, die „DM Me“-Funktion für Direktnachrichten oder die Countdown-Funktion.

IGTV

Sie können Videos teilen, die bis zu 1 Stunde lang sind, typischerweise aber 1 bis 15 Minuten. Beachten Sie, dass vertikale Videos am besten geeignet sind.

LIVE VIDEO

Sie unterscheiden sich von IGTVs oder Stories, da Ihre Follower darüber informiert werden, dass Sie eine Live-Übertragung gestartet haben, und dann direkt im Video kommentieren oder es liken können. Nachdem Sie die Übertragung beendet haben, ist das Video nicht mehr da (es wird also nicht automatisch in Ihrem Account gespeichert).

HIGHLIGHTS

Sie können Ihre Stories Ihrem Profil als Highlights hinzufügen, um wichtige Informationen für Ihre Follower und Neulinge zu speichern. Highlights sind feste Elemente, die aber jederzeit bearbeitet werden können. Sie sind besonders für Videos zu den Themen ‚Lernen Sie mich kennen‘, ‚Wichtigste Botschaften‘, ‚Lieblingsrezepte‘ usw. geeignet.

REELS

Die neueste Funktion ist Instagrams Antwort auf TikTok und eine gute Möglichkeit, kurze Videos (bis zu 60 Sekunden) aufzunehmen, die dann direkt vom Handy aus bearbeitet werden können. Sie können den Videos Texte, Musik und Hashtags hinzufügen und sogar mehrere Videos miteinander verbinden ... also alles, was Sie für ein eindrucksvolles Video benötigen!

WEITERE IDEEN ZUR NUTZUNG DIESER FUNKTIONEN

Wie auch bei den oben genannten Ideen für TikTok gilt: Stellen Sie sicher, dass Sie Ihre Botschaften vermitteln. Seien Sie klar, präzise, aber vor allem: Bleiben Sie sich treu!

TOP TIPPS: Bleiben Sie sich selbst treu und finden Sie die Plattform, die am besten zu Ihnen passt. Haben Sie keine Angst davor, auch einmal etwas Neues auszuprobieren! Die erste Instagram Story, bei der Sie direkt in die Kamera sprechen, wird ungewohnt sein. Auch Ihr erstes Instagram Live Video und Ihr erstes IGTV-Video wird ungewohnt, aber versuchen Sie es!

IDEEN FÜR INHALTE: Wie auch bei den oben genannten Ideen für TikTok gilt: Stellen Sie sicher, dass Sie Ihre Botschaften vermitteln. Seien Sie klar, präzise, aber vor allem: Bleiben Sie sich treu!



KANÄLE - VON TIKTOK ÜBER IGTV UND FACEBOOK LIVE

FACEBOOK ALS MARKETINGINSTRUMENT - GRUPPEN UND SEITEN

Facebook ist eine großartige Möglichkeit eine andere Zielgruppe zu erreichen, auf ausführlichere Art und Weise zu interagieren und eine eher diskussionsbasierte Unterhaltung zu führen. Sie können Umfragen oder Links zu Artikeln teilen, ganz einfach längere Gedanken zum Ausdruck bringen und eine Community mit Gleichgesinnten an einem Ort aufbauen.

GRUPPEN

Facebook-Gruppen sind ein einflussreiches Marketinginstrument, das Ihnen dabei hilft, neue Kunden anzulocken und mit Bestandskunden exklusive Inhalte zu teilen, eine Community aufzubauen und Unterstützung zu bieten. Gruppen sind eine hervorragende Möglichkeit, eine Community aufzubauen, in der die Mitglieder interagieren und Interessen bzw. Erfahrungen teilen können. Es gibt drei Privatsphäre-Einstellungen, unter denen Sie auswählen können: öffentlich, privat und sichtbar oder privat und verborgen. Facebook-Seiten sind dafür geeignet, eine loyale und authentische Online-Community zu erschaffen.

ÖFFENTLICH

Jeder kann die Inhalte öffentlicher Gruppen sehen. Auch die Mitglieder der Gruppe sind für alle sichtbar. Positiv ist aber, dass man keine Beitrittsanfrage stellen muss, um in die Gruppe aufgenommen zu werden. Wenn es zu viele Mitglieder und Gesprächsthemen gibt, kann die Gruppe gespalten und schwer zu moderieren werden.

PRIVAT UND SICHTBAR

Die Gruppe kann über die Suche gefunden werden, aber potenzielle Mitglieder müssen von den Administratoren vorab bestätigt werden. Nur Mitglieder der Gruppe können die Beiträge und Kommentare sehen. Grundsätzlich ist es einfacher, diese Gruppen zu verwalten, da sie auf die Interessen der jeweiligen Gruppe beschränkt sind.

PRIVAT UND VERBORGEN

Diese Gruppen können nicht über die Suche gefunden werden. Wie auch bei den privaten und sichtbaren Gruppen können nur Mitglieder die Beiträge sehen. Neue Mitglieder müssen eingeladen werden, um beizutreten. Sie sind insbesondere dafür geeignet, maßgeschneiderte, spezialisierte Gruppe zu erstellen, können aber sehr zeitaufwendig sein, da Sie sich die Arbeit machen müssen, potenzielle Mitglieder einzuladen.

TOP TIPPS

Terminieren Sie Posts innerhalb Ihrer Gruppe, um Engagement aufzubauen und den Druck zu nehmen, kontinuierlich Inhalte erstellen zu müssen. Legen Sie einen klaren Verhaltenskodex fest, posten Sie regelmäßig Begrüßungsnachrichten und beschäftigen Sie sich mit Ihrem Publikum! Gruppen können ein toller Ort sein, Feedback und Kundenwissen zu erhalten, sich mit Mitgliedern zu vernetzen und ihnen maßgeschneiderte Informationen zukommen zu lassen, zu denen sie sonst keinen Zugang hätten.

SEITEN

Facebook-Seiten erfüllen denselben Zweck wie Ihr persönliches Profil: Sie sind eine Möglichkeit, um einen Standpunkt zu verbreiten und eine authentische, öffentliche Präsenz mit Bildern und Posts zu schaffen.

Eine Facebook-Unternehmensseite sollte sich an die Öffentlichkeit richten, Platz für Updates bieten, hilfreiche Informationen wie Öffnungszeiten, Telefonnummern und E-Mail-Adressen sowie Call-to-Action Ads enthalten. Diese Seite ist für jeden sichtbar, der Ihr Unternehmen über eine Suchmaschine sucht. Allerdings gibt es auch hier die Möglichkeit, die Seite auf Wunsch öffentlich oder privat zu machen bzw. sie nicht zu veröffentlichen.

TOP TIPPS

Fügen Sie ein Profilbild mit Wiedererkennungswert und ein ansprechendes Titelbild hinzu. Fügen Sie einen Call-to-Action-Button (wie „Jetzt buchen“) hinzu und beantworten Sie typische Fragen, die Ihr Publikum eventuell hat.

DEN ALGORITHMUS BEHERRSCHEN

Der Algorithmus der Sozialen Medien ist komplex, aber hier sind einige Top-Tipps, um den Algorithmus zu beherrschen und sichtbar und relevant zu bleiben.

- REGELMÄSSIG HOCHWERTIGEN INHALT POSTEN**
 Wenn Sie zwar täglich posten, aber kein Engagement entsteht, hilft Ihnen das nicht dabei, Ihr Ranking im Algorithmus zu verbessern. Einheitlichkeit ist der Schlüssel – erstellen Sie, wenn Sie können, täglich Inhalte, die für Ihre Zielgruppe relevant und interessant sind.
- SEIEN SIE JEDEN TAG AKTIV – EGAL WIE**
 Nutzen Sie vielfältige Inhalte, die es Ihren Followern ermöglichen, Sie, Ihre Arbeit und Ihre Seite besser kennenzulernen. Versuchen Sie, Videos, Posts, Live-Übertragungen und IGTVs zu kombinieren! Behandeln Sie Kommentare wie normale Unterhaltungen und haben Sie keine Angst davor, Ihre Persönlichkeit zu zeigen.
- ERSTELLEN SIE INHALTE, DIE SIE FÜR TEILBAR HALTEN**
 So gelangen Sie im Ranking des Algorithmus ganz nach oben. Infografiken sind hierfür großartig und es ist auch sehr hilfreich, zu wissen, was Ihr Publikum lesen will. Sie können in den Insights Ihres Instagram-Profiles einsehen, wie viele Menschen sich über Ihre Posts austauschen, sie kommentieren oder teilen.
- AUSTAUSCH IN IHREN POSTS FÖRDERN**
 Schreiben Sie ansprechende Bildunterschriften, stellen Sie Fragen und seien Sie sympathisch! Fragen zu stellen, regt Menschen dazu an, sich zu unterhalten und einen Kommentar zu hinterlassen. Stellen Sie also sicher, dass Sie auf alle Kommentare antworten und ein entspanntes Umfeld schaffen.
- POSTEN SIE ZU STOSSZEITEN**
 Wenn Sie ein Unternehmensprofil haben (Sie können in den Einstellungen zu einem wechseln), können Sie einsehen, an welchen Tagen und zu welcher Uhrzeit der Großteil Ihres Publikums online ist und sich daher wahrscheinlich mit Ihren Inhalten beschäftigt.
- VERWENDEN SIE HASHTAGS**
 Verwenden Sie eine Mischung aus speziellen und weiter verbreiteten Hashtags, aber nicht zu viele! Maximal 30 sind erlaubt. Unterschiedliche Accounts arbeiten mit unterschiedlichen Hashtag-Strategien, aber im Allgemeinen wird empfohlen, ungefähr 10 Hashtags zu verwenden, um alle relevanten Hashtags für Ihren Post mit einer Mischung aus speziellen und weiter verbreiteten Begriffen und Wörtern abzudecken. Mithilfe von Hashtags können User nach Inhalten suchen. Deshalb ist es wichtig, jegliche Hashtags zu verwenden, die für Ihren Post relevant sind, damit mehr Menschen Ihre Inhalte finden. Über die Hashtag-Suchfunktion auf Instagram können Sie die meistgenutzten Hashtags entdecken, um Ihre Hashtag-Liste aufzubauen!

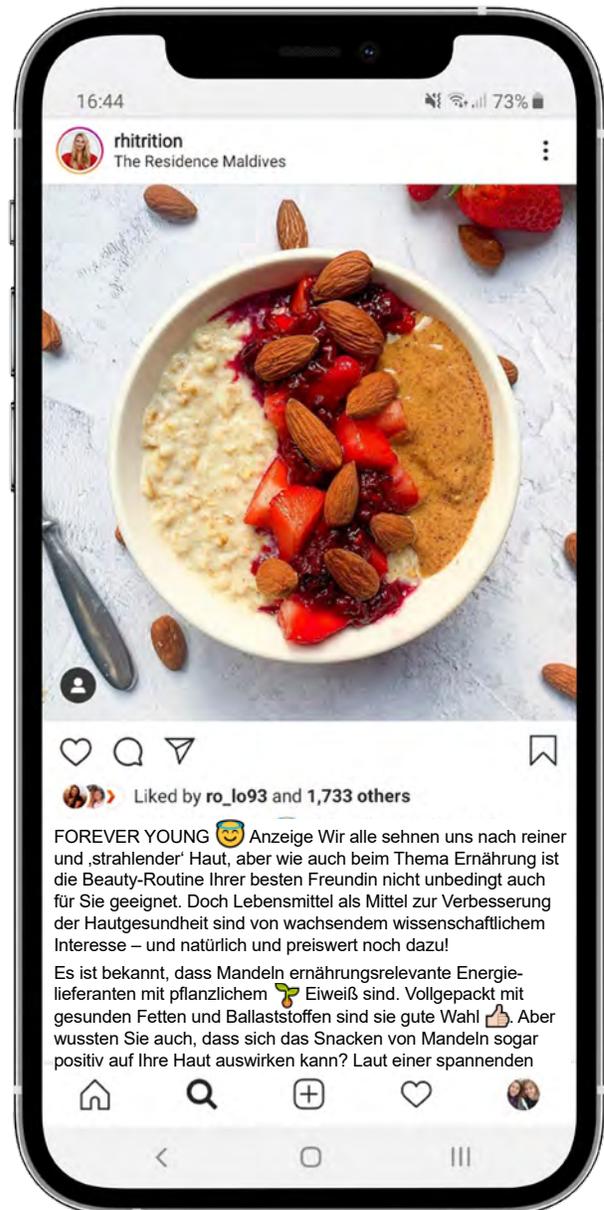
* Bei Twitter haben die effektivsten Posts 2 – 3 Hashtags.



BEST-PRACTICE-VORSCHLAG:

BEST-PRACTICE-VORSCHLAG:

Hier ein Beispiel für einen ansprechenden Instagram Post:



TERMINIERUNGS- UND PLANUNGS-TOOLS FÜR SOCIAL MEDIA

Terminierungs- und Planungstools sind eine effektive Möglichkeit, Zeit zu sparen. Sie unterscheiden sich alle in ihrer Benutzerfreundlichkeit, im Lieferumfang ihrer kostenlosen Versionen und bieten verschiedene kostenpflichtige Versionen mit unterschiedlichen Funktionen. Mithilfe dieser Apps können Sie Posts ganz einfach veröffentlichen und Inhalte für die automatische Veröffentlichung terminieren. Außerdem bieten sie die Möglichkeit, Inhalte in großen Mengen zu erstellen. Die Erstellung von Inhalten und Beschriftungen in großen Mengen ist eine großartige Möglichkeit, Zeit zu sparen und ein optisch ansprechendes Feed zu erstellen, während Social Media immer noch Spaß macht und nicht zur Belastung wird!

- PREVIEW**
 Ermöglicht die Terminierung, Erstellung, Bearbeitung und Analyse Ihres Instagram-Unternehmensprofils. Sie können Ihre geplanten Posts per Drag-and-drop verschieben, um auch die Ästhetik Ihres geplanten Feeds zu sehen!
- HOOTSUITE**
 Terminierung, Planung und Leistungsübersicht sowie weitere Features.
- LATER**
 Ein wirklich einfach zu bedienendes Interface für Desktop und Handy. Sie können Bilder importieren, geplante Posts einsehen und Hashtags speichern, um Zeit zu sparen.
- SCHEDUGRAM**
 Mit dieser App können Sie eine Vorschau Ihres Feeds anzeigen lassen und Posts und IG Stories planen. Sie haben hier die Option, für zusätzliche Hashtag-Funktionen zu bezahlen.
- PLANOLY**
 Diese App befasst sich mit dem Aufbau der richtigen Instagram-Ästhetik. Sie ermöglicht es Ihnen, Ihr Feed zu planen und zu organisieren sowie Daten zu analysieren.



ScheduGram

PLANOLY

Letztendlich haben alle diese Apps ähnliche Funktionen. Am besten probieren Sie ein paar aus, um herauszufinden, mit welchen Funktionen Sie am besten zurecht kommen, und wägen dann ab, ob Ihnen die kostenpflichtige Version weiterhilft. Ausprobieren und dazulernen!

ZUSAMMENFASSUNG

Hier eine **Zusammenfassung** einer kürzlich durchgeführten Studie als Inspiration.

Vita Dikariyanto, Leanne Smith, Philip J Chowienczyk, Sarah E Berry, Wendy L Hall. **Das Snacken ganzer Mandeln für sechs Wochen erhöht die Herzfrequenzvariabilität während mentaler Stresseinwirkungen bei gesunden Erwachsenen: eine randomisierte kontrollierte Studie.** *Nutrients* 2020, 12(6), 1828; <https://doi.org/10.3390/nu12061828>.

DIE STUDIE

- Diese randomisierte, kontrollierte, parallele diätische Interventionsstudie untersuchte die Auswirkungen des Mandelverzehrs auf kardiometabolische Risikofaktoren bei Erwachsenen mit überdurchschnittlichem Risiko für Herz-Kreislauf-Erkrankungen. Sie untersuchte die Auswirkungen von Mandeln im Vergleich zu einem Vergleichssnack mit gleicher Kalorienanzahl und Kohlenhydrat-/Fett-/Proteinzusammensetzung wie ein durchschnittlicher Snack britischer Erwachsener.
- Erwachsene zwischen 30 und 70 Jahren (n=51 bei der Mandelgruppe, n=56 bei der Kontrollgruppe) haben für 6 Wochen 20 % ihres Kalorienbedarfs in Form von ganzen gerösteten Mandeln oder einen Vergleichssnack zu sich genommen. Dabei wurden kardiometabolische Risikofaktoren gemessen, darunter die endotheliale Funktion (flussvermittelte Dilatation), Herzfrequenzvariabilität, Leberfett, Insulinresistenz, Cholesterin- und Triglyceridspiegel im Blut und die Körperzusammensetzung.
- Vor Beginn der Studie wurde eine separate 3-wöchige Untersuchung durchgeführt, damit sichergestellt war, dass der Vergleichssnack weder Lipide noch Blutdruck oder Körpergewicht/-zusammensetzung beeinflusst.
- Bei den Teilnehmern wurden Herzfrequenz (HF) und Herzfrequenzvariabilität (HRV) in Zeitabschnitten von 5 Minuten im Ruhezustand und während der Einwirkung von mentalem Stress gemessen.
- Die Echtzeit-HRV wurde im Vorfeld (im Ruhezustand) und im Verlauf eines Stroop-Tests (mentaler Stress) mit einem tragbaren EKG-Überwachungsgerät gemessen, während die Teilnehmer auf dem Rücken lagen. Der 5-minütige Stresstest wurde 15 Minuten nach Aufzeichnung der HRV-Ruhewerte durchgeführt.
- Die HRV-Parameter, darunter die Werte „High Frequency Power“ (HF) und „Low Frequency Power“ (LF) (Power steht für die relative Intensität im Sinusrhythmus des Herzens) und der LF/HF-Quotient, wurden mit einem per Brustgurt angelegten Herzfrequenzmessgerät und spezieller Analysesoftware gemessen.

ERGEBNISSE

- Es waren keine Veränderungen beim Körpergewicht und keine Unterschiede bei der Gesamtenergieaufnahme zwischen der Mandel- und der Kontrollgruppe festzustellen, aber die Mandelgruppe zeichnete sich durch eine verbesserte Ernährungsqualität aus (hoher Ballaststoffanteil, günstiges Verhältnis von ungesättigten zu gesättigten Fetten, Steigerung des Magnesium-, Kalium-, Vitamin-E- und Riboflavinspiegels und Verringerung der Aufnahme von Gesamtkohlenhydraten, Stärke, freiem Zucker und Natrium).
- Während der Einwirkung von mentalem Stress (Stroop-Test) war nach dem Verzehr von Mandeln der HF-Power-Wert im Vergleich zur Kontrollgruppe um 124 ms² (95 % CI 11, 237) höher. The LF/HF ratio was lower by -1.0 (95% CI -1.9, -0.1) relative to control. Bei anderen Kennwerten wurden während der Einwirkung von mentalem Stress keine Unterschiede festgestellt.
- Im Ruhezustand ergaben sich hinsichtlich der Veränderung der HRV-Werte nach der Intervention keine signifikanten Unterschiede zwischen den Behandlungsgruppen.

FAZIT

Diese Studie liefert neue Forschungsergebnisse, die zeigen, inwieweit Mandeln Bestandteil einer für das Herz gesunden Ernährung sein und entsprechende Risikofaktoren beeinflussen können, etwa die körperliche Reaktion auf mentalen Stress. Der Verzehr von Mandeln anstelle klassischer Snacks kann dazu beitragen, den Abfall des HRV-Werts, der während mentaler Stresseinwirkung auftritt, zu vermindern und somit die Herzfunktion zu verbessern. Diese Ernährungsstrategie besitzt das Potenzial, die Widerstandskraft des Herz-Kreislauf-Systems gegenüber mentalem Stress zu steigern. Daneben bietet der Verzehr von Mandeln noch weitere Vorteile für die Herzgesundheit, z. B. Senkung des LDL-Cholesterinspiegels und Verbesserung der Funktion der Blutgefäße.

EINSCHRÄNKUNGEN DER STUDIE

Eine Einschränkung der Studie war die Tatsache, dass es zu Beginn einige Unterschiede zwischen den Gruppen bezüglich der Risikofaktoren für Herz-Kreislauf-Erkrankungen gab. Außerdem lebten die Teilnehmer uneingeschränkt, und auch wenn die Mandelgruppe bestätigt hat, sich an die Vorgaben gehalten zu haben, ist es möglich, dass es bei der angegebenen Nahrungsaufnahme einige Ungenauigkeiten gab. Letzten Endes sind weitere Forschungsarbeiten notwendig, da die Mechanismen zur Steigerung der Herzfrequenzvariabilität noch unbekannt sind.