

Gesund darf es sein, aber schmecken muss es!



Die Lebensmittelsensorik ist eine Wissenschaft, die sich mit der menschlichen Wahrnehmung von Produkteigenschaften von Lebensmitteln durch die Sinne befasst. Sie misst, analysiert und interpretiert affektive (Wie gern habe ich ein Produkt?) und objektive (Welches sind die sensorischen Eigenschaften eines bestimmten Produktes? Wie unterscheidet sich ein Produkt vom anderen?) Reaktionen auf Produkteigenschaften.

In ihren Anfängen in den Vierziger- und Fünfzigerjahren wurde die Lebensmittelsensorik (LM-Sensorik) in Form von bewertenden Prüfungen vor allem in der Qualitätskontrolle eingesetzt. Im Laufe der Zeit fand sie Einzug in viele Bereiche der Lebensmittelherstellung und -vermarktung. Die letzten 20 Jahre waren von einer regen Forschungstätigkeit gekennzeichnet, und der Fokus verschob sich klar vom Produkt zum Konsumenten, zu seiner Wahrnehmung und seinen Reaktionen. So erkannten die Sensorikfachleute zum Beispiel, dass das Bestimmen der Beliebtheit eines Produkts nicht genügt, um für seinen Markterfolg garantieren zu können.

Wichtig für den Kaufentscheid

Die externen Merkmale, Kauf- und Konsumgewohnheiten, Erfahrungen, Sehnsüchte, Erinnerungen und Erwartungen spielen beim Kaufentscheid eines Produkts eine wichtige Rolle. Den Einfluss dieser Faktoren auf die Akzeptanz oder Ablehnung eines Lebensmittels gilt es zu untersuchen. Solche Kenntnisse sind enorm wichtig – nicht zuletzt auch im Zusammenhang mit ernährungsrelevanten Themen.

Light ohne Chance

Ein Beispiel stellt das Übergewicht dar: Der Markt bietet eine Fülle an fett- und zuckerreduzierten Produkten, die darauf zielen, das Gewicht unter Kontrolle zu

halten. Eine neue Studie der North Carolina State University zeigt jedoch, dass fettreduzierter Käse keine Akzeptanz bei den Konsumenten erzielen kann, solange Geschmack, Aroma und Textur sich von der vollfetten Version unterscheiden. Die Studie, die sich auf die Sorten Cheddar und Mozzarella fokussierte und mit 350 Konsumenten durchgeführt wurde, zeigt deutlich, dass die amerikanischen Befragten sich über die ernährungsphysiologischen Vorteile von fettreduziertem Käse zwar bewusst sind, aber trotzdem das Produkt nicht kaufen, da sie Geschmack und Textur der «light»-Version ablehnen.

Essen muss schmecken

Essen muss also vor allem gut schmecken! Dieses Ergebnis konnte eine Erhebung der Forschungsanstalt Agroscope Liebefeld-Posieux ALP auch in der Schweiz bestätigen. Im Herbst 2008 wurden mehr als 250 Personen über 50 Jahre über ihren Lebensmittelkonsum mit Fokus auf Zwischenmahlzeiten befragt. Es zeigte sich, dass beim Kauf von Lebensmitteln besonders auf Frische und Geschmack geachtet wird. Ein Drittel der Teilnehmenden nimmt regelmässig Zwischenmahlzeiten in Form von Früchten, gefolgt von Milch und Milchprodukten (vor allem Käse, Joghurt und Milch), Brotwaren sowie süssen Snacks zu sich. Gemäss Befragung wird Joghurt nature bevorzugt, gefolgt von Mokka-, Beeren-, Vanille- und Haselnussaroma.

Wie süss darf es sein?

Interessanterweise beurteilen mehr als die Hälfte der Befragten die auf dem Markt erhältlichen aromatisierten Joghurts als zu süss. Diese Tatsache war für die ALP Anlass, eine Studie über die Süssempfindung bei älteren Menschen und die physiologischen und psychologischen Faktoren, die sie beeinflussen, durchzuführen. In einem ersten Schritt wurde ein Konsumententest mit Erdbeer- und Mokkajoghurt in drei verschiedenen Zuckerkonzentrationen (10,7 und 5%) durchgeführt. Das Ziel war, herauszufinden, welche die realen Präferenzen der älteren Bevölkerung sind, das heisst, ob sie sich mit ihren Aussagen in der Befragung decken. Erste Resultate zeigen jedoch, dass die Joghurts mit der höchsten Zuckerdosierung bevorzugt werden. Affektive sensorische Eindrücke sind in der Lebensmittelauswahl wichtig und werden meist stärker gewichtet als vernunftbetonte Argumente (Ernährungswissen). Auf Dauer kann vermutlich das Ernährungswissen nur dann das Kaufverhalten steuern, wenn die Lebensmittel, die zur Auswahl stehen, sensorisch ebenbürtig sind.

Korrespondenzadresse:

Patrizia Piccinali, Forschungsanstalt Agroscope Liebefeld-Posieux ALP
Schwarzenburgstr. 161, 3003 Bern
E-Mail: patrizia.piccinali@alp.admin.ch

Literatur bei der Verfasserin.