

Titel: Immer der Nase nach.

Veröffentlichung: 30.08.2006

Publikation / Medium: KURIER

FRANK RITTLER
SENIOR PERFUMER

www.thenose.de

► Die Welt der Parfümeure ist ein schnelllebiges Geschäft. Was heute ein wohlriechender Trend ist, kann morgen schon verduftet sein

Immer der Nase nach

VON BARBARA REITER

Zehntausend, hundertausend spezifische Eigengerüche hatte er gesammelt und hielt sie zu seiner Verfügung, so deutlich, so beliebig, dass er sich nicht nur ihrer erinnerte, wenn er sie wiederroch, sondern dass er sie tatsächlich roch, wenn er sich ihrer wiedererinnerte; ja, mehr noch, dass er sie sogar in seiner bloßen Fantasie untereinander neu zu kombinieren verstand und dergestalt in sich Gerüche erschuf, die es in der wirklichen



Kein Stinker: Biber duften

Welt gar nicht gab. (Aus „Das Parfum“).

Jean Baptiste Grenouille, der Held in Süßkinds Roman, hat einen guten Riecher. Als Parfümeur treibt er im Paris des 18. Jahrhunderts sein Unwesen. Und opfert Menschenleben, um den ultimativen Duft zu entwickeln. Frank Rittler opfert nur sein Herzblut, um seine Duftkreationen Kunden schmackhaft zu machen.

Waschmittelduft Rittler ist der Grenouille der Neuzeit und ist einer von 35 Parfümeuren, die es in ganz Deutschland gibt. Weltweit sind es circa 500. Er steckt seine Nase nicht überall hinein, doch wenn es ums Parfümieren geht, hat er die Nase vorn. Im Henkel Fragrance

► Gerüche

Wussten Sie, ...

... dass der Geruchssinn ab dem 30. Lebensjahr schleichend nachlässt? Die Anzahl der Riechsinneszellen in der Nasenschleimhaut nehmen langsam ab.

... dass das eigentliche Riechorgan in unserer Nase nur zwei Mal zwei Zentimeter groß ist? Etwa 50 Millionen Sinneszellen drängen sich hier auf engstem Raum. Alle vier bis sechs Wochen werden sie erneuert. Mit der Nase können wir mehr als 10.000 Düfte unterscheiden.

... dass jährlich 200 Duftnoten auf den Markt kommen? Es gibt kaum noch ein Produkt ohne Parfum oder Geruchsverbesserung. Auch Waschmittel werden mit Parfum versehen.

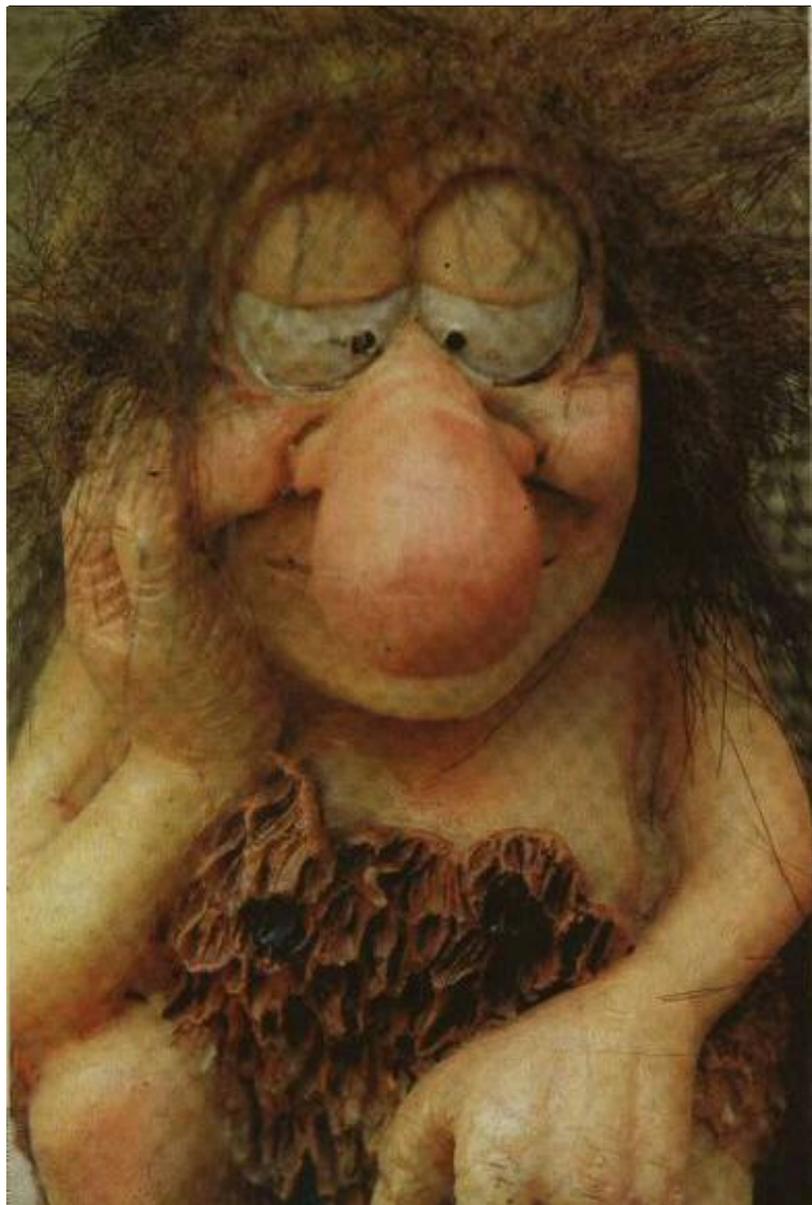
... dass Teile der Kosmetik-Industrie in Zukunft überflüssig sein werden? Wenn es gelingt, die Sexuallockstoffe, die sogenannten Pheromone, nachzubauen, hat sich die Hauptaufgabe kosmetischer Produkte, die sexuelle Attraktivität zu steigern, erledigt.

... Pheromone auch im Tierreich eine große Rolle spielen? Die Lockstoffe im Atem des Ebers lassen die Wildsau in der Paarungsposition erstarren. Der Urin-Geruch männlicher Wühlmäuse lässt Eierstöcke und Gebärmutter weiblicher Wühlmäuse anschwellen.

Center in Krefeld bei Düsseldorf entwickelt er vor allem Düfte für Wasch- und Reinigungsmittel. Doch auch für die Fein-Parfümerie hat er ein Näschen. Trends, so Rittler, werden vor allem aus diesem Bereich vorgegeben. Was sich Menschen gerne auf die Haut sprühen, wollen sie auch im Kleiderschrank riechen. Wenn er einen Duft kreiert, geht er vor wie ein Komponist. Zuerst hat er die fertige Partitur im Kopf, dann schreibt er sie nieder. Heraus kommt eine Mixtur aus bis zu 120 verschiede-

nen Komponenten, die im Labor ausgemischt und anschließend in das zu parfümierende Produkt (Shampoo, Creme, Seife) eingearbeitet werden. Anschließend wird der Duft im Produkt von Testpersonen beurteilt. Die Überarbeitung kann mehrere Monate dauern.

200 Parfüms pro Jahr Mit der Schnelllebigkeit der Zeit sind auch die Anforderungen gewachsen. Jedes Jahr werden 200 neue Parfüms lanciert, von denen aber nur wenige die nächsten



Riechkolben: Nicht immer schön anzusehen. Besitzer großer Nasenhöhlen riechen laut Studie aber besser

fünf Jahre auf dem Markt überleben. Ist heute der Duft von Wellness in, kann es morgen schon wieder eine kulinarische Note sein. Rücksicht muss Rittler auch auf die unterschiedlichen Regionen nehmen, für die er seine Kreationen fertigt. Während in Norwegen und Portugal Haushaltsreiniger nach Fichte riechen, setzt man in Österreich auf Zitrone und Orange. In Frankreich ist indes Frische mit Lavendel-Duft verbunden. Doch auch Rittler wehnt nicht immer ein wohlriechendes Lüfterl um die Nase. Viele seiner Kreationen entfalten erst in Kombination ihre Größe. Allein sind sie wahre Stinkbomben. Viele Parfüms enthalten nämlich Riechstoffe, die den Düften von Tieren nachempfunden sind. Synthetisch werden jene Gerüche hergestellt, die früher aus der Bauchdrüse der Zibetkatze oder den Hoden des Bibers gewonnen wurden. In solchen Momenten rümpft selbst Rittler die Nase. Und entspannt sie erst dann wieder, wenn er an deren Aufgabe denkt: Aufmerksamkeit beim anderen Geschlechts zu erregen.



Geruchstalent F. Rittler

► **LESERMEINUNGEN:**

Geruchssinn: Was riecht für Ihre Nase gut?

kurier.at/interaktiv

► **Parfüm-Tipps**

Nicht im Bad lagern

Drücken, verreiben und gut duften? Wer glaubt, dass die Verwendung von Parfüm eine einfache Sache ist, irrt. Insider wissen, dass Parfüm zwar aufgesprüht, aber niemals verrieben wird. Das zerstört die Duftmoleküle und führt zum Verlust der Intensität des Parfüms.

Der richtige Zeitpunkt, um ein Parfüm aufzutragen, ist nach der Dusche. Durch die Körperwärme wird das Parfum besonders gut von der Haut aufgenommen. Am besten eignen sich die Schläfen und die Innenseite der Handgelenke. Hier verlaufen die Blutgefäße dicht an der Hautoberfläche, die Haut ist dort besonders warm. Auch im Haar hält sich Parfüm gut, auch wenn Designer Karl Lagerfeld das einmal als Fauxpas des Duftbenehmens bezeichnet hat.

Die Intensität eines Parfüms hängt stark von der Beschaffenheit der Haut ab. Fettige Haut speichert im Gegensatz zu trockener Haut aromatische Substanzen besonders gut. Fettige, scharfe Speisen und Body-Lotions helfen.

Düfte sollten in dunklen, kühlen und trockenen Räumen gelagert werden. Das Badezimmer ist entgegengesetzt der weitläufigen Meinung also meist nicht der ideale Ort.

► **Parfüm-Trend 1**

Individualismus zum Aufsprühen

Die Zeit des klassischen Parfüms ist endgültig vorbei. Während Unisex-Parfüms vor einigen Jahren noch für Aufregung sorgten, haben sie sich mittlerweile längst etabliert. Die Duft-Industrie ist aber noch einen Schritt weitergegangen. Viele Frauen- und Herrendüfte sind heute kaum noch zu unterscheiden. Der Duft „Aramis Always“ für den Mann arbeitet mit dem

Aroma von Gurke und Honigmelone. Ingredienzien, die normalerweise nur bei Damen-Parfüms eingesetzt werden.

Und auch „Dior Homme“ versprüht den für Männer ungewöhnlichen Duft von Iris. Andere Düfte wie „Aigner Black“ oder „Blü Notte“ von Bulgari nähern sich einander so an, dass der Herrenduft auch von Frauen und umgekehrt verwendet werden kann.



ARAMIS

► **Parfüm-Trend 2**

Der Duft der Vergangenheit

Es begann mit dem Millennium. Es läutete im Jahr 2000 nicht nur ein neues Jahrtausend sondern ein neues Zeitgefühl ein. Die Menschen wussten nicht, was mit ihnen passiert, und wie es mit ihnen weitergeht. In dieser Zeit der Unsicherheit machten sie sich auf die Suche nach Geborgenheit. Das hat sich auch auf dem Parfüm-Sektor niedergeschlagen und Duftnoten aus der Vergangenheit erleben ein Revival.

„Aroma Sun“ von Lancôme etwa setzt auf den Einsatz von Zedernholz. Eine Note, die schon in den 60er Jahren geruchlich für Furore sorgte. „Par amour toujours“ von Clarins, das nach Rose und Grapefruit duftet, wurde für Mutter und Kind kreiert und soll auf diese Weise ein Gefühl der Zusammengehörigkeit erschaffen. Designer Paul Smith wiederum ließ die 70er-Jahre mit seinem Flower-Power Duft „Floral“ noch einmal aufleben.



► **Parfüm-Trend 3**

Wellness-Gefühl aus dem Flacon

Wer heutzutage isst, trinkt oder seine Freizeit plant, tut das vor allem auf eine Art und Weise: Gesund muss es sein. Und das muss man nicht nur spüren, sondern auch riechen.

„Pacific Paradise“ von Escada zum Beispiel (siehe Bild) riecht nach Obst und vermittelt süßen Fruchtschmecken das Gefühl, sich selbst etwas Gutes zu tun.

„Green Tea“ von Elizabeth Arden trägt das Gesundheitsbewusstsein schon im Namen und verspricht mit einem

Mix aus Zitrusnoten und würzigen Akzenten eine vitalisierende Kombination.

„Opium“ ist ein derartiger Klassiker mit dementsprechender Marketing-Maschinerie im Hintergrund, dass es niemals aus der Mode kommen kann. Und mit „Chanel Nr.5“ als einzigem Kleidungsstück hat sich bereits Marilyn Monroe so gut gefühlt, dass dieser Duft auch bei Durchschnittsfrauen wohl nur ein Gefühl hervorruft: Wellness.



