



Die Macht
der Düfte

DER NASE NACH. Gerüche spielen in unserem Alltag eine viel größere Rolle, als wir bislang angenommen haben. Meist geschehen Beeinflussungen durch Düfte jedoch unterbewusst – weshalb der Geruchssinn auch immer öfter Ziel der Marketing-Experten ist.

TEXT: KATHARINA ROBIA

Frisch gewaschene Wäsche, gemähtes Gras, ein Schweinsbraten oder der Kuchen, der gerade aus dem Ofen gekommen ist – unsere Nase kann eine Vielzahl an verschiedenen Gerüchen wahrnehmen. Mehr sogar als bisher angenommen, hat eine amerikanische Forschergruppe kürzlich herausgefunden. Mehr als eine Billion verschiedener Düfte soll unsere Nase erschnuppern können und somit sogar besser als die eines Hundes sein. Das hat eine Studie am Howard Hughes Medical Institute in Maryland ergeben. Der Geruchssinn ist außerdem nicht nur einer unserer besten, sondern auch einer unserer ältesten. Das bestätigt Oswin Lippitsch, Geschäftsführer des Duftmarketing-Unternehmens „Aromea“: „Schon aufgrund unserer Entwicklungsgeschichte sind wir duftgesteuert – denn damals sind wir aufgrund von Duftbotschaften zu Nahrung oder zu einem Partner gekommen.“

Fortpflanzung. Jüngste Forschungsergebnisse zeigen weiters, dass der Geruchssinn außerdem noch ganz

andere Aufgaben bei der Fortpflanzung trägt: Nicht nur dass wir, wie bereits länger bekannt, unsere Partner mittels Geruchssinn aussuchen – auch Spermien sollen auf ihrem Weg zur Eizelle einfach ihrer Nase folgen, meinen Wissenschaftler. So haben die Schwimmer Geruchsrezeptoren – angeblich, um über 30 verschiedene Stoffe wahrnehmen zu können. Riechrezeptoren sitzen also nicht ausschließlich in der Nase. Die Eizelle lockt übrigens mit einem ähnlichen Duftbouquet wie Maiglöckchen.

Im Reich der Pflanzen. Doch nicht nur im Leben der Menschen spielen Düfte eine tragende Rolle – auch Pflanzen machen sich die Wirkung der Duftstoffe zunutze. Zum einen duften viele Blüten, um Insekten anzulocken, die bei der Befruchtung helfen sollen. Aber auch in Notsituationen kommunizieren Pflanzen – schreien förmlich um Hilfe. Ein Beispiel: Wird eine Maispflanze vom Maiswurzelbohrer, einem

„Der Geruchssinn wurde in den letzten Jahrzehnten als Lustsinn abgestempelt und stark unterschätzt. Er ist eng mit unserem Gefühlsleben verbunden und spielt eine entscheidende Rolle bei der Partnerwahl und beim Wohlbefinden.“

Ingrid Karner, diplomierte Aromapraktikerin aus Graz, www.aromainfo.at

besonders gefährlichen Schädling, befallen, werden in der Pflanze Gene aktiviert, die zur Bildung von bestimmten Duftmolekülen beitragen. Die Substanz verteilt sich im Boden und lockt Tiere an, die natürliche Feinde des Maiswurzelbohrers sind. Die Maispflanze fordert quasi mittels Duftstoffen Verstärkung an.

Aromatherapie. Die Düfte der verschiedensten Pflanzen lassen sich auch für die menschliche Gesundheit verwenden: Bei der Aromathera- ➤

Der Geruch von Kaffee erfrischt uns nicht wirklich – der Effekt lässt sich durch Konditionierung erklären.



pie werden spezielle ätherische Öle eingesetzt, um das Wohlbefinden zu steigern. Die Produkte werden in Form von Erkältungsbädern, Geruchspflastern, Massageölen oder Duftlampen angeboten. Ingrid Karner, diplomierte Aromapraktikerin aus Graz, erklärt: „Es ist gegen alles ein Kraut gewachsen. Naturreine ätherische Öle werden aus therapeutisch wirksamen Pflanzen gewonnen und können bei allen Erkrankungen begleitend zu schulmedizinischen Maßnahmen eingesetzt werden.“ Inzwischen sei die antibakterielle, fungizide und antivirale Wirkung durch anerkannte wissenschaftliche Studien belegt worden, führt Karner aus. In einer solchen Studie wurden etwa 122 Patienten mit Lavendelöl behandelt. Sie zeigten nachweislich eine Verbesserung ihrer Stimmung und eine Abnahme von Angstzuständen. Aldehyde, also dehydrierte Alkohole, so die Untersuchungsleiter, seien für diese Wirkung verantwortlich.

Marketing. Auch der Duftforscher Patrick Hehn untersucht am Göttinger Institut für Sensorikforschung und Innovationsberatung die Wirkung von Düften. Er ist der Meinung, dass uns Gerüche unterbewusst zu ganz bestimmten Entscheidungen bringen: „Riecht es im Gartencenter intensiv nach Blumen, scheint man dort sehr gesunde Pflanzen zu verkaufen. Daraus schließt der Käufer außerdem,

dass das Personal Ahnung von Pflanzenpflege haben muss. Das sind unbewusste Prozesse, die in den Konsumenten ablaufen.“ Besonders interessant aus der Sicht des Marketings ist, dass sich die meisten – potenziellen – Kunden der Beeinflussung nicht bewusst sind. Und dass Gerüche in sehr enger Verbindung mit den Emotionen stehen. Lippitsch gibt ein Beispiel: „Das merkt man ja selber sehr schnell: Wenn man an den typischen Zahnarzt-Geruch denkt, zieht sich der Magen automatisch zusammen.“ Die Lösung bieten auf Duftmarketing spezialisierte Unternehmen: Zum einen werden unangenehme Gerüche beseitigt, zum anderen Duftwelten geschaffen, die Erinnerungen und Emotionen der Kunden ansprechen sollen, so Lippitsch.

Geruchserkennung. In Zukunft hält die Duftforschung laut Experten noch viele Überraschungen parat. So basteln spanische Wissenschaftler derzeit an einem gänzlich neuen Konzept der Identifikation. Entstehen soll ein Sensor, der Menschen an ihrem Geruch erkennt. Das Forscherteam der Polytechnischen Universität Madrid arbeitet an der Technik, die in Zukunft beispielsweise Passkontrollen an Flughäfen ersetzen soll. Anstatt das Foto im Reisepass zu kontrollieren, können Reisende am individuellen Geruch erkannt werden – denn der

Eigengeruch, den jeder Mensch trägt, verändert sich ein Leben lang nicht. Und weitere Vorteile soll die Duftmaschine mit sich bringen: Parfüms könnten dadurch etwa ohne Probieren ausgewählt werden, da sich durch den Sensor genau überprüfen lässt, was zum Individualgeruch passt. Und auch Partnerbörsen könnten die Technologie nutzen: So ließe sich bereits vor einem Date bestimmen, ob zwei Personen zusammenpassen. ●

Düfte unter der Lupe

Der Duft von Regen: Die meisten Menschen lieben den erdigen Geruch, wenn es nach einer längeren Trockenperiode endlich wieder geregnet hat. Forscher haben nun seine Zusammensetzung entschlüsselt: Hauptbestandteil ist Geosmin, ein natürlich vorkommender Alkohol, der in starker Konzentration einen erdig-muffigen Geruch hat. Fällt Regen, werden bestimmte Bakterien aktiv, die diesen Duftstoff erzeugen.

Frisch gemähtes Gras: Der Duft reduziert laut einer Studie nachweislich Stress. Nickolas Lavidis vom Lehrstuhl für Biomedizin an der Universität Queensland fand heraus, dass die durch Stress ausgelösten Gehirnschäden von Mäusen und Ratten verhindert wurden, wenn sie mit dem Geruch von frisch gemähtem Gras umgeben waren.

Der Geruch alter Bücher: Mittels Geruchsanalyse fanden britische Forscher heraus, dass alte Bücher nach einer Kombination aus Grasnoten, einer Spur Säure und einem Hauch Vanille riechen. Besonders spannend: Der Geruch soll außerdem Wissenschaftlern dabei helfen, antike Bücherfunde datieren zu können.

Lavendelgeruch wirkt stark auf unser Nervensystem und beruhigt.





Interview

Oswin Lippitsch, Geschäftsführer des Duftmarketing-Unternehmens „Aromea“, www.duftmarketing.at

Wie wichtig sind Düfte im Alltag?

Die Rolle der Düfte ist größer als bisher angenommen. Der Geruchssinn ist unser ältester Sinn und im Stammhirn angesiedelt. Deshalb sind wir auch viel mehr duftgesteuert, als wir es in unserer „Augenwelt“ vermuten.

Inwiefern beeinflussen uns Gerüche?

Düfte sind der Schlüssel zur Schatzkiste unserer Erinnerungen. Unser Duftgedächtnis funktioniert wie ein CD-Rohling, der sich nach und nach beschreiben lässt. Das Besondere: Düfte werden immer zusammen mit dem Bild und der dazugehörigen Emotion abgespeichert. Wenn also ein Triggerimpuls kommt – ich also einen Duft wieder rieche –, kommen

Bilder und Emotionen wieder zum Vorschein. Das ist der Grund, warum wir auf Düfte so stark reagieren: Unsere Erinnerungen und die Emotionalität werden angesprochen.

Ist es deshalb so wichtig, Düfte mit Marken zu verknüpfen?

Genau. Die erste große, internationale Marke, die das erkannt hat, war das amerikanische Modeunternehmen „Abercrombie & Fitch“. Die Tochter „Hollister“, die es auch in Österreich gibt, betreuen wir.

Wie weit verbreitet ist diese Form des Marketings in Österreich?

Innovative Unternehmen haben die Wichtigkeit schon erkannt, andere

haben diese Bedeutung allerdings noch nicht wahrgenommen. Wir bekommen aber jede Woche 2 oder 3 Anfragen von neuen Firmen.

Was bietet Ihr Unternehmen an?

Wir haben die Möglichkeit, einzelne Duftgeräte zu installieren oder die Räumlichkeit über das Belüftungssystem zu beduften – wie wir es z. B. beim Donauzentrum gemacht haben. Auch die Einsatzgebiete sind verschieden – vom Zahnarzt über die Seniorenresidenz bis hin zum Einkaufszentrum. Bei uns können Kunden die Düfte entweder aus einem Standardsortiment bestellen, oder wir entwickeln Düfte. Da arbeiten wir mit Parfümeuren zusammen.