

Abwechslung für Wassertrinker

Das Münchner Unternehmen air up bringt Geschmack ins Wasser – ohne ihm wirklich etwas beizumischen. Die Gründer haben eine Flasche mit Aromaring entwickelt, die Duft so in den Mund leitet, dass das Gehirn einen Geschmack empfindet, obwohl nur Wasser getrunken wird.

„Wir wissen aus der Ernährungswissenschaft, dass Wasser ein sehr gesundes Getränk ist. Aber auf Dauer schmeckt es langweilig,“ sagt Gründer Fabian Schlang, der an der TUM Ernährungswissenschaften und Lebensmitteltechnologie studiert hat. Es gibt aromatisiertes Wasser, aber das enthält fast immer Zucker oder Süßstoff. „Mit der von uns entwickelten Flasche dagegen trinkt man pures Wasser und hat trotzdem ein Geschmackserlebnis.“ Das Start-up will Wassertrinkern eine gesunde und unkomplizierte Abwechslung bieten und Soft- oder Softdrink-Trinkern den Umstieg auf Wasser leichter machen.

Die Flasche hat einen strohhalmähnlichen Trinkstutzen, auf den man einen Aromaring aufsteckt. Eingefüllt wird Leitungswasser, pur oder gesprudelt. Fünf Aromen gibt es bisher, vom klassischen Apfel bis hin zu Zitrone-Hopfen. Der Ring rastet in zwei Positionen ein und lässt sich an- oder abschalten, je nachdem, ob man Lust auf pures Wasser oder auf Geschmack hat.

Retronasale Aromawahrnehmung nennt sich der Vorgang, der hinter dem Produkt steckt. Menschen nehmen Geruch direkt durch die Nase wahr, Duft kann aber auch den Umweg über den Rachen nehmen, etwa als Aroma von Essen. Weil Duft im Mund normalerweise mit Nahrung zusammenhängt, nimmt das Gehirn ihn als Geschmack wahr, auch wenn es sich nur um Duft mit Wasser handelt.

„Es war eine Art Grundlagenforschung für ein retronasales Trinksystem.“

Fabian Schlang, air up-Gründer

Die von air up entwickelte Trinkflasche versetzt Wasser beim Ansaugen mit aromatisierter Luft aus einem Dufring. So entsteht für den Verbraucher der Eindruck, als ob er aromatisiertes Wasser trinkt, denn der Duft erzeugt im Gehirn dieses Geschmackserlebnis.



Durch Zufall stießen die Produktdesign-Studenten Lena Jüngst und Tim Jäger von der Hochschule für Gestaltung Schwäbisch Gmünd auf dieses Thema und fragten sich: Wie könnte man Duft gezielt in den Mund leiten, um ein Geschmackserlebnis zu erzeugen? Es entstand der Prototyp einer Flasche, die Wasser mit aromatisierter Luft versetzt. Über Freunde kam der Kontakt zu Fabian Schlang zustande, der nach einem Thema für seine Masterarbeit suchte. Der gelernte Koch fing sofort Feuer. Es stellten sich viele Fragen: Wie trinken Menschen eigentlich? Wie bekommt man für große und kleine Schlucke ein gutes Geschmackserlebnis hin? Wie sieht das ideale Trägermaterial für das Aroma aus und wie das beste Design für den Aromaring? Und wie misst man Aroma überhaupt? „Es war eine Art Grundlagenforschung für ein retronasales Trinksystem,“ erinnert sich Schlang. Begeisterung klingt durch, wenn er erzählt, wie sehr er davon profitierte, dass es an der TUM für praktisch jede Frage jemanden gibt, der sich auskennt, einem ein Gerät leiht oder anderweitig weiterhilft. Viel Aufwand steckt im Flaschendesign. Es muss sicherstellen, dass beim Trinken exakt die richtige Menge Luft angesaugt wird, durch den Aromaring strömt und mit dem Wasser verwirbelt. Und trotz ausgeklügelter Form muss das ganze System beim Reinigen einwandfrei hygienisch sauber werden.

Grafiken: edlundsepp (Quelle: air up)

Zu dem Dreierteam stießen Jannis Koppitz und Simon Nüesch, beide TUM-BWL Alumni. Über die UnternehmertUM bekamen die Gründer Zugang zum EU-Förderprogramm Climate-KIC. Es folgte ein Exist-Gründerstipendium und der Einzug in das TUM Entrepreneurship Center in Garching. „Der Kontakt zu anderen Start-ups, das TUM Netzwerk und der Maker Space haben uns schnell weitergebracht,“ erinnert sich Schlang. Investoren stiegen ein und vermittelten Produktionsbetriebe. Mittlerweile hat air up ein eigenes Büro bezogen und ist – Stand Sommer 2019 – auf 15 Kollegen angewachsen. Neue Aromen sind in Arbeit und weitere Flaschendesigns – auch Glas – in der Überlegung. Seit Juli 2019 – nur drei Jahre nach der Gründung – ist das Produkt am Markt und online sowie in Supermärkten und Sportgeschäften erhältlich. Offensichtlich hat air up einen Nerv getroffen: Nur wenige Tage nach Verkaufsstart waren viele Händler ausverkauft. ■

Christine Rüth