

Gerüche und Psychologie: Wie Düfte uns beeinflussen



Sie sind unsichtbar, dennoch beeinflussen Gerüche unsere Emotionen und unser Verhalten ganz wesentlich: zum Beispiel, was wir im Supermarkt kaufen, wen wir mögen und wen wir heiraten.

Von Lisanne Dehnbostel

Den einen macht der Duft von Omas Apfelkuchen glücklich, der andere spürt bei Zimtsternen Vorfreude auf Weihnachten, und für die Dritte riecht ein bestimmtes Waschmittel nach Heimat. Gerüche lösen bei uns Emotionen aus, positive wie negative – und meistens ist uns das nicht bewusst. Eine Billion Gerüche können wir Menschen auseinanderhalten; unser Sehsinn dagegen unterscheidet „nur“ fünf Millionen Farben.

Die Sozialpsychologin Bettina Pause von der Heinrich-Heine-Universität in Düsseldorf hat das schon in ihrem Studium fasziniert. Seit über 30 Jahren beschäftigt sie sich mit der Geruchsforschung. Sie ist überzeugt, dass unser Bauchgefühl den Ursprung in der Nase hat. Wie eine Alarmanlage teilt sie uns mit, wenn etwas nicht stimmt – insbesondere in der zwischenmenschlichen Kommunikation, wie Pause in zahlreichen Studien erforscht hat. Mit der Nase erkennen wir etwa Aggression, Angst, Glück und Liebe.

Immer der Nase nach: Der Geruch bestimmt, wen wir mögen



Geschmackssache: Der Geruch bestimmt, von wem wir uns angezogen fühlen

Wir Menschen tauschen über Düfte untereinander permanent Informationen aus, aber diese sind so schwach, dass wir sie nicht bewusst wahrnehmen. Daher sind es auch eigentlich keine Gerüche, sondern vielmehr winzige und chemische Moleküle. „Wir strömen sie die ganze Zeit aus“, sagt Pause, „und sie beeinflussen unsere sozialen Beziehungen. Wer aggressiv ist oder Angst hat, kann ein guter Schauspieler sein und mit Mimik, Gestik und der Körperhaltung versuchen, die Gefühle zu überdecken. Aber die chemischen Moleküle, die man aussendet, kann man nicht verstellen. Unser Bauchgefühl sagt uns dann, dass wir die Person besser meiden sollten, oder wir fühlen mit der Angst mit.“ Chemokommunikation heißt das in der Wissenschaft.

Nur mit Menschen, in deren Geruch wir uns wohlfühlen, können wir Gefühle von Nähe, Sicherheit und Geborgenheit entwickeln. Das ist wissenschaftlich bewiesen. Wenn wir jemanden gar nicht riechen können, freunden wir uns nicht an und gehen keine Liebesbeziehung ein. Der chemische Geruch eines Menschen bestimmt, von wem wir uns angezogen fühlen, sagt Pause.

Bei der Partner:innenwahl suchen wir unbewusst eine Person, deren Gene sich von unseren eigenen möglichst unterscheiden. Evolutionsbiologisch ergibt das Sinn, denn je unterschiedlicher die Gene, desto gesünder sind die Nachkommen. Da die Gene auch den Eigengeruch bestimmen, sucht man jemanden, die oder der möglichst anders riecht. Aber natürlich ist das nicht der einzige Faktor. Interessen und Charakter sind ebenso wichtig. „Doch der Geruch ist ein Alarmsignal“, sagt Pause. Im Gegensatz zu den Augen und Ohren, die wir zuhalten können, wenn wir etwas nicht sehen oder hören mögen, kann man die Nase nicht verschließen.

So wie unsere Partnerin oder unseren Partner suchen wir auch unseren Freundeskreis mit der Nase aus. „Studien zeigen, dass Freunde sich genetisch ähnlicher als Nicht-

Freunde sind, und zwar insbesondere in den Geruchssinneszellen. Freunde nehmen also die chemische Welt ähnlich wahr. Dadurch haben sie ein ähnlicheres Bauchgefühl.“ Das heißt auch, dass sie andere Menschen ähnlich wahrnehmen und einschätzen.

Duftmarketing: Mittels Geruch Produkte verkaufen



Feines Näschen: Wer die Nase schult, kann Duftstoffe besser unterscheiden und erkennen

Hotels und Geschäfte versprühen oft gezielt einen spezifischen Geruch, der eine bestimmte Funktion erfüllen soll. Spezialist:innen mischen im Auftrag genau diese Düfte aus verschiedenen Komponenten. Riecht es angenehm, verweilt die Kundin oder der Kunde tendenziell länger im Geschäft und kauft mehr, das haben Studien gezeigt. Wenn man beispielsweise an einem Obststand vorbeischlendert, an dem es nach Orangen oder Beeren duftet, greift man eher zu, als wenn es nach nichts riecht. Einige Läden versprühen daher künstlichen Duft – und manipulieren so die Kund:innen.

Der Geruchsforscher Hanns Hatt von der Ruhr-Universität Bochum sagt, dass er in der Schule gern „Riechunterricht“ gehabt hätte. Tatsächlich kann man seine Nase trainieren: Wenn man bewusster darauf achtet, kann man die einzelnen Duftstoffe besser unterscheiden und erkennen.

Bei der sozialen Kommunikation helfe das jedoch vermutlich nicht, sagt Pause. Die läuft schließlich unterhalb der Wahrnehmungsschwelle ab. Und man kann sie ohnehin nicht manipulieren. Wenn man etwa im Vorstellungsgespräch versucht, die eigene Unsicherheit mit Parfüm zu überduften, nütze das kaum: „Die chemischen Moleküle werden in der gleichen Intensität versprüht – auch wenn man Parfüm benutzt. Das Gegenüber riecht die Angst trotzdem.“ Aber es könne einem selbst die Angst etwas nehmen: „Das Parfüm hat in erster Linie immer einen Effekt auf den Anwender. Wenn man den Geruch mag, kann er ein Wohlgefühl hervorrufen und die eigene Stimmung heben.“

Eine Sache des Geschmacks

Ein Universalduft, den alle Menschen mögen, existiert nicht. Laut Pause kann es ihn auch nie geben, denn jeder Mensch bevorzugt andere Gerüche. Hat man eine Apfelallergie, mag man Apfelkuchen wohl nicht. Und gibt es an Weihnachten daheim jedes Mal Familienstreit, freut man sich beim Duft von Zimtsternen eher nicht auf die Feiertage. Individuelle Erfahrungen prägen den geruchlichen Geschmack.

In der zwischenmenschlichen Kommunikation ist Geruch laut Pause ein „Ehrlichkeitssignal“. Er steht für Authentizität. Stimmt der Geruch nicht mit dem überein, wie man sich verhält, schlägt das Bauchgefühl Alarm. Bettina Pause rät deshalb, mehr auf seine Nase zu vertrauen: „Man sollte nicht alles mit dem Kopf entscheiden, wenn man ein komisches Gefühl hat, sondern lieber eine Nacht drüber schlafen und auf das Bauchgefühl achten.“

- **Bettina Pause**

Die Professorin leitet das Institut für Biologische Psychologie und Sozialpsychologie an der Heinrich-Heine-Universität in Düsseldorf. Seit über 30 Jahren erforscht sie, wie Gerüche uns beeinflussen. Ihre Erkenntnisse hat sie im Buch „Alles Geruchssache: Wie unsere Nase steuert, was wir wollen und wen wir lieben“ zusammengefasst (Piper Verlag).

Quellenangabe der Bilder:

[1] © goanovi - stock.adobe.com

[2] © Getty Images/Deagreez

[3] © Kasko - stock.adobe.com