

Eine Forschungsstadt soll entstehen

Givaudan, der weltweit grösste Hersteller von Aroma- und Duftstoffen, investiert weiter in Kemptthal. Das «bedeutendste Forschungszentrum Givaudans weltweit» soll weitere Firmen ins ehemalige Maggi-Areal locken. Denn das Gebiet im nördlichen Teil wird vom globalen Unternehmen nicht selber genutzt.



08.09.2016

Stichworte

[Lindau](#)

Wo früher Angestellte Maggi-Produkte in Dosen abfüllten, erstellt Givaudan nun zusammen mit Mettler2Invest für 30 Millionen Franken «moderne Büroarbeitsplätze». Bild: Givaudan

«Sie haben heute mit grosser Wahrscheinlichkeit schon Kontakt mit uns gehabt», sagte der gebürtige Veltheimer und Givaudan-Sprecher Hugo Felix am Innovationsapéro im Technopark am Dienstagabend. Das Unternehmen produziert Aroma- und Duftstoffe. Etwa für Getränke, Lebensmittel, Zahnpasta, Waschmittel oder ganz klassisch: Parfüms, Deodorants und andere Hygieneprodukte. Damit Weltmarktführer Givaudan seinen Anteil von «etwas über 25 Prozent» halten oder gar ausbauen kann, wird nun weiter investiert. Im letzten Jahr betrug die Investitionen für Forschung und Entwicklung weltweit 366 Millionen Franken. Der gesamte Umsatz lag bei 4,4 Milliarden Franken.

Für die Umnutzung des Maggi-Areals in Kemptthal wird auch dieses Jahr Geld in die Hand genommen. Givaudan will «moderne Büroarbeitsplätze» für 30 Millionen in der ehemaligen Dosenabfüllerei schaffen. Als Partnerfirma für die Arealentwicklung im Norden fungiert Mettler2Invest, die in der Immobilienentwicklung tätig ist.

Museum als Vision

«Intern gefeilt» wird zurzeit an der Idee eines Start-up-Inkubators. Im Gebäude an den Gleisen, wo früher die Maggi-Würze hergestellt wurde, sollen innovative Jungunternehmen die nötige Infrastruktur für ihre Duft- und Aromastoffforschung vorfinden. «Das wäre weltweit einzigartig», sagt Felix. Der Fokus liegt laut Givaudan auf Unternehmen im Bereich Naturwissenschaften, die eine komplexe Laborinfrastruktur benötigen. Dadurch könnten die Unternehmer auch vom starken Netzwerk Givaudans profitieren.

Den nördlichen Teil des Areals nutzt Givaudan nicht. Andere Firmen sollen laut Felix das Areal beleben und die Infrastruktur ergänzen. «Wir haben etwa kein Personalrestaurant eingeplant, ein Hotel für anreisende Besucher sowie ein

Kongresszentrum fehlen.»

Felix könnte sich auch ein Museum vorstellen. Das ist aber vorerst eine Vision. Die Geschichte von Kempththal und Pionier Julius Maggi könnten darin laut Felix etwa Platz finden.

Weder Traum noch Vision ist hingegen der bereits Ende April begonnene 120-Millionen-Neubau für Forschung und Entwicklung namens Zurich Innovation Center (ZIC) im Süden des Areals. «Die Forschung in Kempththal wird multidisziplinär aufgebaut sein und mit seiner Grösse das bedeutendste Forschungszentrum der Givaudan weltweit werden», betont Felix die Wichtigkeit des Zentrums gegenüber den fünf anderen. Ab 2019 sollen in Kempththal gegen 500 Personen arbeiten, davon 120 Mitarbeiter in der Forschung.

Aroma ist nicht gleich Duft

Die Forscher sollen neue Aromen und Düfte entdecken. «Diese sind der Schlüssel zum Markterfolg eines Produkts», sagt Felix. Mindestens zur Hälfte würden Geruch und Geschmack über den Kauf eines Produkts entscheiden. «Der Duft soll differenzieren.»

Unterschieden wird in der Branche zwischen Aroma- und Duftforschung. «Aromen orientieren sich meist am natürlichen Vorbild, wie einer Erdbeere, diese sollen möglichst authentisch und frisch schmecken, wie wir es uns gewohnt sind», sagt Felix, der während zehn Jahren Mitglied der Geschäftsleitung der Aromendivision war. Ausserdem seien Aromaprofile stets lokal. «Eine Cola in Indien schmeckt anders als in der Schweiz.» Duftstoffe wie etwa Luxusparfüms seien hingegen in New York wie in Singapur gleich. «Duftkompositionen bewegen sich in der Welt der Fantasie, sie sollen Emotionen und Erinnerungen wecken.» Dort laute das Ziel stets: «Suche nach dem Duft, den die Welt noch nie gerochen hat.»

Felix vergleicht die Aromatiker und Parfümeure mit Kunstmalern. Um eine qualitativ hochwertige Kreation zu garantieren, brauche es «eine herausragende Rohstoffpalette». Laut Felix basiert diese zur Hälfte auf natürlichen Rohstoffen, etwa Blumen, Blätter, Früchten, Holz, Wurzeln oder Samen. Diese werden beispielsweise destilliert oder extrahiert. Bei geschützten oder seltenen Pflanzen werden «hochsensible Techniken und Geräte» eingesetzt. Dabei können Düfte eingefangen werden, ohne die Pflanze zu zerstören. Jedes Jahr entdeckt die Firma 2000 neuartige Moleküle und arbeitet an über 35 000 Kundenprojekten pro Jahr. Wenn die Firma ein solches Projekt gewonnen hat, fliesst allerdings noch kein Geld. «Wir forschen und entwickeln für die Kunden auf Vorrat.» Erst wenn das Produkt erfolgreich ist, verdient Givaudan mit. Im letzten Geschäftsjahr verkaufte das Unternehmen ungefähr 60 000 verschiedene Duft- und Aromakompositionen. In Ashford (UK) wird auch auf dem Gebiet der Neurowissenschaften geforscht, um die Grundlagen der Duftwahrnehmung im Hirn zu verstehen.

Düfte in Echtzeit versenden

Um einen Duft oder Geschmack in Worte zu fassen, hat die Firma auch eine eigene Sprache namens Sense-it entwickelt: «Wird mit einem Kunden ein bedeutendes Projekt gestartet, so kann zum Beispiel über die wichtigsten Geschmacksfacetten einer Erdbeere eine gemeinsame Gesprächsebene mit unserem Projektteam definiert werden.» Das beschreibe allerdings auch nur eine Karikatur. Deshalb hat die Firma an allen Standorten einen sogenannten Virtual Aroma Synthesizer. «Man muss sich das wie einen Drucker vorstellen, den man mit verschiedenen Duftpatronen «laden» kann und somit an jedem Ort der Welt den gleichen Duft in Echtzeit riechen kann», sagt Felix.

Michael Domeisen, Geschäftsführer der Standortförderung Region Winterthur, nannte das Zentrum auf dem «altherwürdigen» Maggi-Areal «die jüngste Perle, die am Entstehen ist». Früher sei Innovation vor allem durch Gewässer geprägt gewesen, heute lassen sich Unternehmen vor allem an Orten nieder, die gut erreichbar sind, viele Fachkräfte aufweisen und genügend Fläche bieten. (Der Landbote)

(Erstellt: 07.09.2016, 20:52 Uhr)