
Inhalt

Vom Sinn der Sinne (<i>G. Hildebrandt</i>)	9
1 Sinnesleistungen verstehen	11
1.1 Die sensorische Wahrnehmung (<i>K. Dürrschmid</i>)	12
1.2 Was benötigt man für menschliche Sinneswahrnehmungen? Eine Checkliste (<i>K. Dürrschmid</i>)	15
1.2.1 Haben Sie Ihre „fünf Sinne“ beisammen?	15
1.2.2 Der Geruchssinn oder der wortlose Luftikus mit emotionaler Hirnanbindung	23
1.2.3 Der Geschmackssinn oder der wässrige Chemiker unter den Sinnen	33
1.2.4 Der Sehsinn oder der visionäre Konstrukteur der Ferne	48
1.2.5 Das Gehör oder der Nano-Tanz der Schneckenhaare	54
1.2.6 Der Tastsinn oder das Mechaniker-Team der Wahrnehmung	57
1.2.7 Vom Homunkulus zum Homo sapiens sapiens	61
1.3 Genuss entsteht im Kopf (<i>J. K. Mai</i>)	62
1.3.1 „Geschmack“ ist Ouvertüre – Genuss der Event	62
1.3.2 Die Mitspieler	63
1.3.3 Geschmack	63
1.3.4 Geruch	64
1.3.5 Gefühl	68
1.3.6 Weitere Mitspieler	69
1.3.7 Wo kommt die Integration (Synthese) der einzelnen Facetten zustande?	69
1.3.8 Wo und wie entstehen die emotionalen Register unserer sinnlichen Erfahrung?	71
1.3.9 Hedonistische Landkarte	71
1.3.10 Erwartungshaltung und Erwartungsfehler	72
1.3.11 Griff in die Trickkiste – Kunstgerichte	73
1.3.12 Adaptation und Habituation	74
1.3.13 Der Genuss, die Lust und der Rausch	74
1.3.14 Deprivation	74
2 Professionelles Testen	77
2.1 Die Fragestellung macht's (<i>G. Hildebrandt</i>)	78
2.2 Über Geschmack lässt sich nicht streiten – Sensorische Analytik im Überblick (<i>M. Busch-Stockfisch</i>)	80
2.2.1 Was kann Sensorik?	80
2.2.2 Was nimmt der Mensch wahr? Super-Taster vs. Non-Taster	81

2.2.3	Sensorik ein Interdisziplinäres Instrument	83
2.2.4	Was kann das Messinstrument Mensch? Deskriptives Panel versus Konsumentenpanel	83
2.2.5	Analytische Tests versus affektive Tests: die analytischen Prüfungen	85
2.2.6	Analytische versus affektive Tests: Hedonische oder affektive Prüfungen	90
2.2.7	Preference Mapping	91
2.3	Das schmeckt ja alles gleich (<i>M. Manthey-Karl / J. Oehlenschläger</i>)	93
2.3.1	Einleitung	93
2.3.2	Was leisten Diskriminierungsprüfungen?	95
2.3.3	Welches Ergebnis erhält man mit Diskriminierungsprüfungen?	96
2.3.4	Welche Diskriminierungsprüfungen gibt es?	97
2.4	Experten ade? (<i>G. Hildebrandt</i>)	108
2.4.1	Einfach beschreiben ist nicht so einfach.	108
2.4.2	Vier Punkte für „salzig“	112
2.4.3	Das müsste auch anderen schmecken.	114
2.4.4	Reizmessgerät oder Fehlersuchmaschine?	118
2.4.5	Bezugsstandard und Auftritt der hedonischen Bandbreite	121
2.4.6	Materieller und immaterieller Standard	123
2.4.7	Kontrolle ist besser	126
2.4.8	Expertenkonzentrat	127
2.5	Der Mensch als Messinstrument (<i>C. Rummel</i>)	129
2.5.1	Entwicklung der Sensorischen Analyse.	129
2.5.2	Voraussetzungen zum Aufbau eines deskriptiven Panels	130
2.5.3	Auswahl der Panelisten	131
2.5.4	Training des Panels	132
2.5.5	Das Messinstrument im Einsatz	135
3	Richtig prüfen	141
3.1	Der Teufel steckt im Detail (<i>G. Hildebrandt</i>)	142
3.2	Blumige Worte für fruchtige Weine (<i>M. Deibel</i>)	144
3.2.1	Von der Angst und Lust im Spannungsfeld des Weingenusses	144
3.2.2	Von der Unfähigkeit sich zu artikulieren.	146
3.2.3	Von der Entwicklung einer neuen Sprache	148
3.2.4	Von einer Sprache auf der Suche nach der Präzision.	150
3.2.5	Vom Reden über Wein: wer, wie und warum?	153
3.2.6	Von Rädern und Aromen.	155
3.2.7	Von einer Fachsprache ohne Nomenklatur	156
3.2.8	Ein kurzes Fazit	158
3.3	Sensorik von Aints wegen (<i>G. Schmitz-Pooyan / H.-J. Klare</i>)	159
3.3.1	Probeneingang.	159
3.3.2	Vorgaben an die Methodik.	159

3.3.3	Verbindliche Anleitung	160
3.3.4	Sensorische Prüfung durch „Experten“	160
3.3.5	Rahmenbedingungen	162
3.3.6	Die Durchführung der sensorischen Prüfung in zwei Modulen	162
3.3.7	Praktische Umsetzung	163
3.3.8	Besondere sensorische Prüfungen	166
3.3.9	Amtliche Sensorik in der Praxis	166
3.4	Guten Appetit mit Geschmacksgarantie – Sensorik in der Industrie (<i>J. Jacob</i>)	170
3.4.1	Vom Mangel zum Überangebot	170
3.4.2	Der Verbraucher, das unbekannte Wesen	170
3.4.3	Die Suche nach den erfolversprechenden Produkten und Geschmackstrends	171
3.4.4	Sensorik und Produktentwicklung	173
3.4.5	Produktsicherung	179
3.5	Wie schmeckt Bio? (<i>W.-R. Stenzel</i>)	189
3.5.1	Aufstieg der Bio-Lebensmittel	189
3.5.2	Lebensmittelrechtliche Einordnung	189
3.5.3	Qualität von Bio-Lebensmitteln aus wissenschaftlicher Sicht	191
3.5.4	Beziehung zwischen Prozess- und Produktqualität	192
3.5.5	„Schmecken“ Bio-Lebensmittel anders?	193
3.6	Alles frisch – aber was ist frisch? (<i>H. J. Buckenhüskes</i>)	196
3.6.1	Einleitung	196
3.6.2	Die sprachliche Sicht	197
3.6.3	Exkurs in Richtung „Frischhaltung“	198
3.6.4	Frische und Aussehen	199
3.6.5	Antike und Altertum	201
3.6.6	Naturphilosophische Betrachtungen	203
3.6.7	Neuzeit	204
3.6.8	Frische Lebensmittel	205
3.6.9	Frische Convenience	206
3.6.10	Frischekriterien	207
3.6.11	Abschließende Bemerkungen	207
3.7	Der Weg zum Tester (<i>A. Weber-Pedrotti / W.-D. Müller</i>)	208
3.7.1	Jäger und Sammler	208
3.7.2	Spürnasen	209
3.7.3	Eichpflicht für Prüfer	210
3.7.4	Anforderungen und Ziele der Ausbildung	211
3.7.5	Erfahrungen in der sensorischen Beurteilung von Lebensmitteln	213
3.7.6	Die sensorische Karriere	214
3.7.7	Das DLG-Schulungssystem	215
3.7.8	Der DLG-Qualifikationstest	220

4 Der kulinarische Aspekt	221
4.1 Warum es schmeckt (<i>G. Hildebrandt</i>)	222
4.2 Schauen statt schmecken – Die kulturelle Dimension von Ernährung und Genuss (<i>G. Hirschfelder</i>)	224
4.2.1 Vom Nahrungsmittel zum Lebensmittel	224
4.2.2 Wer bestimmt, was wir mögen?	224
4.2.3 Steinsteinsnack in der Fußgängerzone	226
4.2.4 Die Wirkkraft der Vergangenheit	228
4.2.5 Fresswelle – Reisewelle – Ökowelle: Der Weg zur Esskultur der Gegenwart ..	230
4.3 Sensorische Kriterien eines Restaurantkritikers (<i>B. Matthies</i>)	234
4.3.1 Die schmale Zone der Objektivität	234
4.3.2 Die Produkte	235
4.3.3 „Das zergeht auf der Zunge“	236
4.3.4 Die Religion des Eigengeschmacks	236
4.3.5 Die Sauce im Funktionswandel	237
4.3.6 Die Sache mit dem Gemüse	237
4.3.7 Das Ende der Menüregeln	238
4.3.8 Der Aufstieg der Kontraste	239
4.3.9 Attacke!	239
4.3.10 Die wissenschaftliche Restaurantkritik	240
Register	241