

Thema: akoestiek in restaurants

Geluid en lawaai beïnvloeden onze smaakbeleving

Onderzoek wijst uit dat lawaai ons vermogen om zoute en zoete smaken te proeven onderdrukt, terwijl lage geluiden vaak bittere smaken versterken. Professor Charles Spence van de Universiteit van Oxford beschrijft het recentste onderzoek in het veld.

Experimenten uitgevoerd in zowel laboratoria als restaurants laten duidelijk zien dat factoren zoals akoestiek, achtergrondmuziek en lawaainiveaus, de manier waarop we eten en drinken ervaren beïnvloeden. “De bevinden kunnen we niet negeren”, aldus Charles Spence, tijdens een [recent interview](#) op www.troldekt.nl.

“Als je restaurant veel staal en glas heeft en je hebt er niks aan gedaan om de akoestiek te verbeteren, dan zullen gasten hun maaltijd eten omgeven door lawaai. Als je een gepassioneerde kok bent, hoe kun je dan toelaten dat je maaltijden verpest worden door lawaai en inconsequente muziek?”

Slechte akoestiek kan sterren kosten

Het artikel met Charles Spence maakt deel uit van een [thema over akoestiek in restaurants](#). Het artikel bevat ook een [interview met Morten Vilsbæk](#), voorzitter van de Danish Food Critics Association. In het interview zegt hij dat als lawaai in een restaurant het genieten van eten beïnvloedt, dan kan de algemene rating van een restaurant hieronder lijden.

Het thema op troldekt.com laat ook zien hoe Deense en internationale restaurants succesvol een kalme en vredige atmosfeer creëren door het gebruik van Troldekt akoestische oplossingen. Zwart geverfde Troldekt plafonds werden onder andere gekozen toen het Deense top restaurant [Noma gedurende 10 weken een pop-up restaurant opzette in Sydney](#).

FEITEN OVER TROLDTEKT A/S:

- Troldekt A/S is een vooraanstaande ontwikkelaar en producent van akoestische plafond- en wandoplossingen.
- Sinds 1935 zijn hout en cement de belangrijkste natuurlijke materialen in onze producten, die plaatsvindt in moderne faciliteiten in Denemarken, met een minimaal impact op het milieu.
- Troldekt's business strategie werd gebaseerd op het Cradle 2 Cradle design concept, dat een belangrijke rol speelt in het verzekeren van een positieve invloed op het milieu richting 2022

MEER INFORMATIE:

Peer Leth, CEO, Troldekt A/S: +45 8747 8130 // ple@troldekt.dk

Tina Snedker Kristensen, Hoofd Marketing Communicatie, Troldekt A/S: +45 8747 8124 // tkr@troldekt.dk