

26.04.2016 - 12:00 Uhr

## Ist Liebe eine Frage des Geschmacks? Neue Forschungen von Knorr zeigen: Mindestens eine von drei Personen würde sich um die Beziehung sorgen, falls der Partner nicht denselben Geschmack hat

Hamburg (ots) -

- Querverweis: Video ist abrufbar unter:  
<http://www.presseportal.de/nr/55039> -

- Querverweis: Bildmaterial wird über obs versandt und ist  
abrufbar unter <http://www.presseportal.de/pm/55039/3311451> -

Alter, Geschlecht, Wohnort ... Geschmack? Sind die  
Geschmacksvorlieben das Erste, wonach wir fragen sollten, wenn wir  
jemanden kennenlernen?

Die Ergebnisse einer neuen globalen Studie im Auftrag von Knorr  
deuten darauf hin.

78 Prozent der Befragten behaupteten, sich mehr zu jemandem  
hingezogen zu fühlen, der die gleichen Geschmacksvorlieben teilt. Die  
Untersuchung ergab aber auch, dass einer von drei Befragten eine  
Beziehung beenden würde, wenn der Geschmack des Partners nicht mit  
dem eigenen übereinstimmte. Für die Studie wurden über 12.000  
Personen in zwölf Ländern befragt.

Am Anfang einer Beziehung findet es über die Hälfte der Befragten sexy, neue Geschmacksrichtungen auszuprobieren. Allerdings  
hielten es 29 Prozent für unattraktiv, wenn jemand im Restaurant ein Gericht bestellt, das sie selbst nicht mögen. Daher ist es  
verständlich, dass einer von vier Befragten ein Essen auswählen würde, das er nicht mag, nur um einen Begleiter oder eine  
Begleiterin zu beeindrucken.

Geschmack ist wichtiger als Sex

Über drei Viertel der Umfrageteilnehmer war der Geschmack in ihrem täglichen Leben so wichtig, dass sie dafür andere Dinge  
opfern würden. 75 Prozent wären bereit, auf Social Media zu verzichten, 70 Prozent auf ihr Wahlrecht und 58 Prozent auf eine  
erfolgreiche Karriere. Bemerkenswert ist auch, dass fast die Hälfte der Befragten (48 %) lieber dem Sex entsagen würde als dem  
Geschmack beim Essen. Bei Männern beträgt dieser Anteil 42 Prozent, bei Frauen 55 Prozent.

Geschmacksexperiment als Kurzfilm

Um die Aussagen zu testen, führte Knorr ein besonderes Experiment durch. Einander unbekannte Personen wurden aufgrund ihrer  
Geschmacksvorlieben in Paare eingeteilt. Ihre persönlichen Vorlieben konnten die Versuchspersonen im Vorfeld mithilfe des Knorr  
Geschmacksprofilers <http://myflavour.knorr.com/de-DE/profiler> ermitteln. Die Ergebnisse des Experiments dokumentiert ein  
unterhaltsamer Kurzfilm mit dem Titel "Liebe geht durch den Magen" <https://youtu.be/xwx7NnPQ44U>. Regie führte Tatia Pileva,  
die bereits mit dem Video "First Kiss" einen viralen Hit landete.

Dazu Greg Tucker, Geschmacksexperte und Psychologe: "Seit über 30 Jahren studiere ich die Ver-haltensmuster, die unserem  
Lebensmittelkonsum zugrunde liegen. Die Forschungen von Knorr bestätigen etwas, das ich schon lange vermute: Lebensmittel  
und Geschmack sind Fenster zu unserem Charakter. Unsere Geschmacksvorlieben bieten einen wichtigen Einblick in unsere  
Persönlichkeit. Es ist also nicht weiter erstaunlich, dass wir auf der Partnersuche nach Seelenverwandten Ausschau halten, die  
auch essensverwandt mit uns sind. Knorr hat etwas aufgedeckt, das wir unbewusst tun. Ähnlich wie beim Aussuchen von Gerichten  
auf einer Speisekarte wählen wir auch unsere Partner mithilfe einer Liste von Eigenschaften, die uns wichtig sind. Jetzt ist klar: Wie  
gut wir zusammenpassen, entscheiden wir mit unseren Geschmacksnerven ebenso wie mit unserem Herzen."

Ukonwa Ojo, Senior Global Director Knorr bei Unilever, erklärt: "Geschmack spielt in vielen wichtigen Momenten unseres Lebens  
eine bedeutende Rolle. Für uns bei Knorr ist Geschmack eine Herzensangelegenheit. Indem wir den Einfluss des Geschmacks auf  
zwischenmenschliche Beziehungen untersuchen, stellen wir seine Bedeutung spielerisch auf die Probe. Im Film sprühen zwischen  
Menschen mit denselben Geschmacksprofilen merklich die Funken. Das zeigt, dass ein identisches Geschmacksprofil die  
Geheimzutat sein könnte, die uns dabei hilft, Beziehungen zu knüpfen."

Hinweis für Redaktionen:

Um den Film "Liebe geht durch den Magen" anzusehen, klicken Sie hier:  
<https://youtu.be/xwx7NnPQ44U>. Ihr eigenes Geschmacksprofil können Sie  
unter <http://myflavour.knorr.com/de-DE/profiler> bestimmen. Die

Rezepte zu den unterschiedlichen Geschmacksprofilen finden Sie unter <http://myflavour.knorr.com> und auf Pinterest <https://de.pinterest.com/knorrde/>. Nehmen Sie unter #LoveAtFirstTaste am Gespräch teil.

#### Studienergebnisse im Überblick

- 78 % der Befragten fühlten sich mehr zu jemandem hingezogen, der ihre Geschmacksvorlieben teilt (73 % in Deutschland).
- 31 % würden eine Beziehung beenden, wenn der Geschmack des Partners nicht mit dem eigenen übereinstimmt (32 % in Deutschland).
- 48 % würden lieber auf Sex verzichten als auf Geschmack beim Essen (Frauen: 55 %, Männer: 42 %; 58 % in Deutschland).
- 70 % würden lieber auf ihr Wahlrecht verzichten als auf Geschmack (74 % in Deutschland).
- 58 % würden lieber auf eine erfolgreiche Karriere verzichten als auf Geschmack (74 % in Deutschland).
- 75 % würden lieber auf Social Media verzichten als auf Geschmack (81 % in Deutschland).

#### Über die Knorr Geschmacksforschung

In Kooperation mit Knorr hat Edelman Berland eine weltweite Online-Befragung durchgeführt, an der über 12.000 Personen aus Argentinien, Brasilien, China, Deutschland, Frankreich, Indonesien, Kanada, Mexiko, den Philippinen, Südafrika, dem Vereinigten Königreich und den Vereinigten Staaten teilnahmen (mit über 1.000 Befragten pro Land). Die Befragungen fanden im Dezember 2015 statt. Die Umfrageteilnehmer stellen für jedes Land im Hinblick auf Alter, Geschlecht und Region eine repräsentative Stichprobe der online aktiven Bevölkerung dar.

#### Über Knorr

1838 vom Heilbronner Kaufmann Carl Heinrich Theodor Knorr ins Leben gerufen, ist Knorr heute die größte Unilever-Marke mit einem jährlichen Absatz von über vier Milliarden Euro. Knorr steht an achter Stelle unter den Verbrauchsgütermarken, für die sich Konsumenten weltweit am häufigsten entscheiden (laut Kantar Worldpanel). Knorr Produkte sind in 87 Ländern rund um den Globus erhältlich. Mehr als 320 Millionen Menschen genießen jeden Tag ein Produkt von Knorr.

In Deutschland umfasst das Sortiment rund 400 unterschiedliche Artikel, darunter nützliche Küchenhelfer wie Fix-Produkte, Suppen, Saucen, Bouillons, Salatdressings und schnelle Fertiggerichte. Rund 300 Chefköche aus 48 Nationen entwickeln die Produkte und verbessern bestehende Rezepturen. Somit ist Knorr weltweit einer der größten Arbeitgeber für Profiköche. Im Rahmen der "Partnerschaft für Nachhaltigkeit" mit Lieferanten und Landwirten hat Knorr es sich zum Ziel gesetzt, bis 2020 100 Prozent der landwirtschaftlichen Rohwaren für seine Produkte nachhaltig zu beschaffen. Weitere Informationen unter [www.knorr.de](http://www.knorr.de)

#### Kontakt:

ad publica Public Relations GmbH,  
Sonia Garcia, Poßmoorweg 1, 22301 Hamburg,  
Tel.: 040 31766-321, Fax: 040 31766-301, E-Mail:  
[sonia.garcia@adpublica.com](mailto:sonia.garcia@adpublica.com)

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100008704/100787161> abgerufen werden.