

Wie schmeckt Schweinefleisch?

Auf der Suche nach den Wurzeln des guten Geschmacks

Für viele Produkte – unter anderem Kaffee, Kakao, Wein und Käse – gibt es ein sensorisches Fachvokabular. Wird jedoch nach dem Geschmack von Schweinefleisch gefragt, stocken die meisten. Eine Antwort auf diese Frage fällt schwer. Das will der Dänische Fachverband der Land- und Ernährungswirtschaft ändern. In einem umfassenden Projekt entwickelt der Verband mit einer Sensorikerin die Sprache des Schweinefleisches.

Um zu wissen wie etwas schmeckt, ist es wichtig zu erkunden, woher der Geschmack des Produkts überhaupt kommt. Schweinefleisch besteht aus Proteinen, Fett, Kohlenhydraten, Wasser und anderem, auch Vitaminen, Mineralen und Aromastoffen. All diese Komponenten sorgen für sein einzigartiges Aroma, darauf baut die universelle Sprache des Fleisches auf. Doch jedes Teilstück des Schweins, vom Bäckchen bis zum Bauch, steht für einen eigenen Sprachdialekt.

Besonders wichtig für die Wahrnehmung sind Proteine. Verschiedene Aminosäuren sorgen hier für andersartige Noten. Phenole erinnern an Stallgeruch und -geschmack, Furane geben dem Fleisch eine Karamellnote, Ketone erinnern an Butter und Pilze, Aldehyde verfeinern das Fleischaroma mit Obst-, Fett- und Metallnuancen, Glutamin ist Umami. Viele Komponenten spielen zusammen, stehen in Wechselwirkung und kreieren so den unvergleichlichen Geschmack der einzelnen Teilstücke.

Viele Komponenten sorgen für Aroma

Fleisch soll also mit der eigenen Sensoriksprache erlebbar werden, doch wie lässt sich Schweinefleisch beschreiben? Es schmeckt süß, sauer, animalisch, bitter, mild, metallisch. Es ähnelt Speck, Blumen, warmer Leberwurst, Kokumi, gekochtem Rindfleisch, Nüssen, Mineralen, gebratenen Pilzen, Rosen, Trüffel, Schwefel, Wild, gerösteten Nüssen und Zwiebeln. All diese Begrifflichkeiten müssen sortiert und kategorisiert sowie den einzelnen Rassen, Teilstücken und Zubereitungsmethoden zugeordnet werden. Das ist nicht als Normung gedacht, sondern als eine Orientierungshilfe für Branche und Verbraucher.

Doch auch die Zubereitung hat ihren Einfluss. Jede Garmethode bringt den Geschmack auf eine andere Weise hervor, sei es nun gebraten im Ofen oder in der Pfanne, geschmort, gekocht oder sous-vide. Geschmack steht nicht für sich allein, auch der Duft und die Konsistenz beeinflussen das Geschmacksempfinden. Diese drei Sinne bilden die Basis für das Gesamterlebnis beim genussvollen Essen und lassen sich auch nicht trennen.

Nach ausgiebigen Tests ist inzwischen eine Landkarte mit Beschreibungen für den Geschmack entstanden, die sich in eine neue Sprache übersetzen lässt. Häufig verwandte Begriffe charakterisieren das Fleisch. Es ist anzunehmen, dass für jede Rasse eine ähnliche Karte entsteht, dennoch wird es Unterschiede geben – wie auch im Vergleich zum Eberfleisch. Die erschmeckten Begriffe sollen positive Assoziationen hervorrufen; negative – zum Beispiel im Zusammenhang mit Eberfleisch – werden nach unten justiert und anders formuliert.

Wertschätzende Sprache erzeugt ein positives Image

Guter Geschmack und beste Qualität liegen im Trend. Mit der Entwicklung einer eigenen Sprache für Schweinefleisch soll dieser Entwicklung der Fleischbranche nutzen. Eine feine, wertschätzende Sprache hilft Erzeugern und Verarbeitern, den Verbrauchern das Schweinefleisch wieder schmackhafter zu machen. Durch ein eigenes Vokabular lassen sich Besonderheiten hervorheben, die zum Beispiel auf Rasse, Haltung oder Zubereitung verweisen. Die Exklusivität lässt sich mit gezielten Begriffen viel einfacher unterstreichen und das Image des Schweinefleisches gewinnt Format. So lässt sich auch eine wohlwollende Kommunikation zwischen Kunden, Produzent und Verkäufer etablieren, von der alle Seiten profitieren. Wie jeder Sprache steht auch der Sprache für Schweinefleisch eine lange Reise bevor, die noch viele Veränderungen durchmachen wird bevor sie auch im Vokabular des Verbrauchers ankommt. Qualität allein entscheidet nicht mehr über den Kauf, es braucht die richtige Vermarktung und diese kann mit einer eigenen Sprache ganz neue Impulse geben.

Ziel des Projekts ist es, die Menschen dazu zu bewegen, anders über Fleisch zu sprechen. Können die Verbraucher mit einer neuen Sprache über den Geschmack kommunizieren, entsteht eine besondere Art der Wertschätzung für ein Produkt. Ähnliche Vorhaben gibt es auch in anderen Ländern und Verbänden. Der dänische Verband plant Ende September eine Zusammenkunft mit der Fleischindustrie zur weiteren Entwicklung der Sprache. Erst dann soll diese weiter an den Verbraucher getragen werden. Eine gemeinsame, wertschätzende Sprache öffnet Türen. Rebranding kann so auch beim Schweinefleisch funktionieren. ■ SAM



Eine neu entwickelte, wertschätzende Sprache soll wieder positive Assoziationen mit dem Schweinefleisch hervorrufen. Foto: SerJin/fotolia