

Das Auge isst mit

Lebensmittel Farben beeinflussen unser Essverhalten nachhaltig. Die einen mögen bunte, die anderen einfarbige Lebensmittel. Farben wecken Erwartungen oder raten uns vom Genuss ab.



Warme Farben wie Rot, Orange, Gelb oder Braun regen den Appetit an. Bilder: Keystone

Angela Bernetta

Menschen sind visuelle Wesen. Sie mögen schöne Dinge. So erscheint ihnen ein satter Apfel um einiges begehlicher als ein blassgelber schrumpeliger. Auch naschen sie lieber von bunten Süßigkeiten als farblich sortierten, wie eine US-Studie kürzlich belegte. Denn das Auge isst mit. Doch nicht alle Farbvariationen vermögen zu begeistern. Pinker Kartoffelstock an blauer Sauce beispielsweise wird lediglich von Kindern geliebt. Erwachsene haben gelernt, dass es eben keinen pinken Kartoffelstock gibt. Bereits unsere Vorfahren orientierten sich bei der Nahrungssuche an den Farben der Natur. Und lernten so, welche Produkte geniessbar sind und welche man meiden sollte.

Warme und kalte Farben

Was früher dem Überleben geschuldet war, beeinflusst unser Essverhalten noch heute. «Wenn uns die Farbe und das Aussehen eines Nahrungsmittels gefallen, dann macht das Lust auf mehr», sagt Nicole Meybohm, ernährungspsychologische Beraterin mit eigener Praxis und Präsidentin des Schweizer Berufsverbands epb-Schweiz. Noch vor dem Essen weckt der visuelle Eindruck eine Geschmackserwartung. Denn gut aussehende Produkte suggerieren Qualität, ein satter Farbton verspricht Frische und Geschmack.

«Warme Farben wie Rot, Orange, Gelb oder Braun regen den Appetit an», ergänzt Nicole Meybohm. Unternehmen wie die Migros oder eine amerikanische Fast-Food-Kette nutzen diese Erkenntnis geschickt und verwenden warme Farbtöne nicht nur für das Firmenlogo. «Kalte Farben wie Blau, Schwarz und Violett hingegen weisen uns ab.» Bereits unsere Vorfahren sollen einen Bogen um Nahrungsmittel in diesen Farben gemacht haben, sind sich Lebensmittelforscher einig. Sie weisen auf Gift und Fäulnis hin.

Farbassoziationen bilden sich beim Menschen früh aus. «Bereits von klein auf lernen wir, anhand der Farbe auf Reife und Zustand eines Nahrungsmittels zu schliessen», erklärt Nicole Mey-

bohm. Welche Speisen und Getränke wir letztlich aber mögen, hängt auch von Familie und Kultur ab. Kinder sind offen und lieben buntes Essen. «Während ihrer Entwicklung durchleben sie intensive Farbphasen und essen gerne mal Gerichte mit den verrücktesten Farbkombinationen.»

Farbpräferenzen verrücken

Geschmackserwartungen lassen sich manipulieren. Nicole Meybohm berichtet von einem Experiment, bei dem die eine Gruppe der Probanden gesüsstes Weissen und die andere ungesüsstes, rot eingefärbtes Naturjoghurt vorgesetzt bekamen. «Die Testenden waren verwirrt, da sie beim Verkosten jeweils das Gegenteil erwarteten.» Erkenntnisse wie diese macht sich die Lebensmittelindustrie zunutze und setzt zusätzlich Farbstoffe ein, um den Konsumierenden mehr Aroma vorzugaukeln.

Auch Food- und Gesundheitstrends können Farbpräferenzen verrücken. «Derzeit sind violette Kartoffeln und lila Blumenkohl gefragt», sagt Nicole Meybohm. Violette Früchte und Gemüse weisen einen hohen Anteil an Anthocyanen auf. Diese sekundären Pflanzenstoffe gelten als gesund und lassen viele ihre Ab-

neigung gegen dunkelfarbene Produkte überwinden.

Gehirn nimmt Geschmack wahr

Geschmack ist die Summe aller Sinneswahrnehmungen. «Crossmodale Wahrnehmung heisst der Prozess, der die verschiedenen Sinneswahrnehmungen miteinander in Beziehung setzt», erklärt Nicole Meybohm. «Von Geburt an lernen wir so, wie beispielsweise Muttermilch schmeckt.» Das sinnliche Erleben bleibt haften und formt nach und nach unser Essverhalten. «Bei allem, was wir wahrnehmen, dominiert in unserer Gesellschaft der Sehsinn», ergänzt die ernäh-

«Bereits von klein auf lernen wir anhand der Farbe, auf Reife und Zustand eines Nahrungsmittels zu schliessen.»

Nicole Meybohm, ernährungspsychologische Beraterin



Fade Lebensmittel werden gerne in roter, gelber oder oranger Verpackung angepriesen.

Senioren: Oft die falschen Medikamente

Ärzte Das falsche Medikament oder eine falsche Dosis können verheerende Folgen haben. Eine Studie der Uni Zürich zeigt, wie oft solche Zwischenfälle in Schweizer Hausarzt- und Kinderarztpraxen vorkommen. Besonders häufig sind demnach ältere Patienten betroffen.

Ein Jahr lang sollten 148 Hausärzte und 32 Kinderärzte in der Schweiz Fehler bei der Medikation ihrer Patienten melden. Aus diesen Angaben haben Forschende des Instituts für Hausarztmedizin der Uni Zürich eine Schätzung errechnet, wie oft und welche Fehler sich ereignen. Davon berichten sie im Fachblatt «BMJ Open».

Demnach geschehen im Durchschnitt pro Hausarzt zwei Fehler pro Jahr, oder 47 pro 100 000 Patienten. Bei Kinderärzten liegt die Fehlerrate deutlich tiefer, bei 0,15 Fehlern pro Arzt und Jahr oder knapp 3 pro 100 000 Patienten. Die meisten Fälle hingen mit einer falschen Dosierung zusammen, schrieben die Forschenden im Fachartikel. Auf Platz zwei folgte die Wahl des falschen Medikaments.

Im Vergleich zu Spitälern würden die Hausärzte mit dieser niedrigen Fehlerquote sehr gut dastehen, sagte Studienautor und Hausarzt Markus Gnädinger dem Nachrichtenportal «Watson». Auch wenn man die Situation nicht direkt vergleichen könne, räumte er ein.

Die Dunkelziffer unerkannter Fehler könnte jedoch deutlich höher liegen: «Viele Fehler haben keine Folgen und werden daher weder vom Hausarzt noch vom Patient bemerkt», sagte Gnädinger gegenüber «Watson». Ausserdem hatten die teilnehmenden Mediziner einer abschliessenden Befragung zufolge rund die Hälfte der Zwischenfälle nicht gemeldet. Meist aus Zeitmangel oder weil sie es vergessen hatten, wie sie angaben. Dies korrigierten die Studienautoren für ihre finale Schätzung der Fehlerhäufigkeit.

Besonders häufig betroffen sind der Studie zufolge ältere Patienten, die pflegebedürftig sind. In vielen Fällen (17 Prozent) sahen die befragten Mediziner denn auch die «Schuld» für den Fehler beim Heim, wo der Patient oder die Patientin lebt. Noch häufiger sahen sie sich jedoch selbst in der Verantwortung, mit 21,5 Prozent. Als Ursache gaben sie meist mehrere Gründe an, häufig nannten sie mangelnde Aufmerksamkeit. *sda*

Erwartungen an soziale Partner

Tiere Schimpansen reagieren enttäuscht, wenn sie von ihren menschlichen Partnern nicht so gut wie sonst behandelt werden. «Wenn sie vom Menschen eine weniger beliebte Belohnung erhielten, waren die Schimpansen enttäuscht und verweigerten diese häufig», erklärte der Wissenschaftler Jan Engelmann vom Max-Planck-Institut für evolutionäre Anthropologie in Leipzig nach Verhaltensexperimenten mit den Tieren.

So liessen die Schimpansen zum Beispiel das zuvor benutzte Werkzeug auf den Boden fallen oder zogen sich in eine Ecke des Raumes zurück. In einigen Fällen warfen sie das Werkzeug sogar auf den Menschen.

In dem Test mussten Schimpansen Werkzeug benutzen, um an Futter zu gelangen. Während der eine dafür ein attraktives Leckerli als Belohnung erhielt, fiel diese für den anderen karger aus. Allerdings richtete sich der Frust nicht gegen den Schimpansen, der besser wegkam. Die Enttäuschung blieb auch aus, als das Futter automatisch von einer Maschine verteilt wurde. «Der soziale Vergleich, der einen so wichtigen Aspekt des menschlichen Sinnes für Fairness darstellt, scheint bei Schimpansen demnach keine Rolle zu spielen», betonte Engelmann. Die Ergebnisse zeigten aber, dass Schimpansen soziale Erwartungen an soziale Partner ausbilden: «Dies ist ein wichtiger Schritt auf dem Weg zu einem Moralempfinden.» *sda*

Ins rechte Licht rücken

Bei der Vermarktung ihrer Produkte nutzt die Lebensmittelindustrie unsere Erwartungen gezielt. Oft geht die optische Präsentation von Lebensmitteln in Supermärkten einher mit einer farbigen Beleuchtung, die Gemüse, Früchte, Fleisch und Co. ins rechte Licht rücken. Auch werden fade Produkte gerne in roter, gelber oder oranger Verpackung präsentiert. «Und in der Werbung werden geschickt Bilder und Geräusche miteinander kombiniert, um beim Konsumenten Erwartungen und folglich die Kauflust zu wecken», ergänzt Michaela Picker-Bailer.

Interessant ist das Ergebnis einer kürzlich durchgeführten Studie der Universität Oxford. Die Forscher und Forscherinnen fanden heraus, dass rote Teller offenbar den Hunger schmälern. Bei den Versuchen zeigte sich, dass die Probanden und Probandinnen weniger von roten als von Tellern anderer Farben assen.

Was bei Lebensmitteln anziehend wirkt, schreckt offenbar beim Geschirr ab. Rot sei die schlechteste Farbe für Geschirr, wenn Menschen aus gesundheitlichen Gründen essen sollten, präzisieren die Wissenschaftler. Es könnte aber auch daran liegen, dass die Farbe Rot in vielen Kulturen als Warnsignal verwendet wird und uns rote Teller deshalb einfach nur abschrecken.