

THEMA AKUSTIK IN RESTAURANTS

Lärm und Geräusche beeinflussen den Geschmackssinn

Neuere Forschungsergebnisse zeigen: Lärm setzt unsere Fähigkeit herab, Süßes und Salziges zu schmecken. Und tiefe Töne können bittere Geschmacksnoten verstärken. Das berichtet Professor Charles Spence von der Universität Oxford.

„Versuche im Labor und in Restaurants haben eindeutig gezeigt, dass Faktoren wie Akustik, Hintergrundmusik und Lärmpegel einen Einfluss darauf haben, wie wir Speisen und Getränke beim Verzehr wahrnehmen. Das kann man nicht einfach außer Acht lassen“, sagt Charles Spence [in einem neuen Interview](#) auf www.trolldtekt.com.

„Wenn dein Restaurant voller Glas und Edelstahl ist und du nichts dafür tust, um die Akustik zu verbessern, werden deine Gäste in einer ziemlich lauten Umgebung essen. Doch wie kannst du es als leidenschaftlicher Koch zulassen, dass deine Speisen durch Lärm und zufällige Musik verhunzt werden?“, fragt der Wissenschaftler.

Lärm kann Sterne kosten

Der Artikel über die Erkenntnisse von Charles Spence ist Teil einer Serie [zum Thema Akustik in Restaurants](#). Zur Serie gehört auch [ein Interview mit Morten Vilsbæk](#), dem Vorsitzenden des Verbands der dänischen Restaurantkritiker. Wenn Umgebungslärm und laute Geräusche den Genuss trüben, berichtet er, kann das zu einer schlechteren Gesamtnote für das Restaurant führen.

Die Artikelserie auf www.trolldtekt.de zeigt auch Beispiele dafür, wie internationale Restaurants die Akustiklösungen von Trolldtekt einsetzen, um eine angenehme Atmosphäre für ihre Gäste zu schaffen. Das dänische Spitzenrestaurant Noma beispielsweise stattete sein [Popup-Restaurant in Sydney](#) mit schwarz gestrichenen Trolldtekt-Deckenplatten aus.

WISSENSWERTES ÜBER TROLDTEKT:

- Trolldtekt ist der führende Entwickler und Hersteller von Akustiklösungen für Wände und Decken.
- Seit 1935 fertigt Trolldtekt Holzwolleleichtbauplatten aus den natürlichen Rohstoffen Holz und Zement. Die Produktion erfolgt in Dänemark unter modernen, umweltschonenden Bedingungen.
- Tragender Bestandteil der Geschäftsstrategie ist das Cradle to Cradle-Designkonzept, das die Erzielung weiterer Umweltvorteile bis 2022 vorsieht.

WEITERE INFORMATIONEN:

Peer Leth, Geschäftsführer von Trolldtekt A/S: +45 8747 8130 // ple@trolldtekt.dk

Tina Snedker Kristensen, Leiterin Marketing und Kommunikation: +45 8747 8124 // tkr@trolldtekt.dk