

Pressemitteilung

8. November 2015

Deutsche Sensoriktag 2015 in Dresden – Interessante Beiträge zu aktuellen Themen der Sensorik und Konsumentenforschung

Im Oktober dieses Jahres führte die Deutsche Gesellschaft für Sensorik (DGSens e.V.) ihre vierte deutschsprachige Fachtagung zur sensorischen Analyse und Konsumentenforschung an der Fakultät für Chemie und Lebensmittelchemie der Technischen Universität Dresden durch. Das Rahmenthema der diesjährigen Veranstaltung, zu der ca. 100 Interessierte aus Wissenschaft und Praxis kamen, lautete: „Packende Sensorik“. Durch Vorträge, Workshops und Poster konnten sich die Teilnehmer über aktuelle Sensorik-Themen informieren.



Den ersten Vortrag der Fachtagung, die Prof. Dr. Jörg Meier von der Hochschule Neubrandenburg wie gewohnt sehr unterhaltsam und sachkundig moderierte, hielt Alexander Schlag, Geschäftsführer und Gesellschafter der yellow design GmbH. Anhand zahlreicher Praxisbeispiele wurde die Bedeutung der multisensorischen Gestaltung von Produkt- und Verpackungsdesigns anschaulich herausgearbeitet.

Einen interessanten Einblick in die sensorische Interaktion zwischen Produkt und Verpackung gewährte Thomas Simat, Professor für Lebensmittelkunde und Bedarfsgegenstände an der Fakultät für Chemie und Lebensmittelchemie der Technischen Universität Dresden. Lebensmittelkontaktmaterialien dürfen keine Bestandteile auf Lebensmittel abgeben, die zu einer organoleptischen Beeinträchtigung dieser Lebensmittel führen. Die Zuhörer erhielten einen Überblick über die zahlreichen verschiedenen Fehlgerüche, für die Lebensmittelkontaktmaterialien verantwortlich sind, und Prof. Simat zeigte auf, welche Methoden zur sensorischen Überprüfung von Lebensmittelkontaktmaterialien geeignet sind.

Über die Ergebnisse eines aktuellen Forschungsprojektes der DGSens berichteten Andrea Bauer, Professorin für Sensorik und Produktentwicklung an der HAW Hamburg, Guido Ritter, Professor für Lebensmittelrecht, Lebensmittelsensorik und Produktentwicklung an der FH Münster sowie



Andreas Scharf, Professor für BWL und Marketing an der Hochschule Nordhausen. Verglichen und kritisch gewürdigt wurden verschiedene Methoden, die in Deutschland zur Beschreibung und Beurteilung von Nahrungs- und Genussmitteln zum Einsatz kommen.

Den Abschluss des Vormittagsprogramms bildete ein Vortrag von Svetlana Gutjar, die aktuelle Ergebnisse ihrer an der Universität Wageningen angefertigten Dissertation vorstellte. Gezeigt wurde, wie sich emotionale Reaktionen auf Produkte und Produktverpackungen messen und zusammen mit Akzeptanzurteilen zur Prognose aktueller Kaufentscheidungen nutzen lassen.

Zu den Highlights der diesjährigen Tagung zählten zweifellos die vier hervorragenden Kurzvorträge junger Sensorikerinnen, die – ausgewählt von einer Fachjury – über die spannenden Ergebnisse ihrer wissenschaftlichen Abschlussarbeiten berichteten: Alexandra Gipp verglich das External Preference Mapping mit der Ideal Profile Methode, Elisabeth Hamacher zeigte am Beispiel von Backwaren auf, wie sich „Sensory Claims“ systematisch entwickeln lassen, Janine Morich konnte nachweisen, dass unverwechselbare sensorische Eigenschaften die Markenidentität unterstützen und Nadine Karnal analysierte die Effekte symbolischer Produktbilder auf die Produktwahrnehmung.

Eine wichtige Aufgabe der Konsumentenforschung besteht darin, Kundensegmente zu identifizieren, die unterschiedliche sensorische Präferenzen aufweisen. Dr. Marcel Lichters von der Hochschule Harz zeigte am Beispiel von Multivitaminensäften eindrucksvoll auf, welchen Mehrwert die zusätzliche Berücksichtigung von Daten aus der Deskriptiven Analyse für die Segmentierung von Konsumentendaten bieten kann.

Den Abschluss der Veranstaltung bildete der wegweisende Beitrag von Bernd Schubert, Professor für BWL und Marketing an der Hochschule Harz sowie Gesellschafter und wissenschaftlicher Leiter der isi GmbH Göttingen: Das so genannte Code-Management, das heißt die systematische Transformation von Nutzenerwartungen in Produkteigenschaften, beruht auf aktuellen Erkenntnissen der Verhaltens- und Neuroökonomie und spielt für das Marketing heute eine zentrale Rolle. Anhand zahlreicher Beispiele aus der Praxis wurde aufgezeigt, wie dieses Modell auch erfolgreich für die Gestaltung sensorischer Produkt- und Verpackungseigenschaften eingesetzt werden kann.

Wie in den vergangenen Jahren wurden auch im Rahmen der Deutschen Sensoriktag 2015 verschiedene Workshops zu aktuellen Themen der Sensorik und Konsumentenforschung angeboten: Prof. Dr. Thomas Simat von der Technischen Universität Dresden beschäftigte sich in seinem Workshop mit der Beschreibung und Intensitätsbewertung von Fehleraromen, Dr. Dirk Minkner, Global Sensory Manager eines internationalen Konzerns, beleuchtete die Frage, wie sich der Stellenwert der Sensorik im Unternehmen steigern lässt, und Thomas Krahl von Sensient Food Colors analysierte mit den Teilnehmern seines Workshops die Bedeutung des Parameters Farbe für die sensorische Wahrnehmung und Beurteilung von Produkten.

Am Rande der Deutschen Sensoriktag wurde auch die Mitgliederversammlung der Deutschen Gesellschaft für Sensorik durchgeführt. Dort gab die Vorstandsvorsitzende, Prof. Dr. Mechthild Busch-Stockfisch, bekannt, dass die nächsten Deutschen Sensoriktag am 20. und 21. Oktober 2016 an der Beuth Hochschule für Technik in Berlin stattfinden werden.

Bilder zu den Vorträgen



DGSens

Deutsche Gesellschaft für Sensorik

