

Geschmack als Vielzahl sinnlicher Eindrücke, die unser Gehirn sammelt, auswertet und zusammenfasst. Das klingt logisch und klar. Aber Geschmack ist mehr: Schon beim Biss in eine Tomate kommen unbewusst persönliche Gefühle, Erinnerungen und alltägliche Erfahrungen mit ins Spiel. Plötzlich schmeckt die Tomate himmlisch süß, wunderbar und einfach überwältigend. Und Geschmack bleibt ein Rätsel: etwas Geheimnisvolles, Unergründliches und unendlich Spannendes. Eine Herausforderung für unsere Sinne und ein echtes Abenteuer!



Sehen: Das Zitronenkuchenexperiment

Wie stark allein die Optik eines Nahrungsmittels unser Geschmacksempfinden beeinflusst, zeigt eine persönliche Anekdote: Mit großem Vergnügen wird in unserer Familie immer

wieder die Geschichte vom Zitronenkuchen erzählt, den ich als Kind für meine Schwester buk. Mit Backfarben braun als Schokokuchen »getarnt«, sorgte er zunächst für höchste Irritation, dann für nachhaltige Heiterkeit.

Tatsächlich entscheidet bereits die mit den Augen wahrnehmbare Erscheinung eines Lebensmittels oder Gerichts maßgeblich darüber, was wir geschmacklich erwarten. Ist der Apfel prall, rund, makellos und rot, empfinden wir ihn als viel attraktiver als ein gelbes, schrumpeliges Exemplar. Neben anderen gelernten, äußeren Formmerkmalen entscheidet in erster Linie, wie auch bei Zitronenkuchen und Apfel der Fall, vor allem die Farbe über die Geschmackserwartung. Dass wir im Falle des Apfels lieber zum roten als zum grünen Apfel greifen, führen Wissenschaftler auf in

der Evolution angelegte Muster zurück. Bereits Urzeitmenschen lernten schnell, dass rote Früchte reif, zucker- und damit energiereicher als grüne, unreife Exemplare oder Blattwerk sind. Ein leuchtendes Rot konnte aber auch Signalfarbe sein: Achtung, giftig oder unangenehm oder scharf, wie bei z.B. Chilis. Das Erkennen bestimmter Farbcodes von Nahrung war für unsere Vorfahren überlebenswichtig: Gelb, orange bis rot signalisierte süß, zuckrig und nahrhaft, grün hingegen sauer und energiearm, weiß und grau salzig, während violett, braun und schwarz auf bitter hindeutete, im schlimmsten Fall auf faul und verdorben. Diese Assoziationsmuster scheinen laut Studien bis heute zu wirken und werden gerne von der Lebensmittelindustrie, aber auch der Diät- und Ernährungswissenschaft genutzt. Weil wir bei Rot unterbewusst süßere und

energiereichere Lebensmittel erwarten, wählen wir sie zwar bevorzugt, essen aber auch weniger davon – sogar bei auf roten Tellern serviertem Essen funktioniert diese farbliche »Essbremse«: Selbst unser Sättigungsgefühl lässt sich offensichtlich durch visuelle Wahrnehmung austricksen. Bereits die Farbe beeinflusst also unser Geschmacksempfinden. Bei einem Versuch erkannten 80 Prozent der Probanden das Aroma eines Orangetränks zwar aufgrund seiner typischen Farbe. Bei demselben Getränk, das farblos oder andersfarbig koloriert wurde, sank die Quote auf 30 Prozent! Noch erstaunlicher: Wird unsere visuelle Erwartung geschmacklich nicht erfüllt, hilft unser Gehirn bis zu einem gewissen Grad nach bzw. lässt sich täuschen. Auch wenn der grüne Apfel messbar nicht sauer schmecken kann, korrigiert unser Gehirn