

Schmeckt Wein über den Wolken anders? *Selbsttäuschung oder physikalisches Phänomen?*

Hamburg, 7. September 2007 – Vielleicht liegt es am Plastikbecher, am Schraubverschluss oder einfach an der Höhe? Einige Experten behaupten: Im Flugzeug schmeckt Wein anders. Ein edler Tropfen mit intensivem Fruchtgeschmack und leicht süßer Note wirkt ihrer Meinung nach in der Höhenluft stumpf. „Säure und Gerbstoffe kommen über den Wolken stärker zur Geltung. Süße nicht“, erläutert Markus del Monego, 1998er Sommelier-Weltmeister und Träger des Titels „Master of Wine“.

GEO SAISON geht in der aktuellen Ausgabe dieser Streitfrage nach. „Mir ist nicht bekannt, dass Wein für Höhe sensibel wäre“, setzt Monika Christmann, Professorin für Kellerwirtschaft an der hessischen Forschungsanstalt Geisenheim, dagegen. Hanns Hatt, Professor für Zellphysiologie an der Ruhr-Universität Bochum, sieht das anders. Er macht die Luftfeuchtigkeit für den anderen Geschmack des Weins verantwortlich. Die Nasenschleimhaut trocknet ein, und die Riechzellen können die Duftmoleküle des Weins nicht mehr so gut aufnehmen, so der Wissenschaftler.

Es ist also unklar, ob der Wein im Jet anders schmeckt als auf dem Boden. Aber einige Fluggesellschaften tragen diesem Phänomen bereits Rechnung. So lassen Singapore Airlines und Lufthansa Weine unter Flugbedingungen testen, berichtet GEO SAISON.

Weitere Themen im Heft:

- Titelthema: Geheimtipps Spanien – Orte, die Sie lieben werden
- Thailand: So einfach – Mit dem Auto auf eigene Faust
- Pfalz: Unsere Toskana – Die besten Adressen
- Südsee: Paradies per Internet
- Dossier: Genuss in der Luft
- Heft im Heft: Norwegen von der schönsten Seite

Das aktuelle GEO SAISON hat einen Umfang von 140 Seiten, kostet 4,80 Euro und ist ab sofort im Handel erhältlich.

Unter www.geo.de/presse-download finden Sie das aktuelle Heftcover zum Download.

Für Rückfragen:

Maike Pelikan

GEO Marktkommunikation

20444 Hamburg

Tel.: 040/3703-2157, Fax: 040/3703-5683

E-Mail: pelikan.maike@geo.de, GEO im Internet: www.GEO.de