Tagblatt Online 13. Oktober 2016, 11:34 Uhr

Schweizer nehmen Schoggi-Duft stärker wahr

Schokolade gehört einfach zur Schweiz. Das hat sich auch im Geruchsempfinden der Bevölkerung manifestiert. (Symbolbild) *(KEYSTONE/CHRISTIAN BEUTLER)*

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.

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)

ST. GALLEN 13° | 14° Prognosen

SCHLAGZEILEN

Neuste Artikel Meistgelesen Meistkommentiert

10:50 Ältester Panda gestorben

10:49 Schneider-Amman empfängt Portugals Präsident

10:43 Im Rausch Selbstunfall verursacht

10:41 Tiefe Pegelstände an Bodensee und Rhein

ANZEIGE:

ANZEIGE:

ANZEIGE:

OSTSCHWEIZER TRAUERPORTAL

TAGBLATT.CH / LESERBILDER

LESERBILDER: DIE NEUSTEN SCHNAPPSCHÜSSE

OSTSCHWEIZ WANDERPARADIES

Jede Woche ein neuer Wandervorschlag. Zwischen Bodensee und Ringelspitz liegt das Wanderparadies vor Ihrer Haustüre und bietet Ihnen Naturerlebnisse zu jeder Jahreszeit. ...

STERNE DAS HOROSKOP VON MONICA KISSLING