

*Marktforschung über den Gaumen*

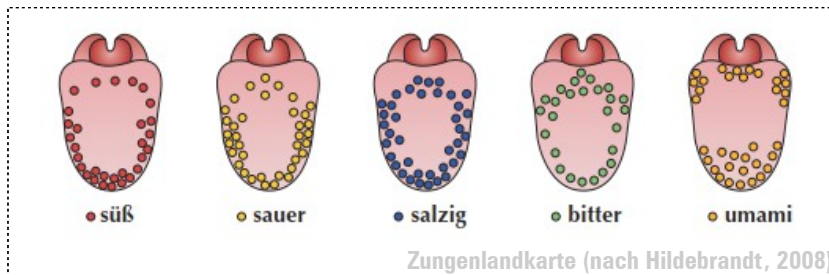
# **Lebensmittelsensorik**

**Produktbeschreibung**



## Sensorik

Über die fünf Sinnesorgane nimmt der Mensch Zustände und Vorgänge in der Umwelt wahr: mit Augen, Ohren, Nase, Zunge und Haut empfangen wir Reize und bewerten diese im Gehirn anhand bereits gelernter Informationen. Die Sensorik ist nun die Wissenschaft vom Einsatz menschlicher Sinnesorgane zu Prüf- und Messzwecken und wird vor allem in der Lebensmittelindustrie für die Qualitätskontrolle und die Produktentwicklung eingesetzt. Einsatzgebiete finden sich betriebsintern im Bereich Forschung & Entwicklung, Qualitätssicherung und im Marketing, betriebsübergreifend in der amtlichen Qualitätskontrolle, in Leistungsvergleichen und bei Verbrauchertests: gerade letztere finden bei der Vergabe von Hauben, Gläsern und ähnlichem auch in den Medien breite Resonanz.



## Sensoriktests

Je nach Einsatzgebiet und Zielsetzung kommen zwei gänzlich unterschiedliche Typen von Sensoriktests zum Einsatz. Wenn es darum geht, möglichst objektiv die sensorischen Eigenschaften eines Produktes zu beschreiben, dann müssen geschulte Prüfer an die Arbeit: hier geht

es also darum, objektiv – so wie mit einem chemischen Messverfahren – Produkteigenschaften zu erfassen. Diese Prüfer haben Expertenstatus, das Ergebnis entspricht eher einem **Gutachten** als einer Einschätzung.

Ein gänzlich anderer Ansatz kommt dann zur Anwendung, wenn das Ziel eines Sensoriktests die Messung der Verbraucherwahrnehmung oder jene der Verbraucherpräferenz ist. Dieser Ansatz baut methodisch auf einer Konsumentenstichprobe auf: während bei den **Wahrnehmungstests** die sensorische Wahrnehmung im Vordergrund steht, indem z.B. geprüft wird, inwieweit Unterschiede in Rezepturen erkannt werden, geht es bei den **Akzeptanztests** um die Messung von Präferenzen, wobei hier natürlich unterschiedliche Zielgruppen ins Spiel kommen.

<b>Sensorische Gutachten</b>	<b>Konsumententests</b>	
	<b>Wahrnehmung</b>	<b>Präferenz</b>
<b>Geschulte Prüfer</b>	<b>„normale“ Verbraucher</b>	
<b>Lebensmittelstichprobe</b>	<b>Verbraucherstichprobe</b>	
<b>“Messung” von sensorischen Qualitäten</b>	<b>Sensorische Wahrnehmung von Veränderungen, Unterschieden, ...</b>	<b>Akzeptanz, Präferenz</b>
<b>Teststudio</b>	<b>Kontroll. Umgebung</b>	<b>Nicht relevant</b>

Unterschiedliche Sensoriktests

Bei Wahrnehmungstests wird die Testumgebung in der Regel kontrolliert: Temperatur, Probenmenge, Art der Verpackung usw. werden gleich gehalten. Bei Akzeptanztests will man dagegen gerade eine für die Testperson übliche Konsumsi-

tuation vorliegen haben, sodass zu viel Kontrolle kontraproduktiv sein kann.

## Methoden

**apollis** führt keine sensorischen Gutachten durch, sondern ausschließlich Konsumententests. Wenn man dabei die spezifischen Aspekte der Datensammlung, also die sensorische Prüfung durch den Konsumenten selbst, außer Acht lässt, dann sind dieselben Aufgabenstellungen zu bewältigen, die bei einer einfachen Befragung oder bei einem Copytest in der Werbewirksamkeitsforschung auftreten, nämlich der fachgerechte Umgang mit Stichprobendaten. Neben standardisierten Skalen kommen spezifische Methoden zum Einsatz, die an die Aufgabe angepasst sind: bei Unterschiedsprüfungen werden verschiedene Anzahl an Proben vorgelegt (Duo-Test, Dreieckstest, 2-aus-5-Test usw.) und mit geeigneten statistischen Verfahren ausgewertet, bei Präferenztests werden Rankingverfahren mit Bewertungen auf standardisierten Skalen kombiniert.

## Kontakt

Beschreiben Sie uns Ihr Anliegen, wir diskutieren gerne unverbindlich mit Ihnen darüber. Prüfen Sie uns! Unsere Kontaktdaten:

### **apollis**

Institut für Sozialforschung & Demoskopie  
Dominikanerplatz 35  
39100 Bozen

Tel: +39-0471-970115

Mail: [info@apollis.it](mailto:info@apollis.it)

Fax: +39-0471-978245

Web: [www.apollis.it](http://www.apollis.it)