



WOW_Trend

Ich kann Dich riechen ...

Dass Gerüche längst vergessen Geglauhtes mit Wucht zurückbringen können, hat jeder schon einmal erlebt. Ein Mensch kann Tausende von Gerüchen identifizieren und im Gedächtnis behalten.



Per-fumum“ – durch Rauch versuchten die Menschen in der Antike, mit den Göttern zu sprechen. Dazu verbrannten sie duftende Blumen, Kräuter und Harze. Von den alten Ägyptern ist bekannt, dass sie sich mit wohlriechenden Ölen und Salben parfümierten. Für die Menschen der Neuzeit sind neben den neuesten Parfümcreationen eher Düfte von gebrühtem Kaffee, frischem Brot oder gebrannten Mandeln ein Quell der Glückseligkeit. Genauso wie das Bouquet eines Rotweins, das sich beim Schwenken des Weinkelchs langsam entfaltet und sanft in die Nase steigt. Auch der spezielle Geruch, der nach einem Sommerregen in den Straßen hängt, oder der Duft der endlich wieder lauen, voller Blütenduft durchsetzten Luft im Frühling können regelrechte Glücksgefühle auslösen.

Kunst-Duft

Schriftsteller und Poeten befassen sich schon seit Jahrhunderten mit dem geheimnisumwobenen Sinn. So waren bereits Shakespeare und Goethe vom Duft der Rosen, Bäume und Sträucher hingekissen. Vielen Dichtern war die heimische Duftwelt ein paar Zeilen wert: So streiften bei Mörike süße, wohlbekannt Düfte ahnungsvoll das Land, Heine hingegen ließ sich von jungen Blumen mit duftenden Augen anschauen. Nicht zuletzt der jüngste Welterfolg des sinnlichen Buches „Das Parfum“ von Patrick Süßkind zeigt, wie betörend und gleichzeitig geheimnisvoll Duft sein kann. Der Geruchssinn der Menschen ist im Vergleich zu Tieren zwar eingeschränkt, aber das Riechen spielt eine größere Rolle, als man vermutet. Der Geruchssinn greift auf subtile Art

und Weise in unser Leben ein. Sehen und Hören sind direkte Sinne, die Sinnesreize werden sofort verarbeitet. Die Aufnahme von Gerüchen passiert dagegen unterbewusst. Bei vielen Düften kann man inzwischen wissenschaftlich beweisen, dass sie unsere Nase erregen und Reaktionen im Gehirn hervorrufen, obwohl sie gar nicht aktiv bemerkt werden.

Duftes Marketing

Der international bekannte Geruchsforscher Hanns Hatt und die Koautorin Regine Dee schildern in ihrem neuen Buch „Das Maiglöckchen-Phänomen“ wie unser Geruchssinn über Lust und Ekel, Sympathie und Antipathie entscheidet, uns zu blinder Verliebtheit manipuliert und so

Bilder: Fotolia

oft über jede Vernunft triumphiert. „Gerüche haben noch viel tief greifendere und subtilere Bedeutungen für unser Leben, als man bisher angenommen hat.“ Das Gehirn erkennt jeden Duft wieder, den es einmal abgespeichert hat. Experte Hatt: „Wenn wir den Duft wieder aufrufen, wird auch die dazugehörige Stimmung wiederholt.“ Man kann also gar nicht anders, als bei bestimmten Düften an frühere Erlebnisse zu denken – beim Duft nach Zimt ans Plätzchenbacken oder beim Geruch von Tinte an die eigene Schulzeit. Auch wenn es darum geht, Entscheidungen zu treffen, spielt das Riechen eine wichtige Rolle. Ein Haus, in dem es nach Zahnarzt riecht, will niemand kaufen. Dass Gerüche Entscheidungen beeinflussen können, haben inzwischen auch Marketingleute entdeckt. Sie machen sich die unbewussten Assoziationen zunutze – und sorgen dafür, dass vor dem Brotregal im Supermarkt der künstliche Duft nach frisch gebackenen Brötchen verströmt wird. Autohersteller parfümieren den Innenraum mit Neuwagen-duft, Kunststoffschuhe werden mit Lederspray auf hochwertig getrimmt. Die Rechnung geht offenbar auf, eindeutiger Beleg für diesen Trend ist zum Beispiel das Unternehmen Aromata aus Sulzberg im Allgäu. „Wir steigern unseren

Umsatz seit Jahren und peilen auch in Zukunft gute Umsatzraten an“, so Kurt Ludwig Nübling. Der Gründer des Dienstleisters Aromata bietet seinen Kunden Raumbefugung an – vom kleinen Hotelzimmer über Restaurants und Cafés bis hin zum Großraum auf Flughäfen. Das Allgäuer Unternehmen kreiert auch erfolgreich die Corporate-Identity-Düfte für BMW und Daimler Chrysler und sorgt sogar am Frankfurter Flughafen für eine duftige Atmosphäre.

Lebenswichtige Maiglöckchen

Ein Geruch spielt eine ganz besondere Rolle in der Fortpflanzung: der blumige Duft von Maiglöckchen im Frühling. Nicht etwa als Parfum hinter Ohrfläppchen getupft, sondern viel tiefer – im Körperinnern. Denn nicht nur die Nase verfügt über Riechrezeptoren: Mit seinem Forscherteam hat Wissenschaftler Hatt

herausgefunden, dass auch Spermienzellen riechen können. In ihren Köpfen sitzt ein Sensor und der spricht auf Maiglöckchen-Duft an. Diese Entdeckung hat für Überraschung bei den Bochumer Forschern gesorgt. Also haben sie nach der Körperstelle gesucht, die nach den Frühlingsblumen riecht, sprich dem Sender des Blumenduftes – und wurden im Gewebe rund um die weibliche Eizelle fündig. Die Spermienzellen erkennen ihr Ziel also am Geruch. „Das müssen sie auch“, sagt Hatt. „Wie sonst sollten sie den etwa 20 Zentimeter langen Weg durch die Dunkelheit finden? Ohne den anziehenden Duft von Maiglöckchen würde ihnen das kaum gelingen – und das hätte ganz gewaltige Folgen für die Fortpflanzung der Menschen.“



Gewinnspiel

Wollen Sie mehr über das Maiglöckchen-Phänomen erfahren? Dann schreiben Sie uns. Zu gewinnen gibt es fünf Mal das Buch „Das Maiglöckchen-Phänomen“ von Hanns Hatt und Regine Dee, erschienen im Piper Verlag. Schicken Sie uns eine Postkarte an: vmm wirtschaftsverlag, Stichwort: WOW, Maximilianstraße 9, 86150 Augsburg oder eine E-Mail mit dem Kennwort „Maiglöckchen“ an: Gewinnspiel@wow.de. Einsendeschluss ist der 31. November 2009.



WOW_Herbst 2009

