

SCHMIDT
OMNIBUSREISEN

Tulpenblüte in Holland

3x Ü/HP, Hotel Het Witte Huis in Bergen, sämtl. Ausfl.: Amsterdam, Alkmaar, Keukenhof, Volendam, u.v.m.

4-Tage Top-Preis € 199,-
18.03.-21.04. / 21.03.-24.03. / 30.03.-02.04.

4-Tage € 298,-
06.04.-09.04. / 09.04.-12.04. / 12.04.-15.04.
18.04.-21.04. / 21.04.-24.04. / 30.04.-03.05.
03.05.-06.05. / 06.05.-09.05. / 09.05.-12.05.

Zustiegsstellen in Ihrer Nähe!
Tel.: 0 62 55/9 68 10 - 0 62 51/70 56 541
64 678 Lindenfels • Nibelungenstraße 2 • Fax 06255 2387
www.Schmidt-Bustouristik.com

Viele weitere Ziele im Sommerkatalog 2015!

Alte Türen wieder neu in nur einem Tag!

Schön Porto sparen!

Ohne Rausreißen, Dreck und Lärm

Rufen Sie uns an: **0621 704450** **PORTAS**
www.nuss-portas.de

Info unter **0800 0850 950** oder www.regiopost-pfalz.de

RegioPost Pfalz

GOLD-DIREKTANKAUF
Feine Juwelen – Kunsthandel seit 20 Jahren
MICHAEL GMBH
Gold - Brillant - Schmuck - Uhren - Silber - Gemälde
P 6, 6-7 (Fressgasse) MANNHEIM, Tel. 0621/10 24 11
www.juwelier-michael.de

Grundbesitz und Immobilien schenken?

Die Risiken, Vor- und Nachteile sind genau abzuwägen!
Beispiele zeigen, worauf es ankommt.

Erhältlich in Ihrer Buchhandlung.

WALHALLA FACHVERLAG

ISBN 978-3-8029-3497-1 11,50 EUR www.WALHALLA.de

Meine Pfalz-to-go

Die neue Art, RHEINPFALZ zu lesen. Regional. Kompakt. Digital.

Wir leben Pfalz. **DIE RHEINPFALZ**

rheinpfalz.de/upgrade oder 0631 3701-6640

Lösungswort 1 2 3 4 5

Mittelmeer-anwohner	einbauen, anbringen	Wasserfahrzeug	russische Zarin († 1740)	General im US-Bürgerkrieg	sehr starker Wind	niederländischer Fluss
lateinische Verneinung				Figur der Quadrille	4	
Nebenfluss des Ganges				französischer Pluralartikel	in der Absicht	3
Kloster in Bayern	tschech. Reformator († 1415)	Roman von Jane Austen		Bewohner der span. Hauptstadt		Wohlgeruch
Hauptstadt von Tibet					5	Gefrorenes
Kurzform von Luise		nachahmend wiederholen	Mittel gegen Körpergeruch			
Fabelname des Wolfes					2	
Kunstgriff	anmutiger Naturgeist	islamischer Name für Jesus		Popmusik: Auftritt		
Lobrede						Auflösung vom 4.3. (Lesen)
nicht räumliche Beschränktheit					1	

RM166428 2015030

Blaues Bier für die „Bosse“

Für fünf Studenten der TU München rinnt seit Neuestem „Babo Blue“ durch die Sudkessel von Mayerbräu

VON MARCEL MARNER

LUDWIGSHAFEN. Das blau schimmernde Gebräu, das die Oggersheimer Privatbrauerei Mayer Anfang Februar auf den Markt gebracht hat, schmeckt süßlich-fruchtig und wie andere Biermischgetränke eher nach Limonade als nach Gerstensaft. Entwickelt wurde „Babo Blue“ von fünf Studenten des Studiengangs Brauwesen und Getränketechnologie der Technischen Universität (TU) München.

„Die Idee, ein blaues Bier herzustellen, ist uns beim Brainstorming gekommen“, sagt Robin Stein. Im November 2013 sei das gewesen. „Wir wollten unbedingt etwas machen, das es so noch nicht gab.“ Seitdem sei kein Tag vergangen, an dem der 27-jährige Kölner und seine vier Kommilitonen sich nicht mit ihrem „Baby“, wie sie das Produkt nennen, beschäftigt haben. Acht verschiedene Sude haben sie im Lauf des vergangenen Jahres getestet und 50 Limonadenmischungen ausprobiert. „Wir haben stets daran gearbeitet, das Bier zu perfektionieren“, sagt Stein. „Und soweit wir wissen, ist es wegen seiner blauen Farbe einzigartig in Europa.“

Herausgekommen ist am Ende eine süßlich schmeckende, blau schimmernde Flüssigkeit mit einem Alkoholgehalt von 2,9 Prozent. Sie wird in der Privatbrauerei Mayer in Oggersheim in durchsichtige Glasflaschen abgefüllt. Zu 60 Prozent besteht das Getränk aus Bier von Kölner Brauereien, zu 40 Prozent aus einer mit echtem Zucker hergestellten Limonade aus Heidelbeeren, schwarzen Johannisbeeren und Brombeeren. „Gebraut wird unser Bier nach deutschem Reinheitsgebot und es werden dafür ausschließlich natürliche Aromen verwendet“, sagt Stein.

Auf den Flaschen ist der Name „Babo Blue“ in Großbuchstaben zu lesen. Dieser leitet sich zum einen vom Jugendwort des Jahres 2013 ab, erklärt der 23-jährige Ludwigshafener Hans-Kaspar Mayer, ein Spross der Oggersheimer Brauerei-Familie Mayer. „Babo“ ist das bosnische Wort für Vater und bedeutet in der Jugendsprache so



Abgefüllt in der Pfalz: Hans-Kaspar Mayer (links), Robin Stein und drei Studienkollegen aus dem Fachbereich Brauwesen und Getränketechnologie haben mit „Babo Blue“ das wohl erste blaue Bier Europas erfunden. FOTO: KUNZ

viel wie Boss oder Chef. „Das Jugendwort passt ganz gut, weil unsere Zielgruppe die 16- bis 30-Jährigen sind“, sagt Stein. Der zweite Teil des Namens spiele ganz einfach auf die Farbe des Getränks an. Das Logo von „Babo Blue“ ist auf den Flaschen in Form der chemischen Strukturformel des blauen Farbstoffs dargestellt, der bei der Herstellung verwendet wird. „Wir wollten nicht zu genau verraten, welchen Stoff wir benutzen, um diese blaue Farbe hinzubekommen“, sagt Stein. Wer sich mit Chemie auskenne, könne das anhand der Formel aber herausfinden.

Ob „Babo Blue“ sich zu einem wirtschaftlichen Erfolg für die fünf Studenten entwickelt, bleibt abzuwarten. Die reinen Herstellungskosten haben sie jedenfalls wieder reinholen können. 43.000 Flaschen hatten sie bereits verkauft, bevor diese überhaupt abgefüllt waren – unter ande-

rem an Großhändler, Gastronomen und Reiseunternehmen.

„In zwei Wochen wird erneut abgefüllt“, sagt Mayer. Ziel sei es, die Sudintervalle auf weniger als sechs Wochen zu verkürzen und weiterhin in Oggersheim zu produzieren. „Wir wissen aber nicht genau, wo die Reise hin geht.“ Zunächst werde es für das von ihnen gegründete Start-up-Unternehmen „Babo Beverages“ bei fünf Mitarbeitern bleiben. Zwei von ihnen, der 24-jährige Ludwig Gerlinger aus Oettingen und der 25-jährige Josef Kimberger aus Fürth, haben vor ihrem Studium eine Ausbildung zum Brauer und Mälzer absolviert. Der fünfte im Bunde ist Patrick Loy, 23 Jahre alt und aus Nürnberg.

Jeder von uns hat seinen eigenen Aufgabenbereich in der Firma“, erklärt Stein, der selbst für Marketing und Kommunikation zuständig ist. „Da sich jeder von uns aber so genau

mit dem Produkt auskennt, helfen wir uns auch gegenseitig. Je nachdem, wer gerade Zeit hat.“ Denn bei allem Enthusiasmus für „Babo Blue“ dürfe man nicht vergessen, dass das Studium noch erfolgreich abgeschlossen werden muss.

Seit Februar ist das Biermischgetränk für 79 Cent pro Flasche im Handel erhältlich. Stein und seine Kollegen hoffen, dass der Geschmack bei den Kunden ankommt. Den Fachleuten der Jury eines internen Innovationswettbewerbs für Getränke und Lebensmittel der TU München haben Bier und Konzept jedenfalls sehr gut gefallen. Die fünf jungen Männer konnten sich gegen 29 Mitbewerber durchsetzen und schafften es auf den ersten Platz. Mit diesem Sieg begann vor eineinhalb Jahren die Entstehung von „Babo Blue“, die für seine jungen Entwickler zu einer Erfolgsgeschichte werden könnte.

Austausch im Minutentakt

Forscher und Unternehmer suchen beim „Transfer-Speed-Dating“ der Hochschule gemeinsame Themen

LUDWIGSHAFEN. An der Hochschule hat es Dienstagabend eine Premiere gegeben: Zum ersten Mal trafen sich Vertreter regionaler Unternehmen und Lehrende der Hochschulen Ludwigshafen und Worms zu einem „Transfer-Speed-Dating“. Das Kompetenzzentrum für Innovation und nachhaltiges Management (KIM) und die Zukunftsinitiative Rheinland-Pfalz (ZIRP) haben diese Plattform ins Leben gerufen.

In erster Linie ist „Speed-Dating“ als Mittel der Kontaktaufnahme für bindungswillige Singles sehr beliebt. Bei dieser Art der Partnersuche sollen sich die Teilnehmer in kurzer Zeit ein möglichst breites Bild von ihrem Gegenüber machen und feststellen, ob

sie zueinander passen. Mittlerweile wird dieses Konzept auf alle möglichen Bereiche übertragen – etwa auf die Jobsuche. Und jetzt kommt es eben auch beim „Transfer-Speed-Dating“ an der Ludwigshafener Hochschule zum Einsatz. Es soll Unternehmen und Professoren ermöglichen, sich über praxisnahe Themen auszutauschen.

Die rheinland-pfälzische Wissenschaftsministerin Vera Reiß ging in ihrer Begrüßungsrede darauf ein, wie bedeutend die Zusammenarbeit zwischen Forschung und Unternehmen sei. Peter Mudra, Präsident der Ludwigshafener Hochschule, ergänzte das mit den Worten: „Es ist wichtig, dass die Wissenschaft im Kontakt mit der Praxis Austauschprozesse noch

stärker fördert.“ Dadurch entstehe eine Win-win-Situation.

Rund 60 Vertreter der regionalen Wirtschaft hatten jeweils eine Viertelstunde Zeit, mit sieben Lehrenden der Hochschulen Ludwigshafen und Worms Kontakt aufzunehmen. Nach Ablauf der 15 Minuten zeigte das Läuten einer Glocke an, dass die Tische – und damit die Gesprächspartner – gewechselt werden müssen.

Besonders umlagert war der Stand von Marketing-Professorin Edith Rieger-Muck, die mit Erfolgsfaktoren für den Online-Verkauf von Wein eines ihrer Projekte vorstellte. Wie muss eine Webseite für den Online-Handel geschaffen sein, um für Kunden attraktiv zu sein? Und welche Homepage-Eigenschaften erhöhen die Be-

reitschaft, für ein Produkt einen bestimmten Preis zu zahlen? Was führt zu besseren Verkaufszahlen und fördert die Verweildauer auf der Seite? Diesen Fragen geht Rieger-Muck in ihrer Forschung nach. Sie stieß damit auf große Resonanz bei den Unternehmern, die nach Ablauf der 15 Minuten zahlreiche Visitenkarten auf dem Stehtisch hinterließen.

„Natürlich reicht die knappe Zeit kaum aus, um umfassende Konzepte vorzustellen“, sagte ZIRP-Geschäftsführerin Heike Arend. Doch darum gehe es bei dem Format des „Transfer-Speed-Datings“ auch nicht. „Es sollen vielmehr gemeinsame Ansätze gefunden werden, über die man dann bei weiteren Treffen intensiver sprechen kann.“ (jste)

Erwartungen übertroffen

MEINE ANILIN (43): Christian Dörrsam lernt bei seiner Ausbildung zum Chemikanten nicht nur Chemie

LUDWIGSHAFEN. Von Autos bei VW zur Tiefkäldestillation bei der BASF: Christian Dörrsam zeigt, dass ein Lebenslauf nicht immer geradlinig sein muss. Nach der Ausbildung zum Kfz-Mechatroniker wird er nun Chemikant in der Anilin. Dabei schaut er über den Tellerrand und lernt neben Chemie einiges über fremde Länder, Verantwortung und Teamarbeit.

Dass Chemie in den alltäglichsten Vorgängen steckt, hat Christian Dörrsam in seiner Ausbildung zum Chemikanten bei der BASF gelernt. „Kaffee kochen zum Beispiel ist eine Extraktion“, erklärt der 24-Jährige. So nennt man den chemischen Vorgang, der abläuft, wenn das heiße Wasser die Aromastoffe aus dem Kaffee löst. Das Extrakt trinken wir jeden Morgen mit Milch und Zucker. In seiner Lehrzeit hat der gebürtige Friesenheimer aber schon Extraktionsanlagen ganz anderen Ausmaßes kennengelernt.

Nach dem Besuch der Kopernikus-Realschule hat Christian Dörrsam erst eine Ausbildung zum Kfz-Mechatroniker bei einer VW-Werkstatt abgeschlossen. Mittlerweile wechselt er höchstens noch die Reifen an seinem Auto – schließlich befindet er sich im dritten Lehrjahr seiner Ausbildung bei der BASF. Die Anilin hat bei ihm



Hat Spaß an dem, was er tut: Christian Dörrsam. FOTO: BASF

wie bei vielen Ludwigshafenern als Arbeitgeber Familientradition. Sein Großvater war Schichtführer der Acrylsäurefabrik und in der Mittagspause trifft er sich ab und zu mit seiner Mutter, die auch im Werk arbeitet.

„Zu Beginn hat die finanzielle Sicherheit eine Rolle gespielt. Aber dann habe ich gemerkt, dass ich gut in meiner Ausbildung bin. Und ich habe Spaß an dem, was ich tue“, berichtet Christian Dörrsam. Dabei sei Chemie in der Schule nicht unbedingt sein

Lieblingsfach gewesen. „Mir gefällt weniger die reine Chemie mit Formeln und Reaktionsgleichungen, sondern mehr die Chemietechnik, die in meiner Ausbildung eine große Rolle spielt“, erzählt er.

Dank guter Noten kann Dörrsam die Lehrzeit um ein halbes Jahr auf drei Jahre verkürzen. Ein buntes Zeichen an seiner Weste zeigt außerdem an, dass er als Sicherheitsbeauftragter Verantwortung übernimmt. „Bisher hat die Ausbildung meine Erwar-

tungen übertroffen“, resümiert er. Seit Kurzem arbeitet er Schicht. Gerade Nachtschichten seien sehr familiär, erzählt er und ergänzt: „Da muss die Chemie stimmen!“ Mit seiner Schicht ist der 24-Jährige sehr zufrieden, auch wenn er es als FCK-Fan unter vielen Bayern-Fans schwer habe.

Besonders gern erzählt Dörrsam von einem Azubi-Austausch, den ihm die BASF ermöglichte. Nach einem Besuch spanischer Auszubildender in Ludwigshafen ging es für eine deutsche Gruppe an den Standort nach Tarragona. „Das hat meine Erwartungen übertroffen“, sagt er zum zweiten Mal. Die spanische Lebensweise sei ganz anders als die deutsche: „Die Spanier sind nur zum Essen und Schlafen zu Hause, ansonsten waren wir immer draußen.“ Ein Höhepunkt war für den 24-Jährigen das Santa Tecla Festival, bei dem die Einheimischen aufeinander klettern und Türme aus Menschen bilden. Nach Tarragona würde er gerne wieder fahren. Ganz aus Ludwigshafen wegzuziehen käme für Christian Dörrsam aber nicht infrage. Denn zu Hause sei es doch am schönsten. (sja)

DIE SERIE

Bis zum 150. Jubiläum der BASF im April stellen wir Frauen und Männer vor, die für das Unternehmen arbeiten.