



Oh du fröhliche – nie wertvoller als heute, denn gute Gefühle verlängern unser Leben. Fact or Fiction?

Gute Gefühle sind toll und unbestritten gesund. Unsere positiven Emotionen werden mit schönen Zuständen in Verbindung gebracht. In der Spitze mit trunkener Liebe. Mit geradezu euphorischen Episoden, bei denen wir uns sprichwörtlich unverwundbar fühlen. Wir könnten Bäume ausreißen oder die schlimmsten Drachen töten. Leider erleben wir diesen Zustand nicht so häufig. Begehren ihn deshalb nur umso mehr. Ganze Legionen von Glücksforschern, Psychotherapeuten, Selbsthilfegurus und teure Coaches wollen uns gerne dabei helfen, ein optimistisches Gefühl häufiger herzustellen. Nicht nur reagiert das Umfeld positiver auf uns. Optimistischen Führungspersönlichkeiten folgen wir eben lieber als trockenen Bürokraten. Optimismus steckt an, ein Effekt, der mit den Spiegelneuronen verbunden wird. Aber nicht nur unser Umfeld mag uns lieber, wenn wir gut drauf sind. Auch unser Körper soll dann mehr Vergnügen an einer längeren Verweildauer auf Erden bekommen und wir folglich später sterben. Großartig, einfach alles großartig. Also seien Sie bitte an Weihnachten wirklich gut drauf – nicht nur weil Sie damit gut rüberkommen – sondern weil Sie dadurch länger leben können. Wehe, wenn die Sippschaft bei Ihnen aber Stress und schlechte Laune auslöst, dann können Sie nach dem Fest vom restlichen Maßband Ihres Lebens gleich ein paar Zentimeter abschneiden.

Die gesundheitliche Wirkung von Optimismus und begleitender Stressresistenz ist so in unser soziales Wissen verankert, dass wir es typischerweise nicht in Frage stellen. In einem Artikel der Huffington Post¹ werden gleich fünf Gründe genannt, warum wir häufiger lächeln sollten. Ein um 7 (!) Jahre längeres Leben ist ‚nur‘ einer davon. Aber stimmt das wirklich? Und just da kommt vor weni-

gen Tagen eine sehr interessante Studie ans Licht, veröffentlicht im renommierten Lancet². Und hier wird nüchtern festgestellt, dass optimistische Gefühle und wenig Stress leider keinen Einfluss auf die Mortalität haben. Optimisten geht es genauso schnell an den Kragen, wie dem traurigen Rest der Bevölkerung. Kann man das glauben? Wenn uns gute Laune doch so stark erleben lässt?

Die Datenlage ist tatsächlich überzeugend. Die Hauptautorin, Dr. Bette Liu, hat die ‚Eine Million Frauen‘ Langzeitstudie aus England genutzt und festgestellt, dass bisherige Beobachtungen Ursache und Wirkung vertauscht haben. Wenn jemand lebensbedrohlich erkrankt, ist das sehr häufig mit der Entwicklung von schlechten Gefühlen begleitet. Wenn man in einer Studie diesen Effekt genau bestimmt, also alle Frauen herausrechnet, die pessimistische Gefühlszustände berichten *nachdem* sie schwer erkrankten, dann zeigt sich bei optimistischen Frauen und den weiteren pessimistischen Frauen kein Unterschied bezogen auf generelles Überleben und spezifischer Tod durch Krebs- oder Herzerkrankungen. Selbst der direkte Link zum ‚sensiblen‘ Herzen besteht also nicht!

700.000 Frauen im Durchschnittsalter von 59 Jahren wurden über 10 Jahre elektronisch begleitet. Nachdem alle intermittierenden Variablen des Lebensstils (Depressive rauchen und trinken z.B. mehr und leben häufiger allein) herausgerechnet worden waren, zeigte sich kein *direkter* Effekt von unglücklicher Stimmungslage auf das Überleben. Der Co-Autor der Studie, Professor Sir Richard Peto der Oxford Universität sagt: „Viele glauben immer noch, dass Stress oder unglücklich sein direkt krank machen. Aber sie verwechseln Ursache und Wirkung. Natürlich tendieren kranke



Menschen dazu, unglücklicher zu sein als Gesunde. Aber die UK Million Frauen Studie zeigt, dass glücklich sein und unglücklich sein in sich selbst keinen direkten Einfluss auf die Sterblichkeit haben.“

Aus meiner Sicht ist diese Studie tatsächlich so groß und sauber angelegt, dass man davon ausgehen kann, dass wir hier einem Mythos aufgesessen sind. Passt der doch sehr gut in unser Selbstwirksamkeitsbild: Wer schlechte Laune hat ist selber schuld und stirbt zur Strafe dann auch gleich früher.

Epidemiologische Studien, wie die besagte Frauen Studie, sind wissenschaftlich nicht in der Lage, den Beweis sauber zu führen. Dafür sind besser kontrollierte und begleitete Studienanlagen notwendig. Nur wird auf Basis der obigen Studie eine solche vermutlich keine Geldgeber mehr finden. Zudem passen die Erkenntnisse sehr gut zu schon länger publizierten Studien, die den Link von Optimismus und geringer Krebssterblichkeit widerlegt haben.

Glückliche Menschen erkranken genauso an Krebs, wie unglückliche und zeigen kein besseres Überleben in der Therapie. Obwohl diese Erkenntnisse seit den 80er Jahren immer wieder bestätigt wurden, gibt es immer noch hartnäckige Verkünder dieser Botschaft. Und maximal gestresste Seelen, die diese Botschaft gerne hören. Trotzdem wünscht man natürlich jedem Patienten eine optimistische Grundhaltung, macht sie das Leben doch erheblich erträglicher.



<http://www.sueddeutsche.de/leben/werbung-umstrittener-edeka-spot-extrem-unrealistisch-dennoch-ein-lehrstueck-1.2762408>

Oh du selige – jetzt aber schnell wieder zurück zum anstehenden Fest. Die gute Nachricht: sollte das Fest der Liebe diesmal doch stressiger werden, als von allen ersehnt: Sie werden das nicht auch noch mit einem kürzeren Überleben bezahlen müssen. Es sei denn, Grund der schlechten Laune war ein brennender Baum oder gar eine sehr wehrhafte Weihnachtsgans.

Literatur:

1. http://www.huffingtonpost.de/daniela-tempesta-lcsw/5-grunde-ofters-lacheln_b_5211825.html
2. <http://www.sciencedaily.com/releases/2015/12/151210031212.htm>



Feedback, Anregungen, Kritik
zu diesem Artikel an:
<mailto:braincandy@ka-brandresearch.com>

Der Autor

Ralph Ohnemus, CEO. Seit 2001 Vorstand und Hauptanteilseigner von K&A BrandResearch. Vorher war er 15 Jahre Kunde von K&A BrandResearch. Nationale und internationale Marketing- und Vertriebserfahrung in Senior Management Positionen, darunter FMCG, Mode, Medien und Telekommunikation – zuletzt als SVP Consumer Sales verantwortlich für Marketing, Vertrieb und Filialketten bei Viag Interkom O2.

Kontakt: <mailto:r.ohnemus@ka-brandresearch.com>

