



Login

- E-Paper-Archiv
- Abo
- Inserate
- Kontakt

Suchbegriff eingeben

- Home
- Nachrichten
- Sport
- People
- Ausgehen
- Leserbeiträge
- FN+

- Kanton
- Sense
- See
- Grossfreiburg
- Region
- Bern. Nachbarschaft
- Wirtschaft
- Schweiz
- Ausland

Menu

Psychologie | 13.10.2016 - 11:34

Schweizer Nasen riechen Schokolade intensiver

Schweizer empfinden den Duft von Schokolade anders als Nicht-Schweizer. Wie Psychologen der Uni Genf mit US-Kollegen herausgefunden haben, beeinflusst unsere soziale Identität - also unser Zugehörigkeitsgefühl zu einer Gruppe - unseren Geruchssinn.

Zu welchen Gruppen wir uns zugehörig fühlen beeinflusst, wie wir die Welt wahrnehmen, so eine Theorie der Sozialpsychologie. Obwohl es auch Hinweise gibt, dass sich unsere Kultur auf unser Empfinden von Gerüchen auswirkt, war die Rolle der sogenannten "sozialen Identität" für unseren Geruchssinn noch wenig erforscht, so eine Mitteilung der Uni Genf vom Donnerstag.

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.

Schoggi- versus Popcornduft

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.

In einer zweiten Phase wurden alle Probanden mit der Schweizer Identität konfrontiert, beispielsweise über Fragebögen, in denen sie Dinge auflisten sollten, die sie mit der Schweiz assoziieren, sowie positive und negative Eigenschaften von Schweizern.

Nach diesen Tests sollten sie noch einmal die beiden Düfte bewerten. Ausserdem bekamen sie die beiden Gerüche zu gleichen Teilen gemischt vorgesetzt und sollten angeben, ob der gemischte Duft eher Popcorn oder eher Schokolade ähnele.

Soziale Identität stärken

Fazit: 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 Geruch des Popcorns bewerteten sie hingegen gleich.

Nachrichten-Ticker

- 09:58
Martina Gedeck:
Angst darf unser
Leben nicht
beherrschen
- 09:43
Samsung testete
Note-7-Batterien in
eigenem Labor
- 09:09
Aarau inszeniert
Hermann Burgers
Roman "Lokalbericht"
- 09:02
Deutsche Industrie
mit höchster
Mitarbeiterzahl seit
2005
- 07:31
Marineparkbehörde:
Barrier Reef
angegriffen, aber
nicht "tot..."
- 07:24
Implenia geht im
Streit um den
Zürcher Letziggrund
vor Bundesgericht
- 06:40
Bericht: 25 Tote bei
Ausschreitungen in

Das Verstärken der sozialen Identität der Schweizer durch Beschäftigung mit dem Thema wirkte sogar dem Phänomen entgegen, dass ein Duft nach einiger Zeit seine Intensität verliert, weil sich die Nase daran gewöhnt. Das zeige, dass man das Geruchsempfinden beeinflussen könne, indem man die soziale Identität stärke, so die Psychologin Coppin gemäss der Mitteilung. Von den Ergebnissen berichten die Forschenden im Fachblatt "Scientific Reports".

SDA

[Artikel drucken](#)

brasilianischem
Gefängnis

- 05:15
Die Hülle für das Atomkraftwerk Tschernobyl soll 2016 fertig werden
- 04:04
Führender Rebellenkommandant in Donezk bei Bombenexplosion getötet
- 02:40
Brandsatz auf ein Büro der US-Republikaner geworfen

Die aktuellsten Blog-Einträge



Aufschreiben hilft

- von Michal Steinemann
. Ich nahm mir vor, eine Woche lang Tagebuch zu führen.
[weiter zum Blo](#)



Beeren Ingwer Streuselkuchen

Die Liebesgeschichte zwischen mir und Ingwer ist etwas speziell.
[weiter zum Blo](#)



Wahlka mpf zum Zweiten

Den folgenden 31 kulturellen Fragen müssten sich die 94 Kandidierenden stellen, wenn ich sie denn fragen könnte.
[weiter zum Blo](#)

meistkommentiert **mei**

- 1.
07.10.2016
Bruno Mars meldet sich nach vier

- Abo
- Inserate
- Kontakt
- Unternehmen
- AGB