

Sehen und Schmecken - sinnvoll manipuliert?

Die Auswahl der Lebensmittel erfolgt primär über die Sensorik, der visuelle Aspekt spielt hierbei eine wesentliche Rolle.

Die Kaufentscheidung kann deshalb in zwei Phasen unterteilt werden:

Bei dem ersten Kontakt mit einem Produkt erzeugen bestimmte Faktoren wie Form, Farbe und Konsistenz eine Produkterwartung. Wird das Produkt konsumiert, vergleicht der Verbraucher seine Erwartungen mit dem realen Erlebnis. Hat der Käufer schon Erfahrungen mit einem Produkt gesammelt, spielt das Aussehen eher eine untergeordnete Rolle, da es sich um eine gezielte Auswahl handelt.

In einer Studie zur Deutung der Farbe entschied sich die Mehrheit der Versuchspersonen für aromalosen künstlich-schwarzen Kaviar; erst als ihnen die Augen verbunden wurde, bevorzugten alle den echten Kaviar.

Dieser Versuch zeigt, dass von allen visuellen Faktoren die Farbe einen nicht unerheblichen Einfluss auf die Kaufentscheidung hat. Mit immer neuen Farbvariationen versucht die Lebensmittelindustrie, den eigentlich schon gesättigten Markt zu beleben.

Durch die Wahl der Lebensmittel- oder Verpackungsfarbe legt der Hersteller im Vorfeld fest, welche Emotionen beim Verbraucher bei Sichtung des Produktes ausgelöst werden. Da das Käuferverhalten jedoch immer noch sehr konservativ ist, sollte die Gestaltung und die Farbwahl eines Lebensmittels gut überlegt sein. Man hat herausgefunden, dass eine missglückte Verpackungsfarbe eher vom Käufer verziehen wird als eine unappetitliche Lebensmittelfarbe.

Nach Kauf eines Lebensmittels entscheidet der Geschmack, ob die Erwartung des Käufers hinsichtlich der Qualitätsmerkmale eingetroffen ist und somit über den weiteren Konsum. Mit "Geschmacks-Design" kann heutzutage jede Geschmacksrichtung erzeugt werden: Marzipanaroma in Joghurt, Apfel- oder Erdbeeraroma in Kaugummi oder Knusperstoffe in Mikrowellengerichten. Die Beigabe von Aromen erzeugt eine Illusion vom Vorhandensein bestimmter Merkmale, auf die der Körper Appetit entwickelt. Er aktiviert die Verdauungsdrüsen und wird dann praktisch um den Genuss betrogen. Die Folge ist dann meist ein Mangelzustand, die der Körper mit weiterer Essenzufuhr zu kompensieren versucht.

Der Aromaeinsatz ist billiger als die Verwendung von Naturstoffen, aber obwohl die "Flavour-Industrie" mit immer neuen Duft- und Geschmacksreaktionen lockt, ist der Beigabe von Aromen nicht ganz unschädlich: Vanillin steht zum Beispiel in Verdacht, Allergien hervorzurufen.

Trotz der vielen Möglichkeiten, Geschmack zu manipulieren, hinterlässt das Sehen einen stärkeren Eindruck. Grüner Wackelpudding schmeckt eben nach Waldmeister, auch wenn er überwiegend Orangenaroma enthält.

Quelle

Erschienen: www.nutriinfo.de