

Verführerisches Duft-Ambiente: „Orientieren Sie sich in der Langzeit-Dosierung an empfindlichen Nasen“

Teil 2 des Interviews mit der Olfaktorik-Expertin Elke Kies

Jetzt geht es in die Praxis. In diesem Teil des Interviews fokussieren wir das Einsatzspektrum von Duftmarketing in der Live-Kommunikation – von der „Luftrettung“ bis zum „Duft-Kino“.

Multisense Institut: Frau Kies, wie Sie bereits erwähnten, sind spezifische Duftnoten kein Muss, gute Luft aber schon. Wie stellen Sie die in der Praxis her?

Elke Kies: Ein schönes Beispiel dazu ist eine Veranstaltung der Emirates Airline im Historischen Museum zu Berlin. Der Direktor hatte die Aufhängung mehrerer großer Projektionstücher nicht gestattet, weil nach einem vorangegangenen Event das Haus noch monatelang nach den Weichmachern dieser Kunststofffolien gerochen hatte.

Um dies zu verhindern, haben wir die Tücher mit naturbasierten Geruchsabsorbentien behandelt, die mit einem Hauch etherischer Duftkomposition angereichert waren und so eine wohlriechende Veranstaltung ohne geruchliche Nachwirkung für den Ort generiert. Ähnliches gilt, wenn sich auf einem Messestand herausstellt, dass das Live-Cooking die Meetingrooms penetriert. Dann machen wir „Luftrettung“.

Multisense Institut: Für die Kommunikation spezifischer Botschaften bedarf es zudem des gezielten Einsatzes von Düften. Sie haben vor kurzem das Geruchsambiente für den „Raum der Sinne“ des Krombacher Besucherzentrums gestaltet. Was war die Aufgabe, wie haben Sie das Briefing umgesetzt?

Elke Kies: Meine Spezialität sind Kompositionen mit einem hohem Anteil naturreiner etherischer Öle, von denen ich auf ca. 300 Einzelessenzen in meinem Labor zugreifen kann. Ergänzt wird dieser Fundus durch breiter bekannte, naturidentische Duftkompositionen, die ich von verschiedenen Duft- und Aromen-Herstellern beziehe.

Als von der Krombacher Brauerei die Anforderung kam, zu den Visualisierungen von Hopfendolden und Gerstenfeldern im geplanten Raum der Sinne die passenden Düfte zu erstellen, war das für den Hopfen einfach. Denn dessen typisches, würziges Aroma wird extrahiert und es gibt auch gute naturidentische Nachbildungen.



Der „Krombacher Raum der Sinne“ mit Gerstenfeld- und Hopfenduft erwartet die Besucher am Ende der Führung durch alle Brau-Stufen mit ihren unterschiedlichen Gerüchen.

Quelle: Krombacher Brauerei

Wie hingegen ein Gerstenfeld riecht, weiß man nur, wenn man schon einmal hinter einem Mähdrescher hergelaufen ist oder ein frisches Korn zwischen den Fingern zerdrückt und intensiv beschnuppert hat, denn die geruchliche

Ausbeute ist gering. Also schied es aus, den Duft extrahieren zu lassen. Auch eine Reihe angefragter Parfumeure beschied diesen Duft als nicht machbar.

Durch einen intensiven Abstimmungsprozess mit dem Kunden, ist es mir dann selbst gelungen, die Aspekte von Erde, Getreide und frischer Feldanmutung unter Nutzung

eines sehr raren Destillats zur Zufriedenheit der Krombacher Auftraggeber umzusetzen. Brauereikunden haben sehr genaue Vorstellungen, weil sie von langer Tradition und dem täglichen Riechen des Brauprozesses geprägt sind. Insofern passte eine eher Koch-mäßige Herangehensweise vielleicht besser zu diesem Projekt als die eines klassischen Parfumeurs.

Multisense Institut: Darüber hinaus haben Sie bereits zahlreiche Events und Ausstellungen mit Duft bereichert. Wie haben Sie die Herausforderung gelöst, im Science Center Klimahaus Bremerhaven die Reise entlang des 8. Längengrades auch olfaktorisch zu einem Erlebnis zu machen?

Elke Kies: Bei diesem Projekt hatten wir mit kunstraum aus Hamburg das Glück, für olfaktorisch aufmerksame Szenografen zu arbeiten. Sie wollten nicht nur etwas Exotik in die Ausstellung bringen, sondern auch problematische Gerüche umsetzen.

Die erste beduftete Station der „Reise“ (dem Ausstellungsrundgang durch alle Klimazonen) ist die Schweiz. Hier war nach dem unweigerlichen Wiesengeruch auch ein „Kuhpups“ an einer Melkstation gefordert. Also ein Güllegeruch im Nahbereich, der interaktiv für wenige Atemzüge wahrnehmbar ist und aufgrund der trockenen Duftausbringung auch gleich wieder aus der Nase verschwindet.

Was auf Ansichtskarten nicht rüberkommt: Dieser Geruch ist in vielen Regionen der Schweiz ganzjährig dominant. Eine 1:1-Umsetzung in der Ausstellung hätte wohl die ersten Besucher zur Umkehr bewogen – aber die gewählte Lösung ist optimal: Der Güllegeruch wird gelernt und verstanden, ohne weitere Erlebnisse zu überlagern.



Die Melkstation im Klimahaus, Raum Schweiz: Hier lernt man, worauf es beim Melken ankommt – und wie es dabei riecht. Quelle: MAGIC BOX

Für die Station Sardinien haben wir uns einen Urlaub vor Ort gegönnt und die typischen Macchia-Kräuter gesammelt. Unser Lieferant für ätherische Öle, der Botaniker ist, hat gemäß den Mustern die beschaffbaren Destillate geliefert, aus denen ich einen wunderbar wärmenden, typischen Macchiaduft komponieren konnte – der mittlerweile auch von Kunden aus dem Wellness-Bereich genutzt wird.

Nicht ganz so empirisch konnten wir ihm Bereich Samoa arbeiten, wo der Grundduft der Insel via Klimaanlage sowohl im Großraum als auch im Nahbereich inklusive einer typischen Kochstelle zu riechen ist.

Für den Inselduft – basierend auf einem Briefing zur Flora – ging ich gedanklich zu meinem Langzeitaufenthalt in Burma in den 70er Jahren zurück, um nach den passenden Pflanzenextrakten zu suchen. Dass dieser Ausstellungsduft laut den bei Eröffnung anwesenden Samoanern recht authentisch gelungen ist, liegt auch daran, dass im Klimahaus in den jeweiligen Räumen Temperatur und Luftfeuchte der Klimazonen exakt nachempfunden sind.

Das macht das Science Center einzigartig und aus meiner Sicht zum Pflichtprogramm für alle, die mit Szenografie oder Inszenierung arbeiten. Denn Raumluftparameter, die über die Temperatur hinausgehen, stehen auf keiner Checkliste, und an Klimatechnik wird meist zuerst gespart.

Multisense Institut: Auf welche Gerüche haben Sie sich konzentriert, um das Magic Cinema 4D im Europa Park um Schnupper-Erlebnisse zu bereichern? Wie wurden die Filmdüfte technisch eingespielt?

Elke Kies: 4D-Kinos findet man derzeit vor allem in Freizeitparks. Hierbei werden in der vierten Dimension alle Effekte zusammengefasst, die über das 3D-Sehen hinausgehen: also Wind, Schnee, Regen, bewegliche Sitze und Empfindungserzeugung von Getier an den Beinen sowie Düfte und Gerüche.

Das Magic Cinema 4D in Rust haben wir bereits 2004 mit wechselnden Düften ausgestattet, die über die Klimaanlage in den Raum gebracht und dann auch wieder abgesaugt werden. Mit unserer patentierten AirEnhancer RLT-Serie ist es möglich, mittels Mikro-Feinstvernebelung große Duftmengen in kurzer Zeit rückstandsfrei durch die Klimazuluft in den Zuschauerraum zu schicken.

Eine Herausforderung für die Klimatechnik, denn in der Regel haben wir 10 bis 12 Minuten Filmdauer, um vier szenisch passende Düfte in den Raum und wieder hinaus zu bringen. Auch die Duftstoffe müssen speziell gefertigt werden, um beide Anforderungen zu erfüllen: zuerst stark genug zu sein, um deutlich wahrgenommen zu werden und dann flüchtig genug, um wieder aus dem Raum zu verschwinden.

In den ersten Jahren wurde der Animationsfilm „Panda Vision“ gespielt, der – gefördert vom WWF – vor allem Kindern auf unterhaltsame Weise die Umweltthemen Erwärmung der Polargebiete, Überfischung der Meere und Abholzung der Urwälder vermittelte. Diese Themen haben wir entsprechend olfaktorisch illustriert.

Zu Halloween gibt es typische Darkride-Filme mit gruseligen Gerüchen, die besonders hohe Anforderung an Duftkomposition und Technik stellen, weil sie die Grenze zum Ekel trotz ihrer Fiesheit nicht überschreiten dürfen. Zu Weihnachten wird dann auf saisontypische, leckere Düfte gewechselt. Seit der letzten Weihnachtssaison zeigt das Magic Cinema 4D nun die erste Eigenproduktion des Europa Parks in 3D.



*„Das Geheimnis von Schloss Balthasar“:
ein gelungener Animationsfilm mit Figuren aus
dem Dreiländereck D-F-CH und szenischem
Duftspektrum von gruselig bis fröhlich.
Quelle: Mack KG*

*Multisense Institut: Welche Technik(en)
setzen Sie ein?*

Elke Kies: Wir halten das deutsche Patent für die Mikro-Feinstvernebelung von Duftstoffen, die wir seit 2004 unter dem Namen »AirEnhancement« für temporäre Aktionen sowie den dauerhaften Einbau vermarkten. Da das Verfahren ohne Zufuhr von Wärme auskommt, kann es auch Duftstoffe aus 100% reinen ätherischen Ölen unverfälscht und natürlich verbreiten. Die pflanzlichen Wirkstoffe bleiben komplett erhalten. Mit passend zum Konzept kreierte Steuerungen ist von der leichten, intervall-gesteuerten Beduftung bis zu kurzzeitigen, intensiven Erlebnissen wechselnder Düfte alles möglich.

Unser Verfahren hat den Anbietermarkt beeinflusst: Der Trend geht weg von der unkontrollierbaren Dufterwärmung, die sich über 42°C nur für künstliche Stoffe eignet und schnell penetrant wird. So finden sich zunehmend Duftausbringungssysteme auf dem Markt, die Flüssigkeiten aber oft nur grob zerstäuben oder passiv verdunsten

lassen, was Einschränkungen in der Verträglichkeit bzw. Performance mit sich bringt. Leider haben wir auch mit echten Patentrechtsverletzungen zu kämpfen.

Multisense Institut: Wie ist Ihr Standpunkt zur Diskussion von Duftdosierung? Wann sollte Duft wahrnehmbar sein, wann unterschwellig eingesetzt werden?

Elke Kies: Wenn ein Duft erkannt werden will, weil er als NoseCatcher (Stopper) oder begleitend zu Produkt, Abbildung oder Inszenierung ausgebracht wird, darf er für kurze Zeit recht kräftig sein, muss dann aber auch wieder „verduften“. In Wellness- oder Themenräumen, wo man Duft erwartet, kann er in sanften Wellen schon wahrnehmbar sein. Im Langzeiteinsatz auf dem Messestand, im Handel oder bei einer Tagung usw. sollte der Duft jedoch nicht ablenken und deshalb unter der Wahrnehmungsschwelle bleiben. Wobei man sich immer vergegenwärtigen sollte, dass diese Schwelle kein fixer Wert ist.

Neben Raum-, Zeit- und Erwartungs-Parametern ist vor allem die unterschiedliche Sensibilität der Individuen ein häufiges Argument gegen Duft. Wir haben auf Dauer gute Erfahrung damit gemacht, uns in der Langzeit-Dosierung an empfindlichen Nasen zu orientieren, wenngleich wir damit der „Viel-hilft-viel“-Auffassung mancher Investoren widersprechen.

Multisense Institut: Kann man eine generelle Empfehlung in punkto Naturaromen versus künstliche Aromen geben?

Generell hervorheben sollte man die antiseptischen Eigenschaften von Naturaromen (= etherische Öle): Damit haben schon die Ägypter vor 3.000 Jahren ihre Toten mumifiziert... Zuletzt konnte die französische Chemie-Ingenieurin Marie-Cécile Pibiri in ihrer Doktorarbeit an der ETH Lausanne 2006 nachweisen, dass gasförmige etherische Öle bereits in geringsten Dosen in der Luft bakterientötend wirken. Dies gilt auch für Schimmelpilze, wie sie vom Lebensmittel bis zum Lüftungskanal überall Probleme bereiten und mit aggressiven Chemikalien wie Formaldehyd bekämpft werden. Die Zusammenfassung der Ergebnisse kann bei uns bezogen werden.

Aus unserer Praxis haben wir in dieser Hinsicht positives Feedback während der wiederholten Einsätze naturreiner Beduftung auf lange laufenden Messen wie der Euroshop und der CeBit, die früher sieben Tage dauerte, bekommen: Ausfälle wegen Atemwegserkrankungen, z.B. im vodafone-Messteam seien gegen Null gegangen, das qualitativ bessere Luftempfinden wurde von 80% befragter 100 Pavillonbesucher bestätigt.

Einen weiteren, wichtigen Einsatzbereich für naturreine Beduftung stellen Umkleiden dar, denn Schweißgerüche sind bakterieller Natur. Hier haben Thermen-Betreiber die Nase vorn, indem sie AirEnhancer in die Klimaanlage der Großumkleiden integrieren. Der Handel hingegen lässt uns Kunden meist mit unserer Kaufentscheidung im Schweißgeruch des letzten Benutzers allein...

Auf der Seite der künstlichen Riechstoffe vermeiden wir unbedingt den Einsatz lipophiler (fettliebender) Stoffe, die sich weder im Körper noch in der Umwelt abbauen, und wir würden uns freuen, wenn gegen den Handel mit diesen Stoffen gesetzliche Schritte erfolgen würden. Die Rede ist zuvorderst von synthetischem Moschus, wie er in der EU ausschließlich zum Einsatz kommt. Ca. 100 Tonnen pro Jahr werden in Duftmischungen für Pflege-, Reinigungsprodukte und Lufterfrischer verarbeitet. Man findet ihn wieder in Flüssen und in der Muttermilch. Aber der Duft wird kulturell erlernt als sauber empfunden, unabhängig davon, dass er künstlich ist. Da müssen sich die Verbraucher wohl an die eigene Nase fassen!

Das Interview führte Sabine Wegner, Chefredakteurin Multisense Institut.
Veröffentlicht auf <http://www.multisense.net/nc/news/>