

Inhaltsverzeichnis

1	Die Erforschung der Duftwirkung	1
1.1	Geschichte der Duftwirkung	3
1.1.1	Überraschende Funde der Archäologie vor 77.000 Jahren	3
1.1.2	Zum Unterschied von Parfümieren und Geruchsanwendung	4
1.1.3	Erste Erwähnungen von Duftverwendung und -wirkung in Altertum und Antike	6
1.1.4	Der Duft des Blauen Lotus oder: Das göttliche Parfüm aus den Urgewässern	10
1.1.5	Die Kunst des Räucherns – zur meditativen und künstlerischen Wirkung von Duft	12
1.1.6	Heilende Duftmagie – von medizinischen und physiotherapeutischen Duftanwendungen bis zur Wahrsagerei und spiritistischen Séancen	15
1.2	Duftwirkung in der Neuzeit	18
1.2.1	Beginn der Erforschung der Duftwirkung	18
1.2.2	Die Neuroparfümerie sorgt für den Durchbruch in der Duftwirkungsforschung	20
1.2.3	Ein erster Einblick in die Wirkung von Düften auf spezifische Regionen des Gehirns	23
1.2.4	Ein erster Ausblick auf die Duftwirkung in der Zukunft	24
1.2.5	Riechen geht auch umgekehrt – der Duftmanager im Gehirn	24
1.2.6	Forschungsbereiche der Duftpsychologie	26
1.2.7	Riechen, das letzte Lebenszeichen des Bewusstseins	27
1.2.8	Das Gehirn kann sich seinen eigenen Geruch erschaffen	28
1.2.9	Wie Duftstoffe unbewusst Einfluss auf unser Verhalten nehmen – zwei Beispiele	31
1.2.10	Aromatherapie – wie ätherische Öle wirken	31
	Literatur	34
2	Parfüms im Wandel	37
2.1	Charakteristiken von Parfüms heute	38
2.2	Arten und Gebrauch von Parfüms – Interessengebiete von Parfümliehabern	40
2.3	Der Trend in der Parfümerie zur Natur	46
2.4	Persönliche Ansprüche an Parfüms	47
2.5	Parfüm im Konflikt: Verbotene und unerwünschte Wirkungen	48
2.6	Verbraucher wollen mehr als gut riechen – vom Parfüm zum Wirkparfüm	50
2.7	Zum Unterschied von Aromatherapie und Dufttherapie	51
	Literatur	52
3	Psychologie der Parfümwahl	55
3.1	Plädoyer für den Geruchssinn: Wir riechen mehr als angenommen	56
3.2	Dufterinnerung: Riechen relativiert Raum und Zeit	58
3.3	Künstliche Geruchssintelligenz: Die Zukunft hat schon begonnen	59
3.4	Steigerung des Duftgenusses: Verschmelzung der Sinne	60
3.5	Parfümwahl: Erkenntnisse aus Marketing und Neuromarketing	63
3.6	Wie riechen geht: Über molekulare Türsteher und Platzanweiser	71
3.7	Der Maître des Parfums im Gehirn oder das Gerangel um den Duft im Kopf	76
3.8	Duft und Persönlichkeit: Wie Gehirn und Persönlichkeit den Duftgenuss beeinflussen	78
3.9	Olfaktorische Seelentröster: Warum Parfüms so guttun	81
	Literatur	83

4	Willkommen in der Neuroparfümerie	85
4.1	Latente Grunderwartungen an Parfüms	86
4.2	Olfaktorische Stimulationsbedürfnisse des Gehirns	87
4.3	Wohlfühlberatung: Duftvorlieben einzelner Gehirnregionen und ihrer Netzwerke	94
4.4	Neuro-Dufttherapie: Erkenntnisse für duftunterstützte Anwendungen	94
4.5	Zur Dynamik des Dufterlebens: Mit Duftvorlieben auf Wanderschaft	96
4.5.1	Schöner riechen: Parfüm als Medium oder die Verwandlung des „Selbst“	98
4.6	Geruchsoffen: Wie die Evolution bestimmte Arten des Riechens fördert	99
	Literatur	101
5	Insiderwissen Parfümerie	103
5.1	Geruchslos ... oder 10.000 Gerüche riechen	105
5.2	Parfümerie ist nicht additiv und kein Platz zum Streiten	107
5.3	Parfümdschungel: Wie man sich hineinriecht	108
5.4	Psychologie des Parfüms – die Duftfamilien aus Sicht eines Duftpsychologen	118
5.4.1	Feminine Duftrichtungen	118
5.4.2	„Maskuline“ Duftrichtungen	127
5.4.3	Nicht so leicht: Die Bestimmung von Zielgruppen im Marketing	129
5.5	Parfümmacher – die Teams in der Duftindustrie	131
5.6	Duftevaluation – ein Kreativitätsskiller? Wie man Parfüms mit hohem Potenzial entdeckt	133
5.7	Parfüm-Flanker: Entertainment für ungeduldige Nasen	135
5.8	Parfümrezeptur: Erfolgreiche Inhaltsstoffe der Feinparfümerie	137
5.9	Duftgeheimnisse von Inhaltsstoffen – Geruchsübung für schöneres Riechen	139
5.10	Parfümeurinnen: Die Parfümerie verdankt fast alles den Frauen	142
	Literatur	144
6	Insiderwissen Parfümindustrie und Handel	145
6.1	Die Macher der Industrie	146
6.2	Wie in Industrie und Handel für ein neues Parfüm kalkuliert wird	148
6.3	Bereiche der Parfümerie: Feinparfümerie, funktionale Parfümerie, Aromatherapie	154
6.4	Zur Situation des Parfümeriefachhandels	158
6.5	Sie als Parfümeur/in	160
	Literatur	162
7	Duft online: Storytelling und digitale Vermarktung von Parfüms	163
7.1	Retro-Dufttrends: Warum Veilchen unsterblich sind	164
7.2	Beginn der Parfümerie: Duft mit Zusatznutzen	166
7.3	Die erste Duftrevolution: Wie Entdeckungen die Parfümerie veränderten	172
7.4	Digitales Parfümmarketing: Tipps der erfolgreichsten Influencer	174
	Literatur	181
8	Große und kleine Momente der modernen Parfümerie	183
8.1	Duft & Erotik bei Charles Baudelaire oder: Die Veränderung im Denken	184
8.2	Der Pate der Parfümerie oder: Sind Parfüms unmoralisch?	187
8.3	Parfüm & Poesie: Die deutsche Duftseele	189
8.4	Parfüm & Image: Das Auf und Ab der Parfümerie	192

8.5	Pheromone oder: Der aktuelle Stand der Suche nach dem Atlantis der Parfümerie	194
8.6	Die zweite Duftrevolution: Wie Entdeckungen zum schöneren Riechen führten	200
8.7	Parfüm & Selbst – Wirkungen auf das Ich oder: Die schönste aller Drogen?	203
	Literatur.	209
9	Auf dem Weg in die Zukunft des Riechens	211
9.1	Geruchssuche: Dem Geruch in der Forschung schon lange auf der Spur	212
9.2	Nobelpreis-Erkenntnis: Riechen wir (fast) alles doppelt?	215
9.3	Bildgebendes Riechen: Der Startschuss für die Neuroparfümerie	218
9.4	Die dritte Duftrevolution: „Vorabend“ der Zukunft der Parfümerie	225
9.5	Vielfache Gehirnbelebung am Beispiel der Breitbandwirkung von Zitrusaromen ...	227
9.6	Neuro-Duftverkauf: Wie man das Gehirn für ein neues Parfüm begeistert	229
	Literatur.	232
10	Dufttherapie: Düfte für mehr Lebensfreude	235
10.1	Dufttherapeutische Anwendung: Zwei Übungen zur Einführung	236
10.1.1	„Duftflug“ – Loslassen, Inspiration und Kreativität.	237
10.1.2	„Scented Power Posing“ – Recharge für Geist und Körper	238
10.2	Duftgenuss: Olfaktorisches Kuscheln „on demand“	240
10.3	Duftender Anti-Stress: Wie und wo Duft im Gehirn gegen Stress wirkt	243
10.3.1	Pflanzenpeptide mit Anti-Stress-Wirkung.	244
10.3.2	Der Run auf die Pflanzenpeptide	245
10.3.3	Olfaktorische Tools zur Beurteilung der Befindlichkeit.	246
10.4	Selbsttherapie: Die Seele heilen und schöner riechen mit Ur-Parfüms	249
10.4.1	Die Macht von Ur-Parfüms und ihre Kreation	250
10.4.2	Die Kraft duftunterstützter liebevoller Blicke für die Selbsttherapie.	262
10.4.3	Duftunterstütztes Selbstcoaching: Übungsbeispiel „Die Kraft liebevoller Blicke“	263
	Literatur.	266
11	Verkaufpsychologie der Duftberatung	269
11.1	Das Epizentrum für Erfolg und zwischenmenschlichen Kontakt	270
11.2	Zunächst Freund oder Feind – auch in der Duftberatung	272
11.3	Die Formel: Wie man die Amygdala des anderen gewinnt	277
	Literatur.	282
12	Willkommen in der Erlebnispärfümerie	283
12.1	Mythen im Duftverkauf: Wie man zum Duftpsychologen wird	284
12.2	Psychologische Duftwahl – das etwas andere Erleben von Parfüms	287
12.3	Neuropsychologischer Dufttest: Erlebenswünsche und Parfümvorlieben	294
12.3.1	Modform-Test® – Testanleitung & Lösungen.	294
12.3.2	Der Moodform-Test® als Duft- und Pflege-Guide für Frauen: Lösungen aus Erst- und Zweitwahl.	296
12.4	Erlebnispärfümerie: Praxis und Methoden für mehr Parfümbegeisterung	302
12.4.1	Tanzen und Riechen	302
12.4.2	Ziele, Schritte und Beispiele für die Erlebnispärfümerie	303
12.4.3	Die Welt der Parfüms immer wieder neu entdecken.	311
	Literatur.	314

13	Stationäre Parfümerie im Wandel	315
13.1	Elefantenrennen: Der Wettstreit um den „Verkaufsort Parfüm“ von morgen	316
13.1.1	Kernkompetenzen der stationären Parfümerie	316
13.1.2	Die Rolle von Drogeriemärkten, Apotheken und Lebensmittelhandel	318
13.2	Stationäre Parfümerie im Wandel: Entwicklungen & Trends	321
13.2.1	Ausgezeichnete Lebensmittelmärkte als Vorbilder	321
13.2.2	Neue Beauty-Welten: Mehr und mehr Parfümerien rüsten auf	322
13.2.3	Der Trend zum „Face-to-Face“-Wohlfühltreffpunkt	326
13.3	Verkaufsort Parfümerie: Methoden und Strategien zur Gewinnung von (Neu-)Kunden	328
13.3.1	Zielgruppen der Parfümerie von morgen	328
13.3.2	Ladenbau	329
	Literatur	331
14	Parfümtrends, internationale Duftvorlieben und Mentalitäten	333
14.1	Die Evaluation von Duftvorlieben	334
14.1.1	Charakteristiken des deutschen Damenduftmarktes	335
14.1.2	Parfümtrends oder: Wie ein Duft- und Trendcoach denkt	338
14.2	Wie sich der deutsche Damenduftmarkt von anderen Märkten unterscheidet	340
14.2.1	Duftvorlieben in Spanien	340
14.2.2	Duftvorlieben in Italien	342
14.2.3	Duftvorlieben in Frankreich	342
14.2.4	Duftvorlieben in England und den USA	344
14.3	Duftmentalität: Die Rose im angelsächsischen Kulturraum	346
14.4	Globale vs. nationale Dufttrends	348
	Literatur	350
15	Die Entstehung des modernen Parfümeurs	351
15.1	Wie und wo der moderne Parfümeur entstanden ist	352
15.2	Wie einzelne Parfümeure zur Luxusmarke werden konnten	355
15.3	Welche Entwicklungschancen Parfümeurinnen haben	357
	Literatur	359
	Serviceteil	
	Stichwortverzeichnis	363