

Thema:
Lernfeld:
Zeitraum:

Name:
Klasse:
Datum:

Information

Düfte- ein Informationsblatt

Die Psychologie von Düften und Gerüchen

Die geheime Macht der Düfte

Düfte und Gerüche sind unter uns. Sie beeinflussen uns, ohne daß wir es wahrhaben wollen.

Untersuchungen haben gezeigt: Gut riechende Produkte rufen eine deutlich höhere Aufmerksamkeit hervor. Das zeigte ein Testlauf mit Reiseprospekten, von denen die Hälfte beduftet wurde, und die anderen 50% nicht. Das Ergebnis: Erreichte ein unbedufteter Prospekt einen Buchungswert von 100, so erzielte der parfümierte und sonst völlig identische Katalog den deutlich höheren Vergleichswert von 155. Beobachtungen haben gezeigt, daß Düfte, die nicht bewußt wahrgenommen werden (sogenannte versteckte Erregerdüfte) oft den größten Einfluß auf das menschliche Verhalten haben.

In der Luft schweben kleinste, unsichtbare Duftmoleküle. Diese Moleküle nehmen wir zusammen mit den lebenswichtigen Sauerstoffatomen und den anderen Bestandteilen der Luft mit jedem Atemzug auf. Durch die Nase - dem Fühler der Duftmoleküle - werden entsprechende Informationen an einen bestimmten Ort des Gehirns gesandt. Dort wird diese Information verarbeitet.

Oft erwecken bestimmte Düfte schon lange verloren geglaubte Erinnerungen zu neuem Leben. Da die Düfte und Gerüche unmittelbar an unsere Gefühle und unser Verhalten gekoppelt sind, bestimmen sie unsere Vorlieben und Abneigungen. Sie können uns Angst machen oder uns in Stimmung bringen. Wie mit unsichtbaren Fäden verbinden sie Erinnerung, Inspiration, Gefühl, Liebe und Haß.

Einige Wissenschaftler glauben, in der Anatomie des Gehirns Erklärungen für den Zusammenhang von Düften und Emotionen gefunden zu haben. Die Nervenstränge der Riechzellen in der Nase führen alle zu einem bestimmten Teil des Großhirns. In der selben Region des Gehirns läuft auch die Beeinflussung der Emotionen ab. Eine weitere Erklärung ist die Tatsache, daß von der Nase auch zahlreiche Nervenstränge direkt zum limbischen System führen. Dieses hat maßgeblichen Einfluß auf unsere Gefühlsregungen.

Normalerweise sollte man vor einer Beduftung eine Geruchsreinigung durchführen, die mit den gleichen Geräten erfolgen kann.

Dabei werden auf biologische und umweltfreundliche Art die negativen Geruchsmoleküle (wie z.B. Tabakrauch oder Schweiß) neutralisiert und abgebaut. Danach erst wird mit natürlichen Duftstoffen sehr fein (in der Regel unter der bewußten Wahrnehmungsgrenze) die nun gereinigte Luft beduftet.

Duft und Geruch setzen das Tüpfelchen aufs i. Sie sind heute genau so ein Gestaltungselement wie Licht, Ton, Farben und Dekoration. Mit Duft und Geruch wird unser Verhalten gesteuert. Bei einer angenehmen Geruchsatmosphäre fühlen wir uns wohler.

Wer sich wohl fühlt, ist großzügiger mit seiner Zeit, großzügiger mit seinem Urteil, großzügiger mit seiner Leistung und großzügiger mit seinem Geld und Konsum.

Mit Düften und Gerüchen bekommt man die gewünschte Atmosphäre für mehr Harmonie, mehr Wohlgefühl, mehr Entspannung, mehr Kreativität, bessere Leistung sowie höhere Konzentration und Aufnahmefähigkeit. Auch werden Schwellenängste beim Betreten eines Raums abgebaut. Es wird eine angenehme Atmosphäre geschaffen. Das beweisen die verschiedenen Universitätsstudien und Auszeichnungen der Duftprodukte.

Düfte- eine Einleitung

Düfte und Gerüche wecken Gefühle, die sich der bewussten Kontrolle entziehen. Diese Erkenntnisse eröffnen uns neue Perspektiven, deshalb sind sie zunehmend zum Forschungsobjekt der modernen Wissenschaft geworden. Die Resultate der verschiedenen Untersuchungen sind verblüffend und faszinierend zugleich.

Der amerikanische Neurologe und Psychiater Alan Hirsch beduftete im Kasino des Las Vegas Hilton verschiedene einarmige Banditen mit einer Essenz, von der er hoffte, dass sie die Spielfreude der Besucher anregen würde. Der Amerikaner stellte fest, dass die bedufteten Automaten 45% mehr einspielten. Heute beliefert er mehrere Kasinos in der Stadt mit seinem umsatzsteigernden Wundermittel.

Ein anderer Versuch zeigt, dass potentielle Kunden in höchstem Masse dem Einfluss von Düften erliegen. Eine Gruppe von 35 Versuchspersonen begutachtete in zwei identischen Räumen ein vollkommen gleiches Paar Sportschuhe. Im einen Raum schwebte leichter Blütenduft, der andere war duftfrei. 84% der Versuchspersonen gaben an, dass Ihnen der Sportschuh im bedufteten Raum besser gefiel als im anderen. Männer, die an Bildschirmen eintönige Überwachungsaufgaben zu verrichten hatten, waren weniger müde, und japanische Sekretärinnen, die Zitronenduft atmeten, tippten bei Schreibarbeiten um 54% weniger daneben. Sogar Verhandlungen liefen bei einem Geruch von frischen Zitronen reibungsloser ab, da sich die Teilnehmer kompromissbereiter zeigten.

Einen besonders interessanten Aspekt der Eigenschaften des Geruchssinns offenbarte die Beobachtung, dass Düfte, die nicht bewusst wahrgenommen werden (sogenannte versteckte Erregerdüfte), oft den grössten und potentesten Einfluss auf das menschliche Verhalten haben.

Naturwissenschaftler und Mediziner sind der geheimen Macht der Düfte auf der Spur. In der Luft, die uns wie ein unsichtbarer Schleier umgibt, schweben kleinste Teile, sogenannte Duftmoleküle. Diese Moleküle nehmen wir zusammen mit den lebenswichtigen Sauerstoffatomen und den anderen Bestandteilen der Luft mit jedem Atemzug auf.

In der Nase befinden sich Millionen von Riechzellen, die die einströmenden Duftmoleküle erkennen. Die Nase ist allerdings nur ein Fühler. Sie erkennt die Moleküle lediglich und sendet sobald sie ein Duftmolekül erkannt hat eine entsprechende Information an einen bestimmten Ort des Gehirns. Dort wird die Information verarbeitet.

Auf diese Weise ist es dem Menschen möglich, eine ungeheure Fülle von verschiedenen Düften und Gerüchen zu erkennen und klar einzuordnen. Oft erwecken bestimmte Düfte schon lange verloren geglaubte Erinnerungen zu neuem Leben. Düfte vermitteln uns den Zauber des Augenblicks. Heute ist der Geruchssinn überfordert, da immer mehr von Menschenhand geschaffene Chemikalien in die Umwelt geraten. Vor allem im Zeitalter der Industrialisierung hat der Geruchssinn viel von seiner Bedeutung eingebüsst. Oft empfindet die Nase gefährliche synthetische Stoffe als angenehm. Der Wissenschaft ist es gelungen, den Ablauf des Riechvorgangs zumindest in seinen Ansätzen zu erklären. Der wundersamen Fähigkeit von Düften, das Verhalten der Menschen zu beeinflussen, sind die Forscher aber noch immer eifrig auf der Spur. Einige von Ihnen glauben, in der Anatomie des Gehirns Erklärungen für den Zusammenhang von Düften und Emotionen gefunden zu haben. Die Nervenstränge, derer sich die Riechzellen in der Nase bedienen, um Informationen von erkannten Duftmolekülen weiterzugeben, führen nämlich alle zu einem bestimmten Teil des Grosshirns. Der Riechvorgang spielt sich nur in diesem ganz bestimmten Teil des Gehirns ab, dem sogenannten olfaktorischen Zentrum. In derselben Region des Gehirns läuft auch die Beeinflussung der Emotionen ab.

Die Tatsache, dass die Verarbeitung von Wahrnehmungen des Geruchssinns und die Beeinflussung von Emotionen im Gehirn an nahezu derselben Stelle stattfinden, könnte eine Erklärung für die intensive Verbindung des Geruchssinns mit der Gefühlswelt sein. Eine weitere Erklärung für diesen Sachverhalt ist die Tatsache, dass von der Nase auch zahlreiche Nervenstränge direkt zum limbischen System führen. Dieses hat massgeblichen Einfluss auf unsere Gefühlsregungen.

Doch nicht nur die Naturwissenschaftler und Mediziner befassen sich mit der vermeintlichen Magie der Düfte. Auch die Kräfte aus dem Marketing setzen sich mit der Wirkung von Gerüchen auseinander. Ihr Interesse an der Welt der Düfte hat allerdings einen praktischen Hintergrund. Sie haben das Potential erkannt, das in der gezielten Nutzung von Düften steckt.

Die Beduftungsindustrie boomt. In den USA wird bereits in Milliardenumsätzen gerechnet. Dem Expansionsdrang dieser rasant wachsenden Industrie scheinen in absehbarer Zeit insofern noch keine Grenzen gesetzt zu sein, als die aussergewöhnliche Eigenschaft von Düften, direkten und rational unkontrollierbaren Einfluss auf die menschlichen Gefühlsregungen zu nehmen, lange Zeit verkannt wurde. Die lange andauernde Ignoranz und Nonchalance der westlichen Industriegesellschaften gegenüber dem Geruchssinn entstehen lassen, deren Potential noch lange nicht ausgeschöpft ist.

Die Duftnoten : Herz-, Kopf- und Basisnoten

Durch die verschiedenen Düfte und Gerüche erhalten wir Unmengen von Informationen über unsere Umwelt geliefert.

Interessant ist hierbei, dass unser Geschmackssinn nur darüber Aufschluss gibt, ob eine Speise süß, sauer, bitter oder salzig schmeckt. Den grössten Teil unseres Genusses bei Speis und Trank verdanken wir jedoch unserem Geruchssinn, ohne den wir beispielsweise nicht in der Lage wären, einen Apfel von einer Birne zu unterscheiden. Den begrenzten Kapazitäten des Geschmackssinns steht also die nahezu unendliche Vielzahl von Düften gegenüber, die wir mit unserem Riechinstrumentarium auswerten können.

Einen Anhaltspunkt über die Quantität der Düfte, mit denen wir täglich konfrontiert werden, liefert ein Blick in die Statistik: sie besagt, dass allein im Bereich der Parfüms zurzeit knapp 700 Duftkreationen im deutschen Handel in den Regalen stehen.

Um ein wenig Ordnung in diese beinahe unüberblickbare Menge von Gerüchen zu bringen, entwickelte die klassische französische Parfümerie ein System zur Einteilung der Düfte in verschiedene Gruppen. Sie orientierte sich dabei stark an der Welt der Musik, wo jeder Ton entsprechend seiner Schwingung einer Note zugeordnet wird.

Es ist deshalb auch nicht weiter verwunderlich, dass die professionellen Parfümeure davon sprechen, auf ihrer „Duftorgel“ zu spielen, wenn sie einige ihrer über 2.000 Riechstoffe neu kombinieren. Ausgangspunkt der Einteilung ist die sogenannte Evaporations-, oder Verflüchtigungszeit, die grob eingeteilt werden kann in kurz (1 bis 1½ Stunden), mittel (1½ bis 5 Stunden) und lang (8 bis 24 Stunden).

Kopfnoten

Düfte mit einer kurzen Evaporationszeit werden zur Gruppe der Kopfnoten gezählt. Sie entwickeln sich sofort in der Raumluft, bauen sich aber auch schneller wieder ab - ähnlich den kurzschwingenden Musiktönen, beispielsweise jenen einer Triangel. Zu ihnen zählen unter anderen Orange, Zitrone, Bergamotte und Eisenkraut.

Herznoten

Davon unterscheiden sich die Herznoten durch ihren intensiven, oft blumigen Charakter. Sie bilden das Thema, das Coeur einer Duftkomposition. Die wichtigsten Vertreter sind hier Jasmin, Kamille, Rose und Melisse.

Basisnoten

Düfte aus der Gruppe der Basisnoten zeichnen sich durch ihre tiefe, lang nachklingende Wirkung aus und besitzen oft einen recht eigenwilligen Charakter (modrig, erdig, harzig). Hier lassen sich Wohlgerüche wie Honig, Vanille oder Weihrauch einordnen

Buchipp: Patrik Süsskind: „Das Parfüm“