



## Vom Duft bewegt? BIGGI RENNER

Lange habe ich nach einem Zusammenhang zwischen dem Thema dieses Heftes „Frauen in Bewegung“ und meinem Lieblingsthema, den Düften und Wohlgerüchen, gesucht.

Werden wir Frauen vom Duft bewegt? Was bewegt uns Frauen (und nicht nur uns Frauen) dazu, Düfte und duftende Produkte zu benutzen? Was sind es für Düfte, die uns bewegen? Und bewegen uns die Düfte oder werden wir durch die Aussagen der Parfümindustrie (und nicht nur der) dazu bewegt, diese oder jene Düfte oder Produkte mit bestimmten Düften zu benutzen?

Die Duftkompositionen für Parfüm und alle parfümierten Produkte hatten schon immer, und haben immer noch, auch mit dem Zeitgeist zu tun. Wirtschaftliche, politische und soziale Aspekte spielen und spielten ebenso wie die Trends in der Mode eine große Rolle.

Während vor mehr als 5000 Jahren duftende Rauchsäulen aus edlen Hölzern, Harzen und Kräutern zu Ehren der Götter und Göttinnen in den Himmel gesandt wurden, ziehen wir heute Schwaden von unterschiedlichen, meist synthetisch hergestellten Düften hinter uns her. Kaum ein Produkt unseres Alltags, von der Zahnpasta bis zur Slipeinlage, von Putzmitteln, Körperpflegeprodukten, Lebensmitteln und Getränken ganz zu schweigen, was nicht beduftet wird.

### MIT DEN DÜFTEN ENTSTEHEN, LEBEN UND VERBINDEN WIR ERINNERUNGEN

Düfte zu beschreiben ist schwierig, sie lassen sich eher erspüren als erklären. Die Sprache hat den Düften im Gegensatz zu Farben und Tönen präzise Eigenschaftswörter versagt. Parfümeure oder Wissenschaftler können sich über die Formeln und das Wissen, was sich hinter dieser oder jener Duftkomponente verbirgt, unterhalten. Wir „Laien“ brauchen, um Düfte zu beschreiben, eigene Geruchsmuster, die wir aus unseren Erinnerungen weben: „Das riecht wie .....“

Wenn in Schilderungen, Romanen, Filmen etc. beschrieben wird „hier habe sich ein unbeschreiblicher Wohlgeruch verbreitet“, so stellt sich jeder Leser oder Hörer etwas vor, was seiner eigenen Nase besonders lieb ist. Bei den meisten Menschen ist bei lieblichem Duft immer etwas Blumiges gemeint,

und dabei stellen sich wiederum fast 80% der Menschen einen Rosenduft vor.

Kommen die Texte aus der Feder eines verliebten Dichters aus dem 14. Jahrhundert, wird denn der Ostwind jubelnd begrüßt, der ihm den Moschusduft der Geliebten zutrug; oder Werbetexter aus dem Jahr 2004 haben sich den Kopf zerbrochen und Frauen in die Blazer-Frau die, „im Gegensatz zur Netzwerk-Kollegin und zu den Golf-II-Frauen gierig nach Neuem ist“ klassifiziert. (Zitat aus Parfum Edition 2004 Uschi Rollar und Regina Spelman)

### DUFTÄSTHETIK UND PSYCHISCHE WIRKUNG VON PARFÜM

Unsere Welt und unsere Natur ist verschwenderisch und reichlich mit Düften ausgestattet, auch ohne künstlich hergestellte Parfums. Wir nehmen sie täglich wahr und registrieren sie fast nie. Gerüche warnen uns (es riecht nach Rauch=Feuer=Gefahr) oder schrecken uns ab (den Kerl kann ich nicht riechen) oder helfen uns bei der Annäherung, ganz zu schweigen davon, dass sie zur Erhaltung der Art, auch bei uns Menschen, beitragen sollen. So soll das Sperma den Weg zum zu befruchtenden Ei durch einen Duft finden, der dem des Maiglöckchens ähneln soll.

Mit dem beginnenden 20. Jahrhundert haben sich die Frauen mehr und mehr emanzipiert. Die Frauenbewegung der englischen Suffragetten war auf ihrem Höhepunkt zu Beginn des ersten Weltkrieges. Die moderne Psychologie bestand bereits in ihren Grundzügen und 1918 wurde in Deutschland das Frauenwahlrecht eingeführt. Die Damenröcke waren schon „fußfrei“ und ausgerechnet in dieser Zeit entstanden erstaun-

licherweise einige noch heute legendäre Parfüms – Coty kreierte das Chypre, das künftig ganzen Duftgenerationen dienlich sein sollte – und in den wilden 20er Jahren ließ Coco Chanel neben der Mode für die selbstbewusste und nun auch berufstätige Frau ein Parfüm kreieren, das noch heute auf dem Markt ist .... Chanel Nr5, ein aldehydisches Parfüm, erstellt aus den ab dato immer mehr eingesetzten synthetischen Riechstoffen, den aliphatischen Aldehyden. Diese Zeit war eine der kreativsten in der Parfümindustrie. Jugendstil und ArtDeco lieferten auch für die Parfümindustrie wertvolle Glaskunst. Flakons für die Parfüms aus dieser Zeit stehen hoch im Kurs der Kunstliebhaber dieser Epoche.

Auch in den wilden 60er und 70er Jahren spielten die Frauenbewegung und die Jugendkultur eine Hauptrolle in der politischen und sozialen Landschaft. Die Jugendlichen trauten keinem über 30 und die Frauen freuten sich, damals jedenfalls, über die 1962 auf den Markt gekommene „Pille“. Die Hippies begaben sich auf ihren psychedelischen Trip und berauschten sich nicht nur an Moschusdüften und Räucherstäbchen, und die anderen gingen auf die Straße, demonstrierten gegen den Vietnamkrieg, gegen das Establishment und den Muff von tausend Jahren. In der Parfümindustrie machten sich die leichten, strahlend hellen Blumendüfte breit und das Karussell der Düfte begann zu rotieren.

In den folgenden Jahren waren viele Frauen auf der Suche nach „IHREM“ Parfüm. Die Moden wechselten schnell und das Band der Duftstoffe und Parfümcreationen wurde immer unüberschaubarer. Die Werbetexter und Fotografen mussten und müssen Ideale schaffen, mit denen Frau sich identifizieren sollte. So will ich sein, so will mich meine Freundin, mein Freund, mein Mann, mein/e Lebensgefährtin/e, darin finde ich meine Ideen verwirklicht usw.

Die Suche nach der Identität findet sich auch in der Suche nach dem idealen Duft, der alles das in sich vereint, was ich will.

Die meisten Parfüms, die heutzutage auf dem Markt sind, halten nicht annähernd das, was sie uns versprechen. Synthetische Duftkomponenten bereiten immer mehr Menschen große körperliche und auch emotionale Schwierigkeiten.

Die Aromatherapie, die 1936 durch die Veröffentlichung des gleichnamigen Buches von Rene-Maurice Gattefossé als fester Begriff für die heilenden und stimulierenden Eigenschaften von Pflanzenessenzen eingesetzt wird, konnte mit Beginn der 90er Jahre ein Comeback feiern. Ute Leube und ihre 1986 gegründete Firma Primavera boten mit einer großen Anzahl naturreiner ätherischer Öle auch die Möglichkeit, Duftmischungen, Parfüm und wohlriechende Naturkosmetik selber zu mischen.

Heute bietet sich der selbstbewussten Frau, (natürlich gilt das gleiche auch immer für den Mann), den Suchenden nach ihrer eigenen Identität, der Individualistin, auch den spirituell orientierten Menschen, denen, denen die Reizüberflutung der synthetisch erzeugten Düfte Allergien hervorgebracht haben, die Möglichkeit, sich individuelle Parfüms herstellen zu lassen, die ganz auf ihre Bedürfnisse, Wünsche, Notwendigkeiten abgestimmt sind. [www.deinduft.de](http://www.deinduft.de) [www.aromare.de](http://www.aromare.de)



# KULTURGUT HÖRIBACH

ein zauberhafter Ort



## KINDERSOMMER

Kreativwochen

23. – 27. Juli

20. – 24. August

Das große Kinderfest

12. August



## AUSSTELLUNGEN

29. 6. bis 2. 9.  
Universität Mozarteum  
Textiles Gestalten

7. 9. bis 21. 10.  
Kunstwerkstatt Gmunden  
Malerei & Grafik



## ART & NATURE der Laden

biologische Produkte  
Köstlichkeiten  
Kosmetik, Bücher  
Geschenke



## DER SCHÖNSTE RAUM für jeden Anlass

Seminare  
Ausstellungen  
Feste

KULTURGUT HÖRIBACH  
St. Lorenz am Mondsee

+43 (0) 62 32 / 27 585 · [www.hoeribach.at](http://www.hoeribach.at)