

Sensorische und emotionale Profilierung von unterschiedlich verarbeiteten Hafer-Produkten

Dr. Uwe Geier, WirkSensorik GmbH, Darmstadt

Im März 2026 wurde eine Studie in der Zeitschrift Gastronomy (<https://doi.org/10.3390/gastronomy4010006>) veröffentlicht, die vier unterschiedlich verarbeitete Hafer-Produkte vergleicht. Die Versuchsfrage war, wie die Produktqualität (alle 100 % Hafer) von Menschen wahrgenommen wird. Dafür wurde nach dem Geschmack und den Wirkungen auf das körperliche und emotionale Befinden gefragt.

Bei zwei Produkten handelte es sich Baby-Nahrung, nämlich Hipp Bio Getreidebrei (HiPP GmbH & Co.KG) und Holle Bio, Mein allererster Brei (Holle Europe GmbH). Bei beiden Produkten wird eine geringe Menge Thiamin (Vitamin B₁) zugesetzt.

Das dritte Produkt waren Haferflocken (Bauck Mühle Hot Hafer Basis Porridge, Bauck GmbH).

Beim vierten Produkt handelte es sich um den TAU® Getreidebrei (ErdmannHAUSER Getreideprodukte GmbH), bei dem der Hafer nach einem speziellen Verfahren hydrothermisch aufgeschlossen wird.

Die Produktprüfung erfolgte jeweils durch geschulte und ungeschulte Personen.

Bei der sensorischen Profilierung (nach DIN EN ISO 13299) werden Geschmack, Aroma, Aussehen und Mundgefühl durch eine geschulte Prüfgruppe (12 Personen) bewertet. **Die Geschmacks- und Aroma-Intensität war bei den beiden Babyprodukten deutlich niedriger als beim Haferflockenbrei und dem hydrothermisch aufgeschlossenen Produkt (TAU®).** Haferflocken und TAU® unterschieden sich vielfältig. **Am getreidetypischsten wurde das hydrothermisch aufgeschlossene Produkt TAU® bewertet (Merkmale *Getreide, Heu, malzig*).**

Die ungeschulte Prüfgruppe aus 26 Müttern fand (im sogenannten hedonischen Test) weniger Unterschiede zwischen den Produkten als die Expertengruppe. Gefragt wurde nach Aussehen, Geruch, Textur, Geschmack und Gesamteindruck. Lediglich im Aussehen wurde der Hafer TAU® deutlich anders bewertet als die Vergleichsprodukte.

Um die Wirkung der Lebensmittel auf das körperliche und emotionale Befinden zu testen, wurde der Empathic Food Test von Geier et al. (2016) eingesetzt. Alle Testpersonen werden mit einem Körperdurchgang achtsam vorbereitet. Der Fragebogen fragt nach 12 polaren Fragen des Befindens, wie leicht-schwer, wach-müde, entspannt-nervös. Zusätzlich wird nach den Hauptwirkungen des Ersteindrucks gefragt (sogenannte freie Beschreibung).

Die 13 geschulten Testpersonen stellten erhebliche Abweichungen zwischen den vier Produkten fest.

Mit dem Empathic Food Test wurden die Haferflocken von Bauck und der Hafer TAU® signifikant günstiger bewertet als die beiden Babynahrungsprodukte. Die Unterschiede waren beim Hafer TAU® noch etwas deutlicher. Im Einzelnen empfanden sich die Testpersonen nach Hafer TAU® entspannter, wohliger, zufriedener und ausgewogener als nach den Babynahrungsprodukten.

15 untrainierte Testpersonen (Mütter) bewerteten die vier Produkte ebenfalls mit dem Empathic Food Test. **Beim Hafer TAU® war der Wärmeeindruck am deutlichsten und es wurden in der freien Beschreibung am meisten positiv konnotierte Merkmale beobachtet.**

Insgesamt deuten die Ergebnisse der Studie darauf, dass sich die unterschiedliche Verarbeitung von Hafer in der wahrnehmbaren Produktqualität niederschlägt. Die beiden hochverarbeiteten Babynahrungsprodukte werden sowohl im Geschmack als auch in der Wirkung auf das körperliche und emotionale Befinden deutlich anders bewertet als die weniger intensiv verarbeiteten Produkte Haferflocken und Hafer TAU®. Durch den geringen Probenumfang kann die Aussage nicht verallgemeinert werden.

Geier, U.; Keller, J.; Mandt, G. Sensory and Emotional Profiling of Different Processed Oat Products—A Pilot Study. Gastronomy 2026, 4, 6. <https://doi.org/10.3390/gastronomy4010006>