

Du er hvad du dufter af!

Duftesansen påvirker humør, temperament og følelser.

Mens dufte som element i butikker, under udstillinger m.v. er blevet et efterspurgt element, vil vi nu også have duften til at ledsage stemningen og udtrykket til brylluppet, fødselsdagen eller de hjemlige gemakker og vores personlige stil

IDENTITET OG DUFT

Tekst: Eva Kirstine Brünnich
Foto: Magnus Møller

Duften fra de store blomsteropsatser fylder rummet, og man ikke lade være med lige at stikke næsen i dem for at dufte. Lige indtil man opdager, at blomsterne er i plastik. Og duften – ja, den kommer ikke fra blomsterne, men fra en maskine, der spreder en skøn jasminduft ud i rummene på Christiansborg Slot, som danner ramme om udstillingen "Dessert på slotet." Næste overraskelse er kageduften, der ledsager Frederik den Sjettes dessertstel og de kunstige kager.

Dufte brugt i nye utraditionelle sammenhænge er kommet for at blive. Duftesansen påvirker nemlig vores humør og adfærd i langt højere grad end andre af vore sanser og har afgørende betydning for helhedsindtrykket, når vi træder ind i et rum. Det har fået efterspørgslen på unikke duftløsninger til at stige i en grad, hvor ikke alene butikker, ho-

teller og erhvervsliv får udviklet en duft, der understøtter købelyst, sanseindtryk eller styrker koncentration og indlæring.

I privatsfæren

Brugen af dufteindtryk er nu også trådt ind i vores private sfære, dels som en unik ledsager til mærkedage, men også i hjemmet, hvor vores personligt udvalgte duft er med til at understrege vores indretning og personlige stil. Duften siger, hvem vi er.

"Generelt er det et nyt fænomen at bruge Duftesansen både privat og erhvervsmæssigt, men jeg er ikke i tvivl om, at dufte bliver en fast del af vores hverdag. Ligesom vi i dag har musik og lydanlæg, vil dufte blive en helt integreret del af vores daglige liv og indretning," siger Christine Hærsløv, der er indehaver af Ambientidea og står bag bl.a. duftindslagene til Christiansborg Slots kageudstilling.

Ambientidea er specialiseret inden for duftmarketing og tilbyder rådgivning om brugen



af dufte samt færdige duftløsninger til både erhvervsliv og private.

"Folk vil gerne have en unik duft, som gæsterne bagefter forbinder med netop den begivenhed. Når først man har fundet den duft, der appellerer til en, kan man sætte sit helt særlige præg på sin fest eller sit hjem ved at tilpasse duften til møbler og indretning, og det er der flere og flere, der får øje på," fortæller Christine Hærsløv og tilføjer, at en række af hendes erhvervskunder, der får udviklet duftløsninger til deres virksomhed, ønsker at bruge den samme duft i deres private hjem. Sempelthen for at få en rød tråd gennem arbejds- og privatliv.

Mens det herhjemme endnu er de færreste private boliger, der har en decideret duftløsning, hvor maskiner spreder

liffelige toner ud i rummene, har det i bl.a. USA gennem flere år været et almindeligt fænomen, at man efter humør skifter duft fra dag til dag eller time til time. Det samme gælder udenlandske hoteller, der lader gæsten vælge, hvilken duft, man ønsker på værelset.

Duft og stemningsskift

Undersøgelser viser, at vi kan genkalde en duft med 65 pct. nøjagtighed efter et år, mens vores evne til at genkalde billeder til sammenligning er på blot 50 pct. efter kun tre måneder. Og ifølge brandingguru Martin Lindstrøm er 75 pct. af vores stemningsskift henover dagen duft-afledte.

"Duft påvirker både fysisk og psykisk, og de kan øge dit psykiske velvære. Det gør blandt andet, at de kan bruges målrettet til for eksempel at skabe intimitet i soveværelset, ro i stuen eller søvndyssende

effekt, hvis ens barn ikke vil sove. Vil man udvise mere handlekraft, kan man udvikle en duft, der skærper den egen-skab," forklarer Christine Hærsløv.

Hendes kontor på Østerbro dufter beroligende af verbena og lavendel fra den flaske med æterisk olie isat en håndfuld træpinde, der står på sofabor-det. En diskret duftløsning,

FAKTA | dufte

- Ambient Idea anvender kun rene æteriske olier, 95 pct. økologisk. Der anvendes ingen pesticider, GMO eller kunstig gødning.
- Alle olier er testet og godkendt efter gældende EU-krav og certificeret af IFRA, International Fragrance Association.
- Omkring 1-2 pct. af befolkningen er allergiske over for parfume, men langt oftest drejer det sig om kontakteksem, dvs. når stoffet er i berøring med hud. Det at mængden af duftstoffer er så minimal i luften, og at den ikke er i direkte berøring med hud gør, at det ikke vil udgøre nogen risiko for gener. EKB

En duft af hjem

Er man på jagt efter en unik duft til hjemmet, kan man konsultere en duftekspert. Her viser man et billede af sit hjem og sporer sig herefter ind på, hvilken duft, der passer til præcis din stil og udtryk, forklarer Christine Hærsløv. Her er eksempler på dufte, der underbygger hjemmets udtryk:

- Er indretningen romantisk, vil man for eksempel efterspørge romantiske blomster såsom roser i rumduften, således at romantikken bliver styrket

Minimalistisk hjem

- Er hjemmet minimalistisk indrettet, vil man typisk være

interessert i visse urter og nåletræer, så duften bliver så enkel og ren som mulig. Men nogle gange vil det være en fordel at komplettere duften med det modsatte af ens indretning, så stemningen bliver mere afbalanceret. For eksempel blomsterduft og en mere feminin duft i en me-

get strømnet og enkel bolig.

- Er indretningen Østen-inspi- reret, kan man formentlig lide krydderier a la patchouli.
- Er hjemmet præget af retro- indretning, så vil man have tendens til at kunne lide tun- gere dufte med mere fylde og sensualitet.

EKB





Dufte til venindernes brunch

Da Louise Ertman Baunsgaards bror skulle giftes, sørgede hun for, at der var dufte over det hele. Dertil fik gæsterne en duftolie med hjem, som de kunne bruge til at genkalde sig den glædelige begivenhed med og samtidig få øjnene op for duftens lysaligheder.

“Jeg synes, at duft er et meget vigtigt element, når man træder ind i et rum. Det er det første man oplever, og det, man bedst kan huske. Jeg er altid meget opmærksom på, hvordan der dufter,” siger hun.

Som grundlægger og indehaver af sushikæden Letz

Sushi, startede duftidéen i restauranterne, hvor inspiration fra udlandet fik Louise Ertman Baunsgaard til at gøre en frisk limeduft til en del af spiseoplevelsen. Herefter

blev det hurtigt hjemmets tur. “Jeg har fundet en duft, som jeg føler passer godt til os og vores hus, der er nyt og meget åbent. Den bruger jeg i mange af vores rum, fordi det er så

skønt, at der dufter frisk og rart,” siger hun.

Louise Ertman Baunsgaard har to dufte hjemme, som hun veksler mellem. En til hverdag og en anden hvis for eksempel veninderne kommer til brunch. En duft, som er lidt mere intim og lægger op til hygge. Hun overvejer i øjeblikket at få en helt tredje duft, som skal være i soveværelset på øverste etage, forklarer hun.

Det næste?

“Det kunne være fedt at have en duft i bilen, så ens hjemlige duft kunne følge en derud,” siger hun.

EKB

FAKTA | Duftens konkrete egenskaber

- Cedertræ er godt til koncentration, og især mange mænd kan godt lide denne duft.
- Citron inspirerer og giver mere klarhed og øger energien.
- Mynte og rosmarin er godt for indlæring og øger koncentrationen.
- Jasmin og ylang ylang kan bruges til at øge den erotiske stemning.
- Lavendel er god til afstresning.

som er den mest udbredte blandt private. Og de fleste, der komplimenterende bemærker duften i lokalet, er mænd, fortæller hun overraskende.

“Det er i lige så høj grad mænd som kvinder, der har

opdaget duftens virkning. Mænd vil typisk gå efter en mere maskulin duft, men mange af de dufte, der bliver efterspurgt, er friske og hverken særligt feminine eller maskuline,” forklarer hun.

evbr@borsen.dk

En duft af eksklusivitet

En unik duft, der skaber genkendelighed, velvære og giver kunderne lyst til at blive i butikken. Det var Roxana Wegeners baggrund for at få udviklet en særlig duft til sin butik Fashionista i indre København, et eksklusivt fashion outlet.

“Jeg har altid brugt duftlys derhjemme, og for mig er dufte noget, der minder mig om gode oplevelser som for eksempel en skøn ferie, et lækert hotel eller min mors parfume. Det udtryk ville jeg gerne skabe i min butik,” siger Roxana Wegener.

Duft af shoppelyst

Her ville hun gerne give følelsen af eksklusivitet, afslapning og shoppelyst. Derfor fik hun i samarbejde med AmbientIdea udviklet en unik duft eksklusivt for butikken.

Duftmaskinen er sort og falder derfor i med indretningen,

der er hvid og sort. Og det diskrete udtryk er også det, som karakteriserer duften. Ikke for kraftig, ikke hverken for feminin eller maskulin, men en duft, der påvirker underbevidstheden, uden man bliver overvældet af den, understreger hun.

Føler sig velkommen

“Det skal være et sted, hvor man føler sig velkommen og har lyst til at blive hængende. Det skal være et lille univers, fordi butikken på mange måder er som mit andet hjem,” siger hun og fremhæver, at et væsentligt element er, at Fashionista kun er åben for medlemmer og derfor ikke har dagligt åbent. Det er en unik butik, og det skal oplevelsen af den derfor også være.

“Og det ville jo være skønt, hvis vi på sigt kunne have duften på vores poser, boner osv.,” tilføjer hun. EKB



Alle rejser begyndte i Afrika.

Ali og Bono er iført Edun tøj; Ali bærer en Louis Vuitton/Edun taske.

Overskuddet fra tasken såvel som Ali og Bonos honorar går til Conservation Cotton Initiative Uganda. Følg Ali og Bono på louisvuitton.com

LOUIS VUITTON

Roxana Wegener har udviklet en duft til sin forretning, som ikke findes andre steder. På den måde skiller butikken sig ud, og så bruger hun duft til at skabe en stemning.