



# SCENT-SATIONAL

Gut riechen? Yes, please! Aber: Was riecht für wen eigentlich wie gut? Eine Frage, die man sich beim Düfteschenken immer stellt. Wir haben mit dem Geruchsexperten Robert Müller-Grünow gesprochen und verstanden, warum manche Leute dann doch lieber Socken als Parfum verschenken.

REDAKTION: JOHANNA BRODRÄGER, ILLUSTRATION: LAUREN REBBECK  
VIELEN DANK AN DEN AUTOR UND GERUCHSEXPERTEN ROBERT MÜLLER-GRÜNOW

**G**eschmäcker sind bekanntlich verschieden – das merkt man spätestens, wenn's ums Schenken geht. Bei manchen Dingen ist es schwerer, den Geschmack einer Person zu treffen, als bei anderen. Bei Parfum zum Beispiel – heikle Angelegenheit! Damit der eigentliche Zweck des Schenkens, nämlich das Glücklichen machen, nicht verloren geht, klären wir, wie man Düfte richtig schenkt. Aber zuerst: Warum verschenken wir überhaupt Düfte? Eine gute Frage, die eigentlich ganz simpel beantwortet werden kann. Düfte sind etwas sehr Persönliches. Der Duft eines Menschen sagt etwas über seinen Charakter aus. „Duft ist etwas, das man schenkt, wenn man das Gefühl hat, die Persönlichkeit des Beschenkten gut zu kennen“, erklärt der Geruchsexperte Robert Müller-Grünow. Ja, klingt schon irgend-

wie logisch: Wer schenkt denn nicht gerne besondere, persönliche Dinge her? Nun, Düfte sind mit Sicherheit persönlicher als Socken, aber komplexer. Wir glauben, da muss mehr dahinterstecken. Also: Was können Düfte eigentlich?

## EMOTIONEN UND ERINNERUNGEN

Tatsächlich unterschätzen wir unsere olfaktorische Wahrnehmung, wie der Experte erklärt: „Düfte sind das unmittelbarste, schnellste und einzige Medium, das rein emotional wirkt.“ Wenn wir also Menschen treffen, die riechen – und das tun sie immer –, dann ist immer eine sofortige emotionale Reaktion da. Sobald wir einen neuen Duft wahrnehmen, verändert sich unser Verhalten und wir bewerten anders. Das sind Reaktionen, die vorher nicht rationalisiert oder gefiltert werden

können. Somit ist unser Geruchssinn eigentlich ein immer aktives, unverfälschtes Informationsmedium. Wie wichtig dieses Medium ist, betont Müller-Grünow: „Man muss sich vergegenwärtigen, dass unser Duft-Gedächtnis so ausgeprägt ist wie kein anderer Bereich unserer Erinnerungen. Die Duftinformation ist also extrem nachhaltig.“ Nehmen wir einen Geruch wahr, dann werden wir immer an den Kontext, aus dem wir ihn kennen, erinnert. Das erklärt der Geruchsexperte anhand einer Situation, die wir vermutlich wirklich alle kennen: „Wenn man nach Jahrzehnten wieder einen Duft wahrnimmt, den man zuletzt als Kind gerochen hat, dann hat jeder Mensch die Fähigkeit, die Erlebnisse von damals wieder abzurufen. Diese Erinnerungen wären für immer verloren, wenn wir diesen Duft nicht zufällig wieder erleben würden.“ Also ja: Duft spielt immer eine Rolle, nicht nur in der Parfümerie. Aber was hat das Ganze mit der Parfumverschenkerei zu tun? Na ja, wir wissen jetzt, dass es nicht

Düfte sind das unmittelbarste und einzige Medium, das rein emotional wirkt.

so einfach ist. Denn es gibt einige Faktoren, die man sich zu Herzen nehmen sollte, bevor man zum erstbesten Duft im Drogerieregale greift.

### HOW TO: DÜFTE SCHENKEN

Wie unser Experte vorher schon erwähnt hat, sollte man Düfte nur denjenigen Leuten schenken, die man gut genug kennt. Optimal wäre es natürlich, die Duftpräferenzen der zu beschenkenden Person zu kennen. Er rät uns: „Ich würde zunächst mal schauen, was für ein Typ Mensch das überhaupt ist, welchen Stil die Person repräsentiert.“ Dann sollte man das noch mit einer weiteren Dimension verbinden, nämlich mit den Duftfamilien. (Die sind auf der nächsten Seite genauer erklärt.) Grundsätzlich kann man meistens aus gewissen Persönlichkeitsmerkmalen herauslesen, welche Duftvorlieben ein Mensch hat. Dann ist man laut Robert Müller-Grünow wiederum auf die richtige Beratung angewiesen: „In der Regel weiß man ja nicht, welcher Duft jetzt blumig oder zitrisch ist.“ Wie man in Parfümerien am besten vorgeht – und wie nicht –, erklärt er uns auch: „Der gängigste Fehler beim Parfumkauf ist, dass man Duft direkt auf die Haut sprüht, riecht und sofort entscheidet.“ (Das gilt übrigens allgemein, nicht nur fürs Verschenken.) Am besten

geht man gut vorbereitet in eine Parfümerie seines Vertrauens, mit dem Wissen, welche Art Duft man haben will. Dann sollte man sich drei bis fünf Düfte auswählen, so Müller-Grünow: „Die Rezeptoren in der Nase sind sonst in kürzester Zeit voll belegt und man kann die Düfte gar nicht mehr unterscheiden.“ Zuerst sollte man die ausgewählten Parfums am Papierstäbchen probieren und mindestens 20 Minuten warten, bevor man seine Entscheidung fällt. Warum? Weil die Kopfnote des Duftes erst dann verflogen ist und die Herznote, also die Basis, zur Geltung kommen kann. Erst dann macht es Sinn, sich für einen Duft zu entscheiden. Die Devise lautet, sich genug Zeit zu nehmen.

### LABELS UND TRENDS

Es gibt Marken, die derart gut positioniert sind, dass das Produkt zweitrangig wird. Genauso ist das bei Parfums: Liest man einen bestimmten Namen, wird der Duft schon anders wahrgenommen. Der Duftexperte erklärt, wie gut man das im Blindtest sieht: „Wenn die Menschen die Marken sehen, bekommen sie ein ganz anderes Bild, als wenn sie die Düfte blind testen. Dann bekommen sie ein vollkommen anderes Präferenzenprofil.“ So passiert es oft, dass die Markendüfte in einer Blindtestung im Ranking ganz hinten landen. Das ist im Parfum-Verschenk-Knigge nicht ganz unwesentlich. Fragt man sich, was sich die beschenkte Person aus Marken macht, wird die Auswahl im Idealfall schon wieder ein bisschen eingegrenzt.



Und natürlich spielen auch bei Düften Trends eine Rolle. Die Entstehung solcher Dufttrends ist ziemlich spannend: Die Tendenzen der Parfumvorlieben hängen nämlich sehr eng mit der gesellschaftlichen Entwicklung zusammen. Beispiel: Vanillig-süßliche Düfte steigern das Sicherheitsgefühl und werden daher eher in instabileren Zeiten getragen.

### PARFUM VS. SOCKEN

Wir sind noch immer der Meinung, dass ein Duft ein sensationelles Geschenk sein kann. ABER: Es sollte ein sehr überlegtes sein! Die Person wirklich gut zu kennen ist die Grundvoraussetzung für erfolgreiches Schenken. Dann muss man sich intensiv mit ihr und den verfügbaren Düften beschäftigen. Wenn man das macht, werden am Ende auch alle involvierten Personen glücklich aus der Sache herausgehen. Und Real Talk: Mit dem bisschen Effort ist Parfum doch definitiv besser als die Sockenalternative ...



## DIE DUFTRICHTUNGEN

Duftnoten machen Stimmung: Sie kreieren das Gesamtbild des Parfums und können aus einer einzigen, aber auch aus ganz vielen Duftfamilien zusammengesetzt sein.

### BLUMIG

Florale Duftnoten sind in der weiblichen Parfumwelt gang und gäbe. Wieso? Sie sind leicht zu tragen. Egal, ob sie einer bestimmten Blume oder gleich einem ganzen Bouquet gewidmet sind, wirken sie lieblich und elegant. Blumige Düfte sind aus der Parfümerie genauso wenig wegzudenken wie die teils jahrzehntealten Bestseller-Klassiker – die übrigens auch meistens aus blumigen Basisnoten bestehen.

### ORIENTALISCH

Intensiv, warm und würzig: Das beschreibt orientalische Duftnoten vermutlich am besten. Sie sind zwar nicht unbedingt jedermanns Sache, weil sie auffälliger und schwerer sind als die meisten anderen Duftfamilien, riechen in einer guten Kombi aber fantastisch.

### ZITRISCH-FRISCH

FrISChe Parfums passen meistens zu der Kategorie Mensch, die keine schweren Gerüche schnuppern können. Sie sind ähnlich leicht zu tragen wie blumige Noten – nur ohne Lieblichkeitsfaktor.

### HOLZIG

Holzige-würzige Noten finden sich meistens in schwereren Düften wieder und können von süßlich bis erdig variieren. Ach, und übrigens: Zedernholz zum Beispiel ist zwar ein ziemlich eindimensionaler Duft, der sich aber stark mit dem Körpergeruch verbindet und uns somit attraktiver wirken lässt. #lifehack?

1. *Aura Mugler* versprüht Energie mit blumigem Hibiskus und fruchtiger Birne. Von Thierry Mugler, 30 ml, € 54. 2. *Lost Cherry* sticht mit vollmundiger Kirsche, Jasmin und Tonkabohne heraus. Von Tom Ford, 50 ml, € 270. 3. *CK One Platinum Edition* sprengt die Geschlechtergrenzen mit einer Mischung aus Amber, Lavendel und Apfel. Von Calvin Klein, 50 ml, € 35,84. 4. *Bronze Wood & Leather* verführt mit einem holzig-warmen Lederduft. Von Jo Malone (ab Jänner), 50 ml, € 90.

