

„Einfluss einer Sinnesschulung auf die
hedonische Bewertung von
Milchprodukten“¶

¶

¶

Bachelorarbeit¶

Arbeit zur Erlangung des Grades ¶

Bachelor of Science (Oecotrophologie)¶

Angefertigt im Fachbereich Oecotrophologie ¶
der Hochschule Fulda¶

¶

¶

¶

Referent: Prof. Dr. Joerg Hampshire (Hochschule Fulda)¶

Koreferent: Dr. Fred Braun (muva.kempten)¶

¶

¶

vorgelegt von: → → Juliane Klenk¶
→ → → → Eichholzweg 6¶
→ → → → 74523 Schwäbisch-Hall¶
→ → → → Juliane.Klenk@gmx.de¶

Matrikel-Nr.: → → 122468¶

Abgabe am: → → 04.04.2008.....Abschnittswechsel (Nächste Seite)

¶

¶

10 Zusammenfassung¶

Sinnesschulungen finden ihre Begründung in der Ernährungs-erziehung, da ¶
angenommen wird, dass durch die Sensibilisierung der Sinneswahrnehmung eine
Veränderung der Ernährungsgewohnheiten bewirkt werden kann. Daher wird in dieser
Untersuchung mit Hilfe einer Sinnesschulung versucht die Beliebtheit von regionalen
bzw. natürlichen Testprodukten zu steigern. ¶

Hierzu wurden hedonische Daten von 40 Schülern der Kollegstufe (13 männlich, 27
weiblich) erfasst. Die Schüler bewerteten zwei Testproduktgruppen vor und nach der
Sinnesschulung nach ihrer Beliebtheit. Die Testprodukte waren handwerklich
hergestellte, regionale Emmentaler, Vanillemilch aus Vanilleschoten, sowie jeweils
vergleichbare konventionelle Produkte. Die vier Emmentaler sowie die vier
Vanillemilchvarianten wurden jeweils von den Schülern anhand einer Akzeptanz- und
Rangordnungsprüfung vor und nach der Sinnesschulung bewertet. Vor der ersten
Erhebung wurde von den Probanden ein Fragebogen zur Verzehrshäufigkeit und
Beliebtheit der Testprodukte beantwortet, um zu gewährleisten, dass die Produkte
nicht auf komplette Ablehnung stoßen. Die Testprodukte Emmentaler und Vanillemilch
wurden von den meisten Probanden akzeptiert. Die Untersuchung ist in drei Teile
gegliedert, wobei die hedonischen Bewertungen der Testprodukte den Rahmen bilden.
Zeitlich dazwischen fand die Sinnesschulung an zwei Allgäuer Gymnasien jeweils
einen Nachmittag lang statt. Es wurde eine sensorische Grundschulung durchgeführt,
die sich an den von der muva kempten angebotenen sensorischen Basisschulungen
orientierte. ¶

Nach der durchgeführten Sinnesschulung konnte keine Beliebtheitssteigerung der
natürlichen bzw. der traditionell hergestellten Testprodukte nachgewiesen werden.
Jedoch konnten teilweise positive Tendenzen gezeigt werden, die darauf hinweisen,
dass eine speziellere Schulung auf die Testprodukte durchaus Veränderungen erzielen
könnte. Die Attribute auf die in der Schulung speziell eingegangen wurde, wie die
„Würzigkeit“ bei Emmentaler und die „Süße“ bei der Vanillemilch weisen im
Akzeptanztest tendenziell positiv zu bewertende Veränderungen auf. ¶

Im Attribut „Würzigkeit“ werden nach der Sinnesschulung die handwerklich
hergestellten Emmentaler signifikant besser akzeptiert ($p < 0,5$) als der konventionelle
Emmentaler aus dem Discounter. Die weniger süßen Vanillemilchvarianten werden
nach der Schulung besser akzeptiert als die süßen Varianten, dies ist jedoch nicht
signifikant. Die Gründe dafür, dass keine Beliebtheitssteigerung der natürlicheren bzw.
regionalen Testprodukte erreicht werden konnte, sind vor allem in der kurzen und nicht
speziell auf die Testprodukte ausgerichteten Schulung zu sehen. ¶

11 Abstract¶

Sensory trainings are based on the foundation of nutrition education. That is because of the assumption that the sensitisation of sensory cognition can change eating habits.¶ In this study an increase in popularity of local and natural products through a sensory training was anticipated. In this context "natural" means no application of synthetic flavouring substances.¶

Hedonic data of 40 students age 16 to 21 (13 male, 27 female) was collected.¶

The students rated two test products before and after the sensory training according to their popularity. Four different Emmentaler cheeses and four different vanilla milks were used as test products. Two of the Emmentaler cheeses were produced locally and traditionally. The other two Emmentaler were conventional products. Two of the vanilla milks were produced with synthetic vanillin and the others with authentic vanilla beans. The students tested and rated these products using a consumer test, which included an acceptance test and a ranking test, before and after the sensory training.¶

Prior to the first consumer test, the subjects filled out a characterisation questionnaire. The questionnaire also guaranteed that the subjects did not absolutely dislike the test products. Most students accepted Emmentaler and vanilla milk.¶

This study is subdivided into three main parts. Part one and three consisted of the consumer tests. Chronologically between these consumer tests the sensory training was carried out at two high schools.¶

The sensory training was designed according to basic sensory courses offered by the laboratory and service centre muva.kempten.¶

In this study, it was not possible to demonstrate an increase in popularity of local and traditionally produced products through the use of this sensory training. However, there are positive tendencies. These tendencies show that if the sensory training had been more specific, it could have been possible for the training to cause more positive changes. In some attributes of the test products like "spiciness" and "sweetness", which were specifically trained, it was possible to influence that ratings towards a higher acceptance of local and traditional products. Regarding the attribute "spiciness", after the sensory training the acceptance of the traditionally produced Emmentaler cheeses were significantly higher than the acceptance of the conventional Emmentaler cheese from the discounter. After the training the less sweet vanilla milk is more popular than the sweet variation, but the difference is not significant. Reasons which can account for the fact that no significant increase in popularity of natural and local products was found, are for example the short time period of the sensory training and the lack of a specific training with the actual test products.¶.....Abschnittswechsel (Nächste Seite).....