10 | 15

pia

pta informativ aktiv

Nase zu und durch

Wie Sie am besten mit Personen umgehen, die Sie nicht riechen können

Frische-Kick

Warum ätherische Öle in der Schnupfentherapie so gut unterstützen

Parfüm-Designerin Ulrike Ebeling

Lieblingsgeruch und Apotheken-Duft

Gewinnspiel
pia verlost drei Mal die „duftende Hausapotheke" plus Ölbad von Primavera – mit Lavendel und Minze

Boehringer Ingelheim

Sie. Wir. Und Ihre Apotheke.

Exklusiv-Interview mit Parfüm-Designerin Ulrike Ebeling

Einfach dufte

Wie riecht wohl eine Apotheke mit dem Schwerpunkt „Mutter-Kind"? Ulrike Ebeling hat den richtigen Riecher und das passende Duftkonzept dazu. Im pia-Interview verrät die Parfüm-Designerin, was einen guten Duft ausmacht und warum er mitbestimmt, wie attraktiv wir jemanden finden.

Jedes Parfüm besteht aus einer Kopf-, Herz- und Basisnote. Die Kopfnote ist der „sanfte Einstieg in den Duft" und hält sich nur etwa 10 Minuten. Die Herznote wird auch Bouquet genannt – weil sie die Nuancen zu einem runden Ganzen vereint. Sie entfaltet sich etwa 10 bis 20 Minuten nach dem Auftragen. Die Basisnote ist demgegenüber das, was den Duft ausmacht. Sie ist langlebig, warm und oft holzig oder orientalisch. Erst wenn sie sich mit unserer Haut verbindet, tritt der wahre Charakter des Parfüms hervor.

ULRIKE EBELING

ist seit 25 Jahren in der Duftstoffindustrie zu Hause. Sie entwirft individuelle Parfümkonzepte für Firmenkunden und Privatpersonen. Dabei gilt ihre Leidenschaft der Dufttyp-Beratung. Machen Sie den Test: **www.smellbound.de/Dufttyp-Beratung.122.0.html**. Welcher dufte Typ sind Sie?

pia: Wie wichtig ist unser Geruchssinn?
Ebeling: Er wird häufig unterschätzt. Dabei haben Düfte einen beeindruckenden Effekt. Sie wirken unterschwellig, manchmal kaum wahrnehmbar und sind dennoch präsent. Sie können Emotionen auslösen und unvermittelt Erinnerungen in uns wachrufen. Sehen und Hören sind allerdings die dominanten Sinne des Neuzeit-Menschen. Noch in der Evolution hat der Geruchssinn eine überlebenswichtige Rolle gespielt. Wir haben zum Beispiel Gefahr gerochen: Feuer oder verdorbene Lebensmittel. Auch heute ist unsere Nase wichtig, um die Umwelt wahrzunehmen. Zudem weiß jeder, der schon einmal einen starken Schnupfen hatte, dass mit dem Verlust des Geruchssinns auch der Geschmackssinn beeinträchtigt wird. Dann wird uns erst bewusst, dass etwas Wichtiges fehlt.

pia: Woran erkennt man einen guten Duft?
Ebeling: Ein guter Duft ist grundsätzlich der, der einem gefällt oder der Erinnerungen an schöne Momente hervorruft. Er ist dabei immer subjektiv. Den einen Duft, der alle betört, wie in Süskinds „Das Parfum", gibt es nicht [lacht].

pia: Aber es gibt doch bestimmt Düfte, die besonders vielen Menschen gefallen.
Ebeling: Das stimmt. Populäre Duftkomponenten sind zitrische Düfte wie Limone, Zitrone und Grapefruit, weil sie beleben. Was zudem sehr gerne gerochen wird, ist Vanille. Aber auch Hölzer sind beliebt, wie Sandel- und Zedernholz oder Patchouli, weil sie für Wohlbehagen sorgen.

pia: Wie hängen Gerüche und Erinnerungen zusammen?
Ebeling: Es gibt eine direkte Verbindung zwischen unserer Nase und dem Limbischen System. Dieser Teil des Gehirns steuert, neben vielen anderen Funktionen, unsere Emotionen. So können Düfte verschiedenste Gefühle in uns auslösen.

pia: Haben Sie selbst Lieblingsgerüche? Eine schöne Erinnerung, die Sie mit einem Duft verbinden?
Ebeling: Mein absoluter Lieblingsgeruch ist frisch gemähtes Gras oder der Duft nach frischem Heu. Dann denke ich immer an meine Kindheit zurück. Ich durfte mit vielen Tieren aufwachsen, mit Hund, Pony, Katze und zwei Papageien. Der Duft erinnert mich immer daran, wie wir nach dem Heumachen schmutzig und von Mücken zerstochen zusammensaßen – aber einfach glücklich waren.

pia: Sie haben sich auch wissenschaftlich mit dem Thema Duft und seiner Wirkung auseinandergesetzt.
Ebeling: Ja, das stimmt. Im vergangenen Jahr habe ich mit einer Forschungsplattform der Uniklinik Bonn eine Studie durchgeführt. Das Thema: „Attraktivitätssteigerung eines Menschen durch die Verwendung des passenden Dufts". Wir haben unseren Probanden Bilder von Personen gezeigt, einmal mit und einmal ohne Dufteinfluss. Die Personen, die mit dem zu ihrem Typ passenden Duft präsentiert wurden, wurden attraktiver eingestuft – in rund 70 Prozent der Fälle. Das konnten wir sogar über ein MRT auf unterschiedlichen neuronalen Ebenen sichtbar machen.

pia: Das heißt aber im Umkehrschluss, dass der falsche Duft uns weniger attraktiv wirken lässt.
Ebeling: Genau das passiert. Stellen Sie sich vor, Sie treffen im Supermarkt auf einen Mann, den Sie attraktiv finden. Er steht später hinter Ihnen an der Kasse und trägt ein Parfüm, dass Sie scheußlich finden und dass aus Ihrer Sicht nicht zu ihm passt. Dann sinkt er auf Ihrer Attraktivitätsskala.

pia: Sie kreieren selbst Parfüms. Wie kann man sich das vorstellen: weißer Kittel, Pipette und Laboratmosphäre?
Ebeling: Parfüms kann man auf unterschiedliche Art und Weise entwickeln. Sei es nach dem Wunsch eines Kunden oder einer Konzeptvorgabe. Erst neulich hatte ich zwei Kundinnen, die sich Düfte bei mir haben machen lassen. Wir haben die einzelnen Duftkomponenten festgelegt und sie gemischt. Zwar nicht im weißen Kittel, aber tatsächlich tröpfchenweise [lacht]. Ich arbeite mit präzisen Waagen und Formeln. Denn nur so kann ich einen Duft immer wieder nachbilden.

pia: Angenommen, wir wollen einen Duft für Apotheken kreieren – worauf kommt's an?
Ebeling: Ich habe noch nie einen Apotheken-Duft entwickelt, dies wäre tatsächlich mal eine schöne Idee [lacht]. Auf jeden Fall würde ich hier den Aspekt der Reinheit und Klarheit berücksichtigen, vielleicht sogar Teile aus der Aromatherapie. Ein solcher Duft wäre dezent und unaufdringlich. Geeignet sind zitrische Komponenten oder frisch-aromatische Düfte wie Lavendel. Während Orange und Mandarine anregend sind, wirkt Lavendel beruhigend. Auch Lotus und Wassermelone könnte man gut verwenden.

pia: Wie könnte eine Apotheke duften, die den Schwerpunkt „Mutter-Kind" hat?
Ebeling: Säuglinge riechen einfach so toll. Wenn man an die Mutter-Kind-Bindung denkt, dann auch immer an Muttermilch. Alles sollte leicht und natürlich wirken.

pia: Und eine Apotheke mit Schwerpunkt Naturkosmetik?
Ebeling: Hier sollte es angenehm krautig riechen, etwa nach Salbei. Gemeinsam mit Olive bringt man noch eine pflegende Komponente ein.

pia: Duftkulissen werden vermehrt im Einzelhandel eingesetzt, um die Verkaufszahlen zu steigern. Was halten Sie davon?
Ebeling: Leider werden Düfte oft sehr manipulativ eingesetzt, teilweise auch zum Zweck der Verkaufsförderung. Viele Autohändler arbeiten zum Beispiel mit Neuwagen-Duft. Dies geht dann in die Richtung des Neuromarketings, ein sicherlich interessantes Thema. Meiner Meinung nach sollte aber ein Produkt, das verkauft werden will, mit seinen eigenen Stärken überzeugen. Wenn man Düfte einsetzt, dann wohldosiert.

pia: Herzlichen Dank für das Gespräch.