

## Das Auge isst wirklich mit – bewies Starkoch Jozef Youssef auf der Ambiente

**Frankfurt am Main, Februar 2024. Sie können die Markenidentität stärken, die visuelle Aufmerksamkeit lenken und sogar geschäftsfördernd wirken: Welche Macht Farben über den Einfluss des Geschmackssinns haben, bewies der preisgekrönte Starkoch Jozef Youssef am Messemontag der internationalen Hospitality-Elite auf der Konsumgüterleitmesse Ambiente. Am Tag des Hoteliers präsentierte er den Branchenteilnehmenden die Ergebnisse seiner exklusiv durchgeführten Umfrage zu einem brandaktuellen Hospitality-Thema. Beim Get-together in der HoReCa-Academy nahm er seine Gäste mit einem eigens kreierten Fingerfood-Menü mit auf die farbenfrohe Reise seines multisensorischen Geschmackserlebnisses.**

Mit Hilfe von sechs farbigen Tellern, drei leckeren Süßspeisen und mehreren 100 Probrant\*innen aus vier Kontinenten gewann Jozef Youssef, der preisgekrönte Starkoch und die kreative Kraft hinter dem Designstudio Kitchen Theory, wertvolle Erkenntnisse zu multisensorischen Geschmackserlebnissen. Unter dem Titel „Die Macht der Farbe: Wie farbiges Geschirr die Wahrnehmung von Speisen beeinflusst“ führte er exklusiv für die Ambiente eine Online-Befragung durch und untersuchte, wie die Farbe von Tellern Auswirkungen auf die Geschmackswahrnehmung hat. Dazu wählte der Starkoch drei Süßspeisen aus, die in verschiedenen Kulturen bekannt und erkennbar sind: Müsli mit Obst und Joghurt, Obstsalat mit Eis sowie ein Stück Schokoladentorte mit Eis. Diese drapierte er auf Tellern von den Ausstellern Bonna, Maham Studio Revol, Rosenthal, Steelite International und Villeroy & Boch – in den Farben Blau, Gelb, Grün, Weiß und Rot. Die teilnehmende Probrant\*innen bewerteten die auf den bunten Tellern angerichteten Süßspeisen nach Appetit, Gesundheit und Süße. Inwiefern die farbigen Teller den Appetit anregen, die Gesundheit der Speisen und das Empfinden von Süße beeinflussen, präsentierte Youssef zum Tag des Hoteliers beim Get-together in der HoReCa Academy.



Multisensorisches Erlebnis: Starkoch Jozef Youssef präsentierte der Hospitality-Branche seine exklusive Umfrage in der HoReCa Academy der Ambiente. Foto: Messe Frankfurt/Pietro Sutura.

Die Auswertung der Umfrage zeigte, dass rote Teller bei Süßspeisen wie dem Stück Schokoladentorte die Wahrnehmung von Süße verstärkten. Speisen auf gelben Tellern wirkten besonders anregend und appetitlich, allen voran Früchte und Obstspeisen. Die

blauen, grünen und weißen Teller ließen alle Gerichte gesünder wirken. Auf schwarzen Tellern wurden alle Speisen als am wenigsten appetitlich, gesund oder süß bewertet.

Mit diesen Ergebnissen eröffnet der Starkoch neue Möglichkeiten für die Hospitality-Branche: Youssef schlussfolgert, dass die Farbe des Geschirrs die Appetitlichkeit und **visuelle Attraktivität** von Gerichten steigern kann. Die **visuelle Aufmerksamkeit** kann zudem gelenkt werden: Farben könnten das Menüangebot unterstützend illustrieren und somit saisonale Speisen oder spezielle Anlässe ankündigen. Weiterhin kann die Farbe des Tellers die **geschmacklichen Erwartungen** und das Aroma beeinflussen – vor allem bei Süßspeisen. Damit ermöglicht farbiges Geschirr ein **zielgruppengerechtes Catering**, indem es unterschiedliche Ansprüche bedienen und individuelle Geschmackserlebnisse erzeugen kann. Farbiges Geschirr schafft zudem eine **besondere Atmosphäre** und stärkt den Gesamteindruck des Betriebs, wenn es zu dessen Einrichtung und Raumausstattung passt. Zudem wird somit die **Marke** und **Markenidentität** gestärkt. Gastronom\*innen und Hoteliers können den Einfluss von farbigem Geschirr nutzen, um damit die Erwartungen und Wahrnehmungen von Gästen zu bedienen, um Marketingstrategien zu optimieren und um einmalige Geschmackserlebnisse zu schaffen – für langfristige Geschäftserfolge und zufriedene Kund\*innen.

### **NEU: Messetermine 2025**

Die Ambiente, Christmasworld und Creativeworld finden auch zukünftig zeitgleich auf dem Frankfurter Messegelände statt. Allerdings rücken sie auf Anfang Februar, um eine Entzerrung der Messetermine zu gewährleisten. Zudem wird die Tagesfolge bei der Creativeworld in Absprache mit der Branche optimiert. Alle drei Leitmesse starten am Freitag. Es bleibt bei der Laufzeit von vier Tagen.

Ambiente/Christmasworld: 07. bis 11. Februar 2025  
NEU: Creativeworld: 07. bis 10. Februar 2025

### **Hinweis für Journalist\*innen:**

Inspirationen, Trends, Styles und Persönlichkeiten entdecken Sie im [Ambiente Blog](#) und weiteres Expertenwissen auf [Conzoom Solutions](#).

**Presseinformationen & Bildmaterial:** [ambiente.messefrankfurt.com/presse](https://www.ambiente.messefrankfurt.com/presse)

### **Ins Netz gegangen:**

[www.facebook.com/ambientefair](https://www.facebook.com/ambientefair) | [www.instagram.com/ambientefair](https://www.instagram.com/ambientefair)  
[www.linkedin.com/company/ambientefair](https://www.linkedin.com/company/ambientefair) | [www.ambiente-blog.com](https://www.ambiente-blog.com)

**Hashtags:** #ambiente24 #ambientefair

### **Hintergrundinformationen Messe Frankfurt:**

[www.messefrankfurt.com/hintergrundinformationen](https://www.messefrankfurt.com/hintergrundinformationen)



**Ihr Kontakt:**

Magdalena Gredel

Tel.: +49 69 7575-6221

[magdalena.gredel@messefrankfurt.com](mailto:magdalena.gredel@messefrankfurt.com)

Messe Frankfurt Exhibition GmbH

Ludwig-Erhard-Anlage 1

60327 Frankfurt am Main

[www.messefrankfurt.com](http://www.messefrankfurt.com)