



Innovatives «Foodpairing»: Käse und Destillate

Ist «Foodpairing» («Lebensmittel-Paarung») ein Modewort wie so viele andere im Zusammenhang mit Lebensmittelzubereitung und Ernährung? Oder steckt vielleicht doch mehr dahinter? Diese Frage haben sich Agroscope-Forscher in Zusammenhang mit Käse und Destillaten gestellt und dabei erstaunliche Resultate erarbeitet, die zu neuen Arbeitshypothesen führten.

EDITH BEUTLER, RENÉ BADERTSCHER UND
SONIA PETIGNAT-KELLER, ILM AGROSCOPE
sonia.petignat@agroscope.admin.ch

Der Begriff «Foodpairing» wurde Anfang der 1990er-Jahre eingeführt. Man versteht darunter eine Methode, mit der beschrieben wird, welche Speisen und Getränke in Bezug auf Aroma und Geschmack gut miteinander harmonieren. Dabei wird die Annahme getroffen, dass Speisen und Getränke, die sich in mindestens einer Grundaromakomponente ähnlich sind, besser zusammenpassen als andere. Man kombiniert also aufgrund verwandter Aromastrukturen und stösst damit laut Bernhard Lahousse, dem Begründer des «Foodpairings» und der gleichnamigen Webseite, auf grössere Akzeptanz und Beliebtheit.

«Foodpairing» liefert aber auch Beweise für den Erfolg altbekannter, traditioneller Rezeptkombinationen wie zum Beispiel Eier mit Speck oder Spargel mit Butter. Eine der Hauptregeln besteht darin, dass der dominantere Partner auch der elegantere sein soll. Deshalb wird zum Beispiel Rauchlachs mit Zwiebeln als «No-Go» betrachtet, da die edle Komponente des Lachses von der aggressiven Zwiebel «erdrückt» wird. Hingegen wird der

exklusive Trüffel mit einem Spiegelei hoch gelobt oder ganz traditionell der Senf zur Wurst eindeutig bejaht. Bei letzter Kombination weiss man zudem, dass der Senf die Wurst nicht nur würzt, sondern auch ihre Fette leichter verdaulich macht. Die im Senf enthaltenen ätherischen Öle sorgen für eine bessere Verdauung.

Die Verknüpfung von Käse mit Wein gehört ebenfalls zu den traditionellen und längst erprobten Kombinationen. Käse und Spirituosen hingegen ist eine vielversprechende neue Vereinigung mit ungeahnten kulinarischen Möglichkeiten. Beim einem «Foodpairing» hat Käse generell einen besonders hohen Stellenwert, da sich die meisten Sorten einfach in Menus und einzelne Speisen integrieren lassen.

Hohe Akzeptanz der ungewöhnlichen Kombinationen

Ziel des Projekts war, einerseits den Konsumenten und Konsumentinnen detaillierte Produktbeschreibungen der einzelnen Käse und Destillate zu geben sowie Anregungen zu neuen Produktkombinationen zu liefern und andererseits den Produzenten und Händlern neuen Möglichkeiten zu Marktpositionierungen aufzuzeigen.

Produktkombinationen und beschreibende Profile.

1. Schlossberg mit Absinth		Im Gaumen kommen die Noten von fruchtig, Kräuter, Menthol, Lakritze, Caramel, würzig, umami und buttrig zum Vorschein.
2. Sommerhimu mit Wildkirsch		Ist eher eine erdige Kombination. Wer pilzig, erdig, fruchtig, Kirsche, Mandeln, gekochtes Obst, würzig, buttrig und geröstete Aromen mag, ist mit dieser Paarung auf der richtigen Seite.
3. Spahn mit Vieille Framboise		Ist für Schleckmäuler und süsse Zähne, weil die Himbeeren im Vordergrund stehen. Sehr fruchtig, würzig, vanilleartig, cremig, zimtig. Mit dem Käse vereint spürt man sogar noch Kandiszucker und kleine Noten von Holz und grünem Gras.
4. Le Bêle mit Whisky		Darf zu einem Apéro nicht fehlen, denn Bitterorange, Caramel und Kaffee sind die perfekten gerösteten Noten, um den Appetit anzuregen. Die Paarung endet in einem buttrigen, würzig-malzigen und erfrischenden Finale.
5. Blaus Hirni mit Williams		Unser "Pièce de résistance" ist voller Geheimnisse. Ein explosives Feuerwerk mit Noten von fruchtigen Birnen, Ananas, Banane, Quitten, Dörrfrüchten, Vanille, Mandel, Blauschimmelaroma, umami, würzig und pilzig. Hinterlässt im Gaumen eine lang anhaltende Persistenz.

Ein trainiertes Sensorikpanel (N = 6) generierte eine Liste von 20 charakteristischen Attributen für fünf Käsesorten und fünf Destillate. Unter Verwendung dieser Attribute wurden mittels individueller Datenerfassung sogenannte Konsensus-Profile der einzelnen Produkte erstellt. Beschreibende Profile der Kombinationen sind in der Tabelle ersichtlich.

Anschliessend wurden die Produkte als fünf Kombinationen in einem Konsumententest (N = 85) auf Akzeptanz und Präferenz getestet. Der Test fand im Forum einer Fachhochschule in Zürich während eines Seminars statt. Die Befragung verlief in direktem Kontakt, woraus ein 100%iger Rücklauf entstand. Es nahmen 36 Frauen und 49 Männer teil, das Alter lag zwischen 18 und 65, eine Person war älter als 65. Alle Probanden waren Käse-Esser sowie Konsumenten alkoholischer Getränke. Abbildung 1 illustriert, dass alle Käse/Destillat-Kombinationen eine recht hohe Akzeptanz zeigen: 48 bis 61% der befragten Konsumenten mögen die Kombinationen gerne. Die Kombination «Le Bêle mit Whisky» wurde als Favorit genannt (vgl. rote Balken), allerdings ohne statistische Signifikanz. Auf Platz zwei liegt die Kombination «Spahn und Vieille Framboise». Wie aus der Tabelle und den beschreibenden Profilen ersichtlich wird, sind diese beiden Kombinationen von der Aromatik her sehr unterschiedlich. Die erste – mit hohen Röstnoten – eignet sich eher zum Apéro, die zweite – im süßen Bereich – käme eher als Nachspeise zum Einsatz.

Erhöhte Fruchtigkeit – sensorisch und analytisch

Die zahlreichen Kommentare der Konsumenten und Panelisten bezüglich der erhöhten Fruchtigkeit der Kom-

binationen im Vergleich zu den Einzeldegustationen führten dazu, dass die einzelnen Produkte sowie deren Kombinationen auf ihre Aromaprofile analysiert wurden. Dazu wurden diese in einen Gaschromatographen eingespritzt und im daran gekoppelten Massenspektrometer identifiziert (GC-MS-Analyse). Die Chromatogramme in Abbildung 2 zeigen Erstaunliches: Während im Destillat alleine (blau) oder im Käse alleine (rot) in un-

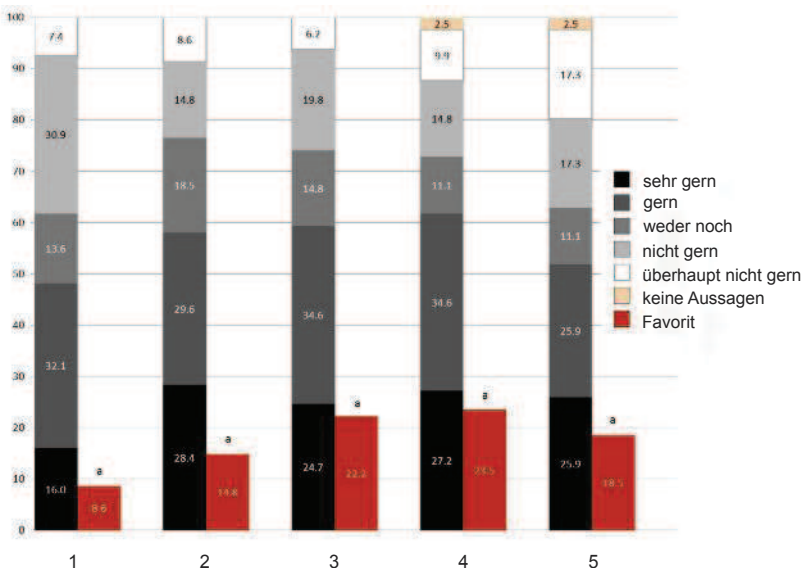
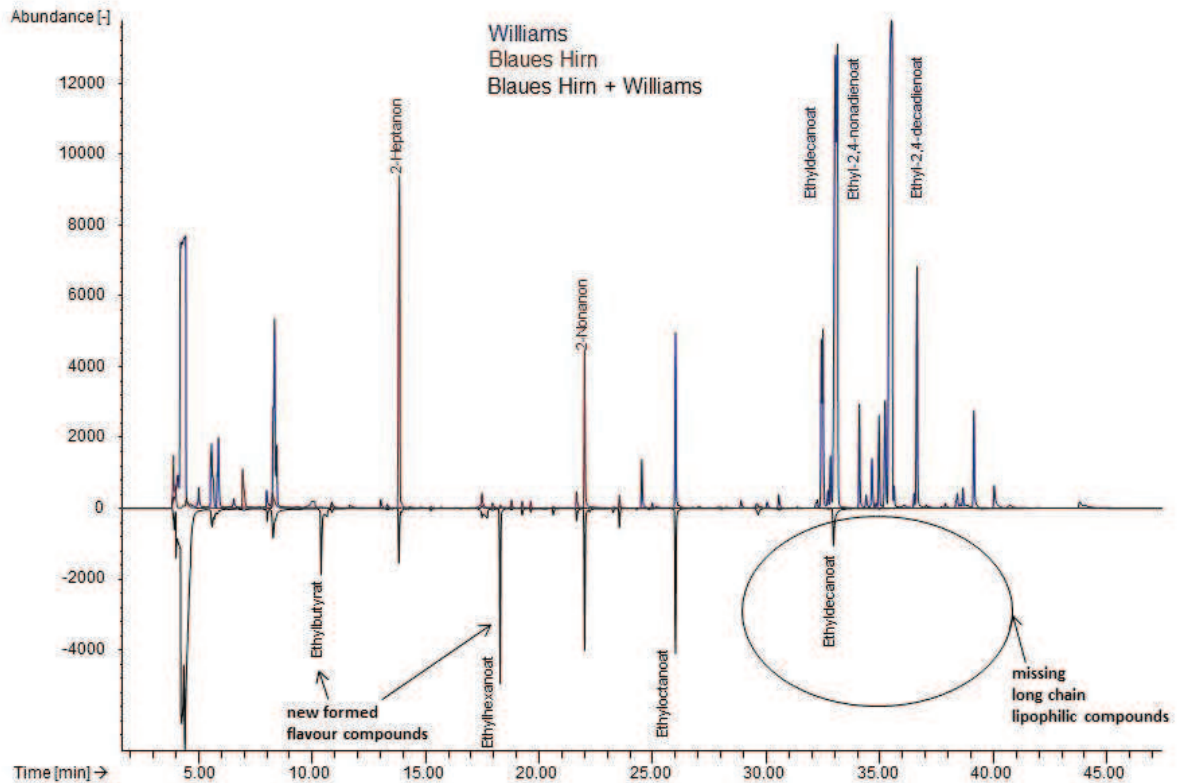


Abb. 1: Konsumententest (N = 85) Akzeptanz/Präferenz der Käse/Destillat-kombinationen:

- Schlossberg/Absinth
- Sommerhimu/Wildkirsch
- Spahn/Vieille Framboise
- Le Bêle/Whisky
- Blaus Hirni/Williams

Abb. 2: Chromatogramm Blaues Hirni/Williams einzeln und in Kombination.



terschiedlichen Bereichen flüchtige Verbindungen gemessen werden, können in der Kombination der beiden Produkte (schwarz) einerseits neue fruchtige Komponenten nachgewiesen werden (Abb. 2: new formed flavour compounds) und andererseits ist eine Abnahme der langkettigen lipophilen Verbindungen aufgrund ihrer Fettlöslichkeit im Käses ersichtlich (Abb. 2: missing long chain lipophilic compounds).

Diese Analysenergebnisse bestätigten also die Wahrnehmungen des sensorischen Panels in Bezug auf die Zunahme der Fruchtigkeit in Kombination der Speisen.

Was zählt: ähnliche, gegensätzliche oder neue Aromakomponenten?

Wie eingangs erklärt befasst sich die ursprüngliche Idee des «Foodpairings» mit Speisen und Getränken, die ähnliche Grundgeschmacksverbindungen aufweisen. Diese Hypothese fand in den letzten Jahrzehnten vor allem bei Köchen und Ernährungswissenschaftlern Anklang. 2011 wurde eine neue Hypothese postuliert, das sogenannte Aroma-Netzwerk. Darin werden Beweise gelie-

fert, dass westliche Kulturen gerne Lebensmittel kombinieren, die sich in den Grundaromakomponenten ähnlich sind. Hingegen orientieren sich ostasiatische Kombinationsgewohnheiten eher an Gegensätzen wie zum Beispiel «sweet and sour». Die neusten Ergebnisse der Kombination von Käse und Destillaten zeigen nun möglicherweise eine dritte These auf: Hohe Akzeptanz der Speisekombinationen wird dann erreicht, wenn neue Aromakomponenten entstehen.

Die Grundfrage bleibt demnach noch offen: Gibt es überhaupt quantifizierbare und reproduzierbare Prinzipien, hinter denen unsere Wahl oder Vermeidung bestimmter Lebensmittelkombinationen steht? Sind «Foodpairings» durch Harmonie, Kontrast und auf dem sogenannten Aromanetzwerk erfolgreich oder tragen vielleicht doch neu entstehende Aromakomponenten zum Erfolg der Rezepte bei? Diesem dritten und neuen Postulat soll in den nächsten Jahren bei Agroscope weiter auf den Grund gegangen werden. ■

Literatur

Quellennachweise bei den Autoren erhältlich.

Est-ce que le terme «Foodpairing» est juste un mot à la mode ou est-ce qu'il se cache quelque chose de plus profond là-dedans?

Des chercheurs de l'Agroscope se sont justement posé la question, notamment en relation avec les thèmes du fromage et des distillats. D'étonnants résultats ont été obtenus, lesquels ont conduit à de nouveaux postulats.

Les résultats mettent en avant une hypothèse supplémentaire, selon laquelle les accords de mets atteignent un niveau élevé d'acceptation, du moment qu'il en résulte de nouveaux composés aromatiques.

R É S U M É