

Tekst 11

Warum sind Vorlieben so verschieden?

- (1) Mode ist für die meisten Männer immer noch ein undurchdringliches Phänomen. Dass alle Frauen wie auf Knopfdruck kniehoh
- 5 Stiefel über den Hosenbeinen tragen, mag noch mit Gruppenverhalten erklärbar sein. Aber wie kommt es, dass plötzlich alle den Trend auch schön finden?
- (2) Die Erklärung kommt hier, liebe Männer: Das ist wie mit der Vorliebe für eine bestimmte
- 10 Biermarke in der Kneipe. Man könnte auch sagen, es hängt mit dem rätselhaften Effekt zusammen, dass ein aus dem Urlaub mitgebrachter Wein daheim oft nicht mehr schmeckt. Aber bleiben wir besser beim Bier. Denn vermittelt eines
- 15 Gerstensaft-Experimentes am Tresen wiesen drei US-Forscher nach, dass wir uns ganz bereitwillig sagen lassen, was uns gefällt. Auch wenn es keiner gerne hört: Erwartungen, die wir vorher an eine Situation knüpfen, beeinflussen massiv, was wir hinterher erlebt haben wollen.
- 20 (3) Das Trio zog des Abends durch verschiedene Kaschemmen¹⁾ in der Nähe ihrer Forschungsstätte, dem Massachusetts Institute of Technology in Boston und offerierte manchen Gästen, an einem kostenlosen Test mit Freibier teilzunehmen. Die meisten willigten dankend ein und bekamen je ein Glas der Marken „Budweiser“ und „Samuel Adams“ pur
- 25 oder mit ein paar Tröpfchen Balsamessig versetzt zu bechern. Nun kann man über den Einfluss von Säure und Süße im Gerstensaft oder die Qualitäten der eingesetzten Biere streiten. Entscheidend ist, dass sich die geschmacklichen Bewertungen der insgesamt fast 400 männlichen und weiblichen Tester unterschieden – und zwar je nachdem, ob
- 30 sie zuvor wussten, was sie tranken oder nicht.
- (4) Im Blindtest bevorzugten 60 Prozent der Probanden das mit Essig versetzte Gebräu. Gaben die Psychologen die Identität der Schoppen unmittelbar nach der Geschmacksprobe aber noch vor der Entscheidung der Trinker bekannt, blieb die Zustimmung zum Essig-Bier
- 35 fast gleich hoch. Sie fiel erst dann auf 30 Prozent, als den Prüfern schon deutlich vor der Probe bekannt war, welches Getränk sie vor sich hatten. Daraus folgt: Die Wahrnehmung der Sinne ändert sich mit der zur Verfügung stehenden Information und den damit verbundenen Erwartungen.



- 40 **(5)** Wer sich jemals gewundert hat, warum Geschmäcker so
verschieden sind, hat hier eine Deutung: Das liegt nicht am Produkt,
sondern daran, was 42. Ein Bier schmeckt meist nur dann, wenn
das richtige Etikett darauf klebt. Mode wird vermutlich gerade dadurch
erst schön, dass es Mode ist. Das scheinen gleichsam Gesetzmäßig-
45 keiten des Gehirns zu sein.

noot 1 Kaschemmen: kroegen

Tekst 11 Warum sind Vorlieben so verschieden?

- 1p 38 Die Frage „Aber ... finden?“ (Zeile 6-7) gibt an, mit welchem Thema sich der Text befasst.
Welches Wort steht in dieser Frage zentral?
A alle
B auch
C schön
D Trend
- 1p 39 Wie verhält sich „Bier“ (Zeile 14) zu „Stiefel“ (Zeile 4)?
„Bier“ bildet zu „Stiefel“
A ein Beispiel.
B eine Konkretisierung.
C einen Gegensatz.
D einen Vergleich.
- 1p 40 „Erwartungen ... wollen.“ (Zeile 17-19)
In welchem Satz gibt es statistische Daten für diese Schlussfolgerung?
A „Im Blindtest ... Gebräu.“ (Zeile 31-32)
B „Gaben ... hoch.“ (Zeile 32-35)
C „Sie fiel ... hatten.“ (Zeile 35-37)
- 1p 41 Was wird im 3. Absatz beschrieben?
A Die Auswahl der Testpersonen und der Biermarken.
B Die Begeisterung der Testpersonen.
C Die Durchführung und die ersten Ergebnisse des Testes.
D Die Risiken für die Testpersonen.
- 1p 42 Welche der folgenden Wortgruppen passt in die Lücke in Zeile 42?
A andere davon halten
B es in uns auslöst
C es kostet