

Wie Musik den Geschmack von Lebensmitteln in Restaurants beeinflusst

Von Rightsify Group LLC

Tasty Sounds:

Wenn es um ein gutes Gericht geht, gibt es nichts Schöneres als hochwertige Zutaten, die gekonnt zubereitet werden. Mit zunehmendem Verständnis für sensorische Wahrnehmung und Neurologie zeigt sich jedoch, dass viele unerwartete Faktoren eine Rolle spielen.

Eine multisensorische Erfahrung:

Die meisten Menschen kennen den Zusammenhang zwischen Geschmack und Geruch. Deshalb schmeckt Essen langweilig, wenn wir uns die Nase einklemmen. Interessanterweise entsteht der Geschmack nicht nur im Mund. Unsere Tastebuds sammeln nur einen Teil des Bildes, das im Gehirn entsteht. Das ist richtig, Geschmack ist ein Bild, das im Gehirn erzeugt wird. In diesem Bericht werden wir uns darauf konzentrieren, wie Klang und Musik unser Geschmackserlebnis beeinflussen. Beginnen wir jedoch mit einigen anderen Umweltaspekten, um die Mechanismen bei der Arbeit zu verstehen.

Wussten Sie zum Beispiel, dass es darauf ankommt, wie wir unser Essen servieren? Eine schwerere Tasse oder ein schwererer Teller erhöhen die wahrgenommene Qualität des Getränks oder der Speisen, die darin oder darauf serviert werden. Wissenschaftler fanden auch heraus, dass positive Zertifizierungen auf Verpackungen wie „biologische“ oder „Freilandhaltung“ unser Geschmackserlebnis verbessern. Tatsächlich zeigt sich, dass selbst eine Marke aus fairem Handel, die keinen Einfluss auf die chemische Zusammensetzung (den tatsächlichen Geschmack) des Lebensmittels hat, Lebensmittel und Getränke in unserer Wahrnehmung schmackhafter macht.

Andere nicht schmeckbare Eingriffe wirken sich auch auf die Wahrnehmung des Geschmacks aus. Eine Studie zeigte, wie Menschen Wein als besser bewerten, wenn ein höherer Preis damit angezeigt wird. Interessanterweise wurden teurere Weine, wenn keine Preise angezeigt wurden, niedriger bewertet als billigere Beispiele, möglicherweise aufgrund der Tatsache, dass ungeübte Verkoster den einfacheren Geschmack billigerer Weine bevorzugen.

DINGE VERWALTBAR HALTEN:

Das Obige sind Vorurteile, die entstehen, wenn wir die Welt um uns herum wahrnehmen. Stellen Sie sich vor, wie viele Informationen zu einem bestimmten Zeitpunkt über unsere Sinne eingehen. Es wäre unmöglich, all diese Eingaben die ganze Zeit bewusst zu analysieren, daher sind unsere Gehirne als ultimative Mustererkenner verkabelt. Kombinationen sensorischer Eingaben werden kombiniert und schnell kategorisiert und angewendet. So können wir Situationen erkennen und innerhalb kürzester Zeit handeln. Denken Sie an dieses einfache Beispiel: Wir analysieren die Augen, den Mund, die Stirn, die Haltung und den Tonfall eines geliebten Menschen nicht bewusst, aber wir erkennen innerhalb von Millisekunden, ob er glücklich, wütend, traurig oder gleichgültig ist.

Ähnlich verhält es sich mit dem Geschmack und es lohnt sich für Gastronomen, diese Mechanismen zu verstehen. Mit ihnen können Sie Ihre positiven Auswirkungen auf Ihre Gäste auf sehr effiziente Weise maximieren. Im Folgenden werden wir einige Ideen zur Verwendung von Sound und Musik auf diese Weise vorstellen.

STIMMUNG MIT MUSIK EINSTELLEN:

Auf höchstem Niveau möchten Sie eine bestimmte Stimmung in Ihrem Veranstaltungsort einstellen. Ob es sich bei Ihrem Geschäft um ein angesagtes und geschäftiges Geschäft handelt, um ein klassisch

romantisches Geschäft, eine Oase der Ruhe auf einer belebten Straße oder einen pulsierenden Hotspot - Musik ist ein wirksames Instrument zur Bestätigung Ihrer Identität. Studien haben gezeigt, dass Musik den Empfang und die Bindung von Nachrichten im Marketing und im Branding unterstützt, wenn sie mit der Marke und der Nachricht übereinstimmt. Schlechte und markenfremde Musik schadet Ihrem Markenimage und sorgt für eine chaotische Atmosphäre, aber genau das richtige Genre wird Ihre Botschaft nach Hause bringen. Ihr Rightsify-Musikexperte kann Ihnen dabei helfen, einen für Sie perfekten Sound zu entwickeln.

Eine amerikanische Studie zeigte, dass Hintergrundmusik in Restaurants auch den wahrgenommenen Geschmack direkt beeinflusst. Die Forscher fanden heraus, dass emotionale Lebensmittel wie Schokolade bei Musik als besser schmeckend eingestuft wurden. Nicht emotionale Nahrungsmittel, zum Beispiel Paprika, waren nicht betroffen. Sie fanden heraus, dass das Musikgenre ebenfalls von Einfluss war. Jazzmusik zeigte an diesem Veranstaltungsort eine größere Wirkung als Klassik, Rock und

Eine amerikanische Studie zeigte, dass Hintergrundmusik in Restaurants auch den wahrgenommenen Geschmack direkt beeinflusst. Die Forscher fanden heraus, dass emotionale Lebensmittel wie Schokolade bei Musik als besser schmeckend eingestuft wurden. Nicht emotionale Nahrungsmittel, zum Beispiel Paprika, waren nicht betroffen. Sie fanden heraus, dass das Musikgenre ebenfalls von Einfluss war. Jazzmusik zeigte an diesem Ort eine größere Wirkung als Klassik, Rock und Hip Hop. Wie dieses Beispiel zeigt, wird unser Geschmackserlebnis von verschiedenen, manchmal überraschenden Faktoren bestimmt.

UMWELTTÖNE:

Neben der Musik lohnt es sich auch, den Umgebungslärm und die Akustik zu überprüfen. Eine offene Küche, harte Beton- oder Glasflächen und klapperndes Besteck sorgen für eine lebendige Atmosphäre, lösen jedoch nachweislich die Stresshormone Adrenalin und Cortisol bei den Gästen aus. Dies führt zu kürzeren Besuchsdauern, geringerer Zufriedenheit und geringeren durchschnittlichen Ausgaben. Stellen Sie sicher, dass sich Ihre Gäste jederzeit bequem unterhalten können, ohne ihre Stimmen zu erheben.

Betrachten wir nun die Einflüsse von Klang und Musik auf die Wahrnehmung des Geschmacks auf niedrigerer Ebene. Diese sind in Ihrem Unternehmen möglicherweise nicht so direkt anwendbar wie die oben genannten, aber es ist dennoch wertvoll und äußerst unterhaltsam, die zugrundeliegenden Mechanismen zu erkennen.

SOUND FRESH:

Einige Produkte sind am besten, wenn sie knusprig sind. Zum Beispiel Chips, Brotkruste, Kekse und frisches Gemüse und Obst. Diese Produkte haben ein ausgeprägtes Mundgefühl. Wir spüren sofort, wenn das Produkt aufgrund einer Weichheit oder Kaubarkeit abgestanden ist, die weniger angenehm ist als die frische, knusprige Alternative.

Interessanterweise zeigt die Forschung, dass ein großer Teil dieser Empfindung auf Geräusche zurückzuführen ist. Die Studienteilnehmer erhielten Kopfhörer, während sie knusprige Speisen probierten. Der Biss wurde entweder gedämpft oder über die Kopfhörer verstärkt. Es stellte sich heraus, dass die Bewertung von Frische und Geschmack unabhängig vom Mundgefühl in direktem Zusammenhang mit der Lautstärke des Crunchs stand.

FREQUENZBEREICH & GESCHMACK:

Wir können auf einfache Weise eine Reihe verschiedener Farben von warm (z. B. braun) bis kalt (blau) oder von geringer Intensität (blassrosa) bis hoher Intensität (gesättigtes Magenta) anordnen. Wir können genau dieselben Adjektive auf Klänge anwenden: von warmen Bässen bis zu kühlen Klängen wie zerbrechendem Glas. Oder von leisem Flüstern bis zu intensiven Rufen. Es scheint, dass unsere Sinne bei der Analyse unserer Umgebung einige gemeinsame Vokabeln und Assoziationen haben.

Sie könnten versuchen, genau dasselbe mit dem Geschmack zu tun. Jeder gute Koch weiß, dass Sie die Baßnoten von Bitteren oder Fetten mit hohen Noten von Süßigkeiten oder Saurem ausgleichen möchten, etwa mit einer mittleren Auswahl an Umami oder Salzen. Dies scheint eine perfekte Parallele zu dem Bestreben eines Musikproduzenten zu sein, seine Basslinien mit Gitarren und Gesang in der Mitte und knisternden Becken und hohen Noten für die perfekt ausgewogene Mischung zu ergänzen.

Eine faszinierende Studie hat gezeigt, dass die obigen Beispiele in der Praxis sehr gut aufeinander abgestimmt sind. Tatsächlich beeinflussen sich der Geschmacksfrequenzbereich und der Musikfrequenzbereich sogar gegenseitig. Die Forscher haben bewiesen, dass das Spielen von tiefen Bässen die Bitterkeit von Schokolade betont, während hohe Töne das Gleiche für die Süße tun würden. Es zeigt, wie verwirrt unsere Sinne sind, dass das Umschalten von Tönen tatsächlich den Geschmack genau desselben Schokoladenstücks beeinflusst.

WENN MUSIK AUF WEIN TRIFFT:

Musik und Getränke haben immer sehr gut zusammenpasst (fragen Sie jeden Rockstar nach Anekdoten), aber es stellt sich heraus, dass Musik auch den Geschmack Ihrer Getränke beeinflusst. In einer wissenschaftlichen Studie nahmen Menschen an einer Weinprobe teil. Während die Verkoster dachten, sie bekämen unterschiedliche Weine, war es tatsächlich nur die Hintergrundmusik, die sich über die Verkostungen hinweg änderte. Von unbeschwerter Barockmusik bis zu schweren Symphonien aus der Romantik.

Es stellte sich heraus, dass die Leute sofort begannen, die Qualitäten der Musik dem Geschmack des Weins zuzuschreiben. Unter barocken Bedingungen war der Wein leicht und frisch, während er unter romantischer Musik als viel körperreicher und schwerer eingestuft wurde.

ENTWERFEN SIE EINE MULTISENSORISCHE ESSERFAHRUNG:

In der Gastfreundschaft werden Essen und Atmosphäre oft als zwei getrennte Einheiten behandelt. Das Essen und die Getränke sorgen für den Geschmack, das Dekor für die Stimmung. Mit zunehmendem Verständnis der Geschmackswahrnehmung verschmelzen die beiden Einheiten. Wir lernen, dass jedes kleine Detail wichtig ist und tatsächlich beeinflusst, wie wir das Gericht selbst wahrnehmen. Musik und Sound haben in dieser Hinsicht einen enormen Einfluss und verdienen besondere Aufmerksamkeit und Verwaltung. Bei Rightsify helfen wir Ihnen gerne dabei, ein multisensorisches Speiseerlebnis zu entwickeln!

Sie können den vollständigen Bericht über [Tasty Sounds hier](#) lesen.