



Bild Keystone

Wir sind Schoggi-Nasen

Schweizer empfinden den Duft von Schokolade intensiver als Nicht-Schweizer.

Wie Psychologen der Universität Genf mit US-Kollegen herausgefunden haben, **beeinflusst unsere soziale Identität – also unser Zugehörigkeitsgefühl zu einer Gruppe – unseren Geruchssinn**. So eine Mitteilung der Uni Genf von gestern. Forschende um Géraldine Coppin von der Universität Genf und Kollegen der New York University haben diesen Effekt nun am Beispiel der Schweizer Identität und ihres Einflusses auf das Empfinden von Schoggi-Duft erforscht. Sie konfrontierten dafür 25 Schweizer und 25 Nicht-Schweizer Studierende der Uni Genf mit zwei Düften – dem

von Schokolade und als Kontrolle dem von süßem Popcorn, der keinen Bezug zur Schweizer Identität hat. Die Probanden sollten bei jedem «Schnüffeln» auf einer Skala von eins bis zehn bewerten, wie angenehm, vertraut und intensiv sie die Düfte empfanden.

Die Schweizer Probanden bewerteten im Vergleich zu den anderen Teilnehmern den Schoggi-Duft als intensiver als die Nicht-Schweizer, auch wenn beide Gruppen mit den Tests auf das Bewusstsein um Schweizer Identität eingeschossen waren. Den Popcorn-Geruch bewerteten sie hingegen gleich. (sda)