



Duftstory No.1

Der Duft zu "be rooted!", der Sustained Color No. 1

entwickelt vom Duftexperten Dr. Joachim Mensing, Dipl. Psychologe, Soziologe und eine der feinsten Nasen der Parfümerie

Die COLORNETWORK® Farbe „be rooted!“ ist ein ruhiger, soft-warm-brauner Holzton. Ein bisschen erinnert er auch an eine köstliche dunkle Mousse au Chocolat mit Karamell-Komponente. „be rooted!“ No. 1 besitzt die Kraft der „Superadditivität“ von Reizen, denn der multisensorische Reiz hat eine bessere Wirkung als der einzelne Reiz. In der Aromatherapie stellt sich deshalb die Frage: Welche Düfte ergänzen die Farbe so, dass sie im Zusammenspiel die persönliche Energie und das Wohlbefinden noch gezielter und intensiver steigern, als es ein Sinnesmodus allein vermag? Der superadditive Ansatz ist speziell für Innenarchitekten interessant, denn er bietet ihnen die Möglichkeit, Krafträume zu kreieren, in denen sich mittels olfaktorischer und visueller Verschmelzung neue Energie schöpfen lässt.

Holzduft und Ur-Gerüche

Die Farbe Braun steht in der Parfümerie vor allem für Holz-Noten. Braun nimmt einen vergleichsweise großen Bereich im Farbraum ein, was wiederum auch für den Dufttraum gilt. Einzelne Holz-Noten wie etwa Sandelholz, Rosenholz, Agarholz oder Guajaholz verleihen einer Duftkreation unterschiedliche Tiefengrade, vor allem aber schaffen sie Wärme. Generell strahlen Holznoten in einem Parfum Ruhe, Harmonie und Ausgeglichenheit aus und es werden Eigenschaften wie Bodenständigkeit, Stabilität, Sicherheit und Geborgenheit assoziiert. Die Natur entfaltet ihre ganze Magie. Holz-Noten, die eine natürliche Wärme ausstrahlen, fallen in das Geruchsspektrum des Ur-Vertrauens. Es geht um ursprüngliches Wohlgefühl, das durch Geruchsassoziationen und -anklänge an „Mutter Natur“. Im Wald sind es die durch die Sonne erwärmten Harze, die süßliche und würzig-karamellisierte Düfte hervorzaubern und den Ur-Gerüchen sehr nahekommen. Eine Erklärung dafür, warum „Harz-Holz-Noten und damit verbundene Braun-Töne wie „be rooted!“ der Seele so guttun.

**COLOR
NET
WORK®**
:

Sustained Color No. 1

be
rooted!



Trends in der Parfümerie: Die Wiedergeburt der Naturromantik

Ein Trend zeigt sich in der Parfümerie bereits seit vielen Jahren und ist aus der modernen Parfümerie nicht mehr wegzudenken. Es ist die Wiedergeburt der Naturromantik des 18. und 19. Jahrhunderts die zu einem „Harz-Holz-Wald-Trend“ in der Parfümerie geführt hat. Es ist heute kaum noch bekannt, welche Bedeutung Duft und Geruchssinn in der deutschsprachigen Literatur, besonders in der Poesie, einnehmen. Bis heute beeinflusst die Romantik des 18. und 19. Jahrhunderts mit ihrem Naturbezug und Sehnsuchtsempfinden unser olfaktorisches Empfinden. Die mitteleuropäische „Duftseele“ will der Natur so nahe wie nur irgend möglich sein, und dies idealerweise mit ressourcenschonender Produktion und ohne den Einsatz synthetischer Duftstoffe.

Der Wald als Wohlfühl- und Kraftort

Die Deutschen haben ihre Liebe zum Wald neu entdeckt. Bestsellerautor Peter Wohlleben spricht in seinem Buch „Das geheime Leben der Bäume“ (2019) von dem geheimen Band zwischen Mensch und Natur. Und der Schriftsteller Elias Canetti erklärte: „In keinem modernen Land der Welt ist das Waldgefühl so lebendig geblieben, wie in Deutschland.“ (1992).

Das spiegelt sich auch in der deutschen Parfümerie wider. In den letzten Jahren sind „Harz-Holz-Noten“ zur Avantgarde geworden. Dabei spielen Nischenparfüms eine entscheidende Rolle, bei denen es um die Kreation von „Duftpersönlichkeiten“ geht, die sich an echte Connaisseurs wenden. Sie stehen abseits des Parfum-Mainstream der großen bekannten Marken. So wurde der „Harz-Holz-Wald-Trend“ zunächst von kleinen Parfümboutiquen und Fachparfümerien aufgegriffen. Mittlerweile hat er sich aber zu einer Grundströmung in der Parfümlandschaft entwickelt. Sie lassen den mehr oder weniger bewussten Wunsch aufkommen, den persönlichen Kraftort zu finden. Die Deutschen suchen und finden diese Quelle vor allem im Wald.

Psychologisch betrachtet unterstützen waldige Duftnoten dabei, die Sinne zu reinigen und sich aus dem hektischen Alltag zurückziehen zu können. Sie helfen, sich zu fokussieren und stehen für den Neuanfang.

Die „Düfte der Götter“

Für das Räuchern von Innenräumen verwendete man schon im alten Ägypten und Mesopotamien Harze. Der begehrteste und kostbarste Geruch für diese Art der Beduftung war ein besonderer Weihrauch, „Olibanum Eritrea“, der auch „Duft der Götter“ und „Frankincense“ als ätherisches Öl genannt wurde. Er verströmt eine honigartig- karamellierte Süße, bei der auch ein würziger Geruch mitschwingt. Wie der Name schon sagt, stammt dieses Harz aus Eritrea, aber auch aus Ländern wie dem Sudan oder Äthiopien. Dieses Harz wurde dann durch die Vermischung mit zwei weiteren Harzen – einer grün-weißen Variante aus dem Oman (leicht aromatisch-zitronig und balsamisch-minzig) und einer schwarzen Variante, dem Borena-Weihrauch (erdig-holzig und süßlich-schokoladig) zum regelrechten Luxusparfum im Altertum.

Eine besondere Liebhaberin dieser Komposition war die ägyptische Pharaonin Hatschepsut (um 1495–1459 v. Chr.), eine der mächtigsten Frauen der Weltgeschichte, die sogar eigene Expeditionen nach Punt in Eritrea durchführte, um ihr Lieblingsparfum herstellen zu können. Per Schiff und Karawane brachte die Pharaonin von ihrer fast 2.000 Kilometer langen Reise zahlreiche Weihrauchsetzlinge mit, die sie um ihren Tempel herum anpflanzte – leider mit wenig Erfolg. Eigenen Weihrauch herzustellen zu können, galt nicht nur als Luxus, sondern war auch ein Ausdruck von Göttlichkeit.



Was machte die Kreation aus den drei Harzen so begehrt? Es ist sehr wahrscheinlich, dass die drei Düfte in Kombination die Ur-Geruchsvorliebe der Menschen sehr genau getroffen haben. Das bestätigen Beobachtungen aus der Aromatherapie und erste Studien zu „Frankincense“ aus der Neuoparfumerie. Die drei Ur-Düfte bzw. Harze wirken „beruhigend und stimmungsaufhellend“, „die Nervosität legt sich“ und „der Geist setzt zu Höhenflügen an“. Die Harze haben sogar einen medizinischen Nutzen, der gerade wiederentdeckt wird. Noch die römische Oberschicht nutzte den teuren Weihrauch wegen seiner entzündungshemmenden Wirkung auch zur Zahnpflege und für andere medizinische Zwecke.

Die drei Harze sind insbesondere als Raumdüfte eine ideale olfaktorische Ergänzung, um die emotionale Farbwirkung von „be rooted!“ zu steigern. Mit ihrer Hilfe können Krafträume kreiert werden, die besonders bei Stress und innerer Unruhe wirken, aber auch helfen, wieder (Ur-)Vertrauen zu fassen. Durch ihre „Superadditivität“ sorgen die „Olibanum Eritrea“-Mischungen für ein tiefes Wohlbefinden.

Moderne Duftstoffe für „be rooted!“

Auch die moderne Parfumerie hat mittlerweile neue Duftstoffe entwickelt, die das Wohlbefinden weiter steigern bzw. die psychologische Wirkung der Sustained Color No. 1 „be rooted!“ des COLORNETWORK® zusätzlich unterstützen können. Hier drei moderne Inhaltsstoffe, die der Farbe „be rooted!“ noch mehr Emotionen und Fassettenreichtum verleihen:

Dreamwood – ein neuer Duftstoff (2021), der sogar eine beruhigende Wirkung auf die Haut hat. Der Duftstoff riecht leicht holzig und gibt Farbe „be rooted!“ einen soft-cremig-warm-balsamischen Unterton. In Kombination mit „Olibanum Eritrea“ stahl die Farbe noch mehr Schutz und Geschmeidigkeit aus.

Iso E Super – ein Duftstoff mit einem bemerkenswert angenehmen Geruch, der schon länger auf dem Markt ist. Er riecht holzig, leicht trocken und etwas zedernartig. In Kombination mit „Olibanum Eritrea“ stellt die Farbe „be rooted!“ eine Verbindung zwischen der spirituellen und der materiellen Welt her. Die honigartig- karamellierte Süße von „Olibanum Eritrea“ wird feiner, dezenter und beginnt im Raum zu schweben.

Spiranol – ein neuer Duftstoff (2022) mit einer besonderen Duftkomplexität, der sich immer wieder im Geruchseindruck ändert. Das Molekül hat einen holzigen, grünen, kühlenden, minzigen, erdigen und tropischen Duft und verleiht „be rooted!“ mehr Exotik und Jugendlichkeit. In Kombination mit „Olibanum Eritrea“ wird die Farbe noch „kulinarischer“ und verspricht Köstlichkeiten, die man beispielsweise in einer Küche, die in den „be rooted!“-Farben gestaltet ist, besonders genießen kann.

Bei jeder Verwendung hängt es allerdings davon ab, welches Duftprodukt für einen Kraftraum verwendet werden soll. Denn ein Parfum ist anders aufgebaut als ein Raumduft oder eine Duftkerze.

Literatur zur Vertiefung:

Canetti E (1992) Masse und Macht. Claassen, München

Mensing J (2021) Schöner RIECHEN –

Die magische Wirkung von Parfums auf das Wohlbefinden. Springer Natur, Heidelberg

Wohlleben P (2019) Das geheime Band zwischen Mensch und Natur. Ludwig, München

**COLOR
NET
WORK®**
:

Sustained Color No. 1

**be
rooted!**