

GASTWIRTSCHAFT
Streit über
Geschmack
Guter Rat ist
manchmal nicht teuer



Von Marcel Schütz

Bevorzugen Sie am Abend ein Glas Rotwein oder Weißwein? Wünschen Sie einen Tropfen aus Baden, Italien oder Vietnam? Und wie wäre es mit einem saftigen Steak: Regional vom Fleischer nebenan oder aus ökologischer Erzeugung im Ausland?

Es könnte sein, dass die Entscheidungen nicht allein nach Gaumenfreude und kulinarischer Kennerschaft fallen, sondern sekundäre Einflüsse die Geschmacksvorliebe prägen – selbstverständlich gewordene Erwartungen. Dies ist das statistisch signifikante Ergebnis einer Verkostungsstudie der Universität Zürich. Züricher Konsumenten kosteten in der Stadt je zweimal trüben und klaren Apfelsaft, der als Produkt eines Schweizer Hofguts und eines Markenherstellers ausgewiesen wurde. In Wahrheit handelte es sich bei den vier Varianten um zwei.

Naturtrübe Apfelsäfte stehen im Ruf, gesünder zu sein als die klaren Alternativen. So sprachen die Konsumenten auf beide trüben Säfte positiver an. Deutlicher unterschieden sie beim klaren Saft. Der Variante Hofgut wurde eine bessere degustative Qualität bescheinigt als der identischen des Markenherstellers.

In einem anschließenden Fragebogen hatten die Konsumenten zu bewerten, ob sie mit dem Hofgut-Angebot authentische Produktionsweise (regional, ökologisch, handwerklich) verbinden – die klare Mehrheit bestätigte dies – und wie wichtig ihnen diese ist. Im Ergebnis spielte Authentizität eher überschaubar, für zwei Fünftel, eine Rolle. Der Hofgut-Saft, so die Auswertung, schmeckte nur dann deutlich besser, wenn Zuschreibung und Priorität zusammentrafen.

Lebensmittel die als authentisch gelten, erfahren besonders positive Bewertung. Vorlieben zugunsten bestimmter Produkte sind insofern selbst Produkt gesellschaftlich-kultureller Prägungen. Anbieter können sich dies zunutze machen, haben jedoch zu bedenken, dass nur ein begrenzter Teil an Kunden (hier 18 Prozent) darauf maßgeblich anzusprechen ist.

Auch die Autoren haben einen Tipp: „Für Konsumenten empfiehlt es sich, die Qualität von Lebensmitteln auch unabhängig von Präsentationsformen und Bezeichnungen zu vergleichen.“

Guter Rat ist manchmal nicht teuer. Und vielleicht kann man sich damit was anständiges kaufen.

Der Autor ist Research Fellow im Fach Betriebswirtschaft an der Northern Business School Hamburg. Daneben lehrt er Soziologie an der Universität Bielefeld.