

## Pressedienst – Januar 2013

### Inhaltsverzeichnis

<b>Die Nische als Erfolgsrezept</b>	<b>Seite 2</b>
<i>Mit 46 Jahren baute sich Birgitta Rust eine neue Existenz auf: Heute betreibt die Bremerin die einzige Premium-Destillerie im Norden.</i>	
Kurzfassung	Seite 5
<b>Sonnige Aussichten</b>	<b>Seite 7</b>
<i>Adler Solar testet und repariert Solarmodule mit Erfolg und Wachstumsprognose – mitten in der Branchen- Krise.</i>	
Kurzfassung	Seite 10
<b>Geschmacksfragen</b>	<b>Seite 12</b>
<i>Das Technologie-Transferzentrums ttz Bremerhaven entwickelt ein Analyseverfahren, um Geschmack objektiv messen zu können.</i>	
Kurzfassung	Seite 15
<b>Bilderdienst</b>	<b>Seite 17</b>

## Die Nische als Erfolgsrezept

**Mit 46 Jahren hatte sich Unternehmensberaterin Birgitta Rust entschlossen, noch einmal umzusatteln. Heute betreibt die Bremerin die einzige Premium-Destillerie im Norden. Mit Erfolg.**

An diesem Montagmorgen liegt ein Grauschleier über dem Bremer Hafenbecken. Der Dunst verschluckt die Geräusche der vorbeifahrenden Lkw, die die Lagerhäuser ansteuern. Hier, mitten in der Bremer Überseestadt, steht der Schuppen 2. Die moderne Glasfassade daneben lässt Blicke ins Gebäudeinnere zu. Alles Mögliche würde man hier vermuten: Gastronomie, Souvenirgeschäft an der Hafenkante. Aber eine Obstbrennerei?

Obstbrennereien haben in Norddeutschland keine große Tradition. Unternehmerisch lassen sich daraus zwei Schlüsse ziehen: Es ist ein aussichtsloses Unterfangen ohne Markt. Oder: Es hat noch niemand probiert. Birgitta Rust zählt zu den Menschen, die gern Neues ausprobieren.

Die 50-Jährige sitzt an einem langen Holztisch und blickt hinaus aufs Wasser. „Die Chance, diese Räume zu bekommen, hat mir den letzten Kick gegeben.“ Die Wand hinter ihr ist mit wettergezeichneten Holzbohlen versehen, auf dem Tisch liegt eine rot-weiß-karierte Decke. Es ist ein rustikales Dekor, das sich nahtlos ins ansonsten moderne Ambiente ihrer Verkaufsräume einfügt. Nebenan schließt sich die gläserne Manufaktur an: ein nüchterner Arbeitsraum, der von großen kupfer- und silberfarbenen Behältern dominiert wird – im Zentrum das, was jeder Brenner braucht: Brennblasen. So werden die Behälter genannt, in denen der Alkohol gebrannt wird. Temperaturregler, Hähne, Messgeräte: Wie kommt eine Bremer Unternehmensberaterin dazu, in diesem Metier noch einmal ganz von vorn anzufangen?

Birgitta Rust hat diese Geschichte in den vergangenen Monaten oft erzählt. Seit der Eröffnung der Destillerie im November 2011 hat sie diverse Preise und Auszeichnungen erhalten, Interviews über ihren Weg gegeben. Kurz zusammengefasst sah dieser so aus: Als sie im Zuge der Finanzkrise 2008 als angestellte Unternehmensberaterin plötzlich in einer Sackgasse angekommen war, stand sie vor der Frage: „Wie baut man sich eine neue Existenz auf?“ Mit 46 Jahren in ihrem Beruf anderweitig unterzukommen, sei illusorisch gewesen, sagt sie rückblickend.

### **Ein Brennseminar gab den Ausschlag**

So geriet das, was sie bis dato in ihrer Freizeit gemacht hatte, in den Fokus: Bei einem Brennseminar hatte sie bereits Jahre zuvor „Feuer gefangen“ für das Handwerk, hatte sich in ihrer Freizeit einiges angelesen und eine Tischdestille zugelegt. „Die Vielfalt der Aromatik hat mich fasziniert“, sagt sie. Langsam reifte die Idee, aus ihrem Freizeitvergnügen einen Beruf zu machen. Als einziges Nordlicht absolvierte sie in Bayern die zweijährige Ausbildung. Danach war klar: „Jetzt gehe ich diesen Weg.“ Parallel wurde der Businessplan geschrieben. Drei wichtige Vo-

raussetzungen, sagt Birgitta Rust, hätten ihr den Aufbau ihres neuen Unternehmens ermöglicht: „Ich hatte die Zeit, das Geld und die Ausbildung.“

Birgitta Rust setzt seither auf die Nische. Ihr Unternehmen nannte sie „Birgitta Rust Piekfeine Brände“. Sie brennt nun ausschließlich erlesene Brände, Geiste, Liköre und seit diesem Jahr reift der erste Whisky in Holzfässern. Ihre Kunden sind meist Feinkostgeschäfte und Gastronomie mit erlesener Digestivauswahl. Unter den zehn Bränden sind Schlehen-, Hagebutten-, Walnuss- und Haselnussbrand, unter den fünf Likörsorten Zwetschge und Williamsbirne. Dazu gibt es den ersten „Bremer Bitter“ – ein Kräuterlikör, den Birgitta Rust auf Bremer Bedürfnisse zur Grünholzeit ausgerichtet hat. „Mich interessieren ausgefallene Dinge und es reizt mich, sie selbst auszuprobieren“, sagt die Brennerin. „Es gibt solch eine Vielfalt an Kräutern, Blüten, Früchten und Schalen, die man kombinieren kann.“ Die Aromen nach Gärprozess und Destillation in der richtigen Konzentration im Alkohol eingefangen zu haben, ist die große Kunst ihres Metiers. Derzeit etwa hat sie einen Gin mit Zitronengras in der Entwicklung.

### **Whisky aus Bremen**

Das Portfolio ist rasch gewachsen. 3000 Halbliterflaschen wird sie 2012 voraussichtlich an Bränden produziert haben, 1000 Flaschen Likör. Der erste Single Malt Whisky soll 2015 soweit sein. Im Produktionsraum nebenan liegt ein Holzfass, darauf steht in Kreide geschrieben: „The first Hanseatic Single Malt“. Mit ihrer Produktreihe „Nordische Wildfrüchte“ hat sie ein Alleinstellungsmerkmal – und in dieser Hinsicht auch einen Vorteil gegenüber den traditionellen Obstbrennereien im Süden: „Sie brennen das, was sie auf ihren Feldern haben. Ich habe die freie Wahl.“

Derzeit versucht Birgitta Rust, Kontakte ins „Alte Land“ zu knüpfen, denn bei den Obstbränden mit Apfel und Birne würde sie gern auf den regionalen Anbau zurückgreifen. Dafür müssen jedoch noch die Voraussetzungen geschaffen werden: Üblich ist, dass Äpfel und Birnen früh gepflückt werden und in der Lagerung reifen – für die Brennerei ist dieses Obst nicht geeignet. „Das Obst muss bis zur vollen Reife am Baum hängen“, erklärt Birgitta Rust. Deshalb lässt sie sich momentan noch von den fränkischen und österreichischen Obstbauern beliefern, die sie während ihrer Praxisaufenthalte im Süden kennengelernt hat.

Die beiden Brandblasen im Nebenraum sind an diesem Morgen in Betrieb. Ein Geruch von Alkohol, leicht und fruchtig, liegt in der Luft, zu hören ist nichts. „Ich brenne gerade Whisky-Raubrand und auf der Feinbrandblase Williams-Birne“, erklärt die Brennerin. Der Raubrand ist in der Regel in drei Stunden durch, der Feinbrand benötigt acht. Während dieses Prozesses wird der im gegorenen Rohstoff vorhandene Alkohol samt Aroma durch Erhitzen destilliert, anschließend werden die Alkoholdämpfe im Kühler tröpfchenweise eingefangen. Der hochprozentige Feinbrand wird zum Schluss „auf Trinkstärke“ gebracht, sprich auf 40 Prozent Volumen.



Im Herbst, wenn das meiste Obst reif ist, beginnt die Hauptproduktion. Dann wird der Job der Brennerin zur körperlichen Arbeit. Eimerweise muss umgefüllt, müssen Obst und Flüssigkeiten transportiert werden. Die Brennseminare, die Birgitta Rust nebenbei gibt, sind deshalb ein guter Ausgleich. Ihre Entscheidung umzusatteln, habe sie nie bereut, sagt die Brennerin. Vor kurzem bekam sie die Anfrage, ob sie das Bundesland Bremen bei der „Internationalen Grünen Woche“ in Berlin vertreten wolle. Der Erfolg, sagt Birgitta Rust, habe ihr bestätigt: „Das hier ist absolut mein Ding.“

[www.br-piekfeinebraende.de](http://www.br-piekfeinebraende.de)

6.377 Zeichen, Autorin: Astrid Labbert

**Pressekontakt:**

Lena Wulfmeyer, Molthan van Loon Communications, Telefon: 040 – 460 68 183,  
E-Mail: [lena.wulfmeyer@mvlcc.de](mailto:lena.wulfmeyer@mvlcc.de)

*Kurzfassung*

## Die Nische als Erfolgsrezept

**Mit 46 Jahren hatte sich Unternehmensberaterin Birgitta Rust entschlossen, noch einmal umzusatteln. Heute betreibt die Bremerin die einzige Premium-Destillerie im Norden. Mit Erfolg.**

Obstbrennereien haben in Norddeutschland keine große Tradition. Unternehmerisch lassen sich daraus zwei Schlüsse ziehen: Es ist ein aussichtsloses Unterfangen ohne Markt. Oder: Es hat noch niemand probiert. Birgitta Rust zählt zu den Menschen, die gern Neues ausprobieren.

„Die Chance, diese Räume zu bekommen, hat mir den letzten Kick gegeben“, sagt die 50-Jährige über die Entscheidung, in die Bremer Überseestadt, das alte Hafenviertel, zu ziehen. Die Wand hinter ihr ist mit wettergezeichneten Holzbohlen versehen, auf dem Tisch liegt eine rot-weiß-karierte Decke. Es ist ein rustikales Dekor, das sich nahtlos ins ansonsten moderne Ambiente ihrer Verkaufsräume einfügt. Nebenan schließt sich die gläserne Manufaktur an: ein nüchterner Arbeitsraum, der von großen kupfer- und silberfarbenen Behältern dominiert wird – im Zentrum das, was jeder Brenner braucht: Brennblasen. So werden die Behälter genannt, in denen der Alkohol gebrannt wird. Temperaturregler, Hähne, Messgeräte: Wie kommt eine Bremer Unternehmensberaterin dazu, in diesem Metier noch einmal ganz von vorn anzufangen?

Birgitta Rust hat diese Geschichte in den vergangenen Monaten oft erzählt. Seit der Eröffnung der Destillerie im November 2011 hat sie diverse Preise und Auszeichnungen erhalten, Interviews über ihren Weg gegeben. Kurz zusammengefasst sah dieser so aus: Als sie im Zuge der Finanzkrise 2008 als angestellte Unternehmensberaterin plötzlich in einer Sackgasse angekommen war, stand sie vor der Frage: „Wie baut man sich eine neue Existenz auf?“

So geriet das, was sie bis dato in ihrer Freizeit gemacht hatte, in den Fokus: Bei einem Brennseminar hatte sie bereits Jahre zuvor „Feuer gefangen“ für das Handwerk, hatte sich in ihrer Freizeit einiges angelesen und eine Tischdestille zugelegt. Langsam reifte die Idee, aus ihrem Freizeitvergnügen einen Beruf zu machen. Als einziges Nordlicht absolvierte sie in Bayern die zweijährige Ausbildung. Danach war klar: „Jetzt gehe ich diesen Weg.“ Parallel wurde der Businessplan geschrieben. Drei wichtige Voraussetzungen, sagt Birgitta Rust, hätten ihr den Aufbau ihres neuen Unternehmens ermöglicht: „Ich hatte die Zeit, das Geld und die Ausbildung.“

Birgitta Rust setzt seither auf die Nische. Sie brennt nun ausschließlich erlesene Brände, Geiste, Liköre und seit diesem Jahr reift der erste Whisky in Holzfässern. Ihre Kunden sind meist Feinkostgeschäfte und Gastronomie mit erlesener Digestivauswahl. Unter den zehn Bränden sind



Schlehen-, Hagebutten-, Walnuss- und Haselnussbrand, unter den fünf Likörsorten Zwetschge und Williamsbirne. Dazu gibt es den ersten „Bremer Bitter“ – ein Kräuterlikör, den Birgitta Rust auf Bremer Bedürfnisse zur Grünkohlzeit ausgerichtet hat.

Ihre Entscheidung umzusatteln, habe sie nie bereut, sagt die Brennerin. Vor kurzem bekam sie die Anfrage, ob sie das Bundesland Bremen bei der „Internationalen Grünen Woche“ in Berlin vertreten wolle. Der Erfolg, sagt Birgitta Rust, habe ihr bestätigt: „Das hier ist absolut mein Ding.“

[www.br-piekfeinebraende.de](http://www.br-piekfeinebraende.de)

3.202 Zeichen, Autorin: Astrid Labbert

**Pressekontakt:**

Lena Wulfmeyer, Molthan van Loon Communications, Telefon: 040 – 460 68 183,

E-Mail: [lena.wulfmeyer@mvlcc.de](mailto:lena.wulfmeyer@mvlcc.de)

## Sonnige Aussichten

**In Bremen befindet sich eines der europaweit größten Testcenter für Solarmodule. Trotz Krise in der Branche ist die Firma Adler Solar damit auf Wachstumskurs.**

Palettenweise stehen sie in der 4.500 Quadratmeter großen Halle – Solarmodule von Herstellern aus aller Welt. Neue und gebrauchte Photovoltaik-Module werden im Bremer Westen auf Konstruktionsfehler und Schäden getestet – und wenn nötig auch repariert. Innerhalb von fünf Jahren hat die Firma rund zwei Millionen Solarmodule untersucht.

Adler-Solar-Geschäftsführer Gerhard Cunze verbreitet Optimismus. Dem 38-Jährigen ist klar, dass viele Solarunternehmen in der Krise stecken und die staatlichen Zuschüsse für Solaranlagen gesunken sind – doch beides ist für den gebürtigen Bremer nicht entscheidend für Erfolg oder Misserfolg seines Unternehmens. Für ihn zählt vor allem, dass schon jetzt viele Firmen und Privatleute in Solaranlagen investiert haben. In Anlagen, die oft eine prognostizierte Lebensdauer von mindestens 20 Jahren haben – und diese auch erreichen müssen, damit sich die Investition rechnet.

Mit Solaranlagen ist es wie mit Aktien. So lange die Rendite stimmt, ist für die Besitzer alles in Ordnung, tut sie das nicht, macht sich Unruhe breit. Viele Eigentümer fragen sich dann, warum ihre Anlage trotz schönstem Sonnenschein weniger Strom produziert, als sie soll. In solchen Fällen kommen die Fachleute von Adler Solar ins Spiel. Sie kümmern sich im Auftrag zahlreicher Solarmodul-Hersteller und Versicherungen um Reparaturen und Reklamationsfälle.

### Tests mit Wasser, Licht und Wärme

Um herauszufinden, warum die angelieferten Solarmodule nicht richtig funktionieren, wenden die Mitarbeiter verschiedene Diagnoseverfahren an: Sie tauchen Module in ein Wasserbad und setzen sie unter Strom, um zu sehen, ob die Isolierung defekt ist. Sie simulieren mit einem sogenannten Flasher starkes Sonnenlicht und beobachten, wie gut das Produkt dieses Licht verarbeitet. Mittels Thermografie erstellen sie ein Wärmebild des Moduls, um zu erkennen, welche Stellen besonders warm und somit vermutlich defekt sind. Und besonders unscheinbaren Fehlern wie Mikrorissen oder defekten Zellen kommen sie auf die Spur, indem sie ein sogenanntes Elektrolumineszenz-Verfahren einsetzen. Dabei wird das Modul durch elektrische Spannung zum Leuchten gebracht. Dort, wo es dunkel bleibt, verbergen sich Fehler.

Mit diesem Testcenter füllt Adler Solar eine Marktlücke. „Zwar gibt es auch wissenschaftliche Institute, die Solaranlagen testen“, räumt Cunze ein. „Aber die kümmern sich vor allem um Module, die sich noch in der Entwicklung befinden. Bei uns steht dagegen der Test- und Reparaturservice für den Endkunden im Mittelpunkt.“

Eine ungewöhnliche Erfolgsgeschichte: Adler Solar gehört zur Adler Gruppe, einem Unternehmen, das sich ursprünglich vor allem auf Gebäudemanagement und Personaldienstleistungen konzentriert hatte – bis vor fünf Jahren ein Auftrag des britischen Unternehmens BP Solar einging. Anlass war eine große Rückrufaktion für Solarmodule. Insgesamt 160.000 Module mit einem Serienfehler mussten damals in einem Zeitraum von zwei Jahren getestet und repariert werden. Adler mietete für dieses Projekt eine Halle an und stellte 80 Mitarbeiter ein, die sich im Zwei-Schicht-Betrieb um die schadhaften Module kümmerten.

Die große Rückrufaktion von BP Solar war kein Einzelfall. Der Solar-Boom der vergangenen Jahre hatte dazu geführt, dass manche Hersteller auf der Suche nach dem schnellen Erfolg im großen Stil billig produzierte Solarmodule auf den Markt gebracht hatten. „Viele dieser Module wurden zum Beispiel einfach schlecht gelötet und funktionieren nun nicht mehr richtig. Deshalb machen viele Kunden jetzt Garantiesprüche geltend“, sagt Cunze.

### **Reparaturdienst als Marktlücke**

Er erkannte in diesen Schwierigkeiten ein Geschäftsfeld und schuf mit Adler Solar ein Unternehmen, das sich ganz dem Service rund um Solaranlagen verschrieben hat: „Zwölf der 20 größten Akteure der Solarbranche nehmen unsere Dienstleistungen bereits in Anspruch“, sagt Cunze. Zu den Kunden gehören beispielsweise die US-Anbieter First Solar und Sunpower sowie die norwegische REC Solar.

Weshalb die Unternehmen den Service von Adler Solar nutzen, liegt für Cunze auf der Hand: „Es ist für sie kostengünstiger und effektiver als eine eigene Abteilung für solche Fälle. Denn wir bündeln hier den Service, das nötige Wissen und die entsprechende Logistik für mehrere Anbieter.“ Dazu gehört auch ein Servicecenter, das im Auftrag verschiedener Hersteller Fragen beantwortet und Reklamationen entgegennimmt.

Weitere Kunden von Adler Solar sind Versicherungen. Sie wollen zum Beispiel bei Schadensfällen wie Bränden und Blitzeinschlägen nicht gleich eine komplett neue Solaranlage bezahlen und lassen die Module deshalb in Bremen testen, damit nur diejenigen ausgetauscht werden, die nicht mehr zu gebrauchen sind.

### **Vor-Ort-Service wird immer wichtiger**

Mittlerweile sind die Mitarbeiter von Adler Solar auch als Experten gefragt, wenn es um Neuinvestitionen geht. Die Firma beschäftigt mehrere ausgebildete Gutachter, die für Banken und andere Investoren einschätzen, ob ein geplantes Solarprojekt technisch umsetzbar ist und sich finanziell rentieren kann. Und auch der Vor-Ort-Service wird immer wichtiger. Etwa 60 der 180 Mitarbeiter sind in mobilen Service-Teams tätig, die im Auftrag der Hersteller Solaranlagen aufsuchen, um die Module vor Ort zu warten oder zu reparieren. Denn die Branche wandelt sich, die Firmen setzen vermehrt auf hochwertigere Solarmodule und besseren Service, damit es nicht





mehr zu teuren Rückrufaktionen und Reklamationswellen kommt. Im Erfolg von Adler Solar spiegeln sich so nicht nur die Krisen der Solarindustrie – sondern auch ihre Chancen.

5733 Zeichen, Autor: Thomas Joppig

**Pressekontakt:**

Claas Rohmeyer, Adler Solar, Presse und Kommunikation, Telefon: 0421 – 83 57 01 00,

E-Mail: [rohmeier@adlersolar.de](mailto:rohmeier@adlersolar.de)

*Kurzfassung*

## Sonnige Aussichten

**In Bremen befindet sich eines der europaweit größten Testcenter für Solarmodule. Trotz Krise in der Branche ist die Firma Adler Solar damit auf Wachstumskurs.**

Palettenweise stehen sie in der 4.500 Quadratmeter großen Halle – Solarmodule von Herstellern aus aller Welt. Neue und gebrauchte Photovoltaik-Module werden im Bremer Westen auf Konstruktionsfehler und Schäden getestet – und wenn nötig auch repariert. Innerhalb von fünf Jahren hat die Firma rund zwei Millionen Solarmodule untersucht.

Adler-Solar-Geschäftsführer Gerhard Cunze verbreitet Optimismus. Dem 38-Jährigen ist klar, dass viele Solarunternehmen in der Krise stecken und die staatlichen Zuschüsse für Solaranlagen gesunken sind – doch beides ist für den gebürtigen Bremer nicht entscheidend für Erfolg oder Misserfolg seines Unternehmens. Für ihn zählt vor allem, dass schon jetzt viele Firmen und Privatleute in Solaranlagen investiert haben. In Anlagen, die oft eine prognostizierte Lebensdauer von mindestens 20 Jahren haben – und diese auch erreichen müssen, damit sich die Investition rechnet.

Mit seinem Testcenter füllt Adler Solar eine Marktlücke. „Zwar gibt es auch wissenschaftliche Institute, die Solaranlagen testen“, räumt Cunze ein. „Aber die kümmern sich vor allem um Module, die sich noch in der Entwicklung befinden. Bei uns steht dagegen der Test- und Reparaturservice für den Endkunden im Mittelpunkt.“

Der Solar-Boom der vergangenen Jahre hatte dazu geführt, dass manche Hersteller auf der Suche nach dem schnellen Erfolg im großen Stil billig produzierte Solarmodule auf den Markt gebracht hatten. „Viele dieser Module wurden zum Beispiel einfach schlecht gelötet und funktionieren nun nicht mehr richtig. Deshalb machen viele Kunden jetzt Garantiesprüche geltend“, sagt Cunze.

Er erkannte in diesen Schwierigkeiten ein Geschäftsfeld und schuf mit Adler Solar ein Unternehmen, das sich ganz dem Service rund um Solaranlagen verschrieben hat: „Zwölf der 20 größten Akteure der Solarbranche nehmen unsere Dienstleistungen bereits in Anspruch“, sagt Cunze. Weshalb die Unternehmen den Service von Adler Solar nutzen, liegt für Cunze auf der Hand: „Es ist für sie kostengünstiger und effektiver als eine eigene Abteilung für solche Fälle.“

Weitere Kunden von Adler Solar sind Versicherungen. Sie wollen zum Beispiel bei Schadensfällen wie Bränden und Blitzeinschlägen nicht gleich eine komplett neue Solaranlage bezahlen und

lassen die Module deshalb in Bremen testen, damit nur diejenigen ausgetauscht werden, die nicht mehr zu gebrauchen sind.

Mittlerweile sind die Mitarbeiter von Adler Solar auch als Experten gefragt, wenn es um Neuinvestitionen geht. Und auch der Vor-Ort-Service wird immer wichtiger. Im Erfolg von Adler Solar spiegeln sich so nicht nur die Krisen der Solarindustrie – sondern auch ihre Chancen.

2.818 Zeichen, Autor: Thomas Joppig

**Pressekontakt:**

Claas Rohmeyer, Adler Solar, Presse und Kommunikation, Telefon: 0421 – 83 57 01 00,

E-Mail: [rohmeier@adlersolar.de](mailto:rohmeier@adlersolar.de)

## Geschmacksfragen

**Über Geschmack lässt sich nicht streiten. Aber eines Tages wird er sich objektiv messen lassen. Entsprechende Analytikverfahren sind das Ziel eines Forschungsprojektes am ttz Bremerhaven.**

Die Geschmacksnerven der Bremerhavener entscheiden darüber, was Deutschland schmeckt oder nicht. Ob Wein, Schokolade, Fertiggerichte oder eine neue Backmischung: Zahlreiche Unternehmen der Lebensmittelindustrie lassen im Sensorik-Labor des Technologie-Transferzentrums ttz Bremerhaven ihre neuesten Kreationen durch Freiwillige und Geschmacksprofis testen. Die Probanden verkosten Nahrungsmittel, die gerade frisch aus den Entwicklungsabteilungen gekommen sind.

Gut, weniger gut, zu süß, zu sauer, zu salzig oder fade – ob es den Käufern später ähnlich mundet wie den Testern, ist vor allem eine Frage der Statistik. Aus den abgegebenen Bewertungen können die Firmen ablesen, ob ihre Zubereitungen auf dem Markt ankommen werden oder nicht. Künftig werden sie es möglicherweise mit weniger Aufwand, dafür aber präziser erfahren. „Guter Geschmack wird messbar“, ist Imke Matullat überzeugt, die das Team der Sensorik-Wissenschaftler am ttz leitet.

### Geschmacksprognosen

Im ersten Moment klingt es einfach, was die Wissenschaftler austüfteln. Sie wollen das Geschmackserlebnis der Probanden aus dem Sensorik-Labor mit den Ergebnissen chemisch-physikalischer Produktanalysen vergleichen. „Im Prinzip kann ich beispielsweise mithilfe der Gas-Chromatografie feststellen, welche flüchtigen Substanzen in einem Nahrungsmittel enthalten sind“, erläutert Imke Matullat. Aus dem Vergleich mit den im Test notierten Eindrücken der Probanden müsste sich dann zuordnen lassen, welche Kombination von Substanzen welchen Geschmack erzeugt. Zumindest schwerpunktmäßig: „In der Praxis ist es natürlich die Kombination aus vielen Aromen, Zutaten und Bestandteilen, die den Geschmack ausmachen.“ Hinzu kommt, so Imke Matullat, dass das Geschmackserlebnis sogar bei ein und demselben Probanden variieren kann: „Wie wir Geschmack empfinden, hängt auch vom Augenblick ab, von der Tageszeit, von möglichem Stress, von den Hormonen und vielen anderen Einflüssen.“

Die Bremerhavener Wissenschaftler üben sich darin, dieses komplizierte Beziehungsgeflecht durchschaubar zu machen „Objektive Messmethoden haben sowohl für die Verbraucher als auch für die Hersteller große Vorteile“, ist Imke Matullat überzeugt: „Sie haben eine verbesserte Aussagekraft und lassen sich schneller erstellen.“ Endlich könnte das in greifbare Nähe rücken, was schon die alten Römer als Weisheit pfligten: „De gustibus non disputandum – über Geschmack lässt sich nicht streiten.“

Damit der Geschmack nicht weiter allein eine Geschmacksfrage bleibt, haben die Bremerhavener dem Thema mit Hilfe des Bundeswirtschaftsministeriums jetzt ein Forschungsprojekt gewidmet: „Korrelation von sensorischen und analytischen Daten“ heißt das Vorhaben, kurz KosaDat, und es beschäftigt sich mit der wissenschaftlichen Analyse des Geschmackserlebnisses von Zartbitterschokolade aus dem Haus des Projektpartners Bremer Hachez Chocolate. Unwissenschaftlich ausgedrückt: Die Lebensmitteltechnologien ermitteln die Inhaltsstoffe der Schokolade und vergleichen sie mit dem, was die Probanden über den zarten Schmelz auf der Zunge zu berichten wissen. Dann versuchen sie, die Informationen aus beiden Quellen miteinander zu verknüpfen.

### **Künstliche Intelligenz im Einsatz**

Damit die Daten und Fakten interpretierbar werden und für Vorhersagen genutzt werden können, ist das Fraunhofer-Institut für Algorithmen und Wissenschaftliches Rechnen an dem Projekt beteiligt. Die Zahlenkünstler aus St. Augustin entwickeln für das Vorhaben Formen der künstlichen Intelligenz, die Prognosen ermöglichen sollen, welchen Geschmack bestimmte Kombinationen von Inhaltsstoffen haben werden. Damit zielt das Bremerhavener Vorhaben auf das Thema Food-Design. Unter dem Stichwort arbeiten Lebensmitteltechnologien nicht nur in Bremerhaven daran, neue Nahrungs- und Genussmittel gezielt am Computer durch den Zusammenbau von einzelnen Komponenten zu entwerfen und den Geschmack schon vorher definieren zu können.

In ihrer vergleichenden Forschung haben die Bremerhavener bereits einige erstaunliche Erkenntnisse gewonnen: „Aus bestimmten Inhaltsstoffen können wir mit einer sehr hohen Trefferwahrscheinlichkeit darauf schließen, ob ein Schokoladenprodukt ein kommerzieller Erfolg wird oder nicht“, versichert Imke Matullat. Damit sind die Fachleute am ttz bereits an einem Punkt angelangt, der für die Industrie von praktischem Nutzwert sein kann: „Die bislang notwendigen Erprobungen und Geschmackstests, die ja sehr viel Geld und Zeit kosten, können verringert werden.“ Zudem wird den immer von Subjektivität geprägten Geschmacksproben eine objektive Note verliehen und die Ergebnisse werden überprüfbar gemacht.

Gelegentlich müssen sich Imke Matullat und ihre Kollegen deswegen vorhalten lassen, ihr Projekt sei ein Angriff auf das Expertenwissen in der Lebensmittelbranche. Außerdem warnen die Kritiker, das ttz sei dabei, sein eigenes Sensorik-Labor und damit eine Einnahmequelle für das Institut überflüssig zu machen. Derlei Bedenken sind für die Geschmacksexperten aus Bremerhaven eher kalter Kaffee als heiße Schokolade. Denn das analytische Schokoladenprofil, das laut Matullat den „chemischen Fingerabdruck der Schokolade“ darstellt, ist trotz der angezeigten Fülle von Inhaltsstoffen längst nicht so umfassend wie der tatsächliche Geschmack. „Das Geschmackserlebnis wird ja noch durch weitere ‚Dimensionen‘ wie Aussehen, Geruch und Schmelz bestimmt“, erläutert die Expertin.



Zudem gibt es immer geschmackliche Verbindungen einzelner Bestandteile, die wohl mit der Zunge, aber nicht mit dem Chromatografen aufzudecken sind. Am Ende des Projekts wird der Slogan der beteiligten Chocolate-Manufaktur unverändert bleiben können: „Wie schön, dass es das Besondere gibt.“ Aber möglicherweise wissen die ttz-Technologen dann ein bisschen genauer, wodurch dieses Besondere so besonders wird.

[www.ttz-bremerhaven.de](http://www.ttz-bremerhaven.de)

5.991 Zeichen, Autor: Wolfgang Heumer

**Pressekontakt:**

Christian Colmer, ttz, Telefon: 0471 – 48 32 124, E-Mail: [ccolmer@ttz-bremerhaven.de](mailto:ccolmer@ttz-bremerhaven.de)

*Kurzfassung*

## Geschmacksfragen

**Über Geschmack lässt sich nicht streiten. Aber eines Tages wird er sich objektiv messen lassen. Entsprechende Analytikverfahren sind das Ziel eines Forschungsprojektes am ttz Bremerhaven.**

Die Geschmacksnerven der Bremerhavener entscheiden darüber, was Deutschland schmeckt oder nicht. Ob Wein, Schokolade, Fertiggerichte oder eine neue Backmischung: Zahlreiche Unternehmen der Lebensmittelindustrie lassen im Sensorik-Labor des Technologie-Transferzentrums ttz Bremerhaven ihre neuesten Kreationen durch Freiwillige und Geschmacksprofis testen.

Gut, weniger gut, zu süß, zu sauer, zu salzig oder fade – ob es den Käufern später ähnlich mundet wie den Probanden, ist vor allem eine Frage der Statistik. Aus den abgegebenen Bewertungen können die Firmen ablesen, ob ihre Zubereitungen auf dem Markt ankommen werden oder nicht. Künftig werden sie es möglicherweise mit weniger Aufwand, dafür aber präziser erfahren. „Guter Geschmack wird messbar“, ist Imke Matullat überzeugt, die das Team der Sensorik-Wissenschaftler am ttz leitet.

Damit der Geschmack nicht weiter allein eine Geschmacksfrage bleibt, haben die Bremerhavener dem Thema mit Hilfe des Bundeswirtschaftsministerium jetzt ein Forschungsprojekt gewidmet: „Korrelation von sensorischen und analytischen Daten“ heißt das Vorhaben, kurz KosaDat, und es beschäftigt sich mit der wissenschaftlichen Analyse des Geschmackserlebnisses von Zartbitterschokolade aus dem Haus des Projektpartners Bremer Hachez Chocolate. Unwissenschaftlich ausgedrückt: Die Lebensmitteltechnologe ermitteln die Inhaltsstoffe der Schokolade und vergleichen sie mit dem, was die Probanden über den zarten Schmelz auf der Zunge zu berichten wissen. Dann versuchen sie, die Informationen aus beiden Quellen miteinander zu verknüpfen.

In ihrer vergleichenden Forschung haben die Bremerhavener bereits einige erstaunliche Erkenntnisse gewonnen: „Aus bestimmten Inhaltsstoffen können wir mit einer sehr hohen Trefferwahrscheinlichkeit darauf schließen, ob ein Schokoladenprodukt ein kommerzieller Erfolg wird oder nicht“, versichert Imke Matullat. Damit sind die Fachleute am ttz bereits an einem Punkt angelangt, der für die Industrie von praktischem Nutzwert sein kann: „Die bislang notwendigen Erprobungen und Geschmackstests, die ja sehr viel Geld und Zeit kosten, können verringert werden.“ Zudem wird den immer von Subjektivität geprägten Geschmacksproben eine objektive Note verliehen und die Ergebnisse werden überprüfbar gemacht.

Gelegentlich müssen sich Imke Matullat und ihre Kollegen deswegen vorhalten lassen, ihr Projekt sei ein Angriff auf das Expertenwissen in der Lebensmittelbranche. Außerdem warnen die Kritiker, das ttz sei dabei, sein eigenes Sensorik-Labor und damit eine Einnahmequelle für das Institut überflüssig zu machen. Derlei Bedenken sind für die Geschmacksexperten aus Bremerhaven eher kalter Kaffee als heiße Schokolade. Denn das analytische Schokoladenprofil, das laut Matullat den „chemischen Fingerabdruck der Schokolade“ darstellt, ist trotz der angezeigten Fülle von Inhaltsstoffen längst nicht so umfassend wie der tatsächliche Geschmack. „Das Geschmackserlebnis wird ja noch durch weitere ‚Dimensionen‘ wie Aussehen, Geruch und Schmelz bestimmt“, erläutert die Expertin.

Zudem gibt es immer geschmackliche Verbindungen einzelner Bestandteile, die wohl mit der Zunge, aber nicht mit dem Chromatografen aufzudecken sind. Am Ende des Projekts wird der Slogan der beteiligten Chocolate-Manufaktur unverändert bleiben können: „Wie schön, dass es das Besondere gibt.“ Aber möglicherweise wissen die ttz-Technologen dann ein bisschen genauer, wodurch dieses Besondere so besonders wird.

[www.ttz-bremerhaven.de](http://www.ttz-bremerhaven.de)

3.656 Zeichen, Autor: Wolfgang Heumer

**Pressekontakt:**

Christian Colmer, ttz, Telefon: 0471 – 48 32 124, E-Mail: [ccolmer@ttz-bremerhaven.de](mailto:ccolmer@ttz-bremerhaven.de)



## Bilderdienst

Die folgenden Bilder stehen auf [pressedienst.bremen.de](http://pressedienst.bremen.de) zum Download bei themengebundener Berichterstattung honorarfrei bereit. Bitte geben Sie bei Abdruck die Bildrechte wie beistehend an.

### Die Nische als Erfolgskonzept (Seite 2)



Birgitta Rust hat aus ihrem Hobby einen Beruf gemacht: Als einziges Nordlicht absolvierte sie in Bayern die zwei-jährige Ausbildung zur Brennerin.

**Foto: Jens Schulz**



Mit 46 Jahren baute sich Birgitta Rust eine neue Existenz auf: Heute betreibt die Bremerin die einzige Premium-Destillerie im Norden.

**Foto: Jens Schulz**



In der hauseigenen Brennerei werden ausschließlich erlesene Brände, Geiste, Liköre gebrannt. Nun gibt es den ersten „Bremer Bitter“ – ein Kräuterlikör, den Birgitta Rust auf Bremer Bedürfnisse zur Grünkohlzeit ausgerichtet hat.

**Foto: Jens Schulz**

## Sonnige Aussichten (Seite 10)



Mit einem so genannten Flasher testet Adler-Solar-Mitarbeiterin Anna Zarp, wie gut Solarmodule Licht verarbeiten können.  
**Foto: Thomas Joppig**

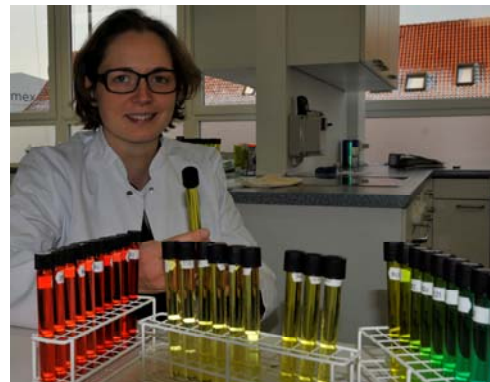


Mit Tests und Reparaturen von Solarmodulen auf Wachstumskurs: Adler-Solar-Geschäftsführer Gerhard Cunze.  
**Foto: Thomas Joppig**

## Geschmacksfragen (Seite 12)



Die Lebensmitteltechnologen am Technologie-Transferzentrums ttz in Bremerhaven können mit einer sehr hohen Trefferwahrscheinlichkeit darauf schließen, ob ein Schokoladenprodukt ein kommerzieller Erfolg wird oder nicht.  
**Foto: ttz Bremerhaven**



„Guter Geschmack wird messbar“, ist Imke Matullat überzeugt, die das Team der Sensorik-Wissenschaftler am ttz leitet.  
**Foto: Wolfgang Heumer**