

Neuro-Scenting

Bei der Verwendung von Düften ging es immer schon darum, eine Wirkung zu erzielen, sich selbst wohlzufühlen und gleichzeitig andere mit dem eigenen Wohlgeruch zu beeindrucken. Dennoch ist mit der Geburt des Trends Neuro-Scenting vieles anders geworden. Deren Erfinder sind sich sicher, nachweisliche Effekte auf das ganzheitliche Wohlbefinden lostreten zu können, indem ein ganz bestimmtes Parfum benutzt wird.

Möglich gemacht wird dieser Effekt durch die Verwendung von Functional Fragrances, also individualisierten Düften, deren Komposition mit der Messung von Gehirnströmen einhergeht. Konkret werden die Probanden dabei einer Auswahl an Riechstoffen ausgesetzt und dabei wird geschaut, welche Hirnareale darauf reagieren. «Bestimmte Moleküle haben einen spezifischen Geruch und das wiederum löst bestimmte Empfindungen aus», erklärt Thomas Hummel, Professor am Interdisziplinären Zentrum für Riechen und Schmecken am Universitätsklinikum Dresden.

Hierzulande hat sich unter anderem das «ganzheitliche Selfcare Unternehmen» DALUMA auf dieses Thema spezialisiert und ein Duftsystem mit dem «Anspruch auf Funktionalität» ins Sortiment aufgenommen. Noch weitreichender ist zudem das Angebot der britischen Duftmarke Vyrao. Deren Macher sind eine Kooperation mit dem Unternehmen IFF (International Flavor & Fragrances) eingegangen, aus der nun das erste Produkt hervorgeht: ein Duft, der uns dabei helfen soll, unsere Bildschirmzeit zu reduzieren. «Mamajuju – for grounding and awareness» heißt er und besteht aus zwölf verschiedenen Duftnoten, die unter anderem an den Geruch von Erde nach einem Regenguss erinnern, gleichzeitig beruhigen und energetisieren sollen. Für die Apotheken ergibt sich aus diesem Trend ein faszinierendes neues Geschäftsfeld: Functional Fragrances als Ergänzung zu Kosmetika und Phytopharmaka.

Corinna Mühlhausen