

Lieblingsdüfte kaufen

Schönes, Neues entdecken zu wollen, das gehört zu den Urtrieben des Menschen. Der Reiz des Unbekannten besitzt eine magische Anziehungskraft, der wir uns nur schwer entziehen können. Jeder kennt diese Faszination der Sinne - vor allem, wenn sie sich über das Auge erschließt. Ein Beispiel: Wenn wir einen unbekannt attraktiven Menschen von hinten entdecken, wollen wir gerne auch sein Gesicht sehen. Allerdings: Der Entdeckergeist kennt seine Grenzen, wenn uns etwas zu fremd erscheint. Das löst Ablehnung oder sogar Angst aus.

Genau mit diesem so angenehmen wie spannenden Reiz des Unbekannten spielen auch die Parfümeure. Das Unbekannte ist es, das uns auf ein Parfüm aufmerksam werden lässt und unser Interesse weckt.

Natürlich können wir ein Parfüm, das wir x-fach aufgelegt oder gerochen haben, wiedererkennen nur so kann es sich beispielsweise zu einem Lieblingsduft entwickeln. Aber damit es unter allen anderen Gerüchen eindeutig als Parfüm identifiziert werden kann, muss es eine geheimnisvolle Zusammensetzung aufweisen, die sich deutlich von anderen uns bekannten Duftbouquets abhebt.

Natürlich reicht es nicht aus, einfach nur verschiedene Gerüche zu einer neuen attraktiven Mischung zu kombinieren. Denn genau das zeichnet auch viele andere intensiv riechende Flüssigkeiten aus, die uns im Alltag begegnen wie z. B. Spülmittel.

Um ein Duftwasser zu kreieren, greifen Parfümeure tief in die Trickkiste. So kombinieren sie beispielsweise kontrastierende Gerüche, allen voran so bekannte wie beliebte natürliche Düfte mit solchen, die wir normalerweise nicht kennen. Dabei kommt es auf ein ausgewogenes Verhältnis an: Das Parfüm muss uns bekannt und unbekannt zugleich vorkommen. Ist es allerdings zu vertraut, empfinden wir den Duft als langweilig, ist er hingegen zu fremd, ruft er Ablehnung hervor.

Aus dem beliebten Geruch von Vanille allein könnte man beispielsweise kein attraktives Parfüm herstellen. Aber in der Kombination mit holzigen Noten oder Ambratönen nimmt sie eine neue Bedeutung an. Ambra allein wiederum wäre uns sicherlich zu fremd.

Um das Gefühl von Vertrautheit zu verstärken, verbergen sich in erfolgreichen Parfümcreations außerdem Duftsubstanzen, die an unseren Eigengeruch erinnern. Das sind zumeist Stoffe, die wir in unserem Duftgedächtnis nicht rational, sondern meist 'nur' emotional abgespeichert haben. Die meisten Menschen können sie nicht bewusst wahrnehmen aber trotzdem empfinden wir gerade durch sie eine gewisse Vertrautheit mit der ansonsten unbekannt Komposition.

Die Überraschung

Aus Erfahrung wissen wir: Es gibt unzählige Düfte, die uns ansprechen. Wirklich kennen aber tun wir nur wenige zumal wöchentlich immer neue Creations auf den Markt kommen. Der Reiz des Unbekannt paart sich so mit der Lust am Entdecken von Neuem.

Das ist ähnlich wie beim Essen gehen: Obwohl wir wissen, wo es uns schmeckt, probieren wir immer auch gerne mal ein neues Restaurant aus. Man hat einen Tipp von Freunden bekommen, darüber etwas Positives gelesen oder eine ansprechende Werbung gesehen.

Der gleiche psychologische Mechanismus funktioniert auch beim Parfüm: Es ist die Neugier, die Erwartung einer positiven Überraschung, die Lust am Entdecken, die uns nach einem neuen Duft in der Parfümerie schnuppern lässt. Für was wir uns interessieren hängt vom Vorwissen ab und das erreicht uns über Mund zu Mund-Propaganda, Zeitschriftenartikel oder die Werbung. Doch um wirklich eine Parfümerie auf der Suche nach einem neuen Duft zu betreten, bedarf es der richtigen Stimmung.

Verlockung Parfümerie

Der Besuch einer Parfümerie kann ganz praktische Gründe haben: Ein Lieblingsduft neigt sich dem Ende zu und Ersatz ist gefragt oder wir möchten ei-nen lieben Menschen beschenken. In diesen Fällen unterscheidet sich der Einkauf nicht wesentlich von anderen.

Ist man selbst auf der Suche nach einem neuen Duft, lässt sich dies nicht mit einem solchen pragmatischen Einkauf vergleichen. Unter diesen Vorzeichen betreten wir eine Parfümerie anders als einen Supermarkt und mit Sicherheit ohne Einkaufszettel. Auf jeden Fall gehören Zeit und Muße dazu sowie eine innere Motivation. Und die kann ganz unterschiedlich sein. Zu den wichtigsten Beweggründen zählen:

BELOHNUNG Sich einfach mal etwas zu gönnen, sich zu belohnen für die Alltagsmühen und den Stress, aber auch für den kleinen oder großen Erfolg in Beruf, Privatleben oder Schule – all das steht hinter dem Parfümkauf als Belohnung.

ENTSCHÄDIGUNG Wer kennt ihn nicht, den misslungenen Tag, an dem Wichtiges schiefgelaufen ist. Dann kann es ein inneres Bedürfnis sein, dem Frust bewusst ein positives Erlebnis entgegensustellen: den Parfümkauf als Entschädigung für die un-gerechte Welt.

LUST AM LEBEN Das Leben macht einfach Spaß: Die Sonne scheint, alles läuft super, und wir nehmen uns einfach Zeit zum Genießen und Shoppen. Und zu den vielen schönen Dingen, die man ausleben kann, zählt natürlich auch der Lustkauf eines Parfüms.

AUFWERTUNG Wir haben Größeres vor: Ein Bewerbungsgespräch, den Besuch einer tollen Party, ein Rendezvous. Da gilt es nicht nur, eine gute Figur zu machen, sondern auch den perfekten Duft aufzulegen. Und die Suche nach der Aufwertung unserer Ausstrahlung führt uns natürlich in die Parfümerie.

Eine andere Welt

Aber ganz gleich, aus welcher Motivation heraus man ein Parfümgeschäft betritt: Stets suchen wir nach einem Wohlgefühl, einer kleinen Freude, nach Abstand zur rauen Realität. Vielleicht hat uns bereits eine Werbebotschaft neugierig gemacht und wir steuern gezielt das Regal der entsprechenden Marke an. Oftmals gehört aber das träumerische Flanieren zum Gesamterlebnis.

Hier und da einen klangvollen Namen lesen, einen edlen Flakon in die Hand nehmen und die Vielzahl der vermischten Düfte schnuppern: Schon sehen wir die Welt mit Weichzeichner. Alle teuren Designerlabels sind hier versammelt und wir können ein Stück von der großen weiten Welt erwerben, ohne unser Konto zu überziehen. In der Parfümerie taucht man ein in eine Welt voller Schönheit und Harmonie, Abenteuer und Verheißung.

Die versteckten Botschaften

Der Kauf eines Parfüms ist eine rein emotionale Handlung, die keiner nüchternen Logik folgt. Wir brauchen es nicht zum Überleben wie Wasser und Brot. Doch weckt ein schöner Duft den Wunsch, ihn besitzen und tragen zu wollen.

Auslöser dafür ist die Botschaft (siehe S.102), die die Parfümhersteller mit dem entsprechenden Produkt verbinden und die sich über Namen, Verpackung, Flakon und Geruch ausdrückt. Und diese Botschaften sind sehr komplex.

Das Image der Produkte, das natürlich noch durch die entsprechenden Werbekampagnen verstärkt wird, lässt sich zunächst auf einige wesentliche, allgemeine Aussage mit folgenden Botschaften reduzieren:

Das Parfüm ist hochwertig: Du bekommst für dein Geld einen echten Gegenwert und triffst die richtige Kauf- entscheidung.

Das Produkt ist luxuriös: Du kaufst dir etwas ganz Besonderes und gönnst dir damit etwas.

Das Parfüm entspricht deinem Typ: Es ist wie für dich gemacht, es passt zu dir damit liegst du in jedem Fall goldrichtig.

Das Produkt liegt im Trend der Zeit: Du beweist Stil, bist mit deiner Entscheidung für diesen Duft auf der sicheren Seite.

Je nachdem, für welche Dufttrichtung und Marke man sich entscheidet, kommen subtilere Empfindungen hinzu, die innere Bilder bedienen und unterstreichen wie z. B. Eleganz, Sportlichkeit, Erfolg etc.

Auf jeden Fall kaufen wir auch einen kleinen Traum, nämlich den, dass wir mit dem Duft das hervorheben können, was wir sein oder darstellen wollen. Und nicht zuletzt greifen wir immer auch zum Duft der großen weiten Welt, von Schönheit, Lebensfreude und Luxus.

Bestätigung und Misserfolg

Das Gefühl, etwas Besonderes gekauft zu haben, prägt auch unseren Umgang mit dem Duft zu Hause. Dort können wir in Ruhe genießen: Erst die Cellophanhülle entfernen, den Karton vorsichtig öffnen, den Flakon in der Hand wiegen und dann den Duft auf der Haut spüren das alles trägt zum sinnlichen Gesamterlebnis bei.

Am nächsten Morgen erfreuen wir uns beim Anblick des dekorativen Flakons meist erneut auf ein aufregendes Dufterlebnis, das uns durch den Tag begleiten soll.

Kaum jemand geht mit einem teuren Parfüm achtlos um: Man legt es mit Bedacht und Freude auf, sieht sich im eigenen Stil bestärkt und erfreut sich immer wieder an diesem kleinen Luxus.

Inwieweit das gute Gefühl oder die gute Beziehung zu dem Duft langfristig erhalten bleibt und so auch die damit verbundenen schönen Träume wachbleiben, hängt von der persönlichen Erfahrung ab: Hat man beispielsweise mit dem neuen Duft einen perfekten Abend verlebt oder einen besonders erfolgreichen Tag im Beruf absolviert, wird dieser Eindruck im Gehirn als positive Erinnerung abgespeichert. Das Gefühl, attraktiv und erfolgreich zu sein, verbindet sich dauerhaft mit dem getragenen Duft.

Besonders wichtig ist aber nicht nur das eigene Erleben, sondern die Reaktion der Umwelt: Das höchste der Gefühle sind natürlich Komplimente zum neuen Duft. Aber auch kleinere positive Reaktionen, wie ein Lächeln, verfehlen ihre bestätigende Wirkung nicht.

Eine negative Bemerkung hingegen lässt die Traumblase, die sich mit dem neuen Duft verbindet, sofort platzen der Flakon bleibt in Zukunft dann möglicherweise sogar unangerührt im Regal stehen. Und auch wenn ein erwartungsvoller Abend als Misserfolg endet, geht das zu Lasten des Parfüm-Images. Aber selbst das hat sein Gutes: Nicht man selbst ist Schuld, sondern der Duft. Und vielleicht klappt ja alles mit dem nächsten Parfüm viel, viel besser ...

Das „Eine Million-Dollar-Gefühl“

Hin und wieder finden wir ein Parfüm, das uns unmittelbar auf 'Wolke Sieben' hebt. Ein solcher Duft drückt in Perfektion unsere Wünsche, verborgene Talente und noch nicht umgesetzte Möglichkeiten aus. Mit diesem Parfüm können wir alles erreichen, die Welt erobern, unwiderstehlich sein.

Das 'Eine-Million-Dollar-Gefühl' ist verbunden mit Prestigegedanken, Reichtum, Schönheit, Erfolg und Erotik. Wir empfinden uns als wertvoll mit diesem Duft, glamourös, sexy und weltgewandt.

Der Duft eines solchen Parfüms wird uns ein Leben lang in der Nase bleiben selbst dann noch, wenn es vom Markt verschwunden sein sollte. Und: Man wird immer wieder versuchen einen ähnlichen Duft zu finden.

Der persönliche Stil

Wenn wir ein spezielles Parfüm bevorzugen, kann es in der Tat mental unterstützend wirken als treuer Begleiter, sicherer Hafen oder Quelle des Selbstbewusstseins. Doch es muss passen wie eine zweite Haut und unseren persönlichen Stil abrunden, sofern wir ihn gefunden haben.

Dazu gehört ein wenig Lebenserfahrung. Frauen und Männer, die im Laufe ihres Lebens viele Düfte ausprobiert und noch mehr Modetrends mitgemacht haben, entdecken mit der Zeit, was ihnen steht.

Die sportliche Dame nimmt irgendwann Abstand vom süßen, lieblichen Parfüm der Jugendjahre, weil es ihrem Lebensgefühl nicht mehr entspricht und beim Joggen eher kontraproduktiv wirkt. Sie sucht sich einen spritzig leichten Duft, der jede Bewegung mitmacht, genau wie ihr Outfit.

Der erfolgreiche Manager merkt, dass der Patchouli-Duft seiner WG-Jahre nicht mit dem Designer Anzug harmoniert und orientiert sich an klassischen Düften, die zum Meeting in sachlicher Büroumgebung passen. Ein Patchouli-Hauch wird ihn aber immer an die sorglose Studentenzeit erinnern.

Mit dem persönlichen Stil reift auch das Gefühl für die Wechselwirkung zwischen dem eigenen Empfinden und der Reaktion anderer. Wenn wir uns in unserer Haut wohlfühlen, strahlt dieses Empfinden auch nach außen und eine positive Resonanz folgt auf dem Fuße. Ein Parfüm kann diesen Eindruck komplettieren, wenn es mit dem Gesamtbild unserer Erscheinung harmoniert.

Je nachdem, wie vielschichtig unser Leben sich gestaltet, können es auch verschiedene Parfüms sein, mit denen wir uns umgeben: Eines für den Businessstag, ein zweites für die Entspannung nach dem Workout im Fitness-Studio, ein drittes für den netten Abend mit Freunden, ein viertes für die wilde Party, das fünfte für die schönsten Stunden zu Zweit. Diese Reihe ließe sich unendlich fortsetzen so unendlich weit wie die Welt der Düfte.

[Parfüm für Dich](#) – Dein Onlineshop für besondere und günstige Markendüfte!