

# Inhaltsverzeichnis

---

1	<b>Die Erforschung der Duftwirkung</b>	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 Umgewässern	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	<b>Duftwirkung in der Neuzeit</b>	18
1.2.1	Beginn der Erforschung der Duftwirkung	18
1.2.2	Die Neuroparfumerie 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	<b>Parfüms im Wandel</b>	37
2.1	Charakteristiken von Parfüms heute	38
2.2	Arten und Gebrauch von Parfüms – Interessengebiete von Parfümliebhabern	40
2.3	Der Trend in der Parfümerie zur Natur	46
2.4	Persönliche Ansprüche an Parfüms	47
2.5	Parfüm im Konflikt: Verbote 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	<b>Psychologie der Parfümwahl</b>	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 Geruchsintelligenz: 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 gut tun	81
	Literatur	83

<b>4</b>	<b>Willkommen in der Neuroparfümerie .....</b>	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
<b>5</b>	<b>Insiderwissen Parfümerie .....</b>	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 hineinreicht .....	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 Kreativitätskiller? 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
<b>6</b>	<b>Insiderwissen Parfümindustrie und Handel .....</b>	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
<b>7</b>	<b>Duft online: Storytelling und digitale Vermarktung von Parfüms .....</b>	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 Parfüummarketing: Tipps der erfolgreichsten Influencer .....	174
	Literatur.....	181
<b>8</b>	<b>Große und kleine Momente der modernen Parfümerie .....</b>	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

## Inhaltsverzeichnis

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

<b>13</b>	<b>Stationäre Parfümerie im Wandel .....</b>	315
13.1	<b>Elefantenrennen: Der Wettstreit um den „Verkaufsort Parfüm“ von morgen.....</b>	316
13.1.1	Kernkompetenzen der stationären Parfümerie.....	316
13.1.2	Die Rolle von Drogeriemärkten, Apotheken und Lebensmittelhandel .....	318
13.2	<b>Stationäre Parfümerie im Wandel: Entwicklungen &amp; Trends .....</b>	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	<b>Verkaufsort Parfümerie: Methoden und Strategien zur Gewinnung von (Neu-)Kunden .....</b>	328
13.3.1	Zielgruppen der Parfümerie von morgen.....	328
13.3.2	Ladenbau .....	329
	Literatur.....	331
<b>14</b>	<b>Parfümtrends, internationale Duftvorlieben und Mentalitäten .....</b>	333
14.1	<b>Die Evaluation von Duftvorlieben.....</b>	334
14.1.1	Charakteristiken des deutschen Damenduftmarktes .....	335
14.1.2	Parfümtrends oder: Wie ein Duft- und Trendcoach denkt.....	338
14.2	<b>Wie sich der deutsche Damenduftmarkt von anderen Märkten unterscheidet.....</b>	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	<b>Duftmentalität: Die Rose im angelsächsischen Kulturraum.....</b>	346
14.4	<b>Globale vs. nationale Dufttrends.....</b>	348
	Literatur.....	350
<b>15</b>	<b>Die Entstehung des modernen Parfümeurs .....</b>	351
15.1	<b>Wie und wo der moderne Parfümeur entstanden ist .....</b>	352
15.2	<b>Wie einzelne Parfümeure zur Luxusmarke werden konnten .....</b>	355
15.3	<b>Welche Entwicklungschancen Parfümeurinnen haben .....</b>	357
	Literatur.....	359
<b>Serviceteil</b>		
	Stichwortverzeichnis .....	363