



er også enkelte mere eksperimenterende beskrivelser som 'hygge', 'venlig' og 'smager lidt kantet'. Nogle har også givet et bud på et minde, som smagen af Manchego-ost bragte frem. En 69-årig kvinde mindes en »hyggeaften i Sydfrankrig med gode venner og rødvin«.

Undersøgelsen skal teste, hvordan forbrugerne reagerer på at blive inddraget i italesættelsen af smag, og på længere sigt inspirere Coop til at bruge flere ord om madvarernes smag på sin emballage.

Men også resten af de involverede i 'Når ord smager' kigger med i resultaterne. Én af dem er Pia Jarvad, der er seniorforsker i Dansk Sprognævn. Hun er gået med i projektet for at observere, »hvordan nye ord bliver født«:

»Jeg synes, det er enormt interessant, at vi er virkelig dygtige til helt spontant at lave nye ord, når vi har brug for dem. Men spørger du, om vi ikke lige kan beskrive Manchego-osten, sidder vi alle sammen mere eller mindre lammede. Det er den der mekanisme, der er interessant«.

Madsproget er for fagligt

Og Pia Jarvad er faktisk netop blev bedt om at opfinde nye ord om smagen af et

stykke Manchego-ost, som hun sidder med mellem fingrene og tager bidder af. Spis&Bo har samlet 3 af eksperterne bag smageprojektet for at høre, hvad det er, de vil, og for at se, hvor ordopfindsomme, de selv er. Ud over Pia Jarvad tygger også Viktor Smith fra CBS og Grethe Hyldig, der er seniorforsker i sensorik på DTU Fødevarerinstitutionen, på et stykke af den spanske ost.

De sidder i et mødelokale på CBS. De har snakket en masse og lader til at være enige om, at osten smager godt. Pia Jarvad har også fortalt fotografen, der er i gang med at forevige smage-sessionen, at hendes hund er vild med skorpen fra Manchego-ost. Men nu, hvor de selv skal finde på nye ord, siger ingen af dem rigtig noget. Indtil Grethe Hyldig, der som sensoriker arbejder med smag og sanseoplevelser omkring mad, bryder tavsheden:

»Mange ville måske kalde den her ost mild og lidt kedelig. Men den er faktisk meget kompleks. Den er nøddeagtig, røget, lidt salt, men også sødlig, samtidig med at både bitterhed og syrlighed spiller ind, uden at de overdøver hinanden. Og så er tekturen fin. Den er fast uden at være hård. Blød uden at være klæg«.

UDDYB, TAK.

Når man køber en Manchego-ost i et supermarked, står der »fast modnet fåreost, lagret i seks måneder«, men hvor kloge bliver vi af det? Nu har en projektgruppe sat sig for at forbedre vores evne til at sætte ord på fødevarer og smag.

Foto: Anders Rye Skjoldjensen

»Ja præcis, den brydes på en behagelig måde i munden«, siger Viktor Smith.

»Det kalder vi flaking«, siger Grethe Hyldig.

»Nå! Det må vi opfinde et dansk ord for!«, siger Viktor Smith, der mener, at det sprog, vi har om maden, er alt for fagsprogligt.

Smager du bedre, spiser du bedre

Sensorikforskeren Grethe Hyldig oplever selv hos DTU's smagedommere og de nye fødevestuderende, at de har svært ved at beskrive mad og smage:

»Vi på DTU vil rigtig gerne bevare en høj råvarekvalitet hele vejen fra produktion til forbruger. Men skal forbrugeren efterspørge det, skal de vide mere om maden, og de skal kunne beskrive den mad, de gerne vil købe og spise. Men der oplever vi i stedet et større og større problem«.

Hvis danskerne ikke bliver mere opmærksomme på forskelle i kvalitet og smag og stiller krav til produkterne, vil fødevarerens kvalitet falde. Men Grethe Hyldig tror på, at det kan ændres, for ser man på dem, der allerede er meget interesserede i mad, kigger de på kvalitet før pris.

»Jeg tror, at det forplanter sig nedad, hvis man finder ud af, at man kan få flere forskellige fødevarer for de penge, man har«, siger hun.

Men fordi forbrugerne nok heller ikke kommer til at kunne lugte til og røre ved maden i supermarkedet i fremtiden, er projektet med at få mere sansesprog på madvarernes emballage vigtigt, hvis der skal ske en udvikling, mener Grethe Hyldig:

»Man kan være 100 procent sikker på, at hvis vi ikke arbejder for det her, fratager vi forbrugerne muligheden for ikke kun at vælge efter prisen, men efter de egenskaber, varen har, og den sensoriske oplevelse, det er at spise«.

Derudover tyder ny forskning på, at hvis vores spiseoplevelser bliver mere sanselige, kommer vi til at spise mindre mad, fordi vi også bliver sensorisk mættede.

Prisen er vigtigst for 70 procent

Ser man på udvalget i supermarkederne, halter Danmark langt efter lande som Italien, Frankrig og Spanien. Selv russerne, briterne og svenskerne har mange flere valgmuligheder på hylderne, fortæller Viktor Smith:

»Danmark er et særlig dårligt tilfælde. Vi håber, at vores projekt kan være en løftestang for det«.

Det håber Coop også. Den nyeste undersøgelse på området viser, at for 70 procent af danskerne er prisen det vigtigste, når de vælger mellem forskellige fødevarer. Men Coops direktør har under overskriften 'Sammen om bedre mad' udstukket det mål, at danskerne skal spise bedre. Coop vil gerne give danskerne et andet parameter at vælge ud fra, nemlig kvalitet. Et parameter, der kan konkurrere med prisparameteret, når man køber ind. Det er i den forbindelse, de er gået med i smageprojektet, fortæller analysechef i Coop Lars Aarup, der står bag Manchego-undersøgelsen:

»Vi vil gerne have folk til at tage stilling, når de står henne ved ostedisken, så de ikke bare tager den flødehavarti, de er vant til. Vi vil have folk til at prøve andre varer«.

Selv om Coop er en af de største ind-

NÅR ORD SMAGER

Formålet med projektet 'Når ord smager' er at **forbedre madkulturen** i Danmark ved at udvikle danskernes evne til at sætte ord på smagsoplevelser og fødevarer.

De nye sanseord skal supplere oplysningerne om næringsværdi og ingredienser på fødevarers emballage og **motivere danskerne til at efterspørge et større udvalg og en højere kvalitet** på supermarkedernes hylder og også til at ville betale mere for maden.

Projektet er **et samarbejde** mellem FairSpeak-gruppen på CBS, DTU Fødevarerinstitutionen, Dansk Sprognævn, Coop Danmark og Spisestuerne A/S på CBS.

købere i Danmark, kan de ikke udskifte alle varer på hylderne med dyrere, bedre produkter, før forbrugerne efterspørger dem.

»Det er en velkendt ond spiral, at efterspørger man billig mad, slår producenterne om til at lave billig mad, og så er det billig mad, der kommer på hylderne«, siger Lars Aarup.

Eksperimenter forude

Endnu er 'Når ord smager'-projektet kun i opstartsfasen. Coops medlemmer skal senere udfordres på kreativiteten og være med til at finde på nye ord at beskrive smagsoplevelser med. Derudover skal projektgruppen udvikle helt nye fødevarer til Coops butikker, som medlemmerne skal være med til at opfinde de rette navne til.

Tilbage i mødelokalet på CBS er Pia Jarvad, Grethe Hyldig og Viktor Smith enige om, at projektet også skal op i de højere luftlag og være eksperimenterende og føre til nyskabelse. Allerede nu har CBS f.eks. afholdt en smagning, hvor almindelige danskere skulle smage på helt nye retter og forsøge at finde beskrivelser af og navne til dem.

»Der var masser af fantasi«, siger sprogforsker Viktor Smith.

For eksempel blev en ret bestående af små salte makroner med hønsekød og krydderier bl.a. døbt 'salte skumtoppe', 'timianmarengs' og 'sømakroner'.

Alt det følger Pia Jarvad fra Dansk Sprognævn med i.

»Kommer der nye ord ud af det her, vil de blive registreret og være med i det danske ordforråd på ordbogsniveau«, siger hun.

Og hvad skal der så ende med at stå på den vakuumpakkede Manchego-osts plastikemballage i stedet for »fast modnet fåreost«? Det taler eksperterne om, imens de pakker sammen og finder overtøjet frem. Forslaget bliver noget i retning af:

»Smagen er afstemt mellem sødme og bitterhed, ostens konsistens er et sted mellem cremet og smuldrende«.

Men så tilføjer Viktor Smith, da vi er ved at skilles:

»Måske er det nogle af de ord, der ikke er lavet endnu, der skal stå på pakken«.

spis&bo@pol.dk