Die soziale Konstruktion olfaktorischer Wahrnehmung

Eine Soziologie des Geruchs

Dissertation
zur Erlangung des akademischen Grades
des Doktors der Sozialwissenschaften
an der Universität Konstanz

Vorgelegt von Jürgen Raab
im September 1998

1. Referent: Prof. Dr. Hans-Georg Soeffner
2. Referent: Dr. habil. Hubert Knoblauch

Inhalt

I. Einleitung und Problemstellung 6

II. Zur Popularität eines wiederentdeckten Sinns – Das Riechen und der Geruch im öffentlichen Diskurs 11

III. Das Olfaktorische als Gegenstand wissenschaftlicher Forschung – Grundsätzliche Probleme bei der Erforschung des Nicht-Faßbaren und Disqualifizierten 15

IV. Die naturwissenschaftlich orientierte Geruchsforschung 24

1. Der Wahrnehmungsapparat – Anatomische und physiologische Aspekte des Olfaktorischen 24
2. Wahrnehmung und Verhalten – Die Erforschung des Geruchssinns in der Psychologie 28

V. Entwicklung und Stand der sozial- und kulturwissenschaftlichen Geruchsforschung 34

1. Wahrnehmung und Interpretation – Der Geruch und seine Bewertung in der Philosophie 34
2. Die Gerüche der anderen – Der Geruchssinn in Anthropologie und Ethnologie 48
3. Die Sinne und das Olfaktorische als Gegenstand der Soziologie 54

VI. Zusammenfassung des Überblicks und Anlage derUntersuchung – Skizzen zur soziologischen Dimensionierung des Geruchs 58

VII. Die sozio-historische Dimension – Die Gerüche im Prozeß der Zivilisation 62

1. Die kulturelle Geschichtsperspektive auf den Alltag – Der Prozeß der Zivilisation nach Norbert Elias 63
2. Am Anfang war der Rauch – Die sakrale Bedeutung der Wohlgerüche 68
3. Die Profanierung der Düfte in den Kulturen der Vor- und Frühgeschichte 73
4. Die Bedeutung der Gerüche vom europäischen Mittelalter bis zur beginnenden Neuzeit 78

5. Die "olfaktorische Revolution" –
Der Wandel in der Geruchswahrnehmung im 18. und 19. Jahrhundert 84

6. Die Zivilisationskurve des Geruchs 97

VIII. Die sozial-interaktive Dimension – Die Bedeutung der Gerüche in sozialen Interaktionen moderner Gesellschaften 106

1. Erving Goffmans Interaktionssoziologie –
Zum Konzept der "Interaction Order" 107

2. Die alltagssoziologische Bedeutung des Olfaktorischen –
Ansätze zur Lokalisierung der Gerüche in der Interaction Order 109

2.1 Der Körper, die Gerüche, das Selbst und die anderen 113
"Das Thema ist vielleicht etwas delikat - es geht um den Geruch" –
Ein Exkurs zu modernen Benimm- und Etikettbüchern 124
2.2 Der Geruch in den Territorien des Selbst 129
2.3 Das Olfaktorische im öffentlichen Raum 136

3. Eine verengte Perspektive auf den Gegenstand? –
Zur Kritik an Goffmans Interaktionsmodell 140

*IX. Die sozial-strukturelle Dimension –
Zeitdiagnose, Sozialstrukturanalyse und Geruchskultur* 143

1. Entwicklung und Stand der Theorien zur Sozialstrukturanalyse 144

1.1 Der Übergang zur Moderne –
Zeitdiagnose und frühe Modelle sozialer Ungleichheit 144
1.2 Klassen und Schichten –
Zur Entwicklung der Modelle traditioneller Sozialstrukturanalyse 149
1.3 Die soziologische Diagnose der Gegenwart –
Zum aktuellen Stand der Diskussion 153
1.3.1 Strukturwandel und Strukturmerkmale moderner Gesellschaftssysteme .. 153
1.3.2 Zur Genese des Lebensstilbegriffs und zum Konzept
von Lebensstilanalysen 156
1.4 Moderne Modelle sozialer Stratifizierung 161
1.4.1 Die feinen Unterschiede im sozialen Raum – Pierre Bourdieu 161
1.4.2 Deutschlands feine Unterschiede – Lebensweltliche Sozialmilieus
nach der Typologie des Sinus-Institutes 167
1.4.3 Die Ästhetisierung der Lebenswelt in der Erlebnisgesellschaft –
Gerhard Schulzes Milieutheorie 171

2. Ansätze zur Lokalisierung des Olfaktorischen im sozialen Raum 186

2.1 "Geborgenheit braucht Stallgeruch" –
Auf der Fährte des Geruchs in den Theorien zur Sozialstruktur 188
2.2. Der Geruch ordnet und markiert die Territorien – Von der Verdichtung
der Argumentation zur Fragestellung der Untersuchung 190

3. Geruchskultur und soziale Struktur 196

3.1 "Diskrete und exklusive Düfte für jeden Raum des Heimes":
Der Untersuchungsgegenstand – Die Lufterfrischerprodukte 196
3.1.1 Die Luft als Objekt der Beduftung 196
3.1.2 Kleine Produktgeschichte und Produktkontext 197
3.1.3 Produktkategorien, Produktformen und Konsumententypologie 198
3.2 Das Datenmaterial – Intention, Anlage und Inhalte der Primärerhebungen 202
3.3 Die sozialstrukturelle Ausprägung des Geruchs –
Auf dem Weg zur Beschreibung gesellschaftlicher Geruchsstile 205
3.3.1 Geruchsästhetik und Indikatoren sozialer Segmentierung –
Theoretische Grundlinien, Auswertungsverfahren und Analyseschritte ... 206
3.3.2 Lebensweltliche Praxis und soziale Semantik des Geruchs 232
3.3.3 Die olfaktorische Strukturierung der Sozialstruktur –
Zusammenfassung und Verortung der Ergebnisse 252

X. Der parfümierte Raum als Schnittstelle von Zivilisationskurve, Interaktionsordnung und Sozialstruktur – Interpretation und Diskussion der Ergebnisse 271

XI. Zusammenfassung und Schlußbemerkung 264

Anhang 278

Teil A – Anlage und Inhalte der Primärerhebungen 278

Teil B – Eingangssdaten und Ergebnisse der Korrespondenzanalysen 288

Teil C – Tabellen und Graphiken der erweiterten Auswertung 299

Teil D – Transkripte der Focus-Gruppeninterviews 304

Literatur 317

I. Einleitung und Problemstellung

"The investigation of the olfactory is the investigation of everything else"
Hans J. Rindisbacher: The Smell of Books.

Innerhalb des Ensembles der menschlichen Wahrnehmungsausstattung gehört der Geruch zusammen mit dem Geschmack und dem Gespür zu den chemischen Sinnen bzw. den sogenannten Nahsinnen. Diese sind, im Vergleich zu Auge und Ohr, in ihrer biologischen und erst recht in ihrer sozialen Funktionsweise bis heute nicht nur kaum bekannt, sie werden in der Gegenüberstellung zu den beiden Fernsinnen auch konsequent ihrer Bedeutung beschnitten und erscheinen oftmals nur noch als die 'Restsinne'.
Zwar wird diese in den Natur- und Sozialwissenschaften häufig nachzuvollziehende Position vielerorts reflektiert und kritisiert, dennoch verbleibt der allgemeine Standpunkt, daß die Nase das am wenigsten durch kulturelle und soziale Habitualisierungen befestigte Sinnesorgan ist, was sie unverändert der Sphäre des Animalischen, des Vorgesellschaftlichen und Archaischen verhaften läßt. So gehen etwa Kamper/Wulf in der Einleitung zu ihrem Sammelband über das "Schwinden der Sinne" (1984,13f.) davon aus, daß der Geruch wie die anderen Nahsinne auch, "nach wie vor kaum beeinträchtigt von den zivilisatorischen Zurichtungen des Körpers stillschweigend ihre Arbeit verrichten", wozu auch gehört, daß er im sozialen Alltag, in der Alltagswahrnehmung und in der Alltagskommunikation allenfalls noch dort seine Arbeit verläßlich verrichtet und von Bedeutung ist, wo die Nähe des Menschen zur Animalität am offensichtlichsten zu Tage tritt, nämlich bei der Nahrungsaufnahme und der Sexualität.
Aus solcher Perspektive entsteht der voreilige und vordergründige Eindruck, daß der Geruch in den meisten Bereichen des modernen Gesellschaftslebens keine Rolle (mehr) spielt, wozu auch die immer umfassender vorangetriebene Desodorisierung weiter Lebenssphären ihren Beitrag leisten mag: Die Be- und Entlüftung von Arbeits-, Konsum-, Freizeit- und Wohnflächen, die Verlagerung der Industrie und anderer negativ bewerteter Geruchsquellen aus den Wohngebieten, die permanenten Stadt-, Wohnungs- und Körperreinigungsrituale mit ihrer geruchsbekämpfenden Wirkung usw. Dies alles erweckt den Anschein, daß nicht die Deutung olfaktorischer Zeichen das vorrangige gesellschaftliche Ziel ist, sondern deren Beherrschung, Bändigung, Ausgrenzung und Ausmerzung. Deshalb tritt der Geruch in modernen Gesellschaften auch in erster Linie und am offensichtlichsten als Ware in Erscheinung: Die Vermarktung und der Absatz desodorisierender Körper- und Textilpflegemittel, von Haushaltsreinigern und technischen Apparaturen sowie die Bereitstellung von Gütern zur Beduftung von Körpern, Konsumgütern und Lokalitäten bringen erstaunliche Umsatzraten, sichern ökonomisch bedeutsame Marktanteile und damit die Existenz ganzer Industrien.

Wo sich aber auf der einen Seite in der Kommerzialisierung des Geruchs seine gesellschaftliche Bedeutung manifestiert und für den interessierten Betrachter zumindest auf den zweiten Blick identifizierbar wird, sind andererseits 'legitime' Orte des Olfaktorischen in der kulturellen Thematisierung und Diskussion erst in jüngster Zeit zu bemerken und in der sozialwissenschaftlichen Reflexion insgesamt nur spärlich auszumachen.

Vor diesem Hintergrund überrascht es wenig, daß auch die Soziologie bei der Erforschung des Olfaktorischen fast gänzliches Neuland betritt. Gerade innerhalb einer inzwischen weitgereiften direkten oder indirekten Auseinandersetzung mit der menschlichen Wahrnehmung und den Sinnen – genannt seien hier nur die Felder der Medien-, Kunst- oder Musiksoziologie – wird die Marginalisierung des Geruchs bzw. die in diesem Falle offensichtliche soziologische Abstinenz nur um so deutlicher und zeigt sich in einer kaum vorhandenen theoretischen Auseinandersetzung sowie im Fehlen jeglicher empirischer Untersuchungen, die Aufschluß geben könnten über den aktuellen Umgang unserer Gesellschaft oder allgemein westlicher Gesellschaften mit dem Geruch. Findet sich in der weitgefächerten populärwissenschaftlichen Literatur zum Riechen schon immer ein großes Spektrum parasoziologischer Annahmen und Aussagen – exemplarisch hierfür das 1864 zum ersten Mal erschienene kulturgeschichtliche Werk von Eugene Rimmel zur klassischen Geschichte des Parfüms –, entsteht der Eindruck, daß die Feinsinnigkeit der Nase und die instabilen, komplexen, osmophoren Gemische auch und speziell für die Soziologie eine Dimension der Dinge darstellen, die gegenstandslos und ungreifbar bleiben.

So existieren nur wenige Arbeiten, die sich mit dem Olfaktorischen als genuin soziologischem Phänomen beschäftigen. Georg Simmels Ausführung über das Riechen aus dem Jahre 1908 ist die erste und einzige Auseinandersetzung eines soziologischen Klassikers mit dem Geruch, die – obgleich wegbereitend und mit feinem analytischen Blick gehalten – doch nur ein kleines Bruchstück im "Exkurs über die Soziologie der Sinne" war und entsprechend 'zufällig' und skizzenhaft blieb. Es dauerte über ein halbes Jahrhundert, bis die Gedanken Simmels in der Abhandlung "The Sociology of Odors" von Gale P. Largey und David R. Watson (1972) aufgegriffen wurden und ihren Niederschlag in einem systematisch ausgearbeiteten Themen- und Fragenkatalog fanden, mit dem die Autoren zwar deutlich machen konnten, welche soziologischen Dimensionen im Olfaktorischen verborgen liegen, der aber von der Forschung bis zum aktuellen Zeitpunkt nicht aufgegriffen wurde. Die neuesten Beiträge zur sozialwissenschaftlichen Geruchsforschung liefern schließlich die Arbeiten einer Gruppe amerikanischer und kanadischer Anthropologen und Soziologen: Constance Classen, David Howes und Anthony Synnott (z.B. 1994) haben ihren Interessensschwerpunkt auf historische und kulturvergleichende Aspekte des Olfaktorischen gelegt, wobei sie vorrangig fremde, 'nicht-zivilisierte' Kulturen zu verstehen trachten und deren Verhaltensweisen, Interpretationen und Thematisierungen jenen der 'zivilisierten' westlichen Kulturen kontrastierend gegenüberstellen, wobei sie letztere allerdings nicht eingehender analysieren.
Gänzlich unerforscht ist also bis heute der Bedeutungsgehalt das Olfaktorischen in unserer modernen Lebenswelt: Was ist die kulturelle Konstitution und der gesellschaftliche Charakter des Geruchs? Welchen Zustand und welche Zuständigkeit hat der Geruchssinn im sozialen Alltag? Was sind die Bedingungen, die Werte und Normen bzw. die kulturellen Praktiken im Umgang mit den Gerüchen?

Es mag sich der Einwand erheben, daß die Zurückhaltung der Soziologie bei der Beschäftigung mit dem Geruch in eben jener untergeordneten Bedeutung begründet liegt, die die Sinne insgesamt innerhalb der Soziologie einnehmen und die speziell die Nase in der Hierarchie der menschlichen Wahrnehmungsausstattung inne hat. Eine solche Einschätzung spiegelt jedoch nur die grundlegend diskriminierende Haltung wieder, die der Geruchssinn schon seit Beginn der rationalen Naturerklärung erfahren mußte und die ihn auch bezüglich seiner wissenschaftlichen Erforschung hinter die der anderen Wahrnehmungsorgane zurückfallen ließ. Ebenso wie die übrigen Sinne jedoch, die – wie gesagt, zumindest was das Auge und das Ohr anbelangt – das soziologische Interesse bereits auf sich gezogen haben, gehört die olfaktorische Wahrnehmung zur natürlichen Anlage und Modalität des Men-

schen. Sie ermöglicht es ihm, sich mit jedem Atemzuge nicht nur in seiner 'natürlichen', sondern auch in seiner sozialen Lebenswelt zu orientieren, diese zu ordnen und zu interpretieren. Es ist deshalb davon auszugehen, daß auch der Geruchssinn in den unterschiedlichen Kontexten der menschlichen Lebenswelt vielfältige symbolische Bedeutungen hat, die aber weitestgehend noch im Dunkeln liegen und mit deren Thematisierung wir uns mitten im Zentrum der Erforschung menschlicher Gesellschaft befinden. Schließlich sei noch angemerkt, daß anthropologische und soziologische Diskussionen über das menschliche Selbst- und Fremdverstehen letztlich nur mit Blick auf das synästhetische Zusammenwirken der Sinne fruchtbar fortgeführt werden können, was die vorurteilsfreie Erforschung aller menschlichen Wahrnehmungsorgane, ihrer 'natürlichen' Funktionsweisen und ihrer sozialen Funktionen voraussetzt.

Den Ausgangspunkt und die forschungstheoretische Prämisse meiner Untersuchung bildet nun die Vorstellung, daß der Geruch nicht nur ein naturwissenschaftliches – das bedeutet in erster Linie den Organismus betreffendes, also chemisches, biologisches und physiologisches – aber auch kein rein psychologisches – d.h. die Persönlichkeit und Emotionen von Individuen anbelangendes – Phänomen darstellt, sondern daß die Nase – und dies *muß* der Ansatz einer soziologischen Herangehensweise sein – auch ein sozial und kulturell eingestelltes, stimuliertes und kontrolliertes Sinnesorgan ist.
Anliegen und Hauptthema des Forschungsvorhabens ist die Analyse dieser sozialen und kulturellen Formungen und Geformtheiten der olfaktorischen Wahrnehmung in der modernen Gesellschaft. Sie soll im idealen Fall zur Beschreibung einer 'Sozio-Olfaktorik' und 'speziellen Anthropologie' führen. Das Forschungsprogramm zur Suche nach dem sozialen Ort des Geruchs läßt sich in drei Arbeitsphasen untergliedern, die die Anlage der Arbeit grob strukturieren:

Ganz grundlegend bedarf es zunächst der Herauslösung des Olfaktorischen aus seiner Isolation. Deshalb nähert sich die vorliegende Arbeit dem Phänomen in der ersten Phase aus mehreren Perspektiven und versucht, sich über eine ganze Reihe von 'Witterungsspuren' auf die Fährte des Geruchs zu begeben. Aufgrund des Facettenreichtums, der Vielgestalt, aber auch der Verwobenheit und Unbestimmtheit, der Flüchtigkeit und scheinbaren Ungreifbarkeit des zu untersuchenden Gebietes – Charaktermerkmale, die allesamt sozusagen in der Natur des Gegenstandes liegen – wurde ein möglichst breiter Zugang zum Thema gewählt. Einige Ausführungen in den ersten Kapiteln stehen somit nur in indirektem Zusammenhang mit der späteren Fragestellung der Arbeit, sie erschienen aber notwendig zur Verfolgung mehrerer, voneinander nicht unabhängiger Zielsetzungen: Die weitgefächerte Annäherung dient zunächst der Sichtung und Aufarbeitung des Forschungsfeldes. Sie soll weiterhin verdeutlichen, wie schwer der Gegenstand analytisch zu fassen ist und will doch zugleich diese Schwierigkeit auch ein Stück weit überwinden. Schließlich soll sie eine allmähliche Kontrastierung des eigentlichen Untersuchungsgebietes ermöglichen bzw. die für seine Analyse notwendige Ab- und Eingrenzung erleichtern, diese für den Leser nachvollziehbar machen und damit den Weg bereiten und hinleiten zur eigentlichen Fragestellung und zur empirischen Forschungsthese des Projektes.
Das schrittweise Herantreten an das Forschungsfeld setzt im 2. Kapitel ein mit einem – im Stile grobkörniger Momentaufnahmen gehaltenen – Blick auf die aktuelle öffentlich-populäre Thematisierung des Olfaktorischen. Das 3. Kapitel hat die grundsätzlichen Probleme und Voreingenommenheiten der wissenschaftlichen Beschäftigung mit dem Gegenstand zum Inhalt. Kapitel 4 behandelt die Darstellung der bereits sehr ausgereiften naturwissenschaftlich orientierten Geruchsforschung in der Sinnesphysiologie und Wahrnehmungspsychologie. Schließlich nähern wir uns im 5. Kapitel mit der Betrachtung der philo-

sophischen, anthropologischen, ethnologischen und soziologischen Auseinandersetzung den Sozial- und Kulturwissenschaften. In ihnen wurde der Geruchssinn bislang als Untersuchungsgebiet vernachlässigt, marginalisiert oder ignoriert. Deshalb soll über ihre Diskussion die Bedeutung, die Berechtigung und die Notwendigkeit einer bislang fast gänzlich versäumten sozialwissenschaftlichen und insbesondere soziologischen Beschäftigung mit dem Thema hervorgehoben werden. Das 6. Kapitel faßt die erste Arbeitsphase überblickshaft zusammen und skizziert darauf aufbauend eine Weichenstellung für die soziologische Geruchsforschung, d.h. es wird versucht, die soziologischen Dimensionen des Geruchs offenzulegen, zu beschreiben und aus ihnen konkrete, für die vorliegende Arbeit konstitutive Analyseebenen abzuleiten.

Mit der zweiten Arbeitsphase rückt erstmals die kulturelle Konstitution und soziale Konstruktion der biologischen Grundlage bzw. der 'anthropologischen Fundamentalie' – zu verstehen im Sinne Leo Koflers als "unveränderliche Voraussetzung menschlicher Veränderlichkeit" – ins Blickfeld.
Kapitel 7 thematisiert den Wahrnehmungssinn in seiner sozial-geschichtlichen Dimension und sucht nach den Bedingungen der Kultivierung und Vergesellschaftung der Geruchswahrnehmung im Prozeß der Zivilisation. Die Argumentation auf dieser Analyseebene gründet sich auf der Annahme, daß unser heutiger Umgang mit dem Geruch nur einen historischen Spezialfall darstellt, der in weiten Teilen geprägt wurde von magischen und religiösen Vorstellungen, der zugleich aus technischen und medizinischen Innovationen resultiert, der aber zudem und nicht zuletzt das Ergebnis ist eines großen, unaufhörlichen Modernisierungs- und Zivilisierungsprozesses.

Die dritte Arbeitsphase baut auf diesen Betrachtungen auf und fragt nach den Auswirkungen des Zivilisationsprozesses auf den Umgang mit den Gerüchen im sozialen Alltag der modernen Gesellschaft.
So beinhaltet das 8. Kapitel den Versuch, der 'lokalen' Rolle des Geruchs Rechenschaft zu tragen und beschäftigt sich zunächst mit der Frage nach der Bedeutung des Olfaktorischen in den ritualisierten Verhaltensabläufen unmittelbarer Alltagsinteraktionen. Weiterhin wird nach verschiedenen lebensweltlichen 'Geruchsräumen' Ausschau gehalten, die die Handelnden im Alltag permanent hinsichtlich ihrer olfaktorischen Relevanz und Qualität abtasten, bemessen, beurteilen, kontrollieren und auch managen. Außerdem werden die für diese Räume verbindlichen oder legitimen Geruchspraktiken bzw. spezifischen Geruchstechniken vorgestellt, die es den Individuen ermöglichen, den sozial erwarteten oder geforderten Verhaltensnormen nachzukommen bzw. die gesellschaftlich legitimierten Geruchszustände zu (re-)produzieren.
Die Untersuchung der sozialen Formungen und Geformtheiten olfaktorischer Wahrnehmung findet im 9. Kapitel ihre Fortsetzung. Durch die Einbeziehung aktueller kultureller und sozialer Differenzen innerhalb der Gesellschaft wird der Versuch einer Verknüpfung von Kultur- und Sozialstrukturanalyse gewagt. Weite Teile der Argumentation werden in diesem Abschnitt darauf verwandt aufzuzeigen, daß die ästhetische Bewertung von Gerüchen und die Wahl desodorisierender oder reodorisierender Geruchspraktiken und -techniken Bestandteile symbolischer Grenzziehungsprozesse zwischen sozialen Großgruppen sind. Aus dieser Überlegung generiert sich die Forschungshypothese für die empirische Analyse: Sie geht davon aus, daß die Wahrnehmung, die Interpretation, die ästhetische Wertschätzung oder Zurückweisung und damit die Vermeidung und die Hervorbringung von Gerüchen abhängig ist von der Zugehörigkeit zu sozialen Milieus bzw. von einem bestimmten Lebensstil. Damit muß dieser Umgang mit dem Olfaktorischen auch auf dieser Analyseebene soziologisch bestimmbar und anhand einer beschreibbaren sozialen Matrix nachvollziehbar sein.

Ziel des Projektes ist es also, auf Grundlage der Lebensstilforschung und unter Einbeziehung der Theorie sozialer Milieus eine Typologie im Sinne einer Typisierung dieses Umgangs zu erstellen und damit zur Beschreibung des aktuellen gesellschaftlich-olfaktorischen Diskurses beizutragen. Zur Untersuchung dieser These greife ich auf empirisches Datenmaterial eines Herstellers von Duftprodukten zurück. Es handelt sich um einen quantitativen und einen qualitativen Datensatz, die beide im Jahre 1994 im Zuge einer umfassenden Marktforschung durch professionelle Institute erhoben wurden und die ich gemäß meiner Fragestellung in einer Sekundäranalyse neu geordnet und ausgewertet habe.
In Kapitel 10 werden Reflexionen angestellt über die Erkenntnisse, die wir auf dem so zurückgelegten Weg gewonnen haben. Zentral ist hierbei das Vorhaben, zur Interpretation und Erklärung der empirischen Ergebnisse die bis zu diesem Punkt getrennt gehaltenen Argumentationslinien der soziologischen Dimensionen des Geruchs zusammenzuführen und zusammenzuschauen.
Doch nunmehr ist es an der Zeit, uns in die Welt des Riechens und der Gerüche zu begeben. Hinüberleiten und zugleich ein wenig einstimmen sollen uns die einleitenden Worte Mephistopheles' zur ersten Demonstration seiner magischen Zauberkraft, mit der er Faust ein synästhetisches Erlebnis der besonderen Art verspricht:

"Du wirst, mein Freund, für deine Sinnen
In dieser Stunde mehr gewinnen
Als in des Jahres Einerlei.
Was dir die zarten Geister singen,
Die schönen Bilder, die sie bringen,
Sind nicht ein leeres Zauberspiel.
Auch dein Geruch wird sich ergetzen,
Dann wirst du deinen Gaumen letzen,
Und dann entzückt sich dein Gefühl.
Bereitung braucht es nicht voran,
Beisammen sind wir, fanget an!"

II. Zur Popularität eines wiederentdeckten Sinns – Das Riechen und der Geruch im öffentlichen Diskurs

Wagt man erste Schritte in die Welt des Geruchs, versucht man sozusagen eine erste 'Witterung' aufzunehmen, so stellt man zur Überraschung fest: der Geruchssinn, angeblich der niederste, undankbarste und unentwickelbarste aller Sinne[1], hat Konjunktur. Wer heute das Riechen thematisiert, gleich ob literarisch, populärwissenschaftlich, in Büchern, Zeitschriftenartikeln, im Fernsehen oder in musealen Ausstellungen[2], kann sich eines breiten öffentlichen Interesses und damit seines Erfolges sicher sein.
Dies ist umso erstaunlicher, als der Geruch bzw. die menschlichen Sinne überhaupt noch bis vor gar nicht allzu langer Zeit keinen Gegenstand öffentlicher Auseinandersetzung darstellten. So kursierte noch Anfang der 80er Jahre die Rede vom voranschreitenden "Schwinden der Sinne", doch erwies sich diese Diagnose – dargelegt in der gleichnamigen, als Sammelband herausgegebenen Aufsatzsammlung der Autoren Kamper und Wulf[3] – schon bald als überholt. Mitte der 80er Jahre nämlich setzte ein plötzlicher Wandel in der Sichtweise und Bewertung der Sinne ein und insbesondere der Geruch wurde als öffentliches, auch medial verwert- und vermittelbares Thema wiederentdeckt.
Betrachtet man die entsprechenden Abteilungen der Buchhandlungen und Bibliotheken, so sind die Regale voller Publikationen, die in fast ausschließlich populärwissenschaftlicher Weise vor allem die Wohlgerüche und ihr Umfeld thematisieren. Die mit Anekdoten aus der Geschichte des Parfüms, der Herstellungsverfahren, die mit psychologischer Argumentation untermauerten Ratschläge zur Eruierung des für den entsprechenden 'Typ' und den jeweiligen Anlaß perfekten Duftes, und die mit den Abbildungen von Flacons und Werbeanzeigen gefüllten Seiten sind Legion[4]. Wer nun aber meint, von der Fülle dieser sich ständig vermehrenden Literatur immer wieder neu informiert zu werden und neue Erkenntnisse und Perspektiven zu erhalten, wird enttäuscht. Die Vorgehensweise jener Autoren erschöpft sich vielmehr darin, zu ästhetisch reizvollen Photographien Begleittexte zu verfasssen, deren Inhalte sich nur unwesentlich von denen ihrer Kollegen unterscheiden.
Ein zweites, nicht minder umfangreiches Gebiet stellt die im Zuge der New-Age-Bewegung wiederbelebte Aromatherapie und die sie betreffende Literatur dar. Inhalt dieser Broschüren und Bücher ist zunächst das Bemühen, einen Nachweis über den heilenden Einfluß von Duftstoffen auf die menschliche Psyche und den Organismus zu führen. Hierzu wird immer

---

[1] Zu den Gründen für diese Einschätzung siehe die folgenden Abschnitte.

[2] Obgleich mit dem Umfang der Auseinandersetzung in den Printmedien nicht zu vergleichen, zeugt doch die Tatsache, daß sich neben dem Fensehen gerade die Museen des Themas angenommen haben, von seiner aktuellen Popularität. So wurde zwischen dem 16.01. und dem 13.03.1995 im Bayrischen Fernsehen eine neunteilige Reihe mit dem Titel "Die Welt der Düfte" ausgestrahlt, und auf dem Pay-TV-Sender Premiere am 02.07. und 09.07.1995 die zweiteilige amerikanische Dokumentation "Die Macht der Sinne – Riechen: der Duft der großen weiten Welt". Neben einer Wanderausstellung mit dem Themenbereich Parfüm ("Parfüm – Aspekte der Duftkultur") durch mehrere deutsche Städte, fanden 1995/96 vor allem die Ausstellungen im Württembergischen Landesmuseum in Stuttgart ("Duft – Kulturgeschichte des Parfüms"), diejenige im Strauhof Zürich ("Duftnotizen – Der Geruch in der Literatur"), im Basler Museum für Gestaltung ("Aroma, Aroma – Versuch über den Geruch"), in der ebenfalls in Basel befindlichen Plakatgalerie ("Der Duft der großen weiten Welt – im Weltformat") und die Ausstellung im Schloß der Insel Mainau ("Parfum – Zauberwelt der Düfte") weitreichende Beachtung und Aufmerksamkeit (Vgl. Die Zeit, Nr. 26, 23.Juni 1995, S.68).

[3] Kamper, Dietmar/Wulf, Christoph (Hg.): Das Schwinden der Sinne. Suhrkamp, Frankfurt: 1984.

[4] Exemplarisch für die fast unüberschaubare Menge an Veröffentlichungen: Hurton, Andrea: Erotik des Parfüms. Geschichte und Praxis der schönen Düfte. Fischer, Frankfurt am Main: 1994 (1991).

wieder auf die bedeutende medizinische Rolle der Wohlgerüche in den Kulturen der vor- und frühgeschichtlichen Zeit eingegangen und auf den Verlust dieses Wissens infolge der Aufklärung und Industrialisierung hingewiesen. Daran schließen sich Rezepte und Anregungen an, welche Düfte und Duftmischungen zu welchen – in der Regel therapeutischen – Anlässen über Inhalieren mittles einer Duftlampe, als Badezusatz oder als Einreibungen in Form einer Salbe angewandt werden können[5].

Einen ähnlichen, mehr oder minder unmittelbaren Einfluß der Düfte auf das menschliche Verhalten haben Artikel zum Inhalt, die in regelmäßigen Abständen in Zeitschriften und Illustrierten zu finden sind[6]. Im Mittelpunkt stehen hier immer folgende Fragen: Gibt es Duftstoffe, die vom Menschen mehr oder weniger unbewußt wahrgenommen werden und zu einer Stimmungs- und Verhaltensänderung führen können? Und: Welchen Einfluß auf Aktivierung, Harmonisierung, Konsumanregung, Streßabbau, Gewaltreduzierung oder sexuelle Stimulanz können solche Duftstoffe überhaupt haben? In unterhaltsamer Form wird dann darüber berichtet, wie Versuche unternommen werden, über einen unterschwelligen und manipulativen Einsatz von Duftstoffen bei der anvisierten Person oder Zielgruppe eine vom Initiator gesteuerte Verhaltensänderung zu bewirken.

Aus solchen Überlegungen und Vermutungen heraus ist inzwischen auch eine Art psychologische Spezialdisziplin, die 'Aromachologie' sowie eine florierende Industrie entstanden[7]: Unternehmen und selbsternannte Duftologen offerieren Apparate und spezielle Duftmischungen, mit denen Arztpatienten und Fluggästen die Angst genommen werden soll, die die Angestellten in Großraumbüros zu erhöhter Arbeitsleistung motivieren oder etwa Kunden von Modeboutiquen oder Autokaufhäusern in eine konsumfreudige Stimmung versetzen sollen[8].

Doch trotz der Vielfalt und schier unüberschaubaren Menge an Publikationen, Sendungen und Veranstaltungen zum Thema Geruch ist die inhaltliche Bandbreite der Thematisierung relativ gering. Die Gründe hierfür mögen neben der Tatsache, daß das Thema im Augenblick *en vogue* ist, darin liegen, daß – gleich ob populärwissenschaftliche Buchveröffentlichung, journalistischer Zeitschriftenartikel, Fernsehsendung oder museale Ausstellung über Gerüche –sich alle in irgendeiner Form an den 'Klassikern des olfaktorischen Diskurses' orientieren, auf ihnen aufbauen bzw. Schilderungen, Formulierungen und Erkenntnisse aus ihnen übernehmen und verarbeiten. Diese Pioniere und Wegbereiter der Renaissance des Geruchssinns und des damit neu entfachten breiten öffentlichen Interesses an den Gerüchen in den 80er Jahren sind deshalb in ihrer Bedeutung – auch für die aktuelle öffentlich-populäre Diskussion – nicht zu unterschätzen und sollen hier deshalb kurz angesprochen werden.

Zweifelsohne ist unter ihnen Patrick Süskind mit seinem Roman "Das Parfüm — Die Geschichte eines Mörders" an erster Stelle zu nennen[9]. In sehr anschaulicher Weise und eindringlichen Worten schildert der Autor in diesem Buch die Geruchswelt der Großstadt Paris in der Mitte des 18. Jahrhunderts. Gegenstand der Handlung sind jedoch die in letzter Konsequenz mörderischen Versuche seines Helden Jean-Baptiste Grenouille – von Geburt an ohne jeglichen eigenen Körpergeruch – über die Kreation eines Parfüms, geschaffen aus

---

[5] Auch aus der Fülle dieser Literatur wiederum nur ein Beispiel: Neumayer, Petra: Blütendüfte für mein Wohlbefinden. Praktische Anwendung der Aromatherapie. Uriana, Leipzig: 1996.

[6] Vgl. z. B.: Der Spiegel: Direkt ins Hirn – Psycho-Parfüms sollen Kunden zum Kauf verführen und den Arbeitseifer in Fabriken und Büros anfachen, 45/1992, S.142–145. Der Stern: Düfte – Die geheimen Verführer. Wie mit Aromastoffen unsere Lust und unser tägliches Leben manipuliert werden, 17/1994, S.30-36. Der Stern: Die Botenstoffe der Liebe – Geheimnisvolle Substanzen steuern im Menschen Lust und Liebe, Sex und Sympathie, 18/1996, S.28-33. Montgomery, Sy: Die diskrete Herrschaft der Düfte. Unbekanntes über das Riechen. In: Change. Das Umweltmagazin von Hoechst. 1996, S.30-35.

[7] Vgl. Der Spiegel, 45/1992, S.142f.

[8] ebenda.

[9] Süskind, Patrick: Das Parfüm. Die Geschichte eines Mörders. Diogenes, Zürich: 1984.

dem Duft der von ihm getöteten jungen Frauen, zu einem wahren, d.h. zu einem riechenden Individuum zu werden. Diese 1985 erschienene Kriminalgeschichte war sofort im gesamten europäischen Raum und auch in den USA ein Bestseller, der sich auch noch nach zehn Jahren mit hohen Auflagen in den Verkaufs-Hitlisten behaupten kann. Exzerpte von Süskinds plastischen Beschreibungen der Geruchseindrücke und -zustände sind bis heute in fast jeder publizistischen Thematisierung des Geruchs zu finden.
In den Jahren 1986 und 1987 veröffentlichte das amerikanische Magazin 'National Geographic' zwei umfassende populärwissenschaftliche Darstellungen über Düfte und Gerüche[10]. Angefangen von den hier zum ersten Mal in dieser Machart dargelegten Ausführungen zur Kulturgeschichte über die Anführung von Zitaten aus der belletristischen Literatur bis hin zur Beschreibung der Arbeitsweise von Parfümeuren und der Erwähnung des Einflusses von Düften auf Emotionen und Stimmungen, stellen diese beiden Artikel – sowohl inhaltlich als auch ihrer äußeren Form nach – ein bis heute häufig imitiertes und kopiertes Muster dar, journalistisch über den Geruchssinn zu publizieren[11].
Schließlich seien noch zwei kulturgeschichtliche Abhandlungen über den Umgang mit Düften und Gerüchen angeführt, die eine große populäre Verbreitung gefunden haben und auch häufig als Quelle und Vorlage verwendet werden. Es ist dies zum einen Eugene Rimmels "Das Buch des Parfüms", ein bibliophiles Werk über den Umgang verschiedener Kulturen mit Körperkosmetika. Dieses Buch wurde nach mehr als 120 Jahren wiederentdeckt und von 1985 an mehrfach neu aufgelegt[12].
Zum anderen ist es Alain Corbins "Pesthauch und Blütenduft – Eine Geschichte des Geruchs". Der französische Historiker Corbin legte mit diesem Buch eine akribische und quellenreiche Analyse und Beschreibung der hygienischen und olfaktorischen Situation und des diesbezüglichen Wandels in der Großstadt Paris von der Mitte des 18. bis zum Ausgang des 19. Jahrhunderts vor[13]. Sowohl Corbins – nicht nur in der Fachkritik, sondern auch in der breiten Öffentlichkeit mit größter Aufmerksamkeit bedachte Abhandlung – als auch Rimmels Werk dienten wiederumals Vorlage für Patrik Süskinds o.g. historischen Roman, womit sich der Kreis zu schließen beginnt[14].

Zusammenfassend kann für die Thematisierung des Riechens und Gerüche im öffentlich-populären Feld also folgendes festgehalten werden:
Die Wiederentdeckung des Geruchssinns als Motiv für eine breite öffentliche Auseinandersetzung fällt zeitlich in die Mitte der 80er Jahre. Sie geht einher mit einer Reihe von Veröffentlichungen, die auch heute noch die Grundlage bilden für eine fast unüberschaubare und sich ständig vermehrende Anzahl von Büchern, Artikeln, Fernsehsendungen, Ausstellungen usw. Dabei werden in erster Linie die Düfte und Wohlgerüche zum Gegenstand gemacht. Sie dominieren das Feld der öffentlich-populären Diskussion und dies vor allem unter zwei Aspekten: Erstens, betreffend ihres Unterhaltungswertes: Gerüche und Verführung, Manipulation, Erinnerung, Emotion, die z.T. kurios anmutenden Schilderungen aus der Kulturgeschichte des Geruchs etc. Zweitens, bezüglich ihrer rein ästhetischen, narzistischen aber auch ihrer praktischen Anwendung im medizinischen, therapeutischen und kosmetischen Be-

[10] Gibbons, Boyd: The Intimate Sense of Smell. In: National Geographic, 170 (3), 1986, 324-361. Gilbert, Avery N./Wysocki, Charles J.: The Smell Survey Results. In: National Geographic, 172 (4), 1987, 514-525.
[11] Eine bis hin zum Bildmaterial fast identische, deutsche Version dieser beiden Artikel: Mechsner, Franz: Immer der Nase nach. In: Geo – Das neue Bild der Erde, Nr. 4, April, 1987, S.14-34.
[12] Rimmel, Eugene: Magie der Düfte. Die klassische Geschichte des Parfüms (Orginaltitel der Erstauflage: "Das Buch des Parfüms und der Toilette"), Parkland Verlag, Stuttgart: 1993 (1864).
[13] Corbin, Alain: Pesthauch und Blütenduft. Eine Geschichte des Geruchs. Fischer, Frankfurt am Main: 1988 (1982).
[14] Vgl. hierzu: Matzkowski, Bernd: Erläuterungen zu: Patrik Süskind "Das Parfüm". Bange, Hollfeld: 1994, S. 8, Fußnote 12.

reich. Weiterhin kommen kritische Einwände gegen übertriebenen Parfümeinsatz und seine Nebenwirkungen zuweilen zu Wort, solange auch sie noch dem Unterhaltungswert dienen[15]. Andererseits aber zeigt sich der öffentlich-populäre Diskurs gespalten. Auffällig unerwähnt nämlich bleibt 'die dunkle Seite' des Geruchs: das Abstoßende, das Entsetzliche und Peinliche – der Gestank und die Praktiken, Strategien und Techniken seiner Vermeidung, Maskierung und Manipulation; dies alles scheint in der publizistischen Öffentlichkeit auch unaussprechlich zu sein. Die realen, meist negativ bewerteten Ausdünstungen des menschlichen Körpers – das Stinkende, Schwitzende, aber auch das Faulende und Verwesende – sind kein Gegenstand der Thematisierung, außer in ganz seltenen Fällen zur ironischen Distanzierung[16] und selbstverständlich innerhalb der dramaturgischen Inszenierung entsprechender Konsumwerbung. Bei letzterer stellt das potentiell Stinkende und Unreine die problembeladene, unangenehme Situation dar, die 'bereinigt' werden muß. Dabei ist das Produkt die Lösung, das die auch sozial geforderte und akzeptierte Hygiene und Desodorisierung – das 'magische Kunststück' der Verwandlung zum gesellschaftlich geforderten Normalzustand – wieder herstellt.

Ist nun aber der zu konstatierende Boom der schönen Düfte im öffentlich-populären olfaktorischen Diskurs nur Teil einer Modeerscheinung, die sich schon wieder in Auflösung befindet und deren mediale Präsenz bald wieder rückläufig sein wird? Ist das zweifelsohne starke öffentliche Interesse an den Wohlgerüchen vielleicht nur eine Begleiterscheinung der New-Age-Bewegung, wo entsprechende Autoren ja auch gerne von einer visuellen und akustischen Reizüberflutung, von einem 'neuen Bewußtsein' für das Ursprüngliche, für die Natur, den Körper und die Sinne, und sogar von einer 'neuen Sinnlichkeit', sprechen? Auf diese Fragen kann an dieser Stelle nicht weiter eingegangen werden. Die Vermutung liegt jedoch nahe, betrachtet man sich zumindest die Bedeutung und Einschätzung des Geruchssinns bzw. den aktuellen Stand und die Form der bisherigen wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit dem Olfaktorischen im Vergleich zu den anderen Sinnen.

---

[15] Vgl. Der Spiegel: Synthetische Maiglöckchen – Amerikanische Umweltgruppen reagieren auf Parfüm allergisch: Sie fordern geruchfreie Zonen. 39/1991, S.302-306. Meichsner, Irene: Der Preis der Frische. Duftstoffallergien nehmen besonders bei Männern zu. In: Bild der Wissenschaft. 6/1995, S.74-75.

[16] Vgl. Die Zeit: Übles für die Nase. Die Alternative zum Duftgarten heißt: Stinkgarten. 42/1994, S.92. Die Zeit: Das Deo für die Biotonne. Zum Mitnahmepreis: Frische Luft aus dem Regal. 7/1995, S.67.
Ein weiteres Beispiel für die ironisch überzogene Thematisierung des Gestanks – diesmal in einem anderen Medium – ist die im Juni 1995 zum bundesdeutschen Nummer-1- Hit gewordene 70er-Jahre- Schlagerparodie des Duos "Die Doofen": "Mief (Nimm mich jetzt auch wenn ich stinke)".

III. Das Olfaktorische als Gegenstand wissenschaftlicher Forschung – Grundsätzliche Probleme bei der Erforschung des Nicht-Faßbaren und Disqualifizierten

"Schon seit Jahren war er in der Wissenschaft der »feinen Nase« geübt; er war der Meinung, daß der Geruch die gleichen Genüsse verschaffen könne wie das Gehör und das Gesicht, indem jeder Sinn durch natürliche Begabung und sorgsame Übung empfindlich genug wäre, neue Eindrücke aufzunehmen, sie zu verzehnfachen, zu koordinieren und die Gesamtheit daraus zu bilden, die ein Werk ausmacht."
Joris Karl Huysmans: À Rebours.

An erster Stelle des Überblicks über die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit dem Geruch sollen die allgemeinen und grundlegenden Problematiken einer jeden Geruchsforschung aufgezeigt werden und es wird nach Gründen für die Unterrepräsentiertheit bzw. Unterentwickeltheit derselben in der wissenschaftlichen Auseinandersetzung gesucht.
Auch und gerade in der wissenschaftlichen Beschäftigung mit dem Geruch tritt die, schon bei der öffentlich-medialen Thematisierung auffällig gewordene, ambivalente Haltung zum Gegenstand ins Blickfeld. Wie der öffentlich-populäre, so weist auch der wissenschaftliche Diskurs keineswegs eine einheitliche Struktur auf; vielmehr ist auch er gebrochen bzw. in sich gespalten. Existieren so in bestimmten wissenschaftlichen Disziplinen schon seit geraumer Zeit intensive Anstrengungen, eine differenzierte Geruchsforschung zu entwickeln und zu etablieren, zeichnen sich andere Wissenschaften durch eine nicht zu übersehende Uninteressiertheit, Gleichgültigkeit und Unbeholfenheit aus, die in manchen Fällen bis hin zur ausgesprochenen Verweigerung gegenüber dem Olfaktorischen reicht.
Betrachtet man sich die Zahl der wissenschaftlichen Veröffentlichungen, der spezifischen Publikationsorgane und die Anzahl der Wissenschaftler, die sich mit dem Riechen und dem Geruch auseinandersetzen, so erscheint die wissenschaftliche Zuständigkeit als geklärt: Der Geruch und das Riechen sind in erster Linie Gegenstand und Untersuchungsgebiet der naturwissenschaftlichen Forschung. So führte bereits Wright (1982) an: "With new papers in the field of smells and smelling appearing in the technical literature at a rate of 50 to 100 per month, only a mindless computer could abstract and summerize them all" [1].
Diese Aussage gilt vor allem für die Biologie mit ihren Spezialdisziplinen Ethologie und Sinnesphysiologie bzw. Neurophysiologie; eine ebenso weitreichende Geruchsforschung ist in der Sparte einer vorwiegend naturwissenschaftlich ausgerichteten Psychologie im Gange[2].
Vollkommen konträr aber stellt sich die Situation dar, betrachtet man die kulturelle – das bedeutet speziell die historische, die anthropologische und die soziologische Erforschung der Gerüche. Hier gibt es, abgesehen von einigen wenigen in erster Linie theoretischen Pionierarbeiten, noch kaum Untersuchungen, die sich ausschließlich mit den Gerüchen befassen. In den Kulturwissenschaften herrscht vielmehr ein Zustand vor, den der französische Historiker Alain Corbin mit dem Terminus des "olfaktorischen Schweigens" umschrieb[3].

[1] Wright, R.H.: The Sense of Smell. CRC Press, Boca Raton, Florida: 1982, 163.
[2] Vgl. hierzu Kapitel IV.1 bzw. IV.2.
[3] Corbin, 1988, S.13.

Warum gibt es aber noch kaum Untersuchungen über die soziale und kulturelle Bedeutung des Geruchssinns? Und weshalb gilt auch in den so engagierten Naturwissenschaften der Geruch noch immer als der am wenigsten erforschte Sinn?
Der wissenschaftliche Diskurs gibt sich zögernd, wenn er das widersprüchlich verstrickte Thema angeht. Vor allem zwei miteinander verwobene und wechselseitig aufeinander einwirkende Motive erhellen die Probleme der wissenschaftlichen Analyse und lassen Ursachen für die Uninteressiertheit und Ignoranz innerhalb der sozial- und kulturwissenschaftlichen Forschung erkennen:

a) Die subjektive Befangenheit von Geruchseindrücken und die damit verbundene Schwierigkeit, den Gegenstand nach wissenschaftlichen Kriterien zu analysieren.
b) Die grundsätzliche Voreingenommenheit gegenüber dem Geruchssinn und seine damit einhergehende Disqualifizierung und Diskreditierung in bezug auf die anderen Sinne.

a) Als grundlegende Ansprüche einer jeden westlichen Wissenschaft gelten die Forderungen nach Wertfreiheit, Allgemeinheit und Nachvollziehbarkeit der Aussagen und Forschungen; d.h. der Vorrang des Rationalen über das Emotionale und das der Allgemeingültigkeit über das Individuelle. All diese Ansprüche scheinen sich aber bei der Erforschung des Olfaktorischen nur bedingt durchsetzen zu lassen.
Der entscheidende Grund hierfür ist, daß – anders als bei allen anderen Sinneseindrücken – die Geruchswahrnehmung sich der eindeutigen sprachlichen Beschreibung und damit der direkten Vergleichbarkeit entzieht. Während z.B. in der visuellen Wahrnehmung sowohl optische Qualitäten (Farben) einer physikalisch meßbaren Dimension (Wellenlänge des Lichts) zugeordnet werden können und auch ein überschaubares subjektives Kategoriensystem zur Klassifizierung dieser Qualitäten verfügbar ist (z.B. Grundfarben), sind im olfaktorischen Bereich weder konsistente Beziehungen zwischen den chemisch-physikalischen Merkmalen von Düften und ihrer Empfindungen erkennbar, noch systematische Klassifikationsgesichtspunkte, nach denen subjektive Duftqualitäten geordnet werden können, vorhanden.
Während zur Beschreibung der von anderen Sinneskanälen vermittelten Eindrücke besondere Worte, wie *süß*, *rot* oder etwa *weich* zur Verfügung stehen, ist das wahrnehmende Subjekt bei der Kommunikation über Duftempfindungen aus Mangel an verbalen Kategorien meist auf 'externe' Charakterisierungen, auf Metaphern, Umschreibungen oder Hinweise auf die Quellen der Gerüche, angewiesen. Tatsachen, die sich allesamt schon in der alltäglichen Wahrnehmung und im Sprachgebrauch bemerkbar machen.
So treten bereits bei der individuellen Wahrnehmung und Interpretation von Geruchseindrücken deren subjektiver Charakter und ihre subjektive Befangenheit hervor.
Eine in der poulärwissenschaftlichen Literatur, aber auch in Prosa und Belletristik häufig heraufbeschworene und beschriebene Eigenschaft der Düfte und Gerüche ist die Weckung von Erinnerungen beim Individuum an vergangene Ereignisse, an bestimmte Lokalitäten, an Personen und an die mit diesen verbundene Stimmungen und Emotionen. Genau in diesem Zusammenhang hat der Geruch dann auch seine in dieser Literatur häufig erwähnte und beschriebene, besondere 'Macht und Magie': Hier erscheint er dem Individuum oftmals als ein Symbol, das ganz für den einzelnen bestimmt ist und das nur dieser einzelne, dessen Erinnerung mit dem Geruch verbunden ist, dechiffrieren, interpretieren und in seinem vollen Bedeutungsgehalt (nach-)erleben kann[4].

[4] Auf die einschlägigen Autoren und ihre entsprechenden Werke sei hier nicht mehr eingegangen. Einen umfassenden Überblick über die Behandlung und Beschreibung von Geruchswahrnehmungen in der belletristischen Literatur gibt: Rindisbacher, Hans J.: The Smell of Books. A Cultural-Historical Study of Olfactory Perception in Literature. Ann Arbor, University of Michigan Press: 1992.

So werden beim Individuum offensichtlich auf 'geheimnisvolle' Art und Weise Erinnerungen, Emotionen, starke Lust- oder Unlustgefühle durch bestimmte Gerüche evoziert[5]; die Einschätzung und Bewertung von Geruchswahrnehmungen kann aber wiederum individuell stark differieren[6].
Sollen Geruchseindrücke zudem intersubjektiv geteilt, d.h. codiert und sozial kommuniziert, also in face-to-face Interaktionen versprachlicht werden, so offenbart sich auf einer weiteren Ebene die subjektive Befangenheit olfaktorischer Sinneswahrnehmungen, auf die schon Georg Simmel (1908) aufmerksam machte:

> "Der Geruch bildet nicht von sich aus ein Objekt, wie Gesicht und Gehör es tun, sondern bleibt sozusagen im Subjekt befangen, was sich darin symbolisiert, daß es für seine Unterschiede keine selbständigen, objektiv bezeichnenden Ausdrücke gibt. Wenn wir sagen: es riecht sauer, so bedeutet das nur, es riecht so, wie etwas riecht, das sauer schmeckt. In ganz anderem Maße als die Empfindungen jener Sinne entziehen sich die des Geruchs der Beschreibung mit Worten, sie sind nicht auf der Ebene der Abstraktion zu projizieren".[7]

Die Gründe für die offensichtliche Unterrepräsentiertheit des Geruchs im semantischen Feld versucht Almagor (1990) im Rückgriff auf Wittgensteins Argumentation gegen die Existenz einer privaten Sprache zu erklären:

> "A private language, in the sense discussed by Wittgenstein, is a language, whose words refer to what can only be known to the person speaking; to his immediate private sensations. [...] Smells concern to the private world and unique life experiences of each individual. It is not part either of shared experience of others, or of the common knowledge in society. [...] This subjective world of odors is one of the most vigorous and meaningful experiences in one's life-world, but paradoxically it does not come to the fore as a means of verbal expression in face-to-face interaction."[8].

---

[5] Mediziner und Sinnesphysiologen sehen die Gründe für die offenbar starke Verbindung zwischen Geruchseindrücken und Erinnerungen bzw. Emotionen in der Art der Verarbeitung und Speicherung von Dufteindrücken im menschlichen Gehirn. Anders als alle anderen Sinneseindrücke gelangen Impulse aus dem olfaktorischen System relativ direkt in phylogenetisch ältere Hirnregionen (Limbisches System). Man geht davon aus, daß Riechstoffsignale mehr oder weniger stark die Funktionen des limbischen Systems beeinflussen, wobei diese für das Riechen wichtigen Teile des Gehirns zugleich auch das Gedächtnis beherbergen und als Hauptnervenzentrum für die Regulation von Emotionen und Motivationen gelten, also u.a. auch Lust und Unlust, Zuneigung und Ekel steuern (Vgl.: Freeman, Walter J.: Tor zum Bewußtsein. Beobachtungen zu einigen Funktionen des limbischen Systems im Gehirn. In: Kunst- und Ausstellungshalle der Bundesrepublik Deutschland (Hg.): Das Riechen. Von Nasen, Düften und Gestank. Steidl, Göttingen: 1995, S.74-85).

[6] So befragte Anthony Synnott 270 Studenten, um die Bedeutung von Gerüchen in deren Alltagsleben zu eruieren. Auf die Frage "What are your favourite smells?" bekam er ein weitreichendes Spektrum von Nennungen: "the smell of babies", "freshly mown lawn", "roses", "home-made-bread", "the odours of the Montreal Forum and the Olympic Stadium", "body perspiration", "dogs", "gasoline". Dabei gaben die meisten der Befragten an, daß ihre Vorlieben und Abneigungen gegenüber Gerüchen stark mit emotionsgeladenen Erinnerungen verbunden seien. So argumentierte etwa jene Person, die "gasoline" als ihren Lieblingsgeruch nannte: "(it) reminds me of all the places I can go and have been in my car, i.e. freedom". Während also ein bestimmter Geruch für die eine Person angenehm und voller positiver Erinnerungen und Gefühle sein kann, beinhaltet er möglicherweise für eine andere Person das genaue Gegenteil. Synnott schließt hieraus, daß die positive oder negative hedonistische Bewertung von Geruchseindrücken immer verbunden oder eingebettet ist in einen Wahrnehmungs- und Interpretationskontext: Persönliche Erfahrungen und Erlebnisse, die individuelle Biographie, aber auch die kulturelle und soziale Prägung, tragen dazu bei, ob und wie Gerüche wahrgenommen und bewertet werden (Vgl. Classen, Constance/Howes, David/Synnott, Anthony: Aroma: The Cultural History of Smell. Routledge, London: 1994, 2-4).

[7] Simmel, Georg: Soziologie. Untersuchungen über die Formen der Vergesellschaftung. Duncker & Humblodt, Berlin: 1908, S.656f.

[8] Almagor, Uri: Odors and Private Language: Observations on the Phenomenology of Scent. In: Human Studies, 13, 3, July, 1990, 253-274; hier: 260f. bzw. 262.

Nach Simmels und auch Almagors Einschätzung ist es also der subjektive Charakter und die subjektive Befangenheit der Geruchseindrücke, die ihre soziale Kommunizierbarkeit einschränken, und die sie in den Bereich individueller und privater Symbolismen fallen lassen. So gibt es zwar die verbalen Mittel – bis hin zu den Fachausdrücken und den exakten Umschreibungen einer Expertensprache – sich im sozialen Alltag über die nuancierten Feinheiten eines Weins, über die Qualitäten eines Musikstückes, eines Filmes oder Gemäldes auzutauschen. Die Gerüche aber entziehen sich dieser Form der verbalen Konkretisierung und damit der Austauschbarkeit und unmittelbaren Vergleichbarkeit von Erfahrungen und Eindrücken: Sie können anderen nicht in adäquater Form mitgeteilt und somit auch nicht intersubjektiv mit ihnen geteilt werden[9].
Ohne eine unabhängige Sprache aber ist es schwierig, den Gegenstand zu diskutieren. Ein Faktum, das Auswirkungen auf die wissenschaftliche Beschäftigung mit dem Olfaktorischen hat.
Ebenso wie sich die Geruchseindrücke der subjektiven und individuellen Versprachlichung zu entziehen scheinen, lassen sie sich offensichtlich auch nicht mit den Netzen eines wissenschaftlichen Codes einfangen. Sie scheinen sich der wissenschaftlichen Klassifikation und damit der rationalen und analytischen Zergliederung zu widersetzen, weshalb es auch der wissenschaftlichen Terminologie in der Untersuchung des Geruchssinns immer an definitorischer Schärfe mangelt[10]. Letztlich haben der subjektive Charakter und die subjektive Befangenheit olfaktorischer Sinneswahrnehmungen dazu geführt, daß für Gerüche und Geruchswahrnehmungen noch keine einheitlichen wissenschaftlichen Kategorien- oder Klassifikationssysteme entwickelt wurden. Weder können bis heute die Geruchsempfindungen nach einer spezifischen Empfindungskategorie noch nach wissenschaftlichen Kriterien definiert, skaliert oder objektiv gemessen werden; so gibt es etwa auch nicht die Möglichkeit, Gerüche nach chemischen Formeln zu ordnen[11].
Obwohl es bislang noch nicht gelungen ist, ein Kategoriensystem mit entsprechenden Subkategorien zur Beschreibung von olfaktorischen Eindrücken zu entwickeln, hat es doch nicht an Versuchen gemangelt, solche Schemata auf wissenschaftlich-analytischem Weg zu etablieren. Wie Osborne (1977) anmerkt, bestand schon immer in einem Punkt grundsätzliche Übereinstimmung: "There is a need of a scientific and recognized vocabulary for naming

---

[9] Die sprachliche Nichtfaßbarkeit des Geruchs macht sich qualitativ noch in einem anderen Zusammenhang bemerkbar. Dort nämlich, wo es um die Umschreibung verbal offensichtlich nicht klar greifbarer Sachverhalte, Zustände und Eigenschaften ('Flair', 'Ausstrahlung', 'Gefühl', 'Fluidum', 'das innere Wesen' usw.) von Personen, Gegenständen oder Situationen geht, wird in vielen Fällen der Terminus des Geruchs oder anverwandte Begriffe herangezogen. Beispiele lassen sich sowohl in der Alltagskommunikation finden (wenn etwa davon die Rede ist, daß etwas oder jemandem 'ein Geruch anhaftet'; weitere Beispiele in: Küppers, Heinz: Illustriertes Lexikon der deutschen Umgangssprache. Band 6, 1983, S.2316f.), wie auch in der Betitelung von Produkten der Unterhaltungsmedien (es sei nur auf die Spielfilme "Der Duft der grünen Papaya", "Der Duft der Frauen" oder auf die Titel der Romane "Der Geruch der Guajave" von Marquez, "Der Geruch von Heu" von Bassani, "Der Geruch des Gastes" von Boehme hingewiesen).

[10] Zu dieser Diskussion vergleiche auch: Weisgerber, Leo: Der Geruchssinn in unseren Sprachen. In: ders.: Zur Grundlegung der ganzheitlichen Sprachauffassung. Schwann, Düsseldorf: 1964, S.99-121. Plank, Frans/Plank, Sigrid: Unsägliche Gerüche: Versuche, trotzdem vom Riechen zu sprechen. In: Kunst- und Ausstellungshalle der Bundesrepublik Deutschland (Hg.): Das Riechen. Von Nasen, Düften und Gestank. Steidl, Göttingen: 1995, S.59-72 (Für weiterführende Literatur zum Bereich Riechen und Sprache siehe ebenda, S.244f.).

[11] Kurios mag der Versuch von Aaronsohn (1894) anmuten, ein auf chemischen Formeln aufbauendes Geruchsalphabet zu entwerfen: Die in der Schreibweise chemischer Formeln (z.B. Kampfer: $C_{10}H_{16}O$) indizierten Zahlen werden alphabetisiert (z.B. 10 = i, 16 = r usw.), wodurch "chemische Wörter" entstehen (z.B. Kampfer = CiHrO) und nach dieser Vorschrift etwa der Kampfergeruch als "chiroischer", der Rosenduft als "chipoloscher" und der Geruch von Karbolsäure als "cehdolischer" benannt werden muß (Vgl. Dragstra, Rolf: Der witternde Prophet – Über die Feinsinnigkeit der Nase. In: Kamper/Wulf, 1984, S.159-178; hier S.169).

the qualities of smells, but this could only be constructed if it became possible to classify smells systematically"[12].

Mit der sprachlichen Charakterisierung der Gerüche verfolgten die Forscher das Ziel, die unüberschaubare Vielfalt in Gruppen einzuteilen, um dann, vergleichbar der Farbtheorie, die potentiell unendliche Anzahl geruchlicher Eindrücke auf einige wenige Grundgerüche zu reduzieren, von denen sich wiederum alle anderen Geruchseindrücke ableiten lassen. Man ging davon aus, daß die jeweils sprachlich klassifizierten Grundeigenschaften, wie z.B. *beißend* oder *stechend*, von einer allen eingruppierten Gerüchen gemeinsamen chemischen Grundkonstellation hervorgerufen werden würden. Von der sprachlichen Systematisierung wäre es dann einfach, auf eine chemische zu schließen, die danach wiederum die Grundlage für eine naturwissenschaftliche Theorie des Geruchs darstellen könnte. Eine keineswegs erschöpfende Übersicht über solche Ansätze gibt Tabelle 1 am Ende dieses Kapitels, wobei zu den bekanntesten Typisierungsversuchen die von Zwaardemarker (1895) und Henning (1915) zählen.

Die augenfällige Schwäche dieser Versuche liegt jedoch in ihrer offensichtlichen Beliebigkeit und Willkürlichkeit: Weder sind die Ansätze erschöpfend, d.h. sie werden der Vielzahl möglicher Duftqualitäten nicht gerecht, noch lassen sich die Kriterien für die jeweils vorgenommene hierarchische Anordnung der Empfindungskategorien erkennen. Auch die Anzahl der "Grundgeruchskategorien", der "reinen Gerüche" bzw. der "Klassen" – in ihrem Entwurf orientiert an den Hauptgeschmackskategorien *süß*, *sauer*, *bitter*, *salzig*, nach denen sich jeder Geschmackseindruck einordnen läßt – differiert erheblich voneinander: Mal erscheint sie als bloße Vierheit, dann als Sechs- oder Siebenheit oder umfasst gar dreißig und mehr Grundgerüche. Doch auch bei gleicher Anzahl der Kategorien werden unter sie verschiedene Gerüche subsummiert[13]. Hinzu kommt, daß die Vorgehensweisen, wie aus diesen Grundkategorien komplexere zusammengesetzte Düfte abgeleitet und beschrieben werden können, auch nicht gewisse Eigenwilligkeiten entbehren[14].

Große Hoffnung, der Komplexität des Gegenstandes gerecht zu werden und dabei gleichzeitig in der Kategorisierung, Klassifikation und Analyse alle subjektiven Faktoren abstreifen zu können, wird in die Computer-Technologie gesetzt[15]. So verweist etwa Le Guérer (1992) auf ein umfassendes Forschungsprogramm des französischen nationalen Forschungszentrums (*Centre national de la recherche scientifique*), das darauf abzielt, die erste weltweite Datenbank für Duftstoffe zu etablieren:

---

[12] Osborne, Harold: Odours and Appreciation. In: British Journal of Aesthetics, 1977, 17, 1, Winter, 37-48; hier: 43.

[13] Als Beispiel für ein Verfahren, solche 'reinen Gerüche' zu definierern, sei hier die Vorgehensweise von Skramlik (1964) angeführt; eine Prozedur, die aber nur schwerlich aus ihrer subjektiven Bedingtheit zu lösen ist: Es wird eine duftende und eine geruchslose Substanz unter die Nase gehalten; gelingt es dem Riecher nicht, den Duft in einem Nasenloch stärker zu lokalisieren als im anderen, so hat man es mit einem reinen Geruch zu tun. Ein Verfahren, das es bei Benutzung zweier so gewonnener reiner Riechsubstanzen ermöglicht, zwischen verschiedenen Mischungsprozessen zu differenzieren: Einige Gerüche werden von anderen unterdrückt, manche werden sukzessive wahrgenommen, andere konkurrieren miteinander. Auf diese Weise ergibt sich ganz empirisch eine Skala reiner Gerüche und die Erkenntnis, daß aus der Mischung mehrerer solcher nie ein homogenen Geruch resultiert, sondern verschiedene Komponenten sich bei geschärftem Differenzierungsvermögen immer wieder herausriechen lassen (Vgl. Dragstra, 1984, S.170).

[14] So gelten etwa im Klassifikationssystem von Crocker und Henderson (1927) alle Düfte als Mischformen von vier reinen Gerüchen, deren Komponenten in unterschiedlicher Stärke (1-9) den betreffenden Duft ausmachen; so ergab sich etwa für Rosenduft die Kennziffer 6432 und für Kaffeeduft die Kennziffer 7683.

[15] Siehe hierzu z.B.: Warren, Craig/Waldrat, John (ed.): Computers in Flavor and Fragrance Research. American Chemical Society, Washington, D.C.: 1984.

> "Das Unternehmen besteht zunächst einmal darin, die über zehntausend heute bekannten Duftmoleküle zu inventarisieren. Wenn jedes davon einmal nach ungefähr zwanzig Merkmalen beschrieben ist, wird es möglich, so etwas wie ein Lexikon der Grundwirkstoffe aufzustellen, das von aller Subjektivität frei ist und in dem jedes Wort nur als Mittel gilt, ein Geruchsbild von der jeweiligen Substanz zu zeichnen"[16].

Abgesehen davon aber, ob ein solches Unternehmen angesichts der Vielfalt der Gerüche technisch – d.h vor allem bei der Hard- und Softwareentwicklung – überhaupt praktizierbar ist, stellt sich die Frage, ob allein durch den Einsatz des Rechners die grundlegenden analytischen und methodischen Probleme der Erstellung eines umfassenden, systematischen und objektiven Klassifikationssystems etwa auch für die wissenschaftliche Arbeit möglich wird. So stellte Burdach (1988) zusammenfassend fest, was auch heute noch gilt:

> "Man kann also derzeit nur konstatieren, daß es weder mit biochemischen Methoden, etwa über die Aufschlüsselung von Rezepterproteinen, noch mit psychologischen Verfahren, z.B. durch Anwendung multidimensionaler Skalierung, bisher gelungen ist, das Problem der Klassifizierung der olfaktorischen Qualitäten einer Lösung näher zu bringen"[17].

b) Der zweite Grund, weshalb der Geruch bis heute in allen wissenschaftlichen Disziplinen der am wenigsten erforschte aller Sinne ist, liegt in der grundsätzlichen Voreingenommenheit gegenüber dem Geruchssinn und seine damit einhergehende Disqualifizierung und Diskreditierung in bezug auf die anderen Sinne. Wie später noch ausführlich zu zeigen sein wird, ist diese negative Bewertung kein Kennzeichen allein der Moderne, sondern vielmehr eine Folge der zivilisatorischen Entwicklung insgesamt, in der der Geruchssinn als niederer Sinn, und als in der Geschichte der Menschheit im Niedergang befindlich, begriffen wird.
Je mehr sich die Menschheit zivilisatorisch entwickelte, umso überflüssiger und verdächtiger erschien er: Als Sinn der Lust, der Begierde und der Triebhaftigkeit, mit seiner engen Verbindung zur Sexualität und zur Gefräßigkeit, trägt der Geruchssinn das Signum der Animalität. Wer sich durch Riechen, Schnüffeln oder Schnuppern in der Umwelt orientiert, hat sich – so der zivilisatorische Kodex – vom tierischen Verhalten nicht allzuweit entfernt. Im Gegenteil: die Schärfe des Geruchssinns – so ein Vorurteil – steht im umgekehrten Verhältnis zur Entwicklung der Intelligenz. Dieser Verweis auf die animalische Herkunft des Menschen, auf die leibliche Nähe und Verbundenheit der Geruchswahrnehmung und seine hoch-

---

[16] Vgl. Le Guérer, Annik: Die Macht der Gerüche. Eine Philosophie der Nase. Klett-Cotta, Stuttgart: 1992, S.11. Ein solches, in vielerlei Hinsicht noch utopisch anmutendes Instrumentarium würde die Zugänglichkeit der Gerüche für die wissenschaftlichen Analyse zweifelsohne beträchtlich erhöhen. Sie gäbe aber auch den Duftstoff-Produzenten ein Mittel in die Hand, etwa Pafüms am Bildschirm zu visualisieren und virtuell zu erproben, ohne sie dazu faktisch herstellen zu müssen. Gleichzeitig wäre es aber auch möglich, bestehende Gerüche auf ihre Zusammensetzung hin zu prüfen. Einer ökonomischen Instrumentalisierung von 'elektronischen Nasen' würde nichts mehr im Wege stehen, denn auch ihre Einsatzgebiete bei der Differenzierung von Geruchsqualitäten sind schon definiert: Rechner mit hochempfindlichen chemischen Sensoren sollen am Geruch erkennen, ob z.B. das Bier den Wünschen des Braumeisters entspricht; sie sollen Gase aufspüren, die für den Menschen geruchlos, aber gefährlich sind, wie etwa das giftige Kohlenmonoxid im Bergbau; oder sie sollen schlichtweg hochwertige Original-Parfüms von billigen Kopien unterscheiden helfen (Vgl. Hank, Holger: Riechende Rechner – Computer-Nase fürs Bier. In: Chip. Computer-Magazin, Nr. 8, August 1994, S.58). Auf eine weitere Anwendungsmöglichkeit von "artificial noses" hofft auch Engen (1973), wenn er vollkommen ohne ironischen Unterton schreibt, diese könnten "...replacing the human nose in many practical situations. For example, in a military application such instruments could be built to detect odors characteristic of an enemy because of his peculiar diet." (Engen, Trygg: The Sense of Smell. In: Annual Review of Psychology, Vol.24, 1973, 187-206; hier: 190).

[17] Burdach, Konrad, J.: Geschmack und Geruch. Gustatorische, olfaktorische und trigeminale Wahrnehmung. Huber, Stuttgart: 1988, S.31.

gradig affektive Prägung, machten den Riechsinn nicht nur verdächtig, sondern führten dazu, daß er mit Tabuisierungen und Vorurteilen überlagert wurde[18].
Unterstützung erhielten diese stark von Affekten besetzten Zuschreibungen und Deutungen, die lange Zeit den Ausgangspunkt und die Basis einer jeder wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit dem Geruch bildeten, aber auch durch rationale, d.h. verallgemeinernde erkenntnistheoretische Argumente.
Schon in den Anfängen der rationalen Naturerklärung im antiken Griechenland, die die sinnliche Empfindung primär in Beziehung zur Erkenntnis setzte, wird die Geringschätzung und Disqualifizierung der Geruchswahrnehmung offenbar: Als animalischer, unterentwickelter, nicht-ausbildungsfähiger und damit insgesamt entbehrlicher Sinn, der nicht oder nur ganz unwesentlich zum Erkenntnisgewinn beiträgt, wird er von Parmenides, Platon und Aristoteles den niederen Sinnen zugeordnet[19].
Auch in der Folgezeit der Aufklärung wurde die intellektuelle wie auch die ästhetische Diskriminierung und Disqualifizierung der Nahsinne (Geschmack, Geruch, Tastsinn) gegenüber den Fernsinnen (Auge, Ohr) nicht in Frage gestellt. Vielmehr wurde diese Sichtweise relativ ungebrochen in die sich neu entwickelnden Wissenschaften der Sinnesphysiologie, Wahrnehmungspsychologie und später auch in die Soziologie übernommen und weitertradiert. Somit erklärt sich, daß auch noch heute sozialwissenschaftliche Studien über das Visuelle und Auditive einen hohen Stellenwert einnehmen und eine große Verbreitung haben, wohingehend sozialwissenschaftlichen Untersuchungen über das Olfaktorische – sofern sie überhaupt angestrebt werden – noch immer das Etikett der Absonderlichkeit, wenn nicht gar der Lächerlichkeit anhaftet.

Der kurze Abriß über die grundsätzlichen Problematiken einer wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit dem Geruch und die Gründe für seine Unterrepräsentiertheit bzw. Nicht(be)achtung in der Forschung lassen die folgenden zusammenfassenden Schlüsse ziehen:
Zum einen hat die wissenschaftliche Geruchsforschung mit dem Problem der sprachlichen Distanzierung zu kämpfen. Zur Vielzahl und Vielgestalt der Gerüche, die bislang allein schon systematische Klassifizierungsversuche scheitern ließ, kommt die Schwierigkeit, einen unabhängigen, von jeglicher Subjektivität befreiten Code zur Versprachlichung, Beschreibung und intersubjektiven Kommunizierbarkeit von Geruchseindrücken zu entwickeln, der auch die Reproduzierbarkeit der Empfindungen sichern würde. Alle bisherigen Klassifikationsversuche erwiesen sich als nicht komplex genug und es bleibt ihnen die Subjektivität tief eingeprägt, was sich schon in der verwendeten Terminologie offenbart. Bislang gelang es der Forschung nicht – und es bleibt die Frage, ob es trotz aller Bemühungen nicht futuristi-

[18] Anschaulich wird die Diskrepanz zwischen zivilisatorischer Entwicklung und der verbleibenden Nähe des Geruchssinns beim Animalischen auch in einem Beispiel aus Homers Odyssee, auf das ich bei Adorno/Horkheimer gestoßen bin: Kirke, eine verführerische Frau und Zauberin, verwandelt ihre männlichen Gäste in Tiergestalten – so auch Odysseus und seien Gefährten. Doch sie "werden nicht wie frühere Gäste zu heiligen Geschöpfen der Wildnis, sondern zu unreinen Haustieren, zu Schweinen. [...] Späterhin hat alle Zivilisation mit Vorliebe diejenigen Schweine genannt, deren Trieb auf andere Lust sich besinnt als die von der Gesellschaft für ihre Zwecke sanktionierte. Zauber und Gegenzauber der Gefährten sind an Kraut und Wein gebunden, Rausch und Erwachen ans Riechen als dem immer mehr unterdrückten und verdrängten Sinn, der wie dem Geschlecht so dem Eingedenken der Vorzeit am nächsten liegt. Im Bilde des Schweins aber ist jenes Glück des Geruchs entstellt schon zum unfreien Schnüffeln dessen, der die Nase am Boden hat und des aufrechten Ganges sich begibt" (Horkheimer, Max/Adorno, Theodor, W.: Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente. Fischer, Frankfurt a.M.: 1988, S.78f.).
[19] An dieser Stelle soll die Ausklammerung des Riechenden von Erkenntnisprozessen nur exemplarisch aufgezeigt werden. Eine umfassendere Darstellung der philosophischen Auseinandersetzung mit dem Geruchssinn hat Kapitel V.1. zum Inhalt.

sches Wunschdenken bleiben wird – eine differenzierte, von alltäglichen Formen losgelöste, unabhängige und allgemeine sprachliche Regelung zu finden.
Zum anderen blieben bis in die heutige Zeit hinein die wissenschaftlichen Bewertungen, Fragestellungen und Methoden der Geruchsforschung stark den alltäglichen, subjektiv geprägten und emotionalisierten Denk- und Wahrnehmungsformen verhaftet. Lange Zeit bildeten sie das Ausgangsmaterial und die theoretische Basis für Forschungsprozesse. Mehr noch: Es wurde keineswegs nach Distanzen zu den affektiv geladenen Haltungen gesucht, sondern deren Geschichte wurde in den wissenschaftlichen Disziplinen weitgehend fortgeschrieben.

Tabelle 1 Übersicht über Geruchsklassifikationssysteme (nach Burdach, 1988, S.32)

Zwaardemaker 1895	Linné 1756	Henning 1915	Crooker & Henderson 1927	Amoore 1952	Schutz 1964	Wright & Michels 1964	Harper et al. 1968
30 Klassen	7 Klassen	6 Klassen	4 Klassen	6 Klassen	9 Klassen	7 Klassen	44 Klassen
z.B.						Hexylazetat	z.B.
fruchtig		fruchtig					fruchtig
ätherisch				ätherisch	ätherisch		ätherisch
kampferartig				kampferartig			kampferartig
							nach Mottenkugeln
nelkenartig	aromatisch						aromatisch
zimtartig							
		würzig			würzig	Gewürz	würzig
						Benzothiazol	
minzig				minzig			minzig
zitrusartig						Zitral	zitrusartig
mandelartig							mandelartig
jasminartig							
	blumig	blumig	blumig	blumig	blumig		blumig
					süß		süß
	ambrosisch						Vanille
moschusartig				moschusartig			moschusartig
							animalisch
lauchartig	lauchartig						knoblauchartig
fischig							fischig
brenzlig		brenzlig	brenzlig		brenzlig		brenzlig
	bocksartig		bocksartig				
						emotional	
							karbolartig
urinartig							Ammoniak
fäkalienartig							
	widerwärtig					unangenehm	
	ekelerregend						
		harzig				harzig	seifenartig
					schweflig		schweflig
		faul		faulig	metallisch		metallisch
			beißend		ölig		frische Farbe
					ranzig		ranzig
							blutig

IV. Die naturwissenschaftlich orientierte Geruchsforschung

1. Der Wahrnehmungsapparat – anatomische und physiologische Aspekte des Olfaktorischen

Wirft man einen etwas eingehenderen Blick auf die Forschungssituation und die Erkenntnislage der eher naturwissenschaftlich ausgerichteten Forschung, so zeigt sich, daß trotz z.T. erheblicher Anstrengungen auch hier die Aussage gilt, daß der Geruchssinn der am wenigsten erforschte aller Sinne ist[1].
So existieren heute gleichberechtigt nebeneinander eine ganze Anzahl rivalisierender oder sich ergänzender Theorien darüber, wie die Geruchswahrnehmung an den Neurorezeptoren im Naseninneren und die Verarbeitung dieser Informationen im Gehirn von statten geht. Von einer allgemein anerkannten, in sich stimmigen und analytischen sinnesphysiologischen Theorie aber kann noch keine Rede sein. Zudem sind solche grundlegenden Fragen, wie etwa die, über wieviele Sinne der Mensch eigentlich verfügt oder ob der Geruchssinn überhaupt den 'klassischen fünf Sinnen' (Sehen, Hören, Tasten, Schmecken, Riechen) zugerechnet werden kann, noch weitgehend unbeantwortet[2]. Wie ist die chemische Zusammensetzung der Riechschleimhaut? Welche Bereiche des Nasen- und Rachenraumes sind an der Geruchswahrnehmung beteiligt? Relativ ungeklärt scheint in diesem Zusammenhang auch die Frage nach dem Zusammenspiel der Sinne: Wie wirken die Sinneseindrücke synergetisch aufeinander bzw. in welcher Form sind sie voneinander abhängig (etwa die Geschmacks- und Geruchswahrnehmung beim Essen[3])?

---

[1] So wurde zwar seit den 60er Jahren ein teils fachübergreifender, teils themenspezifischer Approach zu einer umfassenden Untersuchung der humanen Chemorezeption (Geruchs- und Geschmackswahrnehmung) angestrengt. In diesem interdisziplinären Ansatz sollen die Interessen, Ansätze und Methoden so unterschiedlicher Wissenschaften wie Neurophysiologie, Zoologie, Ethologie, Biochemie, Cytologie, Lebensmittelchemie, Genetik und Psychologie miteinander kombiniert und verschmolzen werden (Vgl. Burdach,1988, S.11). Doch trotz solcher interdisziplinärer Ansätze fallen die Antworten auf viele Fragen noch äußerst disparat aus.

[2] Dabei ist der Streit über die Anzahl und Einteilung der Sinne nicht neu. Einige wenige Beispiele seien genannt: Aristoteles, auf den die Zahl fünf zurückgeht, meinte, daß der Tastsinn in zwei Sinne eingeteilt werden müsse: In den eigentlichen Tast- und einen Temperatursinn, der Wärme und Kälte unterscheidet. Der französische Schriftsteller Anthelme Brillat-Savarin (1755 – 1828) fügte in seiner "La Physiologie du Goût" einen sechsten, den »Geschlechtssinn« hinzu. Der Philosph Franz Brentano (1838 – 1915) reduzierte die Zahl auf drei: Der Gesichtssinn könne hell-dunkel und das Gehör hoch-tief unterscheiden; den Tast-, den Geruchs- und den Geschmackssinn zog er zu einem Sinn zusammen – ihnen sei gemeinsam, daß sie warm-kalt unterscheiden könnten.
In der neueren sinnesphysiologischen Forschung kam man dann vom 'Sinn'-Begriff gänzlich ab und verwendete hinfort den Begriff der 'Modalität', worunter man eine Gruppe einander ähnlicher Sinneseindrücke versteht, die durch ein bestimmtes Organ vermittelt werden. So gelten heute etwa auch der Gleichgewichts- und Temperatursinn sowie die Wahrnehmung von Vibrationen als eigenständige Modalitäten, womit die Anzahl der 'fünf Sinne' beträchtlich überstiegen wird. Doch gerade für die Analyse und Beschreibung der Chemorezeption scheint auch dieser Begriff ungeeignet, weshalb in neuesten Forschungen (Vgl. etwa: Maiworm, Regina E.: Menschliche Geruchskommunikation. Einflüsse körpereigener Duftstoffe auf die gegengeschlechtliche Wahrnehmung. Waxmann, Münster: 1993) anstelle des Modalitätsbegriffs der Begriff 'sensorisches System' verwendet wird (zu dieser Diskussion vgl. auch: Burdach, 1988, S.14f).

[3] Obwohl beide Sinne neurophysiologisch strikt getrennt werden, weil die Geruchs- und die Geschmackseindrücke in unterschiedlichen Gehirnteilen registriert werden, wirken sie doch für bestimmte Erkennungsmuster oder bei synergetischen Effekten, wie sie bei der Nahrungsaufnahme erzeugt werden können, zusammen. Letztlich aber entscheidet die Nase, was angenehm schmeckt: Der Anzahl von mehreren Millionen Riechsensoren, die etwa 90% aller Sinneseindrücke während einer Mahlzeit analysieren, stehen nur ca. 2000 Nervenenden gegenüber, die dabei die vier Geschmacksrichtungen (bitter, salzig, sauer, süß) verarbeiten (Vgl. Burdach, 1988, S.20).

Prinzipiell geschieht – soviel ist gesichert – jede Aufnahme von Gerüchen zusammen mit der Atemluft über den äußeren Teil der menschlichen Nase; also über jenes Organs, das aus dem Gesicht herausragt und nebenbei auch wesentlich zur Ausprägung der individuellen Physiognomie beiträgt[4]. Physiologisch und olfaktorisch weitaus bedeutsamer aber ist der innere Teil der Nase. Dieser hat im wesentlichen zwei Grundfunktionen: Zunächst wird die einströmende Luft so aufgearbeitet und konditioniert, daß der Wahrnehmungsapparat möglichst wenig irritiert oder gar beschädigt wird. Hierzu wird die Atemluft durch feine Härchen gereinigt, durch Schleimhautsekrete befeuchtet und schließlich auf Körpertemperatur erwärmt. Zum zweiten analysiert die Nase über die mit dem Luftstrom mitgetragenen Geruchsmoleküle die chemische Umgebung des Organismus hinsichtlich flüchtiger und nicht flüchtiger Substanzen. Die so gewonnenen Informationen dienen in erster Linie dem physischen (Nahrungsbeschaffung und -aufnahme, Gefahrenvermeidung usw.) und dem sozialen Überleben (Partnerwahl, Reproduktion usw.).
Der gesamte Bereich des Naseninneren ist mit einer Schleimhaut, dem sogenannten respiratorischen Epithel, ausgekleidet, die mit den über sie verteilten Nervenendungen des *nervus trigeminus* insgesamt für Geruchsstoffe sensibel ist[5]. Der Hauptanteil der chemosensorischen Analyse jedoch geschieht in der im oberen Teil des Nasendaches (*regio olfactoria)*, in der in direkter Nähe zum Gehirn gelegenen Riechschleimhaut. Hier hat auch der auf die Wahrnehmung von Duftstoffmolekülen spezialisierte Hirnnerv *nervus olfactorius* seinen Sitz. Man geht davon aus, daß insgesamt vier Hirnnerven an der Geruchswahrnehmung beteiligt sind: Neben den beiden o.g. *nervus trigeminus* und *nervus olfactorius* auch der *nervus glossopharyngeus* und der *nervus vagus*; doch ist die Funktion der beiden letzten noch nicht bekannt[6].
In der Riechschleimhaut befinden sich drei unterschiedliche Zelltypen: Riechzellen, Stützzellen und Basalzellen. Für die olfaktorische Wahrnehmung von primärer Bedeutung sind vor allem die Riechzellen mit ihren in die Schleimschicht hineinragenden und diese insgesamt durchdringenden Sinneshaaren. Bis zu zehn dieser geißelförmigen Riechhaare (*cilia olfactoria*) zusammengebündelt ergeben eine Kontaktstelle zu den beim Menschen vorhandenen ca. 30 Millionen Riechzellen. Aufgrund dieser großen Anzahl ist die Wahrscheinlichkeit hoch, daß Duftstoffmoleküle wenigstens mit so vielen Zellen in Berührung kommen, daß die Riechschwelle überschritten wird. Die Feinheit des menschlichen Geruchssinns wurde – ganz im Gegensatz zu den Auffassungen, die ihn im Vergleich zur Tierwelt als organisch verkümmert bezeichnen – schon vor der Jahrhundertwende belegt. So faßte etwa Henning (1915) die Ergebnisse von olfaktorischen Untersuchungen bis dato zusammen:

---

[4] Zu Physiognomie des Geruchsorgans und dem Versuch, aus der Betrachtung und Bewertung individueller Nasenformen eine verallgemeinerbare 'ästhetisierte Nasensymboblik' zu generieren, siehe auch: Wetzel, Michael: Das Gerücht vom Riechorgan. Über den Wert symbolischer Gleichungen in der realen Konfrontation der Geschlechter. In: Kunst- und Ausstellungshalle der Bundesrepublik Deutschland (Hg.): Das Riechen. Von Nasen, Düften und Gestank. Steidl, Göttingen: 1995, S. 204-223. Auf eine diesbezügliche Auslegung bin ich auch in Hegels Ästhetik gestoßen: "Die Verschiedenheit in der Form der Nase gibt dem Gesicht die mannigfachste Gestalt und die vielseitigsten Unterschiede des Ausdrucks. Eine scharfe Nase mit dünnen Flügeln sind wir z.B. mit einem scharfen Verstande in Zusammenhang zu bringen gewohnt, während uns eine breite und herabhängende oder tierisch aufgestülpte auf Sinnlichkeit, Dummheit und Brutalität überhaupt deutet" (Hegel, Georg Wilhelm Friedrich: Ästhetik. Band II. 2. Aufl. Europäische Verlagsanstalt. Frankfurt am Main: 1955, S.118).
[5] Beim Menschen nimmt die Riechschleimhaut mit ca. 2 x 5 cm^2 eine verhältnismäßig geringe Fläche ein. Deshalb wird er häufig als 'Mikrosmatiker' bezeichnet, während viele Säugetiere, wie etwa Hunde, Kaninchen oder auch Lachse über mehr als das Fünffache der menschlichen Riechschleimhautfläche verfügen – sie zählen deshalb zu den 'Makrosmatikern'. Nebenbei unterscheidet man noch die sogenannten 'Anosmaten', zu denen etwa die Delphine gerechnet werden, bei denen man davon ausgeht, daß sie gar nichts riechen.
[6] Vgl. Maiworm, 1993, S.33.

> "Bei manchen Duftkörpern würde ein Gramm ausreichen, um sämtlichen (1,6 Milliarden) Bewohnern unseres Erdball eine eben merkliche Geruchsempfindung zu verschaffen. Eine scharfe Nase bemerkt die Anwesenheit eines ausgiebigen Riechstoffes 100.000mal früher, als sie sich spektralanalytisch nachweisen läßt."[7].

In den Riechzellen geschieht auch die Umwandlung der Reize in nervöse Erregungsmuster, die schließlich zum Zentralnervensystem weitergeleitet werden. Das Problem, auf welche Weise nun aber diese Reize die nervöse Aktivität in den olfaktorischen Sinneszellen auslösen (nervöse Kodierung) – quasi die Natur olfaktorischer Primärprozesse – ist bislang noch völlig ungeklärt[8] und verbleibt im Streit vor allem zweier miteinander konkurrierender Grundmodelle: den chemischen und den physikalischen Theorien. Unterstellen erstere, daß Geruchssubstanzen die Rezeptoren chemisch reizen, versuchen letztere zu belegen, daß Geruchsreize – in Analogie zu Licht- und Hörreizen – die Rezeptoren durch physikalische Wellen stimulieren.

Die Entdeckung der Riechnerven wird Claudius Galenus (129 – 199 n.Chr.) zugeschrieben, erste Vermutungen über die Funktionsweise der Geruchswahrnehmung sind aber schon beim römischen Dichter Titus Lucretius Carus (97 –55 v.Chr.) in seinem Werk *De rerum natura* enthalten. Letzerer ging davon aus, daß allerkleinste Teilchen durch Schlitze des Sinnesorgans mit angepaßter Gestalt hindurchtreten können. Entsprechend sollen angenehm riechende Substanzen aus glatt-runden Partikeln, unangenehm bitter-scharfe Gerüche jedoch aus kompakten und gebogenen Teilchen bestehen.
Schon im 15. und 16. Jahrhundert begannen die morphologischen Untersuchungen der neurophysiologischen Feinstruktur der Nase. Wie weit sie bereits im frühen 18.Jahrhundert gediehen war, zeigt die überdeutliche Beschreibung der "Nasenhöligkeiten" im enzyklopädischen Werk Zedlers[9].
Die erste umfassendere Theorie einer Struktur-Wirkungsbeziehung von Riechstoffen ist die von Fischer und Pauling (1886) entwickelte, noch sehr mechanische "Schlüssel-Schlüsselloch-Theorie" biologisch aktiver Moleküle. Grob vereinfacht ausgedrückt, wird hierbei davon ausgegangen, daß der Sinneseindruck dann ausgelöst wird, wenn die Duftstoffe bzw. ihre Moleküle exakt in die an der Oberfläche der Riechhärchen befindlichen Rezeptoren hineinpassen. Form und Größe der Molekularstruktur eines Riechstoffes sind nach dieser Theorie die Voraussetzung für die Auslösung einer spezifischen Geruchsqualität.
Zu den bekanntesten Weiterentwicklungen dieser Überlegungen gehören die "Stereochemische Geruchstheorie" von Amoore (1970) und die eher physikalisch ausgerichtete "Vibrationstheorie" von Wright (1966).
Amoore ging davon aus, daß die Form von Molekül und Rezeptor wie Schloß und Schlüssel zueinander passen. Hieraus folgerte er auf die Existenz verschiedenförmiger Öffnungen an den Nervenenden der Rezeptoren: runde, stabförmige, schlüssellochähnliche und keilförmige. Mit seiner Theorie wollte er erklären, weshalb von verschiedenen chiralen Molekülformen unterschiedliche Gerüche ausgehen können. Dem aber stellte Wright in seiner Theorie gegenüber, daß allein über die Form die verblüffend präzise Wahrnehmung einer potentiell unendlichen Zahl von Gerüchen nicht erklärbar sei. Deshalb faßte er den Vorgang des 'Einrastens' der Gerüche in die Schleimhaut wellentheoretisch als Resonanz der Gerüstschwingungen von Duft- und Rezeptormolekülen auf.

---

[7] Henning, zit. nach Dragstra,1984, S.166.
[8] Vgl. Maiworm, 1993, S.34f.
[9] Zedler, Johannes Heinrich: Großes vollständiges Universallexikon aller Wissenschaften und Künste. Halle/Leipzig: 1735.

Beide Theorien werden heute aber– zumindest was ihren Alleingültigkeitsanpruch betrifft – als widerlegt angesehen und taugen "...bestenfalls als Teilkomponenten einer künftig zu entwerfenden umfassenden Riechtheorie"[10]. Problematisch nämlich bleibt in jedem Fall die Frage, wie die beiden theoretischen 'Puzzleteile' (Struktur der Duftmoleküle – Struktur der Riechzellen) ineinanderzufügen sind. Bislang konnte man lediglich feststellen, daß die einzelnen Rezeptorzellen nicht nur auf einen einzigen Duftstoff reagieren, sondern ein breites, individuelles Reaktionsspektrum aufweisen:

> "Jede Zelle antwortet (mit Hemmung oder Erregung) auf eine andere Auswahl aus einer Reihe von Riechsubstanzen als alle anderen Zellen im gleichen Riechorgan. Die Stoffauswahl einzelner Zellen überschneiden sich häufig: Zellen mit identischen Reaktionsbereichen wurden bisher nicht gefunden"[11].

Nach neuesten Forschungen aber sind alle Riechzellen in gleicher Weise für die Analyse von Duftmolekülen ausgestattet, wobei man davon ausgeht, daß bestimmte Duftstoffklassen (blumige, fruchtige) eine besondere chemische Reaktionsfolge auslösen, andere (faulige, stinkende, aber auch ätherische) eine zweite Form der Reaktion[12].
Bezüglich des in dieser Hinsicht bis heute fast unveränderten Forschungsstandes formulierte Burdach (1988) leicht resignierend:

> "Insgesamt ist jedoch der Stand der Erkenntnis bezüglich der Zusammenhänge zwischen chemisch-physikalischen Reizmerkmalen und den resultierenden Riechempfindungen noch so wenig fortgeschritten, daß derzeit ernstzunehmende Anstrengungen, zu einer zusammenhängenden Erklärung der Riechwahrnehmung, einer Riechtheorie also, zu gelangen, kaum noch unternommen werden"[13].

Allgemein akzeptiert ist in der Sinnesphysiologie jedoch, daß die Annahme aus den Anfangszeiten der Disziplin, der Geruchssinn sei im Vergleich zu den anderen Sinnen ein sehr einfach strukturierter und physiologisch wenig komplexer Sinn, unrichtig ist. Vielmehr kam man aufgrund intensiverer Beschäftigung und der analytischen Schwierigkeiten bei seiner Erforschung zu der geradezu entgegengesetzen Auffassung, daß es sich nämlich hierbei um den wohl ausdifferenziertesten, sensitivsten und sensibelsten aller menschlichen Sinne handeln muß[14].

---

[10] Burdach, 1988, S.23.
[11] Boeckh, J.: Geruch. In: Gauer, Klaus (Hg.): Physiologie des Menschen. München: 1972, S.183.
[12] Zum Stand der neueren Forschung vgl.: Hatt, Hans: "Etwas stinkt mir gewaltig" oder was Gerüche verraten. Signalübertragung an Riechzellen äußerst komplex. In: Forschung – Mitteilungen der DFG, 4/1994, S.14-16. Brand, Joseph T.: Mechanismen der Signalumwandlung beim Riechen. Wie Gerüche von der Nase wahrgenommen werden. In : Kunst- und Ausstellungshalle der Bundesrepublik Deutschland (Hg.): Das Riechen. Von Nasen, Düften und Gestank. Steidl, Göttingen: 1995, S.98-108.
[13] Burdach, 1988, S.23.
[14] Vgl. Freeman, 1995, S.74-85.

2. Wahrnehmung und Verhalten – die Erforschung des Geruchssinns in der Psychologie

Die Böcke zur Rechten,
Die Ziegen zur Linken!
Die Ziegen, sie riechen,
Die Böcke, sie stinken.
Und wenn auch die Böcke
Noch stinkiger wären,
So kann doch die Ziege
Des Bocks nicht entbehren.
Goethe: Faust I.

Den umfangreichsten Diskurs innerhalb der wissenschaftlichen Geruchsforschung stellt neben der anatomischen und physiologischen Analyse wohl die Psychologie. Dabei steht die nicht geringe Anzahl der Arbeiten in dieser Disziplin in mehr oder weniger direktem Bezug zu naturwissenschaftlichen Theorien. Noch immer dominiert in der psychologischen Riechforschung der Ansatz der Psychophysik, d.h. die Beziehung zwischen Reiz und Empfindung steht meist im Vordergrund des Interesses[15].
Die zentralen forschungstechnischen Vorgehensweisen bilden daher eher deskriptive Verfahren, die es ermöglichen sollen, einerseits die unmittelbaren physischen Reaktionen auf bestimmte Geruchsstoffe zu messen und zu beschreiben (Pulsfrequenz; elektronisch meßbare Vorgänge in Haut, Nerven und Gehirn etc.), andererseits aber auch die Modalitäten von emotionalen und hedonistisch-bewertenden Reaktionen (Lust- und Unlustgefühle; Abneigung oder Präferenz für einen Geruch unter bestimmten körperlichen Zuständen, wie etwa Streß, Angst, Hunger, Durst usw.). Eine besondere Rolle spielt dabei die Frage nach der bewußten und unbewußten Wahrnehmung von Riechstoffen und deren Bedeutung für die Motivation (Sexualverhalten, Arbeitsverhalten, Konsumverhalten etc.).
Das Hauptaugenmerk der psychologischen Forschung richtet sich demnach u.a. auf folgende Fragen: Was sind die Ursachen und Folgen von Geruchsanomalien, von zeitweiligen oder gänzlichen Ausfällen des Geruchssinns (Anosmie) und Geruchshalluzinationen? [16] Welchen Einfluß haben die Duftstoffe auf Stimmungen, Emotionen und Motivationen? Welche chemischen Substanzen in den Duftstoffen sind in welcher Konzentration für physiche und psychische Reaktionen verantwortlich? Können die Gerüche medizinisch bzw. therapeutisch instrumentalisiert werden (Geruchs- und Aromatherapie)?[17] Welche Rolle spielen körpereigene Duftstoffe für das menschliche Verhalten und die zwischenmenschliche Kommunikation?[18]

---

[15] Bislang existiert z.B. noch keine psychoanalytische Theorie über die Geruchswelt von Patienten, worauf Didier Anzieu verweist (Vgl.: Anzieu, Didier: Die Geruchshülle. Die Absonderung von Aggressivität durch die Hautporen. In: ders.: Das Haut-Ich. Suhrkamp, Frankfurt am Main: 1991, S.232-243).
[16] So wies etwa schon Tellenbach in der von ihm untersuchten "Pathologie des Atmosphärischen" darauf hin, daß der Manifestation paranoischer und schizophrener Psychosen eine im oralen Bereich gründende atmosphärische Zerrüttung vorausgeht: Geruchsanomalien und -anosmien sowie Geruchshalluzinationen zeigen oft lange vor Ausbruch der Schizophrenie die Wahnstimmung an (Tellenbach, Hubert: Geschmack und Atmosphäre. Medien menschlichen Elementarkontakts. Otto Müller, Salzburg: 1968, S.73).
[17] Vgl. Tisserand, R.: Essential Oils as Psychotherapeutic Agents. In: Van Troller, Steve/Dodd, George, H. (ed.): Perfumery. The Psychology and Biology of Fragrance. Chapman and Hall, London: 1988, S.167-181.
[18] Vgl. Maiworm, 1993.

Eines der grundlegenden Probleme der psychologischen Analyse sind auf der methodischen Seite die Herstellung, Bereitstellung und Darbietung von Duftstoffen sowie die technischen Voraussetzungen bzw. der apparative Aufwand für Experimente. Probleme bereiten hier insbesondere die – im visuellen und auditiven Sinnesbereich relativ unproblematischen – Aspekte der Reizkontrolle, der Reizkonstanz und der Reizintensität[19]. Nichtzuletzt deshalb wird innerhalb der psychologischen Riechforschung der *Olfaktometrie*, also jener Teildisziplin, die sich mit Methoden und Apparaten zur Stimuluskontrolle und Stimulusapplikation beschäftigt, eine besondere Bedeutung beigemessen[20].
Schon bei der Beschaffung der Riechsubstanzen beginnen die Schwierigkeiten. Handelsübliche Duftstoffe besitzen selten die für sensorische Experimente erforderliche chemische Reinheit. Schon geringfügige Verunreinigungen jedoch können zu experimentell nicht kontrollierten Riechempfindungen führen. Weiterhin sind die Duftstoffe den verschiedensten chemischen und physikalischen Einflüssen ausgesetzt, die ihre sensorischen Merkmale bedeutsam verändern können (Oxydationsvorgänge, Reaktionen mit anderen Substanzen, 'Verflüchtigung', temperaturbedingte Schwankungen u.v.m.).
Schließlich ist auch die Darreichung von Geruchsproben an Versuchspersonen nicht unproblematisch. Bekannt sind so unterschiedliche Vorgehensweisen wie das inzwischen kaum noch angewendete Einblasen von Duftstoffen direkt in die Nase, das Riechen an Fläschchen, die in Flüssigkeiten aufgelöste Substanzen enthalten oder das Riechen an Streifen, die in solche getaucht wurden. Da aber bei diesen Verfahren die oben beschriebenen Probleme chemischer und physikalischer Einflüsse nicht ausgeschlossen werden können, erscheint die ausgefeilteste Technik die der Anwendung von sogenannten Olfaktorien zu sein, die ursprünglich dazu dienten, die Reizschwellen in der Geruchswahrnehmung zu untersuchen. Hierbei wird der Duftstoff nicht mit einer Flüssigkeit versetzt, sondern mit Luft oder einem geruchlosen Trägergas vermischt und über Röhrchen oder Nasen-Masken dem Probanten zugeführt[21].
Mit Hilfe solcher Verfahren wurden u.a. die aus der Alltagserfahrung hinlänglich bekannten Phänomene der *Adaption* und *Habituation* festgestellt.
Bei der *Adaption* handelt es sich um eine allmähliche Verminderung der Empfindungsintensität: Es entsteht der Eindruck, als ob die Gerüche langsam schwächer würden, was schließlich soweit gehen kann, daß sie gar nicht mehr wahrgenommen werden. Ging man lange Zeit davon aus, daß es sich hierbei um eine kurzfristige Ermüdungserscheinung des Wahr-

---

[19] Auf diese Problematik machte auch Osborne (1977) aufmerksam: "With regard to sensory dimensions, smells, like colours and sounds, vary in intensity and perhaps in voluminousness. But no great exactitude in grading is possible, partly because many smells decrease rapidly in apparant intensity if one is exposed to them over a length of time and also because many odoriferous substances differ radically in their sensory quality according as they are presented in a concentrated form in alcoholic solution or diffused in soaps, detergents, etc. [...] Duration can hardly be regarded as a dimension of smell because although smells persist through time, they do not continue unchanged like pictorial colours and yet they cannot, like sounds, be turned on and off at will or be regulated" (Osborne, 1977, 43).
[20] Vgl. Engen, 1973.
[21] Das Grundmodell liefert hierzu die alte Vorstellung einer "camera indorata", mit der z.B. Zwaardemaker erste Versuche schon vor der Jahrhundertwende unternahm. Seine "Kammer" war ein nur für den Kopf vorgesehener Glaskubus, der nach Gebrauch weitaus leichter zu reinigen war, als die viel größeren – z.T. Raumgröße annehmenden – Olfaktorien anderer Experimentatoren. Eine ganz andere 'Räucherkammer' ausschließlich zum Genuß rein ästhetischer Vergnügen entwarf Christian Morgenstern:
Angeregt durch Korfs Geruchs-Sonaten / gründeten Freunde einen ›Aromaten‹./ Einem Raum, in welchem, kurz gesprochen / nicht geschluckt wird, sondern gerochen. / Gegen Einwurf kleiner Münzen treten aus der Wand balsamische Trompeten, / die den Gästen in geblähte Nasen, / was sie wünschen, leicht und lustig blasen. / Und zugleich erscheint auf einem Schild / des Gerichtes wohlgetroffnes Bild. / Viele Hunderte, um nicht zu lügen, / speisen nun erst wirklich mit Vergnügen (Morgenstern, Christian: Der Aromat. In: Alle Galgenlieder. Insel, Wiesbaden: 1947, S.130).

nehmungsappartes handele, so ist man heute davon überzeugt, daß es vielmehr eine optimale Anpassung des Systems an seine Umwelt ist: Duftquellen, die quasi zu konstanten Faktoren werden, sind für den Organismus weniger bedeutsam als solche, die neu hinzukommen und möglicherweise rasche Verhaltensänderungen erfordern.
Ist die Adaption ein Phänomen, das sich bei der Wahrnehmung von allen Gerüchen zu jeder Zeit beobachten läßt, so unterscheidet man hiervon die *Habituation*, die sich lediglich auf die Gewöhnung an die dem Individuum schon vertrauten Duftreize bezieht: letztere erfahren im Alltagsleben weniger Beachtung als unerwartete Gerüche[22].

Auch konnte man alters- und ernährungsbedingte Faktoren für die Geruchswahrnehmung (Ausprägung der Riechschärfe) eruieren. So können etwa geringe Mengen von Alkohol die Riechschärfe erhöhen und auch Zigarettenkonsum schient – entgegen landläufiger Meinungen – die Riechfähigkeit nicht herabzusetzen, was mit der Regenerationsfähigkeit der Riechschleimhaut in Verbindung gebracht wird. Demgegenüber aber nimmt mit zunehmendem Alter die Fähigkeit, zwischen verschiedenen Gerüchen unterscheiden zu können, ab. Besteht etwa beim Fötus die Riechschleimhaut nur aus gesundem Zellmaterial und reicht durchgängig vom Nasendach bis zur Nasenscheidewand, zeigt sie beim Erwachsenen bereits Anzeichen der Degeneration; ab einem Alter von 80 Jahren sind dann ca. 75% der Menschen in ihrer Geruchsfähigkeit beschnitten[23].

Einen besonderen Teilaspekt der psychologischen Geruchsforschung stellt die sogenannte *Dufthedonik* dar. Dies umso mehr, als olfaktorische Eindrücke in wesentlich stärkerem Maße als etwa Sehen, Hören oder Tasten von emotionalen und hedonistisch-bewertenden Reaktionen begleitet sind. Zwar ist die Psychologie noch weit davon entfernt, die Frage zu beantworten, nach welchen Gesichtspunkten Düfte vom Individuum hedonistisch bewertet werden bzw. nach welchen Prinzipien der Aufbau olfaktorischer Präferenz- und Aversionsmuster erfolgt. Bewertungen auf der Skala "angenehm-unangenehm" dominieren jedoch bei der Beschreibung von Duftstoffen über alle anderen Gesichtspunkte. So scheint übergreifend – zumindest innerhalb einer Kultur – relative Übereinkunft darüber zu bestehen, welche Gerüche als angenehm und welche als unangenehm empfunden werden. Hoch aversive, penetrant schweißig, faulig oder fäkalienartig riechende Substanzen, wie etwa Schwefelwasserstoff, Buttersäure oder Dimethyldisulfid gelten so praktisch ausnahmslos als unangenehm. Dagegen sind fruchtige oder blumige Stoffe wie Lavendel oder Amylazetat überwiegend positiv besetzt. Dabei scheint die Intensität des Duftstoffes ein ausschlaggebender Faktor für die hedonistische Bewertung zu sein: schwache Duftstoffkonzentrationen werden meist als angenehmer empfunden als intensive ('penetrante') Gerüche.
Auch wird davon ausgegangen, daß die Komplexität von Düften ihre hedonistische Valenz beeinflußt: komplexe Duftstoffe, wie Blumendüfte oder natürliche Fruchtaromen, werden generell chemisch homogenen Substanzen vorgezogen. Die Zusammensetzung von Parfüms und Genußmitteln, etwa von Wein, Tabakrauch oder Kaffee, die in der Regel Hunderte von verschiedenen Duftstoffen enthalten, bzw. die Ablehnung von nicht selten chemisch homogenen, synthetischen Aromen, scheint diese Ansicht zu bestätigen. Einer Schätzung zufolge werden von den ca. 400.000 bekannten Duftstoffen nur etwa 20% als attraktiv eingestuft, während die restlichen 80% entweder als neutral oder unangenehm empfunden werden[24].

---

[22] Vgl. Burdach, 1988, S.27ff. So bemerkt z.B. ein Wohnungsinhaber den spezifischen Geruch der eigenen Wohnung kaum noch, während duftsensible Gäste diesen durchaus wahrnehmen können und auch zu beschreiben wissen.
[23] Vgl. Logue, A.W.: The Psychology of Eating and Drinking. An Introduction. Freeman and Company, New York: 1986, 69f.
[24] Vgl. Burdach, 1988, S.40ff.

Gerade im Zusammenhang mit den positiv bewerteten Düften hat sich eine besondere Sparte der psychologischen Forschung etabliert. Für das Überangebot an Körperparfüms sollen Schemata entwickelt werden, nach denen der jeweilige Typ von Frau oder Mann – auf der Suche nach dem perfekten Duft – das zu ihm passende Parfüm finden kann. Parfüms sollen nämlich nicht nur gefallen, sie müssen auch zum Typ passen. Solche typologisierten Entscheidungs- bzw. Zuweisungshilfen werden einerseits von Parfümherstellern für das Produkt-Marketing und von Parfümverkäufern für die Personalschulung eingesetzt. Andererseits werden sie aber auch in populären Medien vorgestellt, um so dem interessierten Publikum die – psychologisch fundierte – Auswahl zu erleichtern. Zudem stellt sich aber auch aus wissenschaftlicher Sicht die Frage, ob die Wahl von Duftstoffen rein zufällig ist oder ob sie nach einem beschreibbaren und vorhersagbaren Muster geschieht.
Ein kurioses Beispiel für eine solche Typologie ist das Schema von Jellinek (1973), das den Versuch darstellt, anhand von äußerlich-körperlichen Merkmalen und sozialen Eckdaten einer Person auf deren Duftvorlieben bzw. den zu ihr passenden Duft zu schließen: Für Frauen sollen mittels sechs Kategorien (Haarfarbe; Einteilung des weiblichen Geschlechts in die gegenübergestellten Typen "Mutter" und "Geliebte"; Frauentypen mit ausgesprochenen "weiblichen bzw. "männlichen" Charakterzügen; Gegenüberstellung der "naiven" zur "liebeserfahrenen, raffinierten" Frau; Alter; Betätigungsfeld: Heim, Beruf, Sport, Gesellschaft) entsprechende Parfümtypen (anti-erogen; stimulierend; erogen; narkotisch; frisch; exaltierend; schwül; beruhigend) zugeordnet werden[25].
Ebenfalls in diese Richtung zielt der schon etwas ausgefeiltere "Colour-Rosette-Test" nach Mensing und Beck (1985): Auf der Grundlage von Lüschers Farbenlehre wurden acht Farbrosetten entwickelt, die unterschiedliche Farbkompositionen enthalten und in ihrer Gestaltung an Blumen erinnern[26]. Je nach Auswahl der Rosette durch die Person kann nun – nach Aussage der Autoren äußerst erfolgreich – auf deren psychische Grunddisposition und gleichzeitig auf den von ihr favorisierten Duft geschlossen werden: "With the help of this method, we can predict fragrance preference with an accuracy of approximately 80 per cent. In addition, we can predict with 90 per cent accuracy which fragrances will be rejected"[27].

Ein letztes noch anzuführendes, umfangreiches Gebiet der psychologischen Geruchsforschung ist schließlich die Behandlung der Frage, ob und inwieweit Gerüche Einfluß nehmen auf die interpersonale Kommunikation und das zwischenmenschliche Verhalten. Insbesondere hier stützt man sich auf Beobachtungen, Vergleiche und Experimente mit Tieren, um eventuelle Analogien zum Menschen feststellen zu können.
Neben dem Auffinden von Futterquellen, der Warnung vor Feinden, der Geschlechts-, Art- und Individualerkennung, ist es vor allem das Sexualleben der Tiere, in dem Geruchsabsonderungen aus Talg-, Anal- und Genitaldrüsen wesentlich das Verhalten steuern[28].

---

[25] Jellinek, Paul: Die psychologischen Grundlagen der Parfümerie. Hüthig, Heidelberg: 1973. Eine Klassifizierung der Frauen nach ihrer Haarfarbe und dem daraus folgenden Signalcharakter ihres Körpergeruchs glaubte auch schon Joris Karl Huysmans vornehmen zu können: "Brünette und Schwarze riechen temperamentvoll und gelegentlich anstrengend, Rothaarige dagegen scharf und wild, Blondinen aber berauschend und vollmundig wie die Blume eines Spitzenweins" (Croquis parisiens, 1880).

[26] Dieses Schema gilt für weibliche Probanten, für Männer wurde ein Schema gewählt, das 'kantigere' geometrische Formen umfaßt.

[27] Mensing, J./Beck,C.: The Psychology of Fragrance Selection. In: Van Troller/Dodd, 1988, 185-204; hier: 194. Vgl. auch: Mensing, J./Beck, C.:– The Psychology of Fragrance Selection – The Colour-Rosette-Test. Holzminden, Freiburg: 1985.

[28] Schon Einzeller finden durch chemotaktische Anziehung zueinander und Insekten hätten kaum eine Chance zur Fortpflanzung, könnten sie sich nicht über artspezifische Signalstoffe verständigen. Die Bedeutung der Geruchsempfindlichkeit für Schmetterlinge etwa wurde am Beispiel des Seidenspinners nachgewiesen: So signalisiert das Schmetterlingsweibchen mit einem Lockstoff seine Kopulationsbereitschaft über eine Entfer-

Sexuallockstoffe zur intraspezifischen Kommunikation werden als *Pheromone*[29] bezeichnet: Das sind Geruchsstoffe, die vom Körper eines Individuums nach außen sekretiert werden und nicht auf den Träger selbst, sondern auf seine Artgenossen wirken und deren Sozialverhalten, Sexualität und Nachwuchspflege bestimmen[30].
Auch bei höher entwickelten Wirbeltieren wird das Sexualverhalten durch Botenstoffe bestimmt. Unter anderem bei Mäusen, Schlangen, Schweinen, Hunden und Primaten sind Pheromone als Auslöser der sexuellen Anziehung und des reproduktiven Verhaltens bekannt. Sie können direkt oder – durch Duftmarkierung – zeitversetzt in die Nah- und Fernkommunikation eingreifen und werden entweder durch den Geruchssinn oder das vomeronasale Organ aufgenommen. Bei letzterem handelt es sich um ein Organ, das schon 1809 von dem Dänen Ludwig Levin Jacobson (deshalb auch "Jacobsonsches-Organ") bei Säugetieren nachgewiesen wurde, dem jedoch erst in jüngster Vergangenheit eine größere wissenschaftliche Aufmerksamkeit zuteil wurde. Heute geht man davon aus, daß bei fast allen terrestrischen Säugetieren zwei olfaktorische Systeme – der eigentliche Geruchssinn und das diesem anatomisch vorgelagerte vomeronasale Organ (VNO) – vorhanden sind, die beide unabhängig voneinander funktionieren. Dabei scheint das VNO auf die Wahrnehmung artspezifischer Chemo-Signale – also auch von Pheromonen – spezialisiert zu sein, die Auskunft über das Geschlecht, den reproduktiven Status oder die Dominanz eines Individuums vermitteln. Wird das VNO operativ entfernt, treten bei einigen Säugern schwere Defizite im Sexualverhalten auf oder es unterbleibt gänzlich, womit die Bedeutung des VNO für das Kopulationsverhalten belegt wurde[31].
Der eindeutige Nachweis einer chemischen Kommunikation unter den Geschlechtern im Tierreich führte zwangsläufig zu der Frage, ob zwischenmenschliche Beziehungen ebenfalls durch Botenstoffe beeinflußt werden. Auch beim Menschen werden aus tausenden, über den ganzen Körper verteilten exokrinen Drüsen Duftsignale an die Umwelt emittiert. Die Sekrete dieser Drüsen – am zahlreichsten vorhanden in den Achselhölen und im Genitalbereich – sind z.T. geruchlos, werden dann aber von auf der Haut befindlichen Mikroorganismen in riechende Substanzen überführt. Das so entstehende Geruchsmuster ist individuell verschieden und außerdem abhängig von Geschlecht, Alter, dem Gesundheitszustand, der Nahrungsaufnahme und möglicherweise rassisch-genetischen Dispositionen[32]. So wurde in Versuchen nachgewiesen, daß Personen in der Lage sind, neben ihrem eigenen Geruch, den von

---

nung von bis zu elf Kilometern und lockt damit eine Vielzahl von Männchen an; hält man das Weibchen allerdings unter eine Glasglocke, so verlieren die potentiellen Partner schnell jegliches Interesse. Neuere Untersuchungen haben ergeben, daß Duftstoffe sogar unmittelbar beim Kopulationsakt von Walen unterstützend wirken. Chemorezeptoren am vorderen Ende des Walpenis nehmen Lockstoffe aus der Vagina des Weibchens war und weisen so dem männlichen Organ den Weg (Vgl. Wale – Kopulation auf der Duftspur; in: Geo – Das neue Bild der Erde, Nr.3, März, 1995, S. 170).

[29] Von griech. *phérein*, 'tragen', und *hormãn*, 'erregen'.

[30] Vgl. Maiworm, 1993, S.39.

[31] ebenda.

[32] Koreaner etwa, die über keine apokrinen Schweißdrüsen verfügen, kennen so gut wie keinen Körpergeruch. Chinesen und Japaner besitzen wenig Körpergeruch, Weiße hingegen wesentlich mehr und Schwarze am meisten. Unter den Metaboliten der Sekrete befinden sich eine Reihe von Fettsäuren. Diese Tatsache wurde besonders von den Japanern unangenehm wahrgenommen, was den Europäern und Amerikanern den Namen "Butterstinker" (*batakusai*) einbrachte (Vgl. Ohloff, Günther: Irdische Düfte – Himmlische Lust: Eine Kulturgeschichte der Duftstoffe. Birkhäuser, Basel/Boston/Berlin: 1992, S.18). Im Jahre 1903 erschien die Schrift des Japaners Adachi über den Geruch der Europäer. Diesen aus den Achselhöhlen herrührenden Geruch beschreibt er als stechend-ranzig. Bei Alten und Kindern konstatiert er ihn nur selten, bei Frauen umso häufiger; Männer mit diesem Geruch, so führt er aus, würden mit Sicherheit vom Militärdienst suspendiert (Vgl. Dragstra, 1984, S.175, Anm.6).

bekannten Menschen (Partner, Familienmitglieder)[33] und allgemein den des anderen Geschlechts zu erkennen: "These tests show that at least the rudimentary communication of sexual discrimination and individual identification can be made on the bases of olfactory cues"[34].
Nicht ohne Einfluß scheinen dabei aber die Hygienepraktiken zu sein: "...subjects who were allowed to proceed in their normal, everyday hygienic treatment were less able to distinguish between male and female odors than subjects with the prescribed hygienic treatment" (nämlich dem Gebrauch von speziellen unparfümierten Seifen, Anm. J.R.)[35].
Eine ganz besondere Rolle spielt also der eigentliche Schweißgeruch, der u.a. aus mikrobakteriellen Abbauprodukten männlicher Sexualhormone besteht. Auch vom weiblichen Geschlecht geht dieser Steroidgeruch aus, jedoch entsprechend des geringeren Anteils an männlichen Hormonen in schwächerer Konzentration.
Als ein wesentlicher Bestandteil des menschlichen Achselsekrets werden die drei Substanzen *Androstenon* (bei Schweinen ein männliches Sexualhormon, das die Duldungsstarre der Sau auslöst), *Androstenol* und *Androsteron* angesehen, die ausgeprägte olfaktorische Qualitäten besitzen. Sie werden erst nach Beginn der Pubertät in den Körperflüssigkeiten gefunden und deshalb liegt die Vermutung nahe, daß sie für die gegengeschlechtliche Attraktion von Bedeutung sein können. Um nun festzustellen, ob diese Substanzen auch menschliche Sexualhormone sind bzw. in welcher Weise sie auf zwischenmenschliches Handeln einwirken, wurden eine Vielzahl von Untersuchungen angestrebt[36].
Ob die bewußte oder unbewußte Wahrnehmung dieser Geruchsstoffe beim Menschen allerdings auch über ein VNO geschieht, ist in der Forschung umstritten. Einig ist man sich lediglich darüber, daß ein solches Organ beim menschlichen Embryo noch vorhanden ist. Es liegt an der Basis der Nasenscheidewand und besteht aus einem Paar langer, schmaler Säckchen, die mit einer ähnlichen Schleimhaut wie der des Riechorgans bedeckt sind. Ging man lange Zeit davon aus, daß es nach den ersten Monaten des fötalen Lebens seine Funktion verliert bzw. gänzlich verschwindet und nur in Ausnahmefällen als rudimentäres Organ erhalten bleibt, so belegen neuere Forschungen eher das Gegenteil[37].

---

[33] Filsinger, E.F./Fabes, R.A.: Odour Communication, Pheromones and Human Families. In: Journal of Marriage and the Family, 1985, 47, 2, May, 349-359.
[34] Klass, M./Hirsh, D.: Human Olfactory Communication. In: Nature, Vol.26, April, 1976, 520-252; hier: 521.
[35] Schleidt, Margaret: Personal Odor and Nonverbal Communication. In: Ethology and Sociobiology, 1980, 1, 3, Sept., 225-231; hier: 230.
[36] Versuchspersonen wurden Fotographien von Personen vorgelegt, die diese nach Sympathie beurteilen sollten. Unter dem Geruchseindruck von Androstenon bzw. Androstenol wurden die Personen des anderen Geschlechts viel eher als 'sexy', 'attraktiv', 'interessant' etc. eingeschätzt, als von einer Kontrollgruppe. In einem weiteren Versuch wurden z.B. in einem Wartezimmer die Stühle mit Androstenon besprüht; weibliche Versuchspersonen präferierten daraufhin die imprägnierten Stühle und plazierten sich darauf oder in deren unmittelbare Nähe (Vgl.: Kirk-Smith, M.D. et al.: Human Social Attitudes Affected by Andostenol. In: Research Com Psychol Psychiatry Behaviour. 3, 4, 1978, 379-384. Maiworm, 1993, S.164f.).
[37] Vgl. Maiworm, 1993, S.78.

V. Entwicklung und Stand der sozial- und kulturwissenschaftlichen Geruchsforschung

In den vorangegangenen Kapiteln wurde die naturwissenschaftliche Geruchsforschung abgehandelt und mit der Darstellung der Methoden und des Forschungsstandes in der Psychologie erste Aspekte einer sozialwissenschaftlichen Herangehensweise beleuchtet. Damit sind zugleich die Hauptgebiete der wissenschaftlichen Beschäftigung mit dem Olfaktorischen beschrieben.
In den nun folgenden Abschnitten stehen mit der Anthropologie und Soziologie jene wissenschaftlichen Disziplinen im Mittelpunkt der Betrachtung, in denen der Geruchssinn, das Riechen und die Gerüche noch immer nur ansatzweise als Untersuchungsgegenstand behandelt werden bzw. lange als solcher marginalisiert, übergangen und vernachlässigt wurden. Bevor jedoch auf sie eingegangen wird, sollen die Gründe für die allgemeine Vernachlässigung und Ignoranz in den Sozial- und Kulturwissenschaften detaillierter beleuchtet und herausgestellt werden. Somit steht am Anfang des Überblicks eine Übersicht über die philosophische Sichtweise und Bewertung des Olfaktorischen, die, wie zu zeigen sein wird, die Hauptargumente für die Disqualifizierung und Diskriminierung des Geruchs lieferte – nicht nur, aber insbesondere in der Anthropologie bzw. Ethnologie und der Soziologie.
Neben der Darstellung des Forschungsstandes und der Einschätzung der Relevanz des Geruchssinns innerhalb der jeweiligen Disziplin, soll an dieser Stelle gleichzeitig die für das angestrebte empirische Vorhaben grundlegende forschungsleitende Ausgangsthese, sozusagen die forschungstheoretische Prämisse, begründet werden.
Sie beinhaltet, daß der Geruch nicht nur ein naturwissenschaftliches, also in erster Linie biologisches und physiologisches, den Organismus betreffendes, aber auch kein rein psychologisches, d.h. die Persönlichkeit und Emotionen von Individuen anbelangendes Phänomen darstellt. Vielmehr wird hier davon ausgegangen, daß der Geruch, seine Wahrnehmung, seine Interpretation und der Umgang mit ihm auch ein kulturelles – d.h. historisch bzw. sozial geformtes und formendes – Phänomen ist.
Gegenstand und Aufgabe der nachfolgenden Ausführungen ist es deshalb, diesen Nachweis zu führen und dabei zugleich die Bedeutung, die Berechtigung, ja sogar die Notwendigkeit einer bislang nicht geführten sozialwissenschaftlichen und insbesondere soziologischen Auseinandersetzung mit dem Thema herauszuheben.

1. Wahrnehmung und Interpretation – Der Geruch und seine Bewertung in der Philosophie

Im Zusammenhang mit der Frage nach den Ursprüngen und dem Umfang der wissenschaftlichen Vernachlässigung und Diskriminierung des Geruchssinns wurde bereits im einführenden Kapitel über die grundsätzlichen Probleme des wissenschaftlichen Diskurses der diesbezügliche Einfluß philosophischer Überlegungen angedeutet. Die Einschätzung und Bewertung des Geruchssinns durch die Philosophen – immer auch Kritiker der Wissenschaft – hatte zwar eine nicht zu unterschätzende Wirkung auf die Forschung der Naturwissenschaften, vor allem aber beeinflußte sie auch die Sozial- und Kulturwissenschaften.
Die philosophische Fragestellung kreiste dabei immer um folgende Gesichtspunkte: Sind die Sinne allgemein überhaupt ein adäquates Mittel zur Wissenserlangung? Und wenn ja, welche Sinne tragen am meisten zum Erkenntnisgewinn bei? Wie sind weiterhin die Sinne aus

moralischer Sicht zu bewerten: Welche sind als moralisch gut, welche als moralisch verwerflich einzustufen? Wie gestaltet sich aus diesen Überlegungen folgernd die hierarchische Ordnung der Sinne?
An dieser Stelle soll nun auf die unterschiedlichen Schwerpunktsetzungen, die gegenseitige Bezugnahme und Beeinflussung, die Wandlungen, aber auch auf die Konstanten in der Sichtweise und Bewertung der Sinne bzw. des Geruchssinns eingegangen werden. Mein Anliegen ist es aber nicht, das ganze Spektrum der abendländischen Philosophie darzulegen. Es soll nur ein kurzer Blick auf einige Denker geworfen werden, um deren Einschätzung über die Bedeutung der Sinne für den Menschen und für die Wissenserlangung aufzuzeigen und gleichzeitig eventuelle, schon in diesen Überlegungen enthaltene, soziale Implikationen aufzudecken[1].

Schon die Anfänge der rationalen Naturerklärung im antiken Griechenland sind gekennzeichnet durch die strikte Trennung zwischen sinnlicher Empfindung und rationaler Erkenntnis. In der Tradition der abendländischen Philosophie wurde die sinnliche Empfindung primär in Beziehung zur Erkenntnis gesetzt. Bei den Vorsokratikern, den frühesten griechischen Philosophen wie Xenophanes, Parmenides, Heraklit oder Empedokles, wird schon der starke Zweifel und das Mißtrauen gegenüber den Sinnen deutlich. Wie später auch bei den Sophisten, wird den Sinneseindrücken der Verstand gegenübergestellt, der den Menschen vom Tier unterscheidet und der den Sinnen in metaphysischer und in epistemologischer Hinsicht weit überlegen ist.

Diese Position wird zuerst bei Parmenides nachvollziehbar: In einem Lehrgedicht schildert er eine Reise aus dem Reich der Nacht zu einer Göttin im Lande des Lichts (der Wahrheit). Mit dieser didaktischen Hilfestellung versuchte er, Schein und bloße Meinung einerseits und Wahrheit und Wissen andererseits voneinander abzugrenzen: Wahres Wissen kann nur durch reine Vernunfterkenntnis erlangt werden. Parmenides zufolge sind die Sinne die Quellen allen Irrtums. Sie führen uns eine Welt ständigen Werdens und Vergehens und stetiger Bewegung vor, wo es doch nach Parmenides' Überlegungen in Wahrheit weder Werden noch Bewegung geben kann, sondern nur unveränderlich beharrendes Sein, das alles erfüllt und ist[2].

Auch Platon – obwohl bestrebt, sich von den Sophisten abzusetzen – geht doch zumindest was die Sichtweise der Sinne anbelangt, mit ihnen zusammen. Er argumentierte, daß die sinnliche Wahrnehmung uns die Dinge nicht so vorführt, wie sie sind, sondern nur in ihrer stets wechselnden Erscheinung. Bildet sich nun der Mensch aufgrund einer größeren Anzahl von Sinneswahrnehmungen eine allgemeinere Vorstellung, so hat dies zwar einen höheren Grad von Wahrscheinlichkeit, das Urteil beruht aber doch noch mehr auf einer Art Überredung durch die Sinne, als auf einem klaren Bewußtsein ihrer Gründe[3]. Dennoch aber war Platon am Studium der Sinne interessiert. Das Auge hielt er – gefolgt vom Gehör – für den

[1] In weiten Teilen beziehe ich mich bei dieser Darstellung auf die Arbeit von Annik Le Guérer über "Die Nase der Philosophen" (1992). Für die Diskussion wurden – neben der weiterhin genannten Sekundärliteratur – aber auch Originaltexte hinzugezogen und bearbeitet.
[2] Vgl. Synnott, Anthony: The Body Social. Symbolism, Self and Society. Routledge, London: 1993, 130f. Störig, Hans Joachim: Kleine Weltgeschichte der Philosophie. Fischer, Frankfurt am Main: 1987, S.132f.
[3] Zur Verdeutlichung seiner Sichtweise des menschlichen Lebens und der menschlichen Erkenntnis entwarf er sein berühmtes "Höhlengleichnis": Menschen, die seit ihrer Geburt in einer Höhle gefangen und gefesselt sind, halten die Schatten draußen vorübergehender Personen und die sonoren Echos ihrer Stimmen für 'real' und nicht für bloße Verzerrungen der Wirklichkeit. Diesem Gefängnis, so Platon, gleicht unser gewöhnliches Dasein; dem bloßen Schatten gleicht unsere Umgebung, so wie sie uns die Sinne zeigen (Vgl. Störig, 1987, S.162).

wichtigsten aller Sinne, sowohl in seiner Bedeutung für die (philosophische) Erkenntnis, als auch in seiner Fähigkeit, ästhetische Genüsse zu vermitteln. Der Geruchssinn aber blieb für Platon zwitterhaft: Da Gerüche von Körpern ausgehen, die im Übergangszustand begriffen und daher unstet sind, wird ihre Wahrnehmung schwierig und die exakte Klassifikation der Gerüche unmöglich. Man könne sie daher nur in zwei Klassen einteilen: die angenehmen und die unangenehmen. Die Gerüche und der Geruchssinn sind also danach zu beurteilen, welche Art von Freuden sie bereiten. Als positiv sind sie zu bewerten, wenn sie ästhetische Genüsse vermitteln, die nicht einem Bedürfnis oder einer Begierde entstammen und die durch ihre Reinheit und Wahrheit der Weisheit und Vernunft nahestehen. Dann rücken auch die Freuden der Nase gleich neben die des Auges und des Ohres. Als negativ aber wird der Geruch beurteilt, wenn seine Wahrnehmung zur Quelle fleischlicher Begierden wird, wenn er zu Wollust und Gefräßigkeit reizt und damit von Erkenntnis und Kontemplation abhält[4].

Im Gegensatz zu Platon nimmt Aristoteles die Fähigkeit der Sinne, richtige Erkenntnisse zu vermitteln, ausdrücklich in Schutz. Er geht sogar davon aus, daß die Sinne als solche den Wahrnehmenden niemals täuschen und daß aller Irrtum nur aus der falschen Unterordnung und Verknüpfung der durch die Sinne gelieferten Daten im Denken entspringt. Dabei unterrichten die Einzelsinne jeweils nur über die Eigenschaften der Dinge, auf die sie sich speziell beziehen: das Auge über Farben, das Ohr über Töne, die Nase über Gerüche usw. Das Zusammenfügen der Daten, die die Einzelsinne erbringen, zu einem Gesamtbild der Wirklichkeit ist das Werk eines besonderen, den Einzelsinnen übergeordneten "Allgemeinsinns", nämlich der Vernunft.
Die heute noch übliche Einteilung in fünf Sinne geht auf Aristoteles zurück. Mit dieser Einteilung entwickelte er gleichzeitig eine Klassifizierung der Sinnesorgane (siehe untenstehendes Schema), nach den Kriterien der Klarheit und Reinheit der gewonnenen Eindrücke, dem Grad der Ausbildungsmöglichkeit, nach ihrer Fähigkeit, Freuden und Genüsse zu vermitteln und schließlich danach, inwieweit sie noch mit dem Animalischen in Verbindung stehen[5].
Die hierarchische Einteilung der Sinne nach Aritoteles gestaltet sich demnach wie folgt:

Sehen	
Hören	menschliche Sinne
Riechen	
Schmecken	animalische Sinne
Fühlen	

An die Spitze dieser Hierarchie setzte er die als spezifisch menschlich gewerteten Seh- und Gehörsinne: Sie vermögen seiner Ansicht nach die ästhetischen Freuden der Schönheit und der Musik auch auf größere Entfernung wahrzunehmen und sind somit – in klarer Abgrenzung zum Animalischen – eine Verbindung zum Göttlichen. Die klarsten Eindrücke vermittele dabei der am höchsten ausgebildete Sehsinn, weshalb er den anderen Sinnen auch immer vorgezogen wird.
Am Ende seiner Sinneshierarchie stehen die als animalisch angesehenen und auf Nähe und Berührung angewiesenen Tast- und Geschmackssinne. Mit ihrer engen Konnotation zur Se-

[4] Vgl. Le Guérer, 1992, S.204ff. Synnott, Anthony: Puzzling over the Senses: From Plato to Marx. In: Howes, David (ed.): The Varieties of Sensory Experience. A sourcebook in the Anthropology of the Senses. University of Toronto-Press, Toronto: 1991 (1991b), 61-76; hier: 62.
[5] Vgl. Störig, 1987, S.180. Synnott, 1993, 132.

xualität und zur Gefräßigkeit können sie keinesfalls mit dem Göttlichen in Verbindung gebracht werden.
Eine Mittelstellung in der Rangskala der Sinne nimmt – angesiedelt zwischen den Fern- und den Nahsinnen – der Geruch ein. Nach Aristoteles' Meinung ist es zwar ein spezifisch menschlicher Sinn, wenngleich auch der geringste, weil er nur zwiespältige und schwer analysierbare Eindrücke vermittelt. Dabei ist die Schwäche unseres Geruchssinns offenbar durch drei Faktoren bedingt: die Unvollkommenheit unseres Riechorgans, die naturgegebene Flüchtigkeit der Geruchsstoffe und der Einfluß der Affekte auf die Geruchswahrnehmung[6].

Die Wirkung der Überlegungen von Platon und Aristoteles auf das Denken späterer Philosophen ist kaum zu überschätzen, wie sich am Beispiel des mittelalterlichen Scholastikers Thomas von Aquin erkennen läßt. Die bis dahin wohl systematischste Analyse des Geruchssinns und der Gerüche, wie sie der heilige Thomas vornimmt, folgt nämlich sehr eng der aristotelischen Sichtweise, die er zudem mit dem christlichen Glauben zu verbinden sucht. Als überzeugter Aristoteliker gibt er auf die Frage, wie überhaupt Erkenntnis gewonnen wird, die gleiche Antwort wie sein Vorbild: allein durch Erfahrung aufgrund der Sinneswahrnehmung. Alles Material der Erkenntnis stammt aus den Sinnen. Da aber die sinnliche Erfahrung uns nur das individuelle Einzelding zeigt, liegt es am Verstand, dieses Material weiterzubilden und die in den Einzeldingen vorhandene Wesenheit zu erkennen. Der Verstand dominiert ebenso selbstverständlich über die Sinne wie der Mensch über das Tier dominiert[7]. Gleich wie Aristoteles lokalisiert auch Thomas den Geruch auf halber Strecke zwischen den edlen und niederen Sinnen. Nur die höheren Sinne sind seiner Ansicht nach in der Lage, die Eigenschaften der "sinnlichen Schönheit" vom ontologischen Rang einer Idee wahrzunehmen. Die niederen, materiellen Sinne aber können weder die Erfahrung der Schönheit vermitteln noch besteht eine Vergeistigungsmöglichkeit wie beim Sehen oder Hören. Werden die Seh- und Hörreize über eine relativ große Entfernung empfunden und geschieht die Rezeption ohne direkten materiellen Kontakt, so kann der Geruchssinn nur bei unmittelbarer Anwesenheit der Objekte Auskunft über deren geruchliche Qualitäten geben. Er kann nicht wie das Auge oder das Ohr auf die Ferne wahrnehmen, sondern er muß sich dem Objekt – auch wenn es noch so abstoßend sein sollte – stark annähern. Die Informationen müssen regelrecht aufgesogen, verinnerlicht werden, und doch bleibt der gelieferte Erkenntnisgewinn nur gering. Diese beim Riechen notwendige Materialität bewirkt, daß Menschen auf Gerüche mit unterschiedlichsten Reaktionen, mit Lust- oder Unlustgefühlen reagieren. Zugleich macht die fehlende geistige Distanz eine intellektuelle und ästhetische Ausbildung des Geruchssinns unmöglich[8].
Wie Barlösius (1991) anmerkt, erfolgte diese Disqualifizierung auch vor dem Hintergrund der für den mittelalterlichen Menschen geltenden Trennung von sinnlichem und geistigem Genuß, wobei letzterer durch intellektuelle Reflexion und nicht von unmittelbaren sinnlichen Empfindungen ausgelöst wird. Der auf den Augenblick gerichtete sinnliche Genuß des Körpers aber lenke vom höheren Genuß, eine geistige Verbindung einzugehen, ab[9]. Lediglich der Auserwählte sei in der Lage, olfaktorische Genüsse wahrzunehmen; die Quintessenz des

[6] Vgl. Le Guérer, 1992, S.205f. Synnott, 1991b, 63-65.
[7] Vgl. Störig, 1987, S.253f. Synnott, 1991b, 68.
[8] Vgl. Le Guérer, 1992, S.214f.
[9] Barlösius, Eva: Über den Geruch. Langfristige Wandlungen der Wahrnehmung, Kontrolle und Gestaltung von Riechendem. In: Kuzmics, Helmut/Mörth, Ingo (Hg.): Der unendliche Prozess der Zivilisation. Zur Kultursoziologie der Moderne nach Norbert Elias. Campus, Frankfurt am Main: 1991, S.243-256; hier S.249.

Geruchs aber sei der Geruch Christi, der im Ritus der Weihrauchverbrennung Gott zum Opfer gebracht werde, der Duft der Weisheit und der Erkenntnis[10].
Sind also der Tast- und der Geschmackssinn auch bei Thomas als animalische und auf das augenblickliche Vergnügen ausgerichtete Sinne vollkommen davon ausgeschlossen, das Wesen Gottes zu erfahren, so kann offensichtlich doch über die Gerüche – sofern sie in gereinigter und vergeistigter Form in Erscheinung treten – der Weg zu Gott gefunden werden. Auch hier wiederum zeigt sich die stark ambivalente Haltung gegenüber dem Geruchssinn: Auf halbem Wege zwischen den niederen und den höheren Sinnen gelegen, ist er zwar notwendig für das menschliche Dasein, er kann genauso gut aber in die Verdammnis führen. Er darf Genüsse vermitteln, aber keine zu starken. Er trägt zur immateriellen Erfahrung von Gottes Herrlichkeit bei, kann aber auch sündhafte Verlockungen und Versuchungen übermitteln. Einzigartig in seiner Bedeutung für die Erfahrung Gottes aber ist auch für Thomas der Gesichtssinn. Seiner Meinung nach kann die Existenz Gottes auf fünf Beweiswegen erfahren und darlegt werden, wobei das Auge an allen dieser Beweisführungen in wesentlich entscheidenderem Maße beteiligt ist als alle anderen Sinne[11]. Die 'scholastische' Funktion der Philosophie, ausschließlich als Werkzeug für theologische Zwecke zu dienen, hatte mit Thomas von Aquin ihren Höhepunkt erreicht: Er gab der philosophisch und kulturell schon längst gefestigten Vormachtstellung des visuellen Sinns seine unumstößliche theologische Fundierung.

Le Guérer (1992) weist darauf hin, daß die philosophischen Auffassungen über den Status des Geruchssinns vom 14. bis ins 16. Jahrhundert nur wenig definiert sind. Während dieser Zeitspanne wütete im Abendland die seit sechshundert Jahren beinahe vergessene Pest, wodurch sich das Nachdenken über den Geruchssinn in dieser Zeit auf die Deutung der furchtbaren Seuche und der mit ihr verbundenen Gerüche beschränkte. Erst mit den Vordenkern der Aufklärung im 17. Jahrhundert, verlor die philosophische Beschäftigung mit den Sinnen allmählich ihren religiösen, moralischen und ethischen Impetus. Ein rationalistischerer, eher praktisch und wissenschaftlich orientierter Diskurs etablierte sich[12].

Die Abwendung von der scholastischen Philosophie zeigt sich sehr deutlich in der nach dem Mechanismus einer Maschine konzipierten Staatstheorie von Thomas Hobbes aus der Mitt des 17. Jahrhunderts. Obwohl die Staatslehre das Kernstück seiner Philosophie ausmacht, war Hobbes doch bestrebt, seine Gedanken in ein großes philosophisches Gesamtbild des Menschen und der Welt einzufügen. Der erste Teil seines Hauptwerks "Leviathan" handelt so auch "Vom Menschen", und bezeichnenderweise trägt das erste Kapitel den Titel "Von den Sinnen". Die hier von ihm dargelegten erkenntnistheoretischen Überlegungen zeigen, daß bei Hobbes die Sinne sowohl die Grundlage wie die Voraussetzung für den Verstand bilden, wobei letzterer wiederum Bedingung ist für das politische und soziale Zusammenleben der Menschen. Denn, so schreibt er: "Wir können uns nichts denken, wenn es nicht zuvor ganz oder zum Teil in einem unserer Sinne erzeugt war"[13]. In gleicher Weise wie Hobbes jegliche religiöse oder metaphysische Begründung der Staatsgewalt ablehnt, befreit er auch die Sinneswahrnehmung von jeder religiösen Konnotation und stellt sie ganz in den Dienst der menschlichen Vernunft bzw. der Frage nach den Bedingungen des sozialen Zusammenlebens im Staat. Hobbes beginnt also seinen Leviathan mit den menschlichen Sinnen, die er nicht weiter differenziert betrachtet oder wertet, und endet, seine Gedanken wie ein Baukastensystem aufeinanderschichtend, schließlich beim ausgeformten Staatsgebilde.

[10] Vgl. Le Guérer, 1992, S.215.
[11] Vgl. Störig, 1987, S.255f.
[12] Vgl. Le Guérer, 1992, S.216.
[13] Hobbes, Thomas: Leviathan. Reclam, Stuttgart: 1980 (1651), S.11.

Ähnlich wie bei Hobbes ist auch das Denken René Descartes' eher rationalistisch und von mechanisch-mathematischen Überlegungen geprägt. Auch er begreift den Menschen als Maschine und alle Wahrnehmung und alles Wirken geschieht letztlich nach diesem Bild auf mechanischem Wege. Dies gilt auch für die Sinne und somit für die Geruchswahrnehmung: Atmet die Maschine Mensch ein, reizen die in der Luft schwebenden Teilchen auf verschiedene Weise die Enden der Riechnerven und erzeugen so unterschiedliche Geruchseindrücke. Die Gerüche ergeben sich aus den physischen Bewegungen in den Dingen, durch die die Nerven erregt werden[14]. Hatte Descartes also relativ konkrete Vorstellungen davon, wie die Sinne funktionieren, so zweifelte er doch stark an der Fähigkeit der Sinne, die Materie überhaupt adäquat aufzufassen und abzubilden. Die Körperwelt existiert seiner Einschätzung nach nicht so, wie sie uns durch die Sinne erscheint. Was uns die Sinne an Qualitäten der Dinge vermitteln, wie Farbe, Ton, Geschmack, Geruch, Wärme oder Weichheit, das genügt dem Descartes'schen Anspruch nach Klarheit und Deutlichkeit nicht. Die sinnliche Erfahrung schätzt er, ebenso wie andere Denker des rationalistischen Zeitalters, als zu wechselhaft und unklar ein. Nur das, was der Prüfung durch den Geist stand hält, was der denkende Verstand in völlig durchsichtigen, rationalen und mathematischen Begriffen ausdrücken kann, zählt als vollgültige Erkenntnis. Aus der antiken Philosophie übernimmt Descartes jene Sinneshierarchie, in der der Geruch eine mittlere Stellung einnimmt. Er ist zwar weniger grob als der Geschmack und der Tastsinn, aber er ist dennoch nicht so ausgefeilt wie das Gehör oder gar der Sehsinn. Keinen Zweifel aber läßt Descartes daran, daß das Auge für wissenschaftliches Arbeiten das beste Instrument ist. Diese Sichtweise der Sinne verfestigte sich in der Folgezeit noch mehr[15].

Die schon bei den antiken Philosophen vorhandene und von den Vordenkern derAufklärung fortgeschriebene Disqualifizierung und Diskreditierung des Geruchssinns erfährt im Europa der Aufklärung ihren Höhepunkt. Die Verbannung des Geruchs aus der Sphäre der Wissenschaft, ja seine ihm diagnostizierte Aufklärungs- und Wissenschaftsfeindlichkeit geht einher mit der Verstärkung der Dimension des Blickes innerhalb der politischen Ökonomie der Sinne. Die Gerüche, die so schwer zu messen, zu benennen und zu reproduzieren sind, entziehen sich den nun favorisierten wissenschaftlichen Methoden: im Kult der exakten Wissenschaften, der Geometrisierung des Kosmos, der unerschütterlichen Logik der Zahlen und der kalten Geometrie der Formen hat der Geruchssinn keinen Platz mehr.

Sehr anschaulich verdeutlicht sich diese neue Theorie der Sinnlichkeit bei Étienne de Condillac. Um aufzuzeigen, welche Bedeutung jedem Sinn beim Erwerb der Erkenntnis zukommt und um auf diese Weise die Entstehung des Wissens nachzeichnen zu können, verwendet Condillac eine ganz besondere didaktische Vorgehensweise: In seiner "Abhandlung über die Empfindungen" lädt er den Leser ein, sich ganz in eine Marmorstatue hineinzuversetzen, die der Autor nach und nach zum Leben erwachen läßt, indem er ihr sukzessiv die fünf Sinnesorgane verleiht. In der Folge beschreibt Condillac, wie sich die Wahrnehmungs- und Interpretationsfähigkeit sowie die Reaktionen der Statue auf ihre Umwelt mit jedem neu hinzukommenden Sinn und in dem sich daraus ergebenden Zusammenspiel der Sinne verändert. Condillac beginnt seine Prozedur mit jenem Sinn, von dem er meint, daß er am geringsten bei der Erkenntnis- und Wissenserlangung beteiligt ist: "Wir glaubten, mit dem Geruchssinn beginnen zu müssen, da dieser von allen Sinnen am wenigsten zu den Kenntnissen des menschlichen Geistes beizutragen scheint." Bliebe die Statue auf diesen unterent-

[14] Eine Vorstellung über die Umsetzung von Geruchsempfindungen, die sich – wie gezeigt – schon bei Lucretius Carus finden läßt und die auch für sehr viel spätere naturwissenschaftliche Theorien noch Gültigkeit haben wird (Vgl. hierzu die Ausführungen in Kapitel IV.1).

[15] Vgl. Störig, 1987, S.317f. Le Guérer, 1992, S.219f. Synnott, 1991b, 70.

wickelten Sinn beschränkt, so hat sie keine Vorstellung von der Materie; sie verbleibt nach Condillacs Ansicht im tierischen Zustand, im Zustand der niedrigsten Art. Er schreibt: "Unsere auf den Geruchssinn beschränkte Statue kann uns eine Vorstellung von der Klasse von Wesen geben, deren Kenntnisse in den engsten Grenzen bleiben"[16]. Die auf den Geruchssinn beschränkte Statue ist voll und ganz Geruch. Keine Distanz schützt sie davor, sie ist die Sache selbst, sie verbleibt, wenn nicht schon als bloßes Geruchstier, so zumindest doch als olfaktorische Statue unter den schlechtesten, nämlich unwissendsten Bedingungen.
Dies bedeutet – wie Laporte (1991) anmerkt – den Absturz, den Niedergang des Geruchssinns in der Hierarchie der Sinne. Doch es bleibt nicht bei der Verbannung des Geruchssinns aus der Erkenntnis, er wird zudem bei den nachfolgenden Denkern auch aus der Ästhetik ausgeschlossen[17].

Auch in der Philosophie von Kant spielte der Geruchssinn eine untergeordnete, der Erkenntnis kaum dienliche Rolle. Kant setzte aber nicht nur die Erkenntnisfähigkeit des Geruchssinns herab, sondern er betrieb – worauf auch Corbin hinweist – "seine ästhetische Disqualifizierung"[18]. Innerhalb seiner Ästhetik wird der Geruch nicht diskutiert, in seiner Definition des Schönen läßt er ihn unbeachtet: Das Schöne hat keinen Geruch[19].
Eng verwandt dem Geschmack, stellt der Geruchssinn einen der Nahsinne dar, die auf chemische und daher "innig einnehmende Weise" auf die Objekte der Umgebung einwirken. Zwischen diesen Sinnen und ihren Objekten liegen keine oder nur geringe Distanzen, und den Kontakt, den sie herstellen, ist wieder ein chemischer, denn er beruht auf dem Überströmen von Flüssigkeiten oder Gasen. Sie geben aber keinerlei Auskunft über die Eigenschaften der äußeren Gegenstände und tragen daher auch kaum zur Erkenntnis durch Erfahrung bei – was ihnen fehlt, ist die nötige Distinktionskraft zur objektiven Urteilsfindung[20]. Die Rückwirkung auf den Menschen ist daher subjektiv gefärbt, denn die "Art, wie das Subjekt sich affiziert fühlt, kann ganz verschieden sein". Deshalb sind Geruch und Geschmack auch "Sinne des Genusses" und nicht der Wahrnehmung, wie etwa "Betastung", Gesichts- und Hörsinn. Letztere ordnet Kant dem "oberen Erkenntnisvermögen" zu, da sie zur "Erkenntnis der äußeren Gegenstände" beitragen. Daher sind sie aus seiner Perspektive objektiv und in der Lage, ästhetische Urteile von universeller Gültigkeit zu fällen[21].
In seiner Sinneshierarchie, die zugleich von empiristischen und rationalistischen Auffassungen ausgeht, kommt den Nahsinnen daher eine untergeordnete Stellung zu; wenngleich der Geschmack dabei noch vor dem Geruchssinn rangiert. Zwar sind beide Sinne eng miteinander verwandt, doch die Gerüche – gleich welcher Art – werden im Gegensatz etwa zu Speisen meistens unfreiwillig aufgenommen, man kann ihnen nicht ausweichen und es gibt für sie auch kein dem Erbrechen ähnliches Wiederausstoßen, was es schwer macht, sich ihrer Aufdringlichkeit und dem durch sie hervorgerufenen Ekel zu entziehen. Kant schreibt:

> "Geruch ist gleichsam ein Geschmack in der Ferne, und andere werden gezwungen, mit zu genießen, sie mögen wollen oder nicht, und darum ist er als der Freiheit zuwider weniger gesellig als der Geschmack, wo unter vielen Schüsseln und Bouteillen der Gast eine nach seiner Behaglichkeit wählen kann, ohne daß andere genötigt werden, davon mit zu genießen"[22].

---

[16] Condillac, Étienne de: Abhandlung über die Empfindungen. Meiner, Hamburg: 1983, S.2.
[17] Vgl. Laporte, Dominique: Eine gelehrte Geschichte der Scheiße. Frankfurter Verlagsanstalt, Frankfurt am Main: 1991, S.91f. Le Guérer, 1992, S.223f.
[18] Corbin, 1988, S.16.
[19] Vgl. Laporte, 1991, S.93.
[20] Vgl. Le Guérer, 1992, S.232f.
[21] Kant, Immanuel: Anthropologie in pragmatischer Hinsicht. In: Gesammelte Schriften, Bd.7. Reimer, Berlin: 1917, S.158.
[22] Kant, 1917, S.158f.

Doch sein abschließendes Urteil über den Geruchssinn ist gänzlich vernichtend:

> "Welcher Organsinn ist der undankbarste und scheint auch der entbehrlichste zu sein? Der des Geruchs. Es belohnt nicht, ihn zu cultivieren oder wohl gar zu verfeinern, um zu genießen; denn es giebt mehr Gegenstände des Ekels (vornehmlich in volkreichen Örtern), als der Annehmlichkeit, die er verschaffen kann, und der Genuß durch diesen Sinn kann immer auch nur flüchtig und vorübergehend sein, wenn er vergnügen soll. – Aber als negative Bedingung des Wohlseins, um nicht schädliche Luft (den Ofendunst, den Gestank der Moräste und Äser) einzuathmen, oder auch faulende Sachen zur Nahrung zu brauchen, ist dieser Sinn nicht unwichtig"[23].

Zur Ablehnung des Geruchssinns aus der erkenntnistheoretischen und der ästhetischen Perspektive gesellt sich bei Kant also zusätzlich noch eine antisoziale Komponente: Gerüche jeglicher Art wirken der Freiheit und der Geselligkeit entgegen, indem sie in ihrer Aufdringlichkeit Ekel, Abstoßung und Konflikte evozieren. Und dies "vornehmlich in volkreichen Örtern", also dort, wo das gemeine Volk sich aufhält.
Verstärkt wird dieser Effekt noch durch die Unmöglichkeit, sich dem sinnlichen Eindruck einer solchen geruchlichen Belästigung zu entziehen; im Gegenteil, mit jedem Atemzug wird man sich der Ausdünstungen aufs neue bewußt. Und da der Geruch auf "innig einnehmende Weise" auf die Objekte seiner Umgebung einwirkt, besteht die Gefahr, daß mit der Wahrnehmung immer auch Partikel des Gegenstandes in das Subjekt aufgenommen werden. Damit steht der fremde Geruch unterschwellig im Verdacht, mit dem Atem einen der wichtigsten Lebensnerven, den Sauerstoff, zu verderben.
Die einzig nützliche und wirklich ernstzunehmende Bedeutung haben demzufolge die Nahsinne und insbesondere der Geruchssinn nur dahingehend, daß sie helfen, die Aufnahme schädlicher Luft oder verdorbener Speisen zu vermeiden.
Dieses herablassende Urteil nimmt selbst innerhalb der Geschichte der Philosophie eine herausragende Position ein: Kein anderer Philosoph vor Kant äußerte sich derart vernichtend über den Geruchssinn, und nach ihm urteilte lediglich noch Hegel mit vergleichbarer Härte[24].

Auch Hegel verbannte den Geruch als Sinn des materiellen Genusses aus seiner Ästhetik:

> "Das Sinnliche der Kunst (bezieht sich) nur auf die beiden *theoretischen* Sinne des *Gesichts* und *Gehörs*, während Geruch, Geschmack und Gefühl vom Kunstgenuß ausgeschlossen bleiben. Denn Geruch und Gefühl haben es mit dem Materiellen als solchem und den unmittelbar sinnlichen Qualitäten desselben zu tun; [...] Aus diesem Grunde können es diese Sinne nicht mit dem Gegenstand der Kunst zu tun haben, welche sich in ihrer realen Selbständigkeit erhalten sollen und kein nur sinnliches Verhältnis zulassen. Das für diese Sinne angenehme, ist nicht das Schöne der Kunst"[25].

Interessant aber ist die physiognomisch motivierte Begründung für diesen Ausschluß. Hierzu übernimmt Hegel die schon klassische Trennung von niederen und höheren Sinnen, mittels der er dann die Bedeutung und den Stellenwert der Sinne innerhalb der tierischen und der menschlichen Biologie erklärt.
Entscheidend für ihn ist die Stellung der Sinnesorgane im Gesicht. Die spezifische Kopfform beim Tier verweist schon auf die Bedeutung und die Vorrangstellung des Maules, das in er-

---

[23] Kant, 1917, S.159.
[24] Zur herausragenden Bedeutung des Urteils Kants über die niederen Sinne innerhalb der Philosophie vgl. auch: Mayer, Matthias: Empfindung und Erkenntnis. Bemerkungen zu Geruch und Geschmack als vernachlässigte Gegenstände der Philosophie. In: Barkhaus, Annette et al.: Identität, Leiblichkeit, Normativität. Neue Horizonte anthropologischen Denkens. Suhrkamp, Frankfurt am Main: 1996, S. 197-212.
[25] Hegel, Georg Wilhelm Friedrich: Ästhetik. Band I. 2. Aufl. Europäische Verlagsanstalt, Frankfurt am Main: 1955, S.48f. Hervorhebungen im Original.

ster Linie zur Befriedigung materieller Genüsse dient. Die anderen Organe sind diesem nur angelagert; dienen und helfen ihm bei seiner dominierenden Funktion. Hieraus ergibt sich die spezielle Rangfolge der Sinne bei den Tieren: Das Maul, als das grundlegende Werkzeug zum Überleben, die Nase, als sein bedeutsamstes Hilfsmittel und schließlich das Auge, das zwar auch bei der Futtersuche unterstützend wirkt, dem aber im Vergleich zur Nase eine nur untergeordnete Rolle zukommt. Gehör und Tastsinn werden in diesem Zusammenhang von Hegel nicht diskutiert. Die Physiognomie des Tieres ist also gänzlich gezeichnet durch praktische und materielle Bedürfnisse und indiziert dadurch schon die große Distanz zu Geist und Verstand:

> "In der Kopfbildung der Tiere ist das Hervorragende das Maul, als Freßwerkzeug [...] Diesem Hauptorgan sind die übrigen Organe nur als dienend und behilflich beigegeben. Vornehmlich die Nase, zum Herumschnuppern nach Nahrung; untergeordneter das Auge zum Spähen. Das Ausdrückliche Hervortreten dieser dem Naturbedürfnis und den Befriedigungen desselben ausschließlich gewidmeten Formationen gibt dem Kopf den Ausdruck bloßer Zweckmäßigkeit für die Naturfunktionen, ohne alle geistige Idealität"[26].

Beim Menschen aber, so argumentiert Hegel, ist sowohl die Biologie der Sinne wie auch ihre Hierarchie eine gänzlich andere. Die Beziehung des Menschen zu den Dingen ist keine rein materielle, sondern vielmehr eine geistige, ideelle bzw. theoretische; dies wiederum offenbart sich schon in der spezifisch menschlichen Physiognomie. Es ist die ideale Form des menschlichen Kopfes, die allein schon den Sieg des Denkens über das bloße Natürliche symbolisiert:

> "Soll nun das menschliche Antlitz schon seiner leiblichen Gestalt nach ein geistiges Gepräge haben, so müssen diejenigen Organe, welche beim Tier als die bedeutendsten erscheinen, beim Menschen zurücktreten und denen Platz machen, die nicht auf ein praktisches, sondern auf ein *theoretisches*, ideelles Verhältnis deuten"[27].

Das menschliche Gesicht besteht demnach aus zwei gegensätzlichen Teilen: dem oberen, "theoretisch geistigen", das ist die Stirn mit Augen und Ohren, und dem unteren, der hauptsächlich aus dem Mund besteht, nämlich dem "praktischen Organ zur Nahrungsaufnahme". Die Bedeutung des Mundes als Kommunikationsmittel ließ Hegel in diesem Zusammenhang völlig außer Acht. Sehr viel mehr Aufmerksamkeit widmete er der Nase, die seiner Ansicht nach mit ihrer strategischen Lage zwischen den beiden Teilen des Gesichts eine verbindende Funktion einnimmt. Die Ambivalenz des Geruchssinns und die Zwiespältigkeit der durch ihn vermittelten Eindrücke offenbart sich allein schon auf der Ebene der Anatomie. Die Nase liegt an der Nahtstelle zwischen der geistigen und der materiellen Zone der natürlichen Sinne. Ihr fehlt aber die eigene Souveränität, die Autonomie, denn sie wird je nach Lage der Dinge von der jeweils stärkeren Seite annektiert[28]. Deshalb verweist Hegel den Geruchssinn unter die praktischen Sinne, die keine uneigennützige ästhetische Haltung einnehmen und sich nur mit dem Materiellen auseinandersetzen können: der Geruchssinn ist mit den Interessen der Kunst und des Geistes nicht zu vereinbaren.
Auch Hegel verweist den Geruch somit auf die unterste Stelle der von ihm entworfenen Rangordnung der vier menschlichen Sinne – weder der Tastsinn noch die Haut als sensorisches Organ finden bei ihm Berücksichtigung. Als Sinn des rein materiellen Genusses kann die Nase eine ästhetische Haltung überhaupt nur dann einnehmen, wenn sie vom Verstand

[26] Hegel, 1955, Band II, S.111.
[27] Hegel, 1955, Band II, S.112. Hervorhebung im Orginal.
[28] Vgl. Hegel, 1955, Band II, S.113.

gelenkt wird und sich damit ihrer primären und naturgemäßen Funktion – nämlich dem Riechen – entledigt[29].

Lag für Hegel die klare Trennlinie zwischen Mensch und Tier noch in der Hierarchie der Sinne, nämlich in ihrer jeweils umgekehrten Bedeutung von Auge und Mund, so war für Karl Marx eine solch eindeutige Differenzierung problematisch. Die Vergleichbarkeit von Mensch und Tier in der kapitalistischen Gesellschaft hatte für Marx weniger mit einer Hierarchie der Sinne zu tun, als vielmehr mit den entmenschlichenden Arbeits- und Produktionsbedingungen des Kapitalismus. Marx kritisierte an Hegels Philosophie ihre Abstraktheit und ihren Idealismus. Der Mensch aber müsse nicht als abstraktes Wesen betrachtet werden, sondern konkret in seiner sozialen Umwelt, und das heißt vor allem: als arbeitendes Lebewesen. Der Mensch ist "das Tier, das sich selbst produziert", und die Stufe der Menschlichkeit in diesem Sinne variiert bzw. ist abhängig von der Stellung zu den Produktionsmitteln. In der Arbeit schafft sich der Mensch ein Äußeres, er vergegenständlicht sein eigenes Wesen. Gerade der Arbeiter im kapitalistischen System aber ist dieser Möglichkeiten beschnitten; er ist daran gehindert, sein menschliches Wesen und seine wahre Bestimmung – die Freiheit – zu verwirklichen. Die Entfremdung in den Arbeitsbedingungen bewirkt schließlich die Entmenschlichung des Proletariats, das nur in sehr eingeschränkter Weise die Möglichkeit hat, sich über die Arbeit selbst zu produzieren, zu reproduzieren, und sich damit nur in einem gewissen Grad vom tierischen Zustand zu entfernen. Dies hat entsprechende Auswirkungen auf die sinnliche Wahrnehmung:

> "...erst durch den gegenständlich entfalteten Reichtum des menschlichen Wesens wird der Reichtum der subjektiven menschlichen Sinnlichkeit, wird ein musikalisches Ohr, ein Auge für die Schönheit der Form, kurz, werden erst menschlicher Genüsse fähige Sinne, Sinne, welche als menschliche Wesenskräfte sich bestätigen teils erst ausgebildet, teils erst erzeugt. Denn nicht nur die 5 Sinne, sondern auch die sogenannten geistigen Sinne, die praktischen Sinne (Wille, Liebe etc.), mit einem Wort der menschliche Sinn, die Menschlichkeit der Sinne, wird erst durch das Dasein seines Gegenstandes, durch die vermenschlichte Natur. [...] Für den ausgehungerten Menschen existiert nicht die menschliche Form der Speise, sondern nur ihr abstraktes Dasein als Speise; ebensogut könnte sie in rohster Form vorliegen, und es ist nicht zu sagen, wodurch sich diese Nahrungstätigkeit von der tierischen Nahrungstätigkeit unterscheide[30].

In Marx' Auseinanddersetzung mit den Sinnen sind somit fast keine Berührungspunkte mit anderen Philosophen zu erkennen. Auf die Sinne im einzelnen kommt er nicht zu sprechen. Damit läßt er sich weder auf die Diskussion ein, welche Sinne als moralisch gut bzw. als verwerflich einzustufen sind, noch macht er sich Gedanken darüber, welche kognitive Bedeutung sie haben bzw. in welcher hierarchischen Rangfolge sie zu ordnen sind. Völlig ohne Belang ist für ihn auch die bei den bisherigen Denkern so wichtige Frage, welche Sinne als animalisch und welche als genuin menschlich einzustufen sind. Für Marx, so scheint es, sind die Sinne unter allen Aspekten völlig gleichwertig. Es ist lediglich die Qualität ihrer Wahrnehmung, die bei den Gesellschaftsmitgliedern differiert; sie nämlich hängt ab von den realen materiellen Lebensbedingungen, von der sozialen Lage, d.h. letztlich von der Stellung im kapitalistischen Produktionsprozess, und dies bedeutet für Marx konkret: von der Eingebundenheit bzw. der Distanz zu den entfremdenden Arbeitsbedingungen[31].

---

[29] Vgl. Le Guérer, 1992, S.234f.

[30] Marx, Karl: Der Mensch eignet sich sein allseitiges Wesen allseitig an. In: Marx, Karl/Engels, Friedrich: Über Literatur und Kunst. Europäische Verlagsanstalt, Frankfurt a.M.: 1968, S.116-120; hier: S.119f.

[31] Vgl. Synnott, 1991b,73-75.

Fast schon radikal im Vergleich zur Disqualifizierung des Geruchssinns bei Kant und Hegel bzw. zur nivellierenden Position von Marx, ist die Aufwertung der Sinne allgemein und insbesondere der Nase durch Friedrich Nietzsche[32].
Die Aufwertung des Geruchssinns wird hier zum Instrument einer Kritik der idealistischen Philosophie und der Religion. Beide verachten den Leib, das Tierische und die Instinkte, sie proklamieren nach Nietzsches Meinung verlogene Ideen von einer "reinen Vernunft", einer "absoluten Geistigkeit", und einer "Erkenntnis an sich", die alle von der fleischlichen Hülle unabhängig sind. Die Sinne sind für die idealistischen Philosophen nicht nur unmoralisch, sie betrügen auch den Menschen über die wahre Welt. Für diese philosophische Denkungsart gilt:

> "... loskommen von dem Sinnentrug [...] Neinsagen zu allem, was den Sinnen Glauben schenkt, zum ganzen Rest der Menschheit [...] Philosoph sein, Mumie sein, den Monotono-Theismus durch eine Totengräbermimik darstellen! – Und weg vor allen Dingen mit dem Leibe, dieser erbarmungswürdigen idée fixe der Sinne!"[33].

Diese Körperfeindlichkeit aber greift Nietzsche an, er lehnt es ab, den Leib wie einen Feind zu behandeln. Vielmehr ist er davon überzeugt, daß das Bewußtsein, die Vernunft und der Intellekt nur eine Oberfläche sind, nur die Diener des Willens: "Der »reine Geist« ist eine reine Dummheit: rechnen wir das Nervensystem und die Sinne ab, die »sterbliche Hülle«, so verrechnen wir uns – weiter nichts!"[34].
Gerade das Christentum ist in diesem Zusammenhang für Nietzsche der Inbegriff aller Verkehrung von natürlichen Werten. Es ist die Widernatürlichkeit schlechthin, denn es war von Beginn an der Todfeind der Natürlichkeit, der Sinne, der Sinnlichkeit und der Freude:

> "Nachdem erst der Begriff »Natur« als Gegenbegriff zu »Gott« erfunden war, mußte »natürlich« das Wort sein für »verwerflich« – jene ganze Fiktions-Welt hat ihre Wurzel im Haß gegen das Natürliche (– die Wirklichkeit! –), sie ist der Ausdruck eines tiefen Mißbehagens am Wirklichen [...] Das Übergewicht der Unlustgefühle über die Lustgefühle ist die Ursache einer fiktiven Moral und Religion: ein solches Übergewicht gibt aber die Formel ab für décadence ..."[35]

Nach Nietzsches Ansicht erlaubt der menschliche Erkenntnisapparat nur Abstraktionen und Vereinfachungen, weil er gar nicht auf 'Erkenntnis' eingerichtet ist. Dabei wird die Rolle des Bewußtseins oft maßlos überschätzt, denn das meiste geht ohne Bewußtsein vor sich und der Instinkt "ist unter allen Arten der Intelligenz, die bisher entdeckt wurden, der intelligenteste"[36].
Erkenntnis und Instinkt, d.h. Sinnestätigkeit, hängen also bei Nietzsche auf eigentümliche Weise zusammen:

> "Wir besitzen heute genau so weit Wissenschaft, als wir uns entschlossen haben, das Zeugnis der Sinne anzunehmen [...] Der Rest ist Mißgeburt und Noch-Nicht-Wissenschaft: will sagen Metaphysik, Theologie, Psychologie, Erkenntnistheorie"[37].

Und noch dazu scheint es, daß der natürlichste und animalischste aller Sinne auch die höchsten Erkenntniswerte liefert. Nietzsche glaubt an eine offenbar starke Verbindung zwischen

---

[32] Vgl. Le Guérer, 1992, S.238-242.
[33] Nietzsche, Friedrich: Götzen-Dämmerung. In: Werk in zwei Bänden. Band II. Hanser, München: 1990 S. 337.
[34] Nietzsche, Friedrich: Der Antichrist. In: Werk in zwei Bänden. Band II. Hanser, München: 1990, S.495.
[35] ebenda.
[36] ebenda.
[37] Nietzsche, Götzen-Dämmerung, 1990, S.338.

Geruch und Erkenntnis, ja er wählt die Nase sogar zu seinem schärfsten wissenschaftlichen Beobachtungsinstrument:

> "Und was für feine Werkzeuge der Beobachtung haben wir an unseren Sinnen! Die Nase zum Beispiel, von der noch kein Philosoph mit Verehrung und Dankbarkeit gesprochen hat, ist sogar einstweilen das delikateste Instrument, das uns zu Gebote steht: es vermag noch Minimaldifferenzen der Bewegung zu konstatieren, die selbst das Spektroskop nicht konstatiert"[38].

Der Geruchssinn ist für Nietzsche der Sinn der Wahrheit, weil er nicht aus dem von den körperlichen Affekten losgelösten, vergeistigten und daher trügerischen Intellekt schöpft, sondern aus den sicheren Quellen des tierischen Instinkts. Die Nase ist das Organ zur intuitiven Erkenntnis von Wirklichkeit, denn der Geruchssinn durchschaut die Illusion und entthront die aus dem Kampf gegen den Instinkt entstandene kalte Logik der "Formal-Wissenschaft und Zeichen-Lehre: wie die Logik und jene angewandte Logik der Mathematik. In ihnen kommt die Wirklichkeit gar nicht vor, nicht einmal als Problem"[39].

An dieser Stelle ist der Überblick über die philosophische Sichtweise und Bewertung der Sinne bzw. des Geruchssinns fast abgeschlossen. Es hat sich gezeigt, daß die Bemühungen der abendländischen Philosophie vor allem darin liegen, die ontologischen, kognitiven, moralischen, ästhetischen und ethischen Aspekte des Geruchssinns zu beurteilen. Die Antworten der Denker haben unterschiedliche Schwerpunktsetzungen, variieren im Detail, ja sie erscheinen an einigen Stellen sogar widersprüchlich und miteinander unvereinbar. Dennoch läßt sich eine Grundtendenz in der Argumentation erkennen: Werden die Sinne bzw. wird der Geruchssinn diskutiert, so erscheinen unweigerlich Gegensatzpaare, die sich wie folgt veranschaulichen lassen:

Tier:	Mensch:
- Instinkt	- Verstand, Intellekt, Geist
- Nähe zur Materie	- Nähe zu Gott
(Berührung, Gefräßigkeit, Sexualität)	(Vergeistigung, Kontemplation)
- Bedürfnis	- Ästhetik
- (Sinnes-)Täuschung	- Wahrheit
Unwissenheit	Erkenntnis
Subjektivität	Objektivität

Die Trennung dieser beiden Pole, die für die Philosophen so wichtige Ablösung und Verwerfung des Materiellen und Animalischen bei gleichzeitiger Hinwendung zum Metaphysischen respektive zum Göttlichen, läßt sich auch anhand der Sinne nachzeichnen: Sie stehen mit ihren unterschiedlichen Möglichkeiten, Fähigkeiten und Anlagen immer in der Nähe einer der beiden Extreme. Bezeichnenderweise aber haben viele Denker Probleme mit der exakten Lokalisierung der Nase. Aufgrund ihres zwitterhaften und uneindeutigen Charakters wird ihr zwar gelegentlich eine Mittelstellung zwischen den niederen und den höheren Sinnen zugewiesen, doch ist die grundsätzliche Tendenz wiederum eindeutig: dem Geruch bleibt bei allen Denkern die Nähe zum Animalischen und zum Instinktgesteuerten erhalten, was letztendlich seine Disqualifizierung im Vergleich zu den anderen Sinnen und die Dis-

[38] ebenda.
[39] ebenda.

kreditierung seiner intellektuellen, ästhetischen und erkenntnistheoretischen Bedeutung nach sich zieht.
Die philosophische Argumentation gegen den Geruchssinn, seine gerade in dieser Disziplin so einhellig betriebene und für die Wissenschaft insgesamt so folgenreiche Abwertung und Zurückweisung, bediente sich zunächst religiöser Motive und seit der Aufklärung wissenschaftlicher Methoden. Erst Marx, der den Philosophen vorwarf, die Welt nur auf verschiedene Weise interpretiert, sie aber dadurch nicht verändert zu haben, und der sich gegen den hegelianischen Idealismus und seine Abstraktheit abgrenzen wollte[40], gelingt durch die Betrachtung der realen Probleme und Lebensumstände der Menschen eine unvoreingenommene, eine neutrale, leider aber auch eine nivellierende und undifferenzierte Sichtweise der Sinne.
Eine weitere Ausnahme und damit eine echte Gegenposition zur philosophischen 'Einheitslinie' scheint sich außerdem bei Nietzsche zu finden, der ja gerade mit der überkommenen Tradition brechen wollte und der deshalb genau jenes Muster der Trennung zwischen animalischem Instinkt und menschlichem Intellekt aufzubrechen versuchte. Dennoch entsteht der Eindruck, daß auch bei ihm nicht ernsthaft der Versuch einer Rehabilitierung unternommen wird, sondern daß der Geruchssinn als Versinnbildlichung des Animalischen schlechthin vielmehr als ein beliebiges Mittel, als Waffe, instrumentalisiert wird im Kampf gegen die von Nietzsche verachtete idealistische Philosophie und die christliche Religion. Und es ist gerade dieser vermeintliche Versuch einer Aufwertung der verachteten niederen Sinne, der ihre geringe Stellung wieder offensichtlich werden läßt und sie letztlich weiter festschreibt.

Wie sehr die Sichtweise von Marx und Nietzsche eine Ausnahme darstellen und wie tief das seit Jahrhunderten fortgeschriebene Urteil über die Sinne verwurzelt ist, soll zuletzt noch an der Position von Helmuth Plessner verdeutlicht werden. In seiner philosophischen "Anthropologie der Sinne" stellt er zunächst fest: "Eine Beschäftigung mit den Sinnen in philosophischer Absicht liegt heute nicht im Blickfeld der philosophischen Interessen"[41]. Die Gründe hierfür sind für ihn offensichtlich: "gegen die Auffassung der Sinne als Erkenntnisquelle ist nichts einzuwenden" und an "der Funktionsfähigkeit der entsprechenden Organe ist nicht zu zweifeln"[42]. An diese Feststellung schließt sich der schon von anderen Philosophen bekannte Vergleich zur Tierwelt an: "Überdies kennen wir solche Organe bei Mensch und Tier. Sie informieren den Organismus über seine Umgebung und ihn selber, die Lage in der er sich befindet und die er eventuell empfindet". Mit ebenso strukturtheoretischer Argumentation und funktionalistisch geprägter Terminologie stellt Plessner dann auch seine Hierarchie der Sinne vor:

> "Ein Organismus bietet sich nun einmal als eine Planeinheit an. Dies kommt nicht nur als anatomischer Bauplan, als System von Funktionen, sondern in seinem Verhalten zu seiner Umwelt zum Ausdruck. Bauplan, Funktionsplan und Umwelt passen zueinander, d.h. sie legen einen gewissen Rahmen fest, in den sich die Sinnesorgane einfügen. So werden lichtempfindliche Organe der vorwegnehmenden Orientierung als Fernsinne dienen, Tast- und Druck-Rezeptoren Nahsinne sein, Riech- und Schmeck-Apparate eine gewisse Mittelstellung zwischen beiden einnehmen, wichtig für Nahrungssuche und Sexualprozesse"[43].

---

[40] Marx, Karl: Die Frühschriften. Kröner, Stuttgart: 1971, S.341.
[41] Plessner, Helmuth: Anthropologie der Sinne. In: ders.: Philosophische Anthropologie. Fischer, Frankfurt am Main: 1970, S.187-252; hier: S.189.
[42] ebenda.
[43] Plessner, 1970, S.193.

Obwohl dem Geruchssinn hier noch eine Mittelstellung – obgleich mit primitiver und animalischer Funktion – zugewiesen wird, offenbart sich in Plessners weiteren Ausführungen seine untergeordnete Bedeutung:

> "Für die Sinneswahrnehmungen bzw. Empfindungen, vor allem die sogenannten niederen, Tasten und Riechen, aber auch den Schmerz, gilt die Abhängigkeit vom Verstehen nicht oder nur in geringem Maße. Oder wie Straus sagt: »In der Familie der Sinne hat der Geruch – das Tasten nimmt er aus – die Rechte des Erstgeborenen verloren. Gesicht und Gehör übernehmen die Herrschaft«"[44].

Auch hier wird also wieder auf die Ferne des Geruchssinns zum Intellekt und Verstand verwiesen; konsequenterweise diskutiert Plessner dann in seiner sich anschließenden "Ästhesiologie der Sinne" auch ausschließlich die Seh- und Hörorgane.

[44] Plessner, 1970, S.201.

2. Die Gerüche der anderen – Der Geruchssinn in Anthropologie und Ethnologie

Auch in der anthropologischen Forschung stellen die Sinne keineswegs einen Hauptgegenstand dar, sondern bilden lediglich einen kleinen Teilbereich innerhalb einer eher ethnologisch ausgerichteten Anthropologie. Bis heute gibt es nur eine geringe Anzahl von Forschern, die sich beim Studium fremder Gesellschaften eingehender mit der Bedeutung der Sinne und speziell der des Geruchssinns für die jeweilige Kultur auseinandergesetzt haben.
Die erste systematische Untersuchung der Sinne überhaupt beginnt in dieser Disziplin kurz vor der Jahrhundertwende: In einer Zeit, in der die Anthropologie noch hauptsächlich damit beschäftigt ist, die Natur des Menschen bzw. die Unterschiede zwischen den Völkern und Rassen auf der Grundlage naturwissenschaftlicher Vermessungen und Berechnungen der Anatomie zu eruieren (Anthropometrie), werden auch die Sinnesorgane der zu erforschenden Menschen zunächst in dieser Hinsicht überprüft und ausgemessen[45].
Erst mit der allmählichen Loslösung der Ethnologie von der Anthropologie als rein naturwissenschaftlicher Betrachtungsweise des Menschen, rücken die Gebräuche, die Sitten und Institutionen der Völker in den Mittelpunkt. Mit der neuen Zielsetzung einer Sozialanthropologie, das Wesen und die Struktur der Kulturen zu untersuchen, wird nun auch den Sinnen und dem Umgang mit Gerüchen erste Aufmerksamkeit geschenkt – wenn auch, wie Classen et al. (1994) anmerken, noch unter stark ethnozentristischen Vorzeichen:

> "In the late nineteenth- and early twentieth-century [...] there was significant interest among anthropologists in describing the olfactory practices of non-Western cultures; but this was not with the purpose of elevating the sense of smell, but rather of devaluing the peoples who so elaborated it. A higher olfactory consciousness in non-European cultures was taken as one more proof of their lower status on the evolutionary scale of civilization"[46].

So wird auch bei den Klassikern der ethnologischen Forschung wie Malinowski (1929), Radcliffe-Brown (1933), Benedict (1955), und Lévi-Strauss (1964) ansatzweise auf die Gerüche eingegangen. Sie werden am Rande erwähnt, dienen als Beispiel zur Veranschaulichung oder werden in Bezug auf andere Analysegegenstände diskutiert. Deshalb attestierte Gell (1977) der anthropologischen Forschung bis dato: "... the olfactory domain is one of the least explored aspects of human symbolic experience, but not, for that reason, one of the least significant".
Erst in der neueren und neuesten ethnologischen bzw. ethnographischen Forschung von z.B. Gell (1977), Howes (1987, 1991), Almagor (1987, 1990) und Classen (1992) bzw. Classen et al. (1994) werden die Sinne zum zentralen Untersuchungsgegenstand. Diese Autoren gehen dann auch nicht mehr davon aus, daß die Sichtweise und der Umgang mit den Sinnen in nicht-westlichen Gesellschaften von den westlichen abgeleitet werden kann, sondern daß den Sinnen in verschiedenen Kulturen eine unterschiedliche Wertschätzung und Bedeutung zugemessen wird und daß sie gleichzeitig maßgeblich beteiligt sind am Aufbau, an der Strukturierung und am Erhalt einer jeden Kultur. Wie Howes (1991) anmerkt, muß sich diese, in jeglicher Hinsicht neu zu denkende Anthropologie der Sinne deshalb vorrangig damit beschäftigen, wie die Einordnung von Sinneserfahrungen von Kultur zu Kultur differieren und welche Bedeutung und Bewertung den jeweiligen Wahrnehmungen beigemessen wird. Außerdem soll sie Aufschluß geben über den Einfluß der Sinneswahrnehmungen auf die

[45] Als Beispiel hierfür sei Alfred C. Haddon angeführt, der auf der Torres Strait Expedition von 1898/99 folgende Studien vornahm: "visual acuity, sensitiveness to light, colour vision, including colour blindness, binocular vision, and visual space perception; acuity and range of hearing; appreciation of difference of tone and rhythm and more" (Zit. n. Synnott, 1993, 145).
[46] Classen et al., 1994, 91.

verschiedensten kulturelle Bereiche, so u.a. auf soziale Organisationsformen, die Beziehung zwischen verschiedenen sozialen Gruppen, auf die Vorstellungen vom Selbst und der Ordnung der Lebenswelt sowie den Ausdruck und die Beherrschung von Emotionen[47].

Gerade bei der nun vorangetriebenen intensiveren Untersuchung des Olfaktorischen konnten von den o.g. Autoren sowohl erhebliche Unterschiede zwischen den Kulturen als auch übergreifende Übereinstimmungen und Ähnlichkeiten festgestellt werden.
So gilt in vielen vorindustriellen Gesellschaften der Geruchssinn als Quelle wichtiger systematischer Erkenntnisse und hat entscheidende Funktion in der Ordnung der Natur und des sozialen Zusammenlebens. Als Beispiel seien die schon von Radcliffe-Brown untersuchten Bewohner der Andamanen-Inselgruppe genannt, die ihren Jahreskalender anhand der wechselnden Gerüche bestimmter Pflanzen strukturiert haben. Ihre Vorstellung vom periodischen Ablauf der Zeit orientiert sich an einem Kreislauf der Gerüche, der als solcher natürliche Zyklen und Ereignisse manifestiert und anzeigt; ihr Jahreskalender ist sozusagen ein Geruchskalender.
Auch bei den Dassanetch, einer Viehzucht und Ackerbau beteibenden äthiopischen Volksgruppe sind die Jahreszeiten anhand der periodischen Abfolge von Gerüchen geordnet. Ihr Jahr besteht aus zwei Jahreszeiten: der Trockenzeit, die olfaktorisch durch den Rauch der zu dieser Zeit betriebenen Brandrodung gekennzeichnet ist und der Regenzeit, in der die feuchte und frische Luft die Wiederkehr der Fruchtbarkeit anzeigt[48]. Hierzu schreiben Classen et al.:

> "To breath in the odours of nature for the Andaman Islanders, or the Dassanetch, is to take into oneself the essence of time and life. It is to feel the vital energy of the cosmos acting through and around one, in an endless cycle of growth, decay and renewal"[49].

Der Kreislauf der Gerüche bezieht sich aber genauso auch auf den Ablauf und den Zyklus menschlichen Lebens, in dem bestimmte Lebensphasen (z.B. Jugend, Geschlechtsreife, Adoleszenz, Greisenalter), Übergänge zwischen diesen (wie etwa Initiation oder Heirat) bzw. Grenzstellen des Lebens allgemein (Geburt und Tod) durch Gerüche eingeleitet werden, sich über diese bemerkbar machen bzw. auf diese Weise rituell markiert und sozial definiert sind. Der Geruch ist in diesem Zusammenhang also ein Anzeichen, ein Hinweis darauf, daß jemand oder etwas einen Veränderungsprozess durchlaufen hat bzw. sich zwischen zwei Polen vom einen zum anderen Ort bewegt hat[50].
Doch es ist nicht nur die Ordnung der Zeit, die unter Zuhilfenahme der Gerüche beschrieben wird, auch die Bestimmung und Bezeichnung von Orten und Räumen kann olfaktorisch geschehen. So unterscheiden und benennen die Andamanen-Insulaner Orte anhand von Geruchseindrücken, die aufgrund der dortigen Fauna und Flora bzw. der Nähe oder Ferne zum Meer jeweils vorherrschend sind. Auch für die Desana aus dem Amazonasgebiet sind Orte olfaktorisch definiert, und zwar durch den spezifischen Geruch des jeweils dort ansässigen

---

[47] Vgl. Howes, David (ed.): The Varieties of Sensory Experience. A Sourcebook in the Anthropology of the Senses. University of Toronto-Press, Toronto: 1991, 3.
[48] Vgl. Almagor, Uri: The Cycle and Stagnation of Smells. Pastoralists-Fishermen Relationships in an East African Society. In: Res – Anthroplogy and Aesthetics, 1987, No.13, 107-121; hier: 115.
[49] Classen et al., 1994, 97.
[50] Vgl. Howes, David: Olfaction and Transition: An Essay on the Ritual Use of Smell. In: Canadian Review of Sociology and Anthropology, 24 (3), 1987, 398-416. Auch Lévi-Strauss, in dessen Essay es um die archaische und zivilisatorisch verfeinerte Zubereitung von Speisen geht, weist auf die Bedeutung des Geruchs – auf den er nur beiläufig eingeht – bei der Bestimmung des Grades in der Transformation der Speisen vom Rohen zum Gekochten hin (Lévi-Strauss, Claude: Das Rohe und das Gekochte. Suhrkamp, Frankfurt am Main: 1971 (1964).

Stammes. Jeder Stamm verströmt ihrer Ansicht nach einen typischen Geruch, der für ihn und das Gebiet, auf dem er lebt, kennzeichnend ist. Er ist in der Regel dadurch bestimmt, welcher Haupttätigkeit der Stamm nachgeht: Einem Fischfang betreibenden Stamm wird so ein entsprechender spezifischer Geruch zugeschrieben, den dieser auch für sich beansprucht, gleiches gilt für Ackerbauern, Viehzüchter, Jäger usw. Dieser Geruch verweilt auch am jeweiligen Ort, wenn der Stamm das Territorium längst verlassen hat. Tatsächlich erfolgt die territoriale Identifikation und Orientierung der Desana sowie die räumliche Unterteilung ihrer Umwelt durch eine fortlaufende olfaktorische Bestimmung und Bewertung der Luft[51].
In solchen, oft auch als *odoriphil* bezeichneten Gesellschaften, herrscht also eine, im Vergleich zu westlichen, zivilisierten, *odoriphoben* (= geruchsfeindlichen) Gesellschaften, erhöhte Aufmerksamkeit gegenüber den Gerüchen und es wird ihnen auch eine gänzlich andere kulturelle und soziale Bedeutung beigemessen.
Diese bedeutendere kulturelle und soziale Rolle der Gerüche manifestiert sich nun wiederum – man möchte fast sagen konsequenterweise – in einem, ebenfalls im Vergleich zu westlichen Kulturen, ausdifferenzierteren Geruchswortschatz, so hält etwa Howes (1987) fest:

> "We find in the language of other cultures a greater variety of olfactory terms than it is available in English, or indeed in any of the other languages of Europe"[52].

Da die Gerüche in einem sehr viel größeren Ausmaß gesellschaftliche Relevanz besitzen, sind sie auch auf sprachlicher Ebene eindeutiger definiert. So existieren in vielen nicht-westlichen Kulturen eine ganze Reihe von eigenständigen Geruchsbezeichnungen, die in europäischen Sprachen nur über den Umweg eines Verweises auf die Geruchsquelle erklärt oder abgeleitet werden können[53].
Neben diesen kulturellen Unterschieden entdeckten die Ethnologen jedoch auch einige Parallelen, strukturelle Ähnlichkeiten und Übereinstimmung in der Sichtweise und im Umgang mit den Gerüchen bei westlichen und nicht-westlichen Kulturen. So gibt es offensichtlich in odoriphilen wie in odoriphoben Gesellschaften eine Unterscheidung zwischen 'angenehmen' und 'abstoßenden' Gerüchen. Gleichzeitig wird kulturübergreifend diese rein dichotomische Trennung dazu verwendet, etwa Nahrungsmittel, aber auch Tiere, Pflanzen und Orte bewertend einzuteilen[54].
Als grundsätzlich abstoßend empfunden und negativ bewertet werden dabei, unabhängig von jeder soziolkulturellen Prägung, faulige Gerüche. Diese werden in der Regel mit Verderbungs- und Verwesungsprozessen in der Natur in Verbindung gebracht; sie signalisieren

---

[51] ebenda

[52] Howes, 1987, 406.
Sprachwissenschaftliche Untersuchungen haben gezeigt, daß auch in europäischen Sprachen einst ein umfassenderes Vokabular zur Beschreibung olfaktorischer Eindrücke existiert hat. Diesen Bedeutungsverlust des Geruchssinns innerhalb der modernen Lebenswelt stellt sehr anschaulich die Untersuchung von Kutzelnigg (1983/84) über "Die Verarmung des Geruchswortschatzes seit dem Mittelalter" dar. Der Autor weist nach, daß von den von ihm eruierten 62 Grundwörtern, die im Althochdeutschen und Mittelhochdeutschen die frühe Bedeutung und Vielfalt der Geruchswahrnehmung bezeugen, zu Beginn des 19. Jahrhunderts noch 23 nachweisbar waren, sich aber bis in die Hochsprache der Gegenwart nur mehr 15 erhalten haben. Sein Resümee: "Die Verringerung des Geruchswortschatzes ist Ausdruck der abnehmenden Bedeutung des Geruchssinns für den zivilisierten Menschen" (Vgl. Kutzelnigg, Artur: Die Verarmung des Geruchswortschatzes seit dem Mittelalter. In: Die Muttersprache, Jg. 94, 1983/84, S.328-345).

[53] Als Beispiel seien einige wenige Worte aus der Sprache der Kapsiki (einem Stamm aus Kamerun) angeführt: *Mèdèke*: der Geruch verschiedener Tiere; *Rhwazhake*: der Geruch von Urin; *Kalawuvè*: der Geruch menschlichen Kotes; *Shireshire*: der Geruch tierischen Kotes; *Kamerhweme*: der Geruch verdorbenen Getreides; *Rhweredlake*: der Geruch frischen Fleisches (Entnommen aus: Classen et al., 1994, 111).

[54] Vgl. Classen, Constance: The Odor of the Other: Olfactory Symbolism and Cultural Categories. In: Ethos, 1992, 20, June, 133-166 1992, 157-162.

die Vergängnis bzw. den Verlust des natürlich Gewachsenen, den Verfall der ursprünglichen Form, die Zersetzung, das Zerschmelzen der eigentlich scharfen Grenzen zwischen den Organismen und der sie umgebenden Umwelt. Fäulnisgerüche werden zudem mit Unsauberkeit und Ansteckungsgefahr, mit Krankheit und körperlicher Unzuträglichkeit sowie im religiösen Kontext allgemein mit dem Unheiligen assoziiert.
Positiv besetzt hingegen sind solche Gerüche, die meist auch als 'Düfte' bezeichnet sind, wie etwa der Duft von Blumen, der von den allermeisten Kulturen als angenehm empfunden wird: Ihre positive Qualifizierung speist sich dabei von der Vorstellung, daß alles was duftet, mit seiner olfaktorischen Entäußerung seinen reinen, heilen und unter Umständen heiligen Status derUmwelt anzeigt. Sie werden deshalb in Verbindung gebracht mit Reifungs- und Wachstumsprozessen in der Natur und symbolisieren Frische, Ungefährlichkeit und Reinheit und werden in sakraler Hinsicht mit Heiligkeit assoziiert[55].

Auch soziale Unterscheidungen werden entlang der olfaktorischen Trennlinie 'angenehm/unangenehm' bzw. 'anziehend/abstoßend' festgemacht bzw. festgeschrieben. D.h. konkret: Individuen und soziale Gruppen werden aufgrund der von ihnen ausgehenden oder ihnen zugeschriebenen Gerüche stereotyp eingeteilt, entweder um sich von ihnen abzusetzen oder Nähe zu ihnen zu bekunden bzw. deren Stellung und Bedeutung innerhalb der Gesellschaft zu markieren. Hierzu schreibt Classen (1992):

> "The attractive/repulsive nature of olfactory experience makes odor a particularly useful symbolic vehicle for categorizing different groups according to cultural values, as it invests classificatory systems with a strong emotive power"[56].

Hier macht sich eine der ursprünglichsten Eigenschaften des Geruchssinns bemerkbar, nämlich die, den menschlichen Organismus relativ unmittelbar – unter Umgehung aller rationalen Erwägungen, auf rein physischer und emotionaler Ebene – darüber zu informieren, wie Orte, Gegenstände, Situationen und insbesondere Personen beurteilt werden müssen; ob etwas oder jemand für suspekt und gefährlich eingeschätzt und daher gemieden werden muß oder nicht.
Die negative olfaktorische Charakterisierung von Objekten, Individuen, ethnischen oder sozialen Gruppen etwa als stinkend bedeutet deshalb immer deren offene und unmißverständliche Zurückweisung und Verachtung. Auf der anderen Seite beinhaltet die Attestierung angenehmer Gerüche immer Anerkennung, Wertschätzung und soziales Prestige. Geruchsneutralität bzw. Geruchslosigkeit hingegen kann sowohl positiv als auch negativ besetzt sein:

> "Neutrality of odor can signify both cleanliness and purity, and also a basic centrality and constancy, removed from dangerous extremes of all sorts and immune to the vagaries of unstable outsiders"[57].

In Bezug auf den menschlichen Körper kann das Fehlen jeglichen Eigengeruchs unter Umständen aber auch Irritationen hervorrufen und als ein fundamentaler Mangel an "Menschlichkeit" bzw. "Natürlichkeit" interpretiert werden[58].

---

[55] Vgl. Almagor, 1987, 108. Classen, 1992, 149, 158.
[56] Classen, 1992, 158.
[57] ebenda.
[58] Vgl. hierzu das Schicksal der Hauptfigur in Patrick Süskinds "Das Parfüm": Jean-Baptiste Grenouille, der Held dieses Romans, riecht nach nichts, als er im Juli 1738 an einer Fischbude inmitten von Paris geboren wird. Und diese Tatsache – geruchlos zu sein – wird ihm zum Verhängnis, sie macht ihn zum Außenseiter — und schließlich zum Mörder. Bereits seine Amme will ihn aus diesem Grunde zurückgeben. Als Jean-Baptiste älter wird, nimmt er die Gerüche seiner Mitmenschen wahr und sein Mangel wird ihm immer bewußter. Er

Es kann also festgehalten werden, daß die Existenz von olfaktorischen Klassifikationssystemen mit der Unterscheidung von angenehmen, unangenehmen und neutralen Gerüchen sowie der damit einhergehenden Bewertung und Charakterisierung von Lokalitäten, Objekten, Individuen und Gruppen eine universelle kulturelle und gesellschaftliche Praxis ist. Erhebliche interkulturelle Differenzen bestehen aber nun wiederum darin, *welche* Gerüche den entsprechenden Kategorien zugeteilt werden.
So besteht z.B. das olfaktorische Klassifikationssystem der südamerikanischen Suya-Indianer aus drei grundlegenden Geruchsklassen (mild-riechend, scharf-riechend und stark-riechend), in die alle Gegenstände, Tiere, Pflanzen, Orte, Personen, sozialen Gruppen etc. eingeteilt werden können, und die in der Folge nichts weiter gemein haben als ihr Geruchsattribut. Entsprechend dieser Kategorisierung werden u.a. folgende Zuteilungen vorgenommen:

Mild-riechend:	erwachsene Männer
	kleine Säugetiere und Vögel, die meisten Fischarten
	ungefährliche Pflanzen
Scharf-riechend:	alte Männer und alte Frauen
	große Säugetiere, bestimmte Amphibien
	Heilpflanzen
Stark-riechend:	erwachsene Frauen, Kinder
	fleischfressende Säugetiere und Vögel
	giftige Pflanzen

Bei den Suya-Indianern, so die Interpretation von Classens et al, werden die erwachsenen Männer deshalb als "mild-riechend" bezeichnet, weil die Männergesellschaft im Männerhaus die ideale Gesellschaftsform in dieser Kultur darstellt. Die erwachsenen Frauen dagegen bedrohen mit ihren Verführungskünsten die Männer in ihrer Ideal-Gemeinschaft. Alte Frauen wiederum, die ihre sexuelle Attraktivität und auch ihre Fruchtbarkeit verloren haben, sind in dieser Hinsicht weniger bedrohlich für die Männer und werden deshalb auch nur noch als 'scharf-riechend' typisiert. In dieser Klasse befinden sich auch die älteren Männer, weil bei ihnen die gesellschaftlichen Beschränkungen nicht mehr so strikt gehandhabt werden, denn aufgrund ihres hohen Alters – so die Vorstellung – sind sie eher wieder der Natur als der sozialen Gruppe verbunden. In gleicher Weise wird auch die Klassifizierung der Kinder als 'stark-riechend' begründet: ihr Sozialisationsprozess ist noch nicht abgeschlossen, weshalb sie eine potentielle Gefahr für die soziale Ordnung darstellen[59].
Am Beispiel des Klassifikationssystems der Suya-Indianer lassen sich somit die unterschiedlichen sozialen Qualitäten und Bedeutungen des Olfaktorischen verdeutlichen: Die Gerüche dienen zunächst dazu, die Zuteilung von Individuen zu bestimmten sozialen Gruppen zu legitimieren bzw. diese Legitimation zu unterstützen. Gleichzeitig erfolgt mit dieser Praxis auch eine Zuweisung zu einer bestimmten hierarchischen Position im sozialen System. Der den Männern zugeschriebene 'milde Geruch' plaziert sie so an der Spitze der sozialen Skala, bzw. es wird umgekehrt ihre soziale Spitzenposition durch diese Zuschreibung untermauert.

---

verlangt so sehr nach einem eigenen Geruch, daß er seine ganze Lebensenergie für das eine Ziel aufwendet: für die Kreation eines Parfüms, das ihn zu einem echten, nämlich zu einem riechenden Individuum macht. Dabei geht es ihm aber nicht darum, den natürlichen Menschengeruch, die Ausdünstungen von Schweiß und Verdauung anzunehmen. Der Duft des Parfüms soll ihn vielmehr mit einer Aura umgeben, die ihn anziehend und begehrenswert macht (Süskind, 1984).

[59] Classen et al., 1994, 101.

Auf der anderen Seite stehen die Frauen, da 'stark-riechend', am Ende der sozialen Hierarchie. Die soziale Ordnung, das soziale System, wird also über das Vehikel Geruch stabilisiert und legitimiert: Das Wohlriechende symbolisiert dabei den gesellschaftlichen Idealzustand und wird mit dem in Zusammenhang gebracht, was diesen Idealzustand anstrebt bzw. verteidigt, während das als stinkend Titulierte offensichtlich eine Bedrohung für den status quo der sozialen Ordnung darstellt.
Auffällig ist dabei die scheinbare Beliebigkeit der Geruchsattribute: Vollkommen unabhänig vom unter Umständen vorhandenen faktischen Eigengeruch der Personen oder Objekte werden sie nach bestehenden, sozial vorgefertigten olfaktorischen Schemata eingeteilt und bewertet. Wer oder was demnach als stinkend oder duftend, gefährlich oder ungefährlich und damit als sozial privilegiert, akzeptiert bzw. als sozial abgewertet gilt, differiert interkulturell: "... the categories of the fragrant and the foul are not given in nature, but rather derive from culture. There are no natural likes or dislikes in matters olfactory"[60].

Daß Gestank bzw. Wohlgeruch relativ sind verdeutlicht auch ein weiteres Beispiel von den schon oben erwähnten Desana aus dem Amazonasgebiet: Da die verschiedenen Stämme sich, wie beschrieben, olfaktorisch über ihre Haupttätigkeit definieren und identifizieren ist z.B. für die Viehzüchter der Geruch von Kuhmist ein angenehmer und zugleich auch wichtiger Geruch zur Generierung und zum Erhalt der eigenen Identität. In einer anderen – etwa westlichen – Kultur weckt ein solcher Geruch andere Assoziationen und die Identifikation einer Gruppe mit dem Geruch von Kuhmist wäre eine sträfliche Beleidigung und ein Akt der sozialen Degradierung – etwa auch für Landwirte unserer Gesellschaft.
So weisen Almagor (1987), Howes (1987), Classen (1992) und Classen et al. (1994) darauf hin, daß bei der Untersuchung des Umgangs, der Sichtweise, der Bewertung und Interpretation des Olfaktorischen in einer Gesellschaft immer die Bedeutung, die einem spezifischen Geruch beigemessen wird, in Abhängigkeit zu einem bestimmten Kontext gesehen werden muß: "Just as fragrance and foulness must always be considered with a specific cultural context, so must the role of smell"[61].
Die Gerüche werden in einem Bedeutungsrahmen klassifiziert, in dem dynamische Beziehungen und Assoziationen zwischen natürlichen Objekten bzw. Gegebenheiten und/oder sozialen Situationen bzw. kulturellen Kontexten bestehen. Dabei sind solche Vorstellungsverknüpfungen oft schon soweit entwickelt, daß "... just as an odor permeates a place, an occasion, a situation, so the context comes to permeate the odor-sign and becomes inseparably part of it"[62].
Den methodischen Ausgangspunkt für die kulturwissenschaftliche Erforschung des Olfaktorischen beschreibt Gell (1977) deshalb folgendermaßen: "We do not discover the meaning of a certain smell by distinguishing it from other smells but by distinguishing contexts within which particular smells have a typical value"[63].

[60] Classen et al., 1994, 104.
[61] Classen, 1992, 161.
[62] Gell, Alfred: Magic, Perfume, Dream… In: Lewis, Ioan: Symbols and Sentiments. Cross-Cultural Studies in Symbolism. Academic Press, London: 1977, 25-38; hier: 30-31.
[63] Gell, 1977, 27.

3. Die Sinne und das Olfaktorische als Gegenstand der Soziologie

Nicht nur aus Gründen der Anlage und der Vorgehensweise vorliegender Arbeit steht die Behandlung des Olfaktorischen in der Soziologie an letzter Stelle des Überblicks über den Geruch als Gegenstand wissenschaftlicher Forschung. Die Soziologie bildet das Schlußlicht auch deshalb, weil hier der Umfang und die Intensität und damit das Interesse an einer Auseinandersetzung mit dem Olfaktorischen – im Vergleich zu den anderen Sozial- und Kulturwissenschaften – am geringsten ausgeprägt sind.
Durchforscht man die Arbeiten der Gründungsväter der Soziologie – Comte, Durkheim und Weber –, so fällt auf, daß der Geruchssinn und die Sinne im allgemeinen keine Berücksichtigung in ihren Schriften fanden.
Ein erster Ansatz in der Thematisierung der Sinne aus sozialwissenschaftlicher Perspektive findet sich in Thorstein Veblens "Theorie der feinen Leute" (1899). In seiner Abhandlung, die man auch als eine Soziologie des Prestiges interpretieren kann, setzte er sich in kritischer Weise mit den Institutionen, Sitten, Gebräuchen und den individuellen bzw. kollektiven Denkgewohnheiten in industrialisierten westlichen Gesellschaften auseinander. Dabei kommt er auf solche sozialen Phänomene wie die Normen der Mode und der Schönheit, auf Eß- und Trinksitten und den 'guten Geschmack' zu sprechen, die er alle am Rande auch in Bezug auf den Körper und die sinnliche Wahrnehmung diskutiert.
Der erste Soziologe, der sich eingehend und explizit mit den Sinnen auseinandersetzte, war Georg Simmel. Während die Soziologie bis dato versuchte, vor allem den Massenbildungen, Pressionen und Supervisionen des Sozialen nachzugehen und die Sozialphilosophie noch immer die theoretische Metaphysik diskutierte, lag Simmels Interesse in der Thematisierung, Analyse und Deutung von Alltagserscheinungen wie z.B. der Ehe, dem Inzest und der Prostitution. Mit seinen Einsichten in das Unscheinbare und das Allgemeine, in die vermeintlich profanen, gewöhnlichen und selbstverständlichen Dinge des Alltags, so etwa auch den Brief oder den Schmuck, wollte er neue Interpretations- und Deutungsmöglichkeiten für die gesellschaftliche Wirklichkeit vermitteln und versuchen, die beobachtete Wirklichkeit transparent zu machen für die in ihr erkennbaren Strukturen. In seinem Hauptwerk führt er unter diesem Aspekt auch einen längeren "Exkurs über die Soziologie der Sinne"[64]. Diesen mißt er eine entscheidende Bedeutung für die Wechselwirkung zwischen Individuen bei, und zwar in zweifacher Hinsicht: Die Sinneseindrücke vermitteln bzw. hinterlassen in der Interaktion eine emotionale *und* eine kognitive Reaktion auf den anderen. In Simmels Worten:

> "Unsre Sinneseindrücke von ihm lassen ihren Gefühlswert auf der einen Seite, ihre Verwendung zu einer instinktiven oder gesuchten Erkenntnis auf der anderen – zusammenwirksam und praktisch eigentlich unentwirrbar zur Grundlage unserer Beziehung zu ihm werden". Denn, so Simmel: "Wir wollen wissen: was ist dieser Mensch seinem Sein nach, was ist die dauernde Substanz seines Wesens? Und: wie ist er im Augenblick, was will er, denkt er, sagt er? Dies legt im großen und ganzen die Arbeitsteilung zwischen den Sinnen fest." [65]

Bei dieser Arbeitsteilung in sozialen Wahrnehmungsvorgängen konstatiert Simmel durchaus eine "Leistungsdifferenz der Sinne": Während das Auge noch "auf eine völlig einzigartige soziologische Leistung angelegt ist", nämlich "auf die Verknüpfung und Wechselwirkung der Individuen, die in dem gegenseitig Sich-Anblicken liegt", fällt das Gehör in dieser Hinsicht schon zurück und spielt der Geruchssinn nur noch eine untergeordnete Rolle:

---

[64] Simmel, 1908, S.646-665.
[65] Simmel, 1908, S.647.

> "Gegenüber der soziologischen Bedeutung von Gesicht und Gehör tritt die der niederen Sinne zurück, wenngleich die des Geruchs nicht soweit, wie die eigentümliche Dumpfheit und Unentwickelbarkeit seiner Eindrücke anzunehmen verleitet"[66].

Mit dieser Einschätzung und Bewertung des Geruchssinns steht Simmel also gänzlich in der philosophischen Tradition Kants. Nicht nur, daß er die gleiche Hierarchie der Sinne aufmacht, auch dessen Vorstellung von der "innig einnehmenden" Einwirkung des Geruchssinns auf die Objekte wird übernommen:

> "Indem wir etwas riechen, ziehen wir diesen Eindruck oder dieses ausstrahlende Objekt so tief in uns ein, in unser Zentrum, assimilieren es sozusagen durch den vitalen Prozess des Atmens so eng mit uns, wie es durch keinen anderen Sinn einem Objekt gegenüber möglich ist – es sei denn, daß wir es essen"[67].

Es nimmt also kaum Wunder, daß auch Simmel "die körperliche Berührung mit dem Volke, an dem »der ehrwürdige Schweiß der Arbeit« haftet", die olfaktorische Wahrnehmung, "wenn wir in eine Kellerwohnung oder in eine Kaschemme treten", jener Geruchseindruck, dem "etwas Radikales und Inappellables" anhaftet, gelegentlich erschauern und ekeln läßt. Erwuchs bei Kant aus dieser Tatsache die Abwertung des Geruchs als antisozialem Sinn, so wird auch bei Simmel der Geruch zum Distanzmittel:

> "Wenn die anderen Sinne tausend Brücken zwischen den Menschen schlagen, wenn sie Abstoßungen, die sie bewirken, immer wieder durch Anziehungen versöhnen können [...] – so kann man im Gegensatz dazu den Geruchssinn als den dissoziierenden Sinn bezeichnen"[68].

Trotzdem daß der Geruchssinn "insinktmäßige Antipathien" erzeugt, ist er aus soziologischer Sicht auch für das soziale Leben in der modernen Gesellschaft nicht gänzlich ohne Relevanz. Für Simmel nämlich ist es exakt jene dissoziierende Qualität und Eigenschaft, die seine wesentliche soziologische Bedeutung ausmacht. Der Geruchssinn beginnt dann soziologisch interessant zu werden, wenn es – gleich in welchen sozialen Konstellationen – um Fragen der sozialen Differenzierung, also um Ablehnung, insbesondere um Diskriminierung und soziale Diffamierung geht: zwischen Individuen, Schichten, Rassen oder Nationen. Dann nämlich erweist sich: "Die soziale Frage ist nicht nur eine ethische, sondern auch eine Nasenfrage". Etwa in folgender Hinsicht:

> "Die für die soziale Entwicklung der Gegenwart oft so lebhaft diskutierte persönliche Berührung zwischen Gebildeten und Arbeitern, jene auch von den Gebildeten angestrebte als ethisches Ideal anerkannte Annäherung der beiden Welten, [...] scheitert einfach an der Unüberwindlichkeit der Geruchseindrücke"[69].

---

[66] Simmel, 1908, S.656.

[67] Simmel, 1908, S.658. Auf den engen Zusammenhang zwischen Riechen und Essen verweisen auch Adorno/Horkheimer: "Das Essen von Blumen, wie es noch beim Nachtisch des nahen Ostens gebräuchlich, europäischen Kindern vom Backen mit Rosenwasser, von den kandierten Veilchen bekannt ist, verheißt einen Zustand, in dem die Reproduktion des Lebens von der bewußten Selbsterhaltung, der Seligkeit des Satten von der Nützlichkeit planvoller Ernährung unabhängig ist. Die Erinnerung des fernsten und ältesten Glücks, die dem Geruchssinn aufblitzt, verschränkt sich noch mit der äußersten Nähe des Einverleibens"; Horkheimer/Adorno, 1988, S.71.
Eine ähnlich gelagerte Interpretation ist auch bei Jean-Paul Sartre zu finden: "Der Geruch eines Körpers , das ist der Körper selbst, den wir durch Mund und Nase einatmen, den wir mit einem Male in Besitz nehmen, in seiner geheimsten Substanz. Der Geruch in mir, das ist die Verschmelzung des Körpers des anderen mit meinem Körper"; Sartre, Jean-Paul: Baudelaire. Rowohlt, Reinbek bei Hamburg: 1987, S.99.

[68] Simmel, 1908, S.658.

[69] Simmel, 1908, S.657.

Ebenso erhellend wie diese Einsichten ist eine weitere Interpretation Simmels über die Bedeutung des Olfaktorischen für das Zusammenleben des modernen Menschen in "der sich verfeinernden Zivilisation". Zwar noch skizzenhaft, aber mit subtiler Beobachtungsgabe, zeigt er hier zum ersten Mal auf, in welchem soziologischen Zusammenhang der historische Prozeß kultureller Verfeinerung insgesamt, das Faktum des Olfaktorischen und jene die Moderne kennzeichnenden Phänomene, wie die Tendenz zur Individualisierung und die zunehmende Bedeutung des Individuums, stehen.
Aus dem gleichen Blickwinkel und mit gleicher Konsequenz interpretiert er – wenn auch nur kurz – die soziologische Rolle des Parfüms: Das "künstliche Parfüm" vollzieht in einer solchen sozialen Kultur "eine eigenartige Synthese individuell-egoistischer und sozialer Teleologie auf dem Gebiet des Geruchssinns"[70].
Obwohl Simmels Ausführungen zum Geruchssinn nur ein kleines Bruchstück im "Exkurs über die Soziologie der Sinne" darstellen und sie dementsprechend nur skizzenhaft und relativ unstrukturiert sind, machen sie dennoch deutlich, inwieweit die Analyse des gesellschaftlichen Umgangs mit dem Olfaktorischen nicht nur Prozesse der sozialen Differenzierung und Segregation erhellen, sondern auch einen Beitrag dazu leisten kann, den sozialen Charakter einer Epoche zeitdiagnostisch zu bestimmen. Damit nimmt Simmel den Ansatz späterer sozio-historischer Deutungsversuche, die nach der Relativität kultureller Normen und Verhaltensmuster fragen – wie etwa die von Elias oder Corbin –, bereits ein Stück weit vorweg[71].

Die ersten Soziologen, die nach Simmel überhaupt die Möglichkeit einer Soziologie der Sinne erwähnen, sind Berger/Luckmann (1966): Innerhalb einer noch zu erarbeitenden "wissenschaftlichen Soziosomatik", einer Soziologie des Körpers, sehen sie beiläufig auch die Gelegenheit zu einer intensiveren Beschäftigung mit den Sinnen[72].
Erst in den siebziger Jahren – mehr als ein halbes Jahrhundert nach Simmel –, entdeckte die Soziologie den Geruch als Forschungsgegenstand wieder: Von den britischen Soziologen Largey/Watson erschien 1972 ein erster Übersichtsartikel, der sich ausschließlich mit der Soziologie der Gerüche auseinandersetzt[73]. Die Autoren warfen darin zum ersten Mal eine Reihe konkreter und genuin soziologischer Fragestellungen auf und veranschaulichten damit, welche Dimensionen und Analyseebenen im gesellschaftlichen Umgang mit den Gerüchen überhaupt verborgen liegen und welches die soziologischen Ansatzpunkte zur weiterführenden Auseinandersetzung mit dem Geruch sein könnten; z.B.:

- "What effects do differences in culture and life-style have upon the perception and generation of odors?"
- "What is the relation between life-style and odors?"
- "What social meanings are attributed to such perceived and generated odors?"
- "What social functions do such meanings fulfill?"
- "What are the dynamics of odor manipulation?"
- "What taboos operate in the area of odor control and manipulation?"
- "Why do interactants perfume themselves?"
- "To what extend are alleged malodors used as grounds for avoiding interaction?"
- "Does the use of incense during religious services have a sociological relevance?" [74]

[70] Simmel, 1908, S.657-659.
[71] Auf die diesbezüglichen Ausführungen Simmels wird in Kapitel VII., das die Gerüche im Prozeß der Zivilisation behandelt, nochmals eingegangen.
[72] Berger, Peter L./Luckmann, Thomas: Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit. Eine Theorie der Wissenssoziologie. Fischer, Frankfurt am Main: 1980 (1966), S.193.
[73] Largey, Gale Peter/Watson, David Rodney: The Sociology of Odors. In: American Journal of Sociology, Vol. 77, No. 6, 1972, 1021-1034.
[74] Largey/Watson, 1972, 1021, 1032f.

Obwohl Largey/Watson mit ihrem Artikel eine differenzierte Ausgangsbasis für weitere soziologische Untersuchungen lieferten und am Ende ihrer Ausführungen proklamierten: "The sociology of odors and olfaction should, ideally, develop as one part of a more general sociological concern with the senses" – blieb es bis heute weitgehend bei dieser 'idealistischen' Forderung.
Die gegenwärtige sozial- und kulturwissenschaftliche Auseinandersetzung mit den Gerüchen beschränkt sich ausnahmslos auf die in vorliegender Arbeit schon angeführten Studien, wird also somit nur von Classen (1992, 1994), Howes (1987, 1991, 1994), Synnott (1991a, 1991b, 1993, 1994) und Almagor (1987, 1990) vorangetrieben. Das Anliegen dieser Forscher ist es aber nicht, den aktuellen Umgang westlicher Gesellschaften mit den Gerüchen zu analysieren. Ihre Untersuchungen sind vielmehr anthropologisch orientiert und betrachten nicht-westliche Kulturen – hier vor allem die religiöse und rituelle Bedeutung des Geruchs, sowie die Rolle und Funktion der Gerüche bei der Klassifizierung und Charakterisierung natürlicher, kultureller und sozialer Kategorien. Kommen sie auf die westliche Kultur zu sprechen, so vor allem in Abgrenzung zu den von ihnen untersuchten Gesellschaften: Es wird nach Gründen für das geringe wissenschaftliche Interesse und für den geringen Stellenwert des Geruchsinns in zivilisierten Kulturen gefragt. Außerdem wird versucht, den sozio-historischen Prozeß von odoriphilen zu odoriphoben Gesellschaften nachzuzeichnen. Doch selbst wenn gestrebt wird, die Soziologie des Geruchs weiterzuführen, kommt sie – weder von ihrer theoretischen Anlage, noch methodisch – über das schon von Largey/Watson erreichte Stadium hinaus:

> "I will consider first the low status of smell in the sensory hierarchy [....] then we examine the role of odour in the moral construction of the individual and of various groups: class, race, gender. We conclude with a discussion on some of the practical and theoretical implications of olfaction"[75].

Was den deutschsprachigen Raum betrifft, so sind mir in bezug auf eine soziologische Herangehensweise an das Olfaktorische nur die Arbeiten von Barlösius (1987, 1991) bekannt. Die Autorin geht der Frage nach, worin die soziologische Zuständigkeit bei der Beschäftigung mit den "niederen Sinnen" liegt. Da sie davon ausgeht, daß Geruchs- und Geschmacksempfindungen ebenso ausbildungsfähig und ausbildungswürdig sind wie alle anderen Sinneseindrücke, plädiert sie für eine Befreiung des Geschmacks- und Geruchssinns aus ihrer schon traditionellen kulturellen und vor allem wissenschaftlichen Mißachtung und fordert ihre intellektuelle und ästhetische Aufwertung. Der Soziologie kommt dabei die Rolle der Aufklärerin zu: Sie soll die Grundlage für einen von Affekten und Emotionen losgelösten, distanzierten und rationalen Umgang mit den Gerüchen schaffen.
Ihre theoretische Verankerung findet Barlösius dabei in der Wissenssoziologie von Norbert Elias. Da für ihn Wissensvermehrung nicht nur einen kognitiven Fortschritt bedeutet, sondern immer auch mit einem Wandel der Affekte verbunden ist, bedeutet vermehrtes Wissen immer auch Verzögerung, Reduktion und Distanz der Affekte zu Gegenständen und Ereignissen. Die soziologische Aufklärungsarbeit soll diese Distanzierungen und Distanzierungsprozesse auf mehreren Diskursebenen leisten bzw. vorantreiben. Konsequenzen sollen sich sowohl im Alltagshandeln wie in der wissenschaftlichen Forschung ergeben:

> "Dies sind Voraussetzungen dafür, die geruchlichen Erlebnisse zu vervielfältigen und den unmittelbaren Charakter geruchlicher Reaktionen zu verabschieden, um so der Gefahr der Manipulation zu entweichen. Damit könnte auch die Legierung von Riechen und sozialen Stigmatisierungen gelöst werden"[76].

---

[75] Synnott, 1991a, 138.
[76] Barlösius, 1991, S.246.

VI. Zusammenfassung des Überblicks und Anlage derUntersuchung – Skizzen zur soziologischen Dimensionierung des Geruchs

Der Überblick über die bisherige sozial- und kulturwissenschaftliche, insbesondere aber die soziologische Auseinandersetzung mit den Gerüchen läßt zusammenfassend folgende Schlüsse ziehen:

1. Die von allen Autoren beklagte Ignoranz und Vernachlässigung des Geruchssinns in der sozialwissenschaftlichen Forschung sowie die durchgängig geforderte intensivere Beschäftigung mit den Sinnen hat bis heute noch zu keinen oder erst zu ansatzweisen Forschungsbestrebungen geführt.
Alle Abhandlungen – ausgenommen die anthropologisch orientierten – beschränken sich darauf, neben die theoretischen Ausführungen historische Quellen und/oder Beispiele aus der Unterhaltungsliteratur zu setzen. Bis heute aber gibt es keine quantitativen oder qualitativen Analysen oder auch nur theoretische Überlegungen, die an die von Largey/Watson (1972) dargelegten Fragestellungen anknüpfen würden. Es gibt keine empirischen Forschungen, die Aufschluß geben könnten über den aktuellen Umgang westlicher Gesellschaften – oder speziell unserer Gesellschaft – mit dem Geruch.

2. Es hat sich weiterhin gezeigt, daß der zentrale und grundlegende Ausgangspunkt für die soziologische Betrachtung des Olfaktorischen im augenfälligsten Charakteristikum aller geruchlichen Eindrücke liegt, und damit auch von allen Autoren, die von mir in diesem Abschnitt unter die Kategorie der sozial- und kulturwissenschaftlichen Forschung subsumiert wurden, thematisiert wird. Gemeint ist jene kultur- und epochenübergreifende Eigentümlichkeit einer jeden menschlichen Geruchswahrnehmung, nämlich die relativ unmittelbare und scheinbar von jeder rationalen Erwägung abgekoppelte Reaktion auf Objekte und Situationen, die entweder positv oder negativ, abstoßend oder angenehm sein kann. Jeder eindringende Geruch wird dabei zum Mittel der Unterscheidung des Angenehmen vom Unangenehmen, des Bekannten vom Unbekannten, des Gefährlichen vom Ungefährlichen.
Diese beiden, dem Menschen mit dem Geruchssinn gegebenen, offensichtlich anthropologischen, 'natürlichen', rein dichotomischen Kategorien (wohlriechend = positiv, stinkend = negativ) werden immer auch in den sozialen Bereich transferiert, dort um- und ausgeformt, und damit rationalisiert. Die Sinneswahrnehmung Riechen erweitert sich über den binären Code wohlriechend/stinkend und über Wohlgefühl und Ekel hinaus zur Sozialorientierung. In der Folge haben die faktisch existenten oder lediglich zugeschriebenen Geruchsattribute an soziale Andere die Funktion einer sozialen und kulturellen Orientierung und Klassifizierung: Die soziale Konstruktion des Geruchs dient zur stereotypen moralischen und oft auch ethnischen Identifikation bzw. ermöglichen eine qualitative Einschätzung sozialer Kategorien.
Die erste Seite des Codes valuiert positiv und wird als erstrebenswertes Ideal ausgegeben: Gute Gerüche bedeuten soziale Zugehörigkeit, sie markieren Gleichheit, Nähe, Intimität und Sympathie, signalisieren moralische Integrität, verweisen auf Sauberkeit, Ungefährlichkeit und Gesundheit. Umgekehrt beinhaltet die zweite Seite des Codes – die Attestierung übler Ausdünstungen – Antipathie und Abstoßung, Andersartigkeit, Ferne, Fremdheit und soziale Ausgrenzung, sie unterstreicht moralische Verkommenheit und symbolisiert Gefahr und Krankheit. Damit können die Gerüche in sozialen Situationen bzw. in Bezug auf soziale Konstellationen – zwischen Individuen, Gruppen, Schichten, Rassen, Völkern – ein Anhalt oder ein Vorwand für Zustimmung und Ehrerbietung sein. Oder sie können, auf der anderen

Seite, zum Symbol und Ausdruck sozialer Aussonderung und moralischer Ablehnung, zum Motiv für Vorurteile, Haß, Verachtung, Diskriminierung und Unterdrückung werden.
Bei der Betrachtung dieser anthropologischen Grundlagen der menschlichen Geruchswahrnehmung und ihrer Transformation in den sozialen Bereich handelt es sich um die ersten, 'basalen' soziologischen Ansatzpunkte zur generellen Ortung des sozialen Umgangs mit dem Olfaktorischen. Sie bilden deshalb – sozusagen als sozialer Tatbestand im Sinne Durkheims – auch den Mittelpunkt bisheriger Ausführungen zur Bedeutung des Geruchs in modernen Gesellschaften; nämlich der von Simmel (1908), Largey/Watson (1972), Synnott (1991a) und Classen et al (1994).

3. Der Literaturüberblick hat deutlich gemacht, daß der Zugang zur weitergehenden, differenzierteren und systematischen Analyse der sozialen Konstruktionen des Olfaktorischen offensichtlich auf drei aufeinander aufbauenden und sich wechselseitig durchdringenden Betrachtungsebenen erfolgen kann:
a) Die erste Ansatzpunkt für eine soziologische Auseinandersetzung mit dem Geruch soll auf der *sozio-historischen Ebene* geschehen. Sie stellt die allgemeinste, alle anderen Ebenen durchdringende Dimension dar. Im Zentrum steht hier die Frage nach den kulturellen und epochalen Unterschieden und Wandlungen im gesellschaftlichen Umgang mit den Gerüchen bzw. in der Sichtweise und Interpretation des Olfaktorischen insgesamt.
Wie oben dargestellt und durch eine Reihe kulturanthropologischer Untersuchungen belegt (z.B. Classen et al, 1994), macht zwar jede Kultur die dichotome Trennung zwischen angenehmen und unangenehmen Gerüchen – auch mit den sich daraus ergebenden sozialen Konsequenzen. Die Einschätzung aber, welche Gerüche als anziehend respektive abstoßend bewertet werden und in welchem Maße ihnen eine gesellschaftliche Relevanz beigemessen wird, ist keineswegs von Natur aus determiniert, sondern sozio-kulturell bestimmt. Von Bedeutung ist daher die Frage nach der interkulturell divergierenden Rolle und Funktion der Gerüche bei der sozialen Konstruktion von Wirklichkeit bzw. beim sinnhaften Aufbau und der Ordnung der Lebenswelt.
Die Einschätzung, Bewertung und Wahrnehmungsweise des Olfaktorischen sowie der praktische Umgang mit den Gerüchen unterliegen aber auch einem intrakulturellen, historischen Wandel. Welche Gerüche in der entsprechenden Epoche als gefährlich oder heilend, als hervorbringenswert oder zu vermeidend angesehen werden, welche Gerüche überhaupt wahrgenommen und damit auch als sozial relevant eingestuft werden, ist zwar einerseits das Resultat von medizinisch-hygienischen Entwicklungen und technischen Innovationen, im wesentlichen aber auch von sozialen Wandlungen in einer Gesellschaft.
Diese Historizität des Geruchsinns, den Zusammenhang zwischen der organisch-sinnlichen Ausstattung des Menschen und den kulturellen bzw. sozialen Veränderungsprozessen mit ihren verschiedenen Implikationen zu beleuchten und zu erhellen, fällt in den soziologischen Zuständigkeitsbereich. Angedeutet wurden diese Gesichtspunkte bereits bei Georg Simmel (1908), explizit untersucht wurden sie für die Verhältnisse Frankreichs im 17. und 18. Jahrhundert vom Historiker Alain Corbin (1988) und ansatzweise in Bezug gesetzt zur Elias'schen Zivilisationstheorie wurden sie schließlich von Eva Barlösius (1991).
Fragen, die sich aus einer solchen Perspektive ergeben, sind u.a. folgende:

- Bei welchen sozialen Anlässen kommen Geruchsstoffe zum Einsatz und welche Bedeutung und Funktion wird ihnen bei dieser Praxis beigemessen?
- Welche Bedeutung hat die Diskriminierung und Tabuisierung bestimmter Gerüche zu bestimmten historischen Zeiten?
- In welchen gesellschaftlichen Bereichen (Religion, Wissenschaft, Literatur, Medizin, Technik, Mode, Architektur, Umwelt etc.) lassen sich Verfall, Konstanten und Neuentwicklungen im Umgang mit den Gerüchen feststellen?

- Welche Beziehungen bestehen zwischen sozialen und kulturellen Entwicklungen bzw. Veränderungen und dem 'Geruchs-Bewußtsein'?
- Welche Funktion haben die Gerüche bei der Generierung und Aufrechterhaltung gesellschaftlicher Ordnungsprinzipien?
- In welcher Hinsicht hat der voranschreitende Zivilisationsprozeß Auswirkungen auf den gesellschaftlichen Umgang mit den Gerüchen? D.h. konkret: Welche Werte, verhaltensregulierende Normen und sozialen Standards bilden sich im Verlauf der zivilisatorischen Entwicklung heraus? Wie werden sie legitimiert, verfestigt und welchen Wandlungsprozessen unterliegen sie?
- Allgemein: Was sind die sozio-historischen Hintergründe für den aktuellen Umgang mit dem Olfaktorischen in der Moderne? Was ist der Platz des Geruchs in unserer Gesellschaft?

b) Die zweite soziologische Betrachtungsebene möchte ich – wegen der 'lokalen Rolle' des Geruchs – die *sozial-interaktive Ebene* nennen. Hier können die Auswirkungen des sozio-historischen Zivilisationssprozesses auf den alltäglichen Umgang mit den Gerüchen in der modernen Gesellschaft – d.h. insbesondere für die Entwicklung und den aktuellen Stand ritueller Elemente sozialer Alltagsinteraktion – nachgezeichnet werden. Aufgebaut wird hier auf den auf der vorangegangenen Betrachtungsebene verfolgten Gedanken, daß die auch im sozialen Bereich wirkenden, anthropologischen Determinanten der menschlichen Geruchswahrnehmung im Prozeß der Zivilisation sozial um- und ausgeformt wurden und schließlich zu unserer heutigen Umgangsweise mit den Gerüchen im Alltag geführt haben. Damit, so die These, müssen auch diese sozialen Konstruktionen 'gestaltenden' Einfluß auf die sozialen Alltagsinteraktionen haben.
Aus diesen Überlegungen heraus wird versucht, Antworten auf folgende Fragen zu finden:

- Was sind neben der individuellen Sphäre – hier vor allem dem Körper und seinen Gerüchen – weitere, in Alltagsinteraktionen relevante Bereiche der Desodorisierung und (Re-)Odorisierung?
- Welche Rolle spielt die Wahrnehmung, die Hervorbringung und Vermeidung von Gerüchen in sozialen Interaktionen?
- Welche Anforderungen werden in Bezug auf das Olfaktorische an das Individuum in der sozialen Interaktion gestellt?
- Welche Bedeutung haben die Gerüche bei der Selbstdarstellung der Individuen und bei der Fremdeinschätzung durch soziale andere?
- Welche Notwendigkeiten, Techniken und Praktiken des Geruchsmanagements, d.h. der Gestanks-Vermeidung bzw. der Duft-Hervorbringung resultieren daraus?

c) Die dritte Dimension einer soziologischen Auseinandersetzung mit dem Olfaktorischen, die von den beiden anderen Ebenen sozusagen durchdrungen und getragen wird, möchte ich schließlich als die *sozial-strukturelle Ebene* bezeichnen. Sie ist diejenige Dimension, die von der Soziologie in bezug auf das Olfaktorische bislang völlig ausgespart blieb. Eine Ausnahme bildet lediglich der von Largey/Watson (1972) aufgestellte Themenkatalog zum Entwurf einer Soziologie des Geruchs, in dem die mögliche Verbindung zwischen Geruch und Lebensstil angedeutet wird.
Voraussetzung für eine Analyse auf dieser Ebene ist die Hypothese, daß der gesellschaftliche Umgang mit dem Geruch nicht nur interkulturell divergiert und einem historischen Wandel unterliegt sowie Auswirkungen auf die soziale Interaktion hat, sondern daß dieser Umgang, diese Haltung und Sichtweise auch innergesellschaftlich, also sozial-strukturell differiert. D.h. die Wahrnehmung, die Interpretation, die Vermeidung und die Hervorbringung von Gerüchen ist abhängig von der Zugehörigkeit zu unterschiedlichen

sozialen Milieus, ist abhängig von einem bestimmten Lebensstil. Damit muß dieser divergierende Umgang auch empirisch soziologisch bestimmbar und anhand einer beschreibbaren sozialen Matrix nachvollziehbar sein.
Fragen, die sich hier grundsätzlich stellen, sind folgende:

- Welchen Einfluß hat der Lebensstil, die Zugehörigkeit zu einem bestimmten sozialen Milieu auf die Wahrnehmung, die Vermeidung und die Hervorbringung von Gerüchen?
- Oder umgekehrt: Läßt sich die in der Gesellschaft gegebene soziale Stratifikation auch am Umgang mit dem Olfaktorischen – z.B. an bestimmten Formen und Techniken der Desodorisierung und Reodorisierung – nachweisen?
- Wie und wo lassen sich solche Zusammenhänge zwischen sozialem Milieu, Lebensstil und Geruch erkennen, beschreiben und erklären?

Die in dieser ersten Weichenstellung grob skizzierte Dreiteilung der Soziologie des Geruchs in eine *sozial-historische*, eine *sozial-interaktive* und eine *sozial-strukturelle* Analyseebene bildet die Grundlage für Gliederung, Aufbau und Inhalt der nachfolgenden Kapitel.
Es versteht sich, daß im Rahmen dieses Forschungsvorhabens nicht auf alle Aspekte und Fragestellungen einer jeden Betrachtungsebene erschöpfend eingegangen werden kann. Aufbauend auf die Arbeiten von Simmel und Largey/Watson, die mit ihren Ausführungen eine erste systematische soziologische Sondierung des Gegenstandes leisteten, soll die von mir angestrebte 'zweite Sichtung' – insbesondere durch die Einbeziehung und die Analyse empirischen Materials – zwar eine noch differenziertere Betrachtung ermöglichen. Dennoch können manche Ausführungen nur angedeutet werden und bleiben damit zum Teil bruchstückhaft. Bei meinem Versuch, die Soziologie des Geruchs weiterzuschreiben, werde ich manchen Gabelungen und feinen Verästelungen auf den noch wenig erforschten Wegen dieses weitläufigen Feldes ein Stück weit folgen, Thesen und Vermutungen formulieren, die Seitenwege aber nie gänzlich zu Ende ausloten. Dies gilt in erster Linie für die ersten beiden Analyseebenen.
Zentral im Hinblick auf die für den empirischen Teil zu entwickelnde Forschungsthese aber wird die Auseinandersetzung mit der von mir als dritten Dimension beschriebenen *sozial-strukturellen* Betrachtungsebene sein, der die Beiträge zu den beiden anderen soziologisch bedeutsamen Dimensionen vor allem zuarbeiten sollen. Hieraus erklärt sich auch die Tatsache, daß zur Argumentation auf den ersten beiden Reflexionslinien nicht neues empirisches Material bzw. eigens recherchierte historische Quellen die Grundlage bilden, sondern vielmehr 'eklektizistisch' die bestehenden historischen, anthropologischen und soziologischen Abhandlungen bzw. die sonstige breit gefächerte (Sekundär-)Literatur aufgegriffen und für die eigene Argumentation ausgewertet wurde, was diese damit auch insgesamt in ein neues Licht rückt.

VII. Die sozio-historische Dimension – Die Gerüche im Prozeß der Zivilisation

"Die Geschichte der Zivilisation ist eine Geschichte der Emanzipation des Menschen von einer Gemeinschaft, deren Mitglieder grob, brutal und von kleinem Wuchs waren. Jeder Schritt auf dem beschwerlichen Weg hinauf zu einer differenzierten Lebensweise wurde begleitet von einer entsprechenden Vervollkommnung in der Kunst der Parfümerie".

Eric Maple (Zit. n. Robbins, Tom: The Jitterberg Perfume).

Das folgende Kapitel hat mit der Behandlung der sozio-historischen Aspekte des Olfaktorischen die erste soziologische Betrachtungsebene zum Gegenstand. Eine soziologische Untersuchung und Diskussion der historischen und aktuellen kulturellen Kodierung von Gerüchen muß zwangsläufig bei den Arbeiten von Norbert Elias beginnen. Der Darstellung seiner Zivilisationstheorie ist daher der erste Abschnitt des Kapitels (1.1) gewidmet.
Daran schließt sich ein sozial-und kulturgeschichtlicher Abriß über die frühesten und frühen gesellschaftlichen Umgangsweisen mit den Gerüchen an. Er behandelt die Verwendung von Düften im sakralen Bereich (1.2) und erstreckt sich in großen Sprüngen von den Anfängen der Menschheit über die Profanierung der Gerüche in den frühen Hochkulturen (1.3) und die Bedeutung des Olfaktorischen im europäischen Mittelalter und in der beginnenden Neuzeit (1.4).
Den Schwerpunkt dieses Kapitels aber bildet der fünfte Abschnitt(1.5). Der hier betrachtete historische Zeitraum reicht von seinen Anfängen im 16. Jahrhundert bis hin zum ausgehenden 19. Jahrhundert. In diese Zeitspanne fällt eine Entwicklung, die Elias als "Schub im Zivilisationsprozess" bezeichnet hat und die – bedingt durch die in dieser Zeit stattfindenden gesellschaftlichen Wandlungen – weitreichende Folgen für den Umgang mit den Gerüchen hatte, ja sogar im 18. und 19. Jahrhundert zur "olfaktorischen Revolution" (Corbin) geführt hat. Die Verknüpfung der Elias'schen Zivilisationstheorie mit Corbins kulturgeschichtlicher Analyse der Geruchsverhältnisse in Paris dieser Zeit soll einerseits helfen, die Relativität und Wandelbarkeit von Werten und Verhaltensnormen bezüglich der Gerüche aufzuzeigen und sie soll andererseits die Hintergründe für die in dieser Zeit stattfindende Herausbildung von das Olfaktorische betreffenden, zivilisierten Verhaltensmustern und Umgangsformen erhellen. Gleichzeitig vervollständigt diese Betrachtung den Überblick über die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit dem Geruch aus Kapitel V , in dem die historische Perspektive ausgeblendet blieb.
Der Schlußpunkt dieses Kapitels wird gesetzt durch einen zusammenfassenden Blick auf den Verlauf der Zivilisationskurve des Geruchs (1.6). Ihre wichtigsten Eckpunkte werden markiert und es wird der Versuch einer Interpretation gewagt, weshalb in der kultur- und sozialgeschichtlichen Entwicklung die Zivilisationskurve genau diesen Verlauf nahm und welche Faktoren Einfluß auf ihre Ausprägung genommen haben und immer noch nehmen.

1. Die kulturelle Geschichtsperspektive auf den Alltag – der Prozeß der Zivilisation nach Norbert Elias

In seinem 1930 erstmals publizierten Werk "Über den Prozeß der Zivilisation" hat Norbert Elias Manierbücher, Reiseberichte, Biographien und Berichte vom Hof zwischen dem 13. und 18. Jahrhundert analysiert, um die Entwicklung und den Wandel von Alltagsverhaltensweisen in den Oberschichten Westeuropas zu rekonstruieren. Sein Hauptaugenmerk richtete er vor allem auf die in der Literatur beschriebenen Tischsitten, die sexuellen Verhaltensweisen, auf Formen des aggressiven Verhaltens und die Standards der Hygiene.
Elias beginnt seine Untersuchung mit begriffsgeschichtlichen Erwägungen. Er macht zuallererst deutlich, daß der herkömmliche westliche Zivilisationsbegriff – die in Deutschland übliche Unterscheidung von Kultur und Zivilisation war seiner Meinung nach ein Sonderfall, auf den er nicht weiter eingeht – normativ aufgeladen und für eine historisch-soziologische Untersuchung unbrauchbar ist. Dieser Zivilisationsbegriff beruhe auf einer idealisierten Selbstdarstellung der westlichen Industriegesellschaften, ihrer gegenwärtigen Errungenschaften und den in ihnen geltenden Verhaltensmustern, Werten und Normen und dienen damit häufig der Abwertung anderer Gesellschaften:

> "Er (der Zivilisationsbegriff, J.R.) faßt alles zusammen, was die abendländische Gesellschaft der letzten zwei oder drei Jahrhunderte vor früheren oder vor »primitiveren« zeitgenössischen Gesellschaften voraus zu haben glaubt. Durch ihn sucht die abendländische Gesellschaft zu charakterisieren, was ihre Eigenart ausmacht und worauf sie stolz ist: den Stand ihrer Technik, die Art ihrer Manieren, die Entwicklung ihrer wissenschaftlichen Erkenntnis oder ihrer Weltanschauung und vieles mehr"[1].

Damit haben im allgemeinen Sprachgebrauch sowohl der Begriff der Zivilisation wie auch der ihm sehr nah verwandte Begriff der Kultur einen eindeutig bewertenden, ideologischen und ethnozentrischen Unterton, was nun aber für Elias keineswegs bedeutet, daß diese Konzepte nicht weiterentwickelt werden könnten, um sie in einen distanzierten wissenschaftlichen Diskurs einzubinden. Elias stellt nämlich diesen beiden relativ statischen, die Naturgegebenheit und Unveränderlichkeit der Bedingungen beinhaltenden Konzepten sein Verständnis von Zivilisation als dynamischen, langfristigen, stetig andauernden und in die Zukunft hinein offenen *Prozeß* gegenüber.
Ausgangspunkt aller Betrachtungen des 'Menschenwissenschaftlers' Elias ist der Mensch und die strukturellen sozialen Beziehungen zwischen den Menschen, die sogenannten *Figurationen* interdependenter Individuen. Eine der Hauptaufgaben der Soziologie besteht nun darin, diese "menschlich-gesellschaftlichen Geschehenszusammenhänge unserem eigenen Verständnis näher zu bringen und uns einen wachsenden Fundus zuverlässigen Wissens über diese Zusammenhänge zu erarbeiten"[2]. Diese Aufgabe aber ist zum Scheitern verurteilt, solange menschliches Denken und Handeln in fremden und vor allen Dingen auch in früheren Kulturen relativistisch als andersartig und absonderlich interpretiert wird; und insbesondere auch solange, als menschliches Verhalten wie selbstverständlich mit unveränderlichen Bedingungen gleichgesetzt und auf absolute, ewig gültige Verhaltensmuster zurückgeführt wird.

---

[1] Elias, Norbert: Über den Prozeß der Zivilisation. Soziogenetische und psychogenetische Untersuchungen, 2 Bände. Suhrkamp, Frankfurt am Main: 1976; hier 1976a, S.1f.
[2] Elias, Norbert: Was ist Soziologie? (6. Aufl.) Juventa, Weinheim, München: 1991, S.13.

Vielmehr, so Elias, wird der Verlauf und die Richtung sozialen Wandels durch eine größtenteils noch unbekannte eigene Dynamik im Beziehungsgeflecht zwischen den Menschen und den Sozialgruppen gesteuert. So ist der Gang der Geschichte zwar von einer Ordnung geprägt, sie konstituiert sich aber aus eben dieser "endogenen Dynamik" spezifischer Figurationen und *Interdependenzen* der jeweiligen Menschen. Daraus folgt für Elias auch, daß die Zivilisation der modernen Staatsgesellschaften keineswegs naturgegeben bzw. das Ergebnis eines von vornherein festgelegten rationalen Planes oder gar abgeschlossen ist, sondern sich im historischen Prozeß relativ "blind" und "ungeplant" entwickelt: Sie ist das vorläufige Resultat sich permanent wandelnder menschlicher Figurationen und den damit verbundenen Verhaltensänderungen von Individuen und Sozialgruppen[3].
An dieser Stelle wird deutlich, wie stark die Elias'sche Theorie von der gesellschaftlichen Entwicklung, seine 'Menschenwissenschaft', durch die Soziologie Auguste Comtes geprägt ist. Auch und gerade bei Comtes *Drei-Stadien-Gesetz* kommt der Evolutionsgedanke klar zum Ausdruck: Das Leben eines jeden Individuums, die Entwicklung der Wissenschaft und die der Menschheitsgeschichte im Ganzen sieht Comte als einen Fortschritt von niederen Entwicklungsstufen zu immer höheren, als eine Abfolge notwendigerweise aufeinander aufbauender Entwicklungsstadien. Ist aber bei Comte mit dem dritten, dem "positiven Stadium" der Endpunkt der evolutionären Entwicklung erreicht, hat bei Elias der Zivilisationsprozeß weder einen exakt zu definierenden Nullpunkt, noch einen bestimmten eruierbaren Endpunkt. Beeinflußt von Comtes Gedanken, hat Elias seine Prozeß- und Figurationstheorie von vornherein auf drei Richtungen bzw. Ebenen hin ausgelegt und diese Anlage im Laufe seiner Arbeit präzisiert.
Erstens fokussiert er den Zivilisationsprozeß auf der individuellen Ebene und untersucht den engen Zusammenhang zwischen individueller Sozialisation und kollektivem Wissenserwerb. Da soziokulturelle Mutationen, wenn sie einmal entstanden sind, nicht – wie in der biologischen Evolution – automatisch reproduziert werden, muß jeder Mensch einen eigenen, individuellen Zivilisationsprozeß durchlaufen. Das Allermeiste von dem, was den Menschen zum Menschen macht, ist nicht angeboren, sondern muß, gerade in hochkomplexen und modernen Industriegesellschaften, innerhalb gesellschaftlich vermittelter Sozialisationsprozessen vom Einzelnen erlernt werden: Die Regulierung von Sinneswahrnehmungen, von Affekten und Impulsen, das Benehmen, das Zeitbewußtsein, Formen des Denkens u.v.m zeigen das sozial Geformte am Menschen an und machen das Individuum auch erst gesellschaftsfähig. Hierzu schreibt Elias:

> "Die Geschichte einer Gesellschaft spiegelt sich in der Geschichte des einzelnen Individuums innerhalb ihrer: Den Zivilisationsprozeß, den die Gesellschaft als Ganzes während vieler Jahrhunderte durchlaufen hat, muß das einzelne Individuum, abgekürzt, von neuem durchlaufen; denn es kommt nicht »zivilisiert« zur Welt"[4].

Weiterhin geht Elias davon aus, daß seine Zivilisationstheorie – auf einer zweiten Ebene – auch soziokulturelle Prozesse, die in jeder Gesellschaft ablaufen, erklären kann. Die Standards des Verhaltens, die in einer Gesellschaft zu einer gegebenen Zeit vorherrschen, haben niemals den Status unwandelbarer sozialer Normen. Vielmehr sind auch sie das Ergebnis und die Fortsetzung früherer historischer Prozesse: Verhaltensstandards werden von früheren Gesellschaften übernommen, sie werden von einer Generation auf die nächste übertragen und können sich in diesen Verläufen auch langsam oder schnell verändern. Elias rückte diese zweite, gesellschaftliche Ebene ins Zentrum seiner Forschungsbemühungen: Die Analyse nationaler Mentalitäten, insbesondere seine Auseinandersetzung mit dem Habitus der

[3] Elias, 1976b, S.312ff.
[4] Elias, 1976a, S.330.

Deutschen, dem Aufstieg des Nationalsozialismus, aber auch seine intensiven Untersuchungen über den westeuropäischen Zivilisationsprozeß der frühen Neuzeit sind Belege hierfür.
Diese Perspektive machte es Elias möglich, noch eine dritte Richtung oder Ebene von Zivilisationsprozessen zu unterscheiden, nämlich die der Menschheitsgeschichte in toto. Es ist gewissermaßen der größte und allgemeinste Kontext, in dem die beiden anderen Ebenen der Zivilisierung, in dem individuelle Lebensgeschichten und spezifische historische Episoden, aufgehen. Zwar läuft der Zivilisationsprozeß wie gesagt nicht auf einen rational faßbaren Zielpunkt hin und ist immer auch durch Fehlentwicklungen und Rückschläge gekennzeichnet, doch umfasst diese insgesamt als positiv zu wertende, evolutionäre Kontinuität immer mehr Individuen, immer weitere Bevölkerungskreise und immer mehr Gesellschaften, und führt so schließlich zu einer voranschreitenden – wie auch immer letztlich gearteten – Zivilisierung der gesamten Menschheit.
Wie angedeutet, konzentrierte sich Elias in seinen empirischen Studien auf die zweite, die gesellschaftliche Ebene. Um jedoch dem universellen Anspruch seiner Theorie gerecht zu werden, mußte er stetig alle drei Richtungen des Zivilisationsprozesses im Auge behalten.
Zum Hauptgegenstand seiner soziologischen Untersuchungen machte Elias nun die seiner Ansicht nach in hohem Maße variablen und modellierbaren menschlichen Beziehungsfunktionen. Zwar setzte er bei seinen Forschungen in einem mehrere Jahrhunderte zurückliegenden Zeitraum an, doch er tat auch dies aus der Überzeugung heraus, mit seiner Prozeß- und Figurationstheorie eine gesellschaftliche Entwicklungstheorie mit übergreifender und universeller Geltung gefunden zu haben. Gerade bei den Verhaltensstandards der westeuropäischen Oberschichten zwischen 1300 und 1800 – und dabei speziell in dem von ihm als besonders wichtig konstatierten Zivilisierungsschub des 16. Jahrhunderts – weist Elias tiefgreifende Veränderungen nach, die einen ebenso tiefgreifenden Wandlungsprozeß in der Struktur der Gesellschaft widerspiegeln:

> "Es ändert sich die Art, in der die Menschen miteinander zu leben gehalten sind; deshalb ändert sich ihr Bewußtsein und ihr Triebhaushalt als Ganzes. Die »Umstände«, die sich ändern, sind nichts, was gleichsam von »außen« an den Menschen herankommt; die »Umstände«, die sich ändern, sind die Beziehungen zwischen den Menschen selbst"[5].

Wie dieses Zitat und nicht zuletzt auch der Untertitel des Buches, aus dem es entnommen ist, zeigen, postuliert Elias eine parallele Entwicklung von gesellschaftlichem Komplexitätszuwachs (*Soziogenese*) und umfassender Persönlichkeitsmodellierung, d.h. Veränderungen in der Mentalität, der Psyche oder des Triebhaushaltes der Menschen (*Psychogenese*). Je komplexer und vielschichtiger sich eine Gesellschaft darstellt, desto komplexer und differenzierter ist auch die Persönlichkeitsstruktur, der soziale Habitus der einzelnen Individuen. Als wichtige Ursachen für diese Entwicklung nennt Elias die stärkere ökonomische, politische und soziale Abhängigkeit der Menschen voneinander und die Zentralisierung bzw. Monopolisierung politischer Macht im Staatsbildungsprozeß. Dabei hängen beide voneinander ab: Erst die veränderte Affektstruktur ermöglicht weitere Schritte in der gesellschaftlichen Entwicklung und umgekehrt – die Psychogenese der Affektregulierung entspricht der Soziogenese des Staates[6].
Bei diesen Überlegungen lehnt sich Elias eng an die Thesen von Max Weber über die in den neuzeitlichen Staatsbildungsprozessen beobachtbaren Disziplinierungs- und Rationalisierungsvorgänge an: In dem Maße, wie der Staat die Herrschafts- und Gewaltmittel an sich zieht und damit eine innere Pazifizierung der Gesellschaft erreicht, ergibt sich erst die Möglichkeit bzw. auch die Notwendigkeit zu einer Verstärkung jener drei fundamentalen Kon-

[5] Elias, 1976b, S.377.
[6] Elias, 1976b, S.434ff.

trollen von Menschen in Gesellschaften: der Kontrolle über das außermenschliche Naturgeschehen, der Stand der Kontrolle von Menschen übereinander und der jedes einzelnen Menschen über sich selbst:

> "Das Verhalten von immer mehr Menschen muß aufeinander abgestimmt, das Gewebe der Aktionen immer genauer und straffer durchorganisiert sein, damit die einzelnen Handlungen darin ihre gesellschaftliche Funktion erfüllt. Der einzelne wird gezwungen, sein Verhalten immer differenzierter, immer gleichmäßiger, immer stabiler zu regulieren"[7].

Das neue Schema der Affektregulierung erfolgt zunächst durch gesellschaftliche Verbote und Sanktionen, d.h. durch Fremdzwänge. Um aber auf Dauer wirksam zu werden, müssen diese Fremdzwänge in gewissenslastende Selbstzwänge umgewandelt werden, die "automatisch" und blind, unabhängig von situationsbedingten und eventuell gewalttätigen Sanktionen, "als Gewohnheit, die bis zu einem gewissen Grad auch funktioniert, wenn der Mensch allein ist", wirksam sind[8]. Es kommt zur Heraubildung der sozialen, der "zweiten Natur" des Menschen, zu "einem Abdruck der Gesellschaft im Innern"[9], zu einem Gewissen, zu dem, was Freud als 'Über-Ich' und Mead als 'Me' bezeichnet haben.
Dieses neue Verhältnis von Fremd- und Selbstzwängen wird von Elias zuerst an einer wirkungsvolleren Selbstkontrolle der Aggressivität festgemacht; es läßt sich in der Folge aber auch an der Verfeinerung von Umgangsformen und Sitten und einer Anhebung der Peinlichkeits- und Schamschwelle erkennen.
So entsteht konkret in der von Elias dahingehend untersuchten frühen Neuzeit, zunächst für die Oberschicht, ein streng ritualisierter Verhaltenskodex, der die höfische Interaktion – vor allem das Essen und die Konversation – neu formt. Dies stellt Elias exemplarisch und sehr anschaulich an den Tischmanieren, an der Geschichte des Gabel- und Messerrituals, aber auch am Wandel in der Einstellung zu den natürlichen Bedürfnissen, an den Verhaltensweisen des Spuckens und Schneuzens dar. Mehr und mehr beginnen dann solche Standards den gesamten Habitus der oberen Schichten zu umfassen und werden damit gleichzeitig zu einem bewußt und (macht-)strategisch eingesetzten sozialen Prestige- und Distinktionsmittel: Gutes Benehmen, der richtige Geschmack, Kleidung, Gestik, sprachlicher Ausdruck usw. geben Auskunft über den Platz in der Rangordnung der Gesellschaft und sind nun gelegentlich sogar entscheidend für das soziale Überleben. Zumindest aber werden das Übertreten, die Nicht-Beherrschung oder das gänzliche Fehlen dieser Standards in sozialen Situationen zur Quelle von Scham und Ekel; sie werden zum Auslöser von Angst im Inneren des betroffenen Individuums selbst, und – unabtrennbar damit verbunden – von Peinlichkeitsgefühlen bei den sozialen anderen. Scham und Peinlichkeit sind für Elias stark verinnerlichte Ängste vor sozialer Degradierung, und sie prägen vor allem seit dem 16. Jahrhundert den Habitus des 'abendländischen' Menschen. Solche Gefühle erachtet Elias als typisch für Gesellschaften, in denen sich die Balance von Selbst- und Fremdzwängen stark zu ersteren neigt. Vieles, was bislang in der Öffentlichkeit geschah und an dem niemand Anstoß zu nehmen schien – wie z.B. Sexualität, Gewalt oder das Verrichten von natürlichen Bedürfnissen – verschwindet nun hinter die Kulissen des öffentlichen Lebens und ist fortan und immer weitgreifender mit Scham- und Peinlichkeitsschranken belegt.
Selbstdistanz, Trieb- und Affektkontrolle, Takt, das Spiel mit dem Schein und immer mehr auch Techniken der Simulation werden zu *den* Merkmalen des zivilisierten Habitus, die sich schließlich langsam von der Spitze der Gesellschaft bis in die unteren Schichten hinein durchzusetzen beginnen. Stets sind es die gesellschaftlichen Oberschichten, die zuerst von

[7] Elias, 1976b, S.317.
[8] Elias, 1976a, S.186.
[9] Elias, 1976a, S.173.

einem neuen Schub der Verhaltensregulation erfaßt werden, bevor die verfeinerten Manieren in die Mittel- und Unterschichten diffundieren. Obwohl sich dabei im evolutionären Kontinuum des Zivilisierungsprozesses "über Jahrhunderte hinweg [...] eine klare Tendenz zur Angleichung der Lebens- und Verhaltensstandarde, zur Nivellierung der großen Kontraste" erkennen läßt, kommt es letztlich aber keineswegs zu einer vollständigen Assimilierung der sozialen Schichten bzw. zu einer Nivellierung der gesamten Gesellschaft. Vielmehr handelt es sich bei den "Ausbreitungswellen von Verhaltensweisen" um einen zweiphasigen, sich stetig wiederholenden – quasi kybernetisch sich selbst regulierenden – Vorgang.
In der ersten Phase versuchen die Angehörigen der breiteren und sozial unterlegenen Schichten sich an der Oberschicht zu orientieren und sich ihr anzugleichen: Sie werden "von der Verbotstafel, von der Affektregulierung und dem Verhaltenscode der Oberschicht in so hohem Maße beeindruckt, daß sie ihre eigene Affektregulierung nach dem gleichen Schema auszurichten suchen". Parallel zu diesen Assimilationsversuchen von unten nach oben besteht in dieser Phase auch die Neigung von oben nach unten zu kolonisieren, denn die obere Schicht durchsetzt die untere – intendiert oder nicht – mit ihren Verhaltensweisen.
In der zweiten Phase emanizipiert sich dann die aufsteigende Gruppe. Sie gleicht sich mehr und mehr der Oberschicht an und gewinnt dabei an gesellschaftlicher Stärke und an Selbstbewußtsein. Dies kommt einem drohenden Macht- und Prestigeverlust der sozialen Oberschicht gleich: Abschließungs-, Abstoßungs- und Differenzierungstendenzen in der Oberschicht sind die Folge; jetzt wiederum mit der "Neigung, das Unterscheidende hervorzukehren und zu stabilisieren".
Dies ist für Elias "eine der merkwürdigsten Erscheinungen im Prozeß der Zivilisation": Nichtzuletzt durch strategische Maßnahmen der Oberschicht können die unteren sozialen Schichten die völlige Assimilation von Verhaltensweisen nie ganz erreichen. Dazu trägt auch bei, daß ihnen das hierzu notwendige kulturelle und ökonomische Kapital fehlt. Dennoch sind in den unteren Schichten Versuche zu erkennen, sich dem Modell des Vorbildes soweit als möglich anzugleichen, was aber "unvermeidlich zu ganz spezifischen Verkrümmungen des Bewußtseins und der Haltung" führt. Dies betrifft aber nicht nur die Ideen und Ideale, macht sich nicht nur als "Halbbildung" bemerkbar, sondern auch "als Anspruch, etwas zu sein, was man nicht ist, als Unsicherheit des Verhaltens und des Geschmacks, als »Verkitschung« nicht nur der Möbel und Kleider, sondern auch der Seelen: Alles das bringt eine soziale Lage zum Ausdruck, die zur Imitation von Modellen einer anderen, gesellschaftlich höher rangierenden Gruppe drängt. Sie gelingt nicht; sie bleibt als Imitation fremder Modelle erkennbar"[10].
Obwohl Elias mit diesen Überlegungen eine schichtspezifische Differenzierung von Verhaltensstandards in Gesellschaften andeutet, geht er nicht weiter auf die Ursachen, die Qualitäten und Konsequenzen solcher Unterschiede bzw. Gemeinsamkeiten im Prozeß der Zivilisation ein. Dieser Teil des Zivilisationsprozesses verschwindet hinter der Idee eines zwar umkämpften, aber stetig von der Ober- in die Unterschicht 'absinkenden' Verhaltensmodus der Zivilisiertheit. Gerade diese Aspekte aber können für eingehende Untersuchungen über das sittliche Verhalten von Menschen, über Manieren und Anstandsformen und damit zusammenhängend für die Thematik der vorliegenden Arbeit von entscheidender Bedeutung sein[11].

---

[10] Elias, 1979b, S.424-426.

[11] In diesem Zusammenhang sei noch darauf hingewiesen, daß ein Hauptkritikpunkt an der Elias'schen Zivilisationstheorie von Hans-Peter Duerr formuliert wurde. Mit seiner These von der Unwandelbarkeit der Verhaltensformen greift er die Kernaussage der Zivilisationstheorie an. Anhand umfangreichen Bild- und Quellenmaterials zu menschlichen Schamhaftigkeits- und Peinlichkeitsempfindungen versucht er in seinen Arbeiten aufzuzeigen, daß schamhaftes Verhalten und andere zivilisatorische Verhaltensmuster keineswegs soziogenetische Variablen darstellen, sondern vielmehr als anthropologische Invariablen und Universalien in allen Gesell-

Gegenstand und Inhalt der folgenden Kapitel ist es, aufzuzeigen, daß die Veränderungen im Zusammenleben der Menschen, die Verfeinerung der Sitten im Prozeß der Zivilisation auch Einfluß hatten auf die Wahrnehmung, die Einordnung, die Bewertung und Verwendung von Gerüchen, Düften und Duftstoffen.
Wie jedes andere soziokulturelle Phänomen unterliegt auch der gesellschaftliche Umgang mit dem Geruch einem kulturellen, weitgehend aber auch einem sozialen Wandel. Dabei bezieht sich der kulturelle Wandel in erster Linie auf von Menschen hervorgebrachte bedeutungsvolle Symbole, der soziale Wandel vornehmlich auf aktuelles menschliches Verhalten. Beidesmal werden durch den Menschen als dem sozial und kulturell Agierenden Veränderungen hervorgebracht.
Eine in dieser Hinsicht entscheidende und bis in die heutige Zeit unserer Gesellschaft stark fortwirkende Entwicklung setzte mit ihren frühesten Erscheinungsformen im 16. Jahrhundert ein – im gleichen Jahrhundert also, in dem nach Elias jener wichtige, d.h. umfassende und vielschichtige Entwicklungsschub im 'abendländischen' Zivilisierungsprozeß seinen Anfang nahm – und gelangte im 18. und 19. Jahrhundert zum völligen Durchbruch.
Bevor jedoch auf diese Epoche eingegangen wird, soll noch kurz, in Form eines sozial- und kulturgeschichtlichen Überblicks – sozusagen einer skizzenhaften 'Archäologie des Geruchs' –, die frühen und frühesten Umgangsweisen mit Geruch, mit Duft und Gestank beleuchtet werden. Dieser Blick zurück auf die Anfänge eines intendierten bzw. intentionalen, d.h. eines über die bloße Wahrnehmung von Geruchsreizen hinausgehenden Umgangs mit Gerüchen, hat aber nicht nur eine ornamentale Funktion für die vorliegende Arbeit. Er ist nicht zuletzt deshalb von Bedeutung, weil sich über ihn Wandlungstendenzen und Konstanten in der sozialen und kulturellen Bewertung bzw. Deutung des Olfaktorischen aufdecken lassen.

2. Am Anfang war der Rauch – die sakrale Bedeutung der Wohlgerüche

Zwar gehört die Deutung und Verarbeitung olfaktorischer Sinneseindrücke wahrscheinlich zu den ältesten Merkmalen, durch die sich schon die frühesten Menschen von den anderen Lebewesen ihrer Umgebung unterschieden. Dennoch muß davon ausgegangen werden, daß in den Anfängen der Menschheit der Bedeutungsgehalt des Olfaktorischen noch primär von den Notwendigkeiten und Bedingungen des menschlichen Überlebens bestimmt wurde und daher dem der Tiere sehr nahe stand. Die Dominanz dieser 'ursprünglichen', 'animalischen' Funktionen des Geruchssinns innerhalb von Überlebensstrategien lag in erster Linie in den Bereichen von Nahrungssuche, -bewertung und -aufnahme, in der Umwelt- und Gefahreinschätzung (Naturereignisse, Tiere, Wachstums- und Verwesungsprozesse), und in sozialer Hinsicht vor allen Dingen in der Wahrnehmung von Körpergerüchen, d.h. als Signal zur Erkennung der Gruppenzugehörigkeit bzw. -fremdheit sowie im Sexualbereich, d.h. im Zusammenhang mit Partnersuche, sexueller Stimulanz und Fortpflanzung.

---

schaften und zu allen Zeiten anzutreffen sind. Es ist hier nicht Raum, die Kontroverse zwischen Elias' Theorie und Duerrs Kritik nachzuzeichnen oder zu diskutieren. Unsere Behandlung der Gerüche und ihre Verortung im Prozeß der Zivilisation aber wird anschaulich machen, daß Duerrs Sichtweise von den sozialen Verhaltensformen als anthropologischen Konstanten zumindest auf den gesellschaftlichen Umgang mit den Gerüchen nicht zutrifft (Vgl. Duerr, Hans Peter: Nacktheit und Scham. Der Mythos vom Zivilisationsprozeß. Frankfurt am Main: 1988. Von dieser vom Autor auf vier Bände angelegten Reihe zur 'Entmystifizierung' des Elias'schen Theorems vom Prozeß der Zivilisation sind inzwischen weitere Ausgaben erschienen).

Als eine erste Loslösung der Gerüche aus diesem primär auf das physische und soziale Überleben von Individuen und der Spezies gerichteten Kontext muß die Wahrnehmung des Zusammenhangs von natürlichen Verbrennungsprozessen und der Deutung und Verarbeitung jener dabei regelmäßig entstehenden, unterschiedlichen Geruchseindrücke gesehen werden. Schon sehr früh müssen die Menschen die Erscheinung des stofflich nicht greifbaren, d.h. unsichtbaren, nicht-fühlbaren und überhaupt nur für kurze Zeit sinnlich erfaßbaren Wohlgeruchs, der sich zudem deutlich von den gewohnten Umwelt- und Sozialgerüchen der Lebenswelt abhob, als rätselhaft und unerklärlich, als eine zu interpretierende Erfahrung mit einem ganz besonderen Stellenwert empfunden haben. Denn bis zu diesem Zeitpunkt sind das Feuer und die damit verbundenen Geruchseindrücke noch ein bloßes Naturereignis, über das man keine Kontrolle hat bzw. dessen man nur durch Zufall oder durch göttliche Fügung gewahr und für kurze Zeit habbar wird.

Erst die Kontrolle über das Feuer – die Möglichkeit, es zu sammeln, zu bewahren und schließlich es selbst zu entfachen – gab den Menschen die Fähigkeit, eigenständig Gerüche zu generieren und zu kontrollieren, d.h. gezielten Einfluß auf die Art, die Häufigkeit und die Dauer der Geruchshervorbringung zu nehmen und sie damit zu bestimmten Ereignissen intentional einzusetzen[12]. Nun, da der Umgang mit dem Geruch und die mit ihm verbundenen Sinneseindrücke nicht mehr nur auf die Bedingungen des physischen und sozialen Überlebens gerichtet sind, beginnt das Olfaktorische auch im sozial-kulturellen Bereich wirksam zu werden: Erst die Fähigkeit, Gerüche gesteuert und zielgerichtet einzusetzen, läßt sie eine kulturelle Funktion und Bedeutung erlangen; und erst von diesem Zeitpunkt an kann vom Beginn einer menschlichen Geruchs- oder Duftkultur gesprochen werden[13].

Dieser erste kontrollierte und intentionale Umgang mit Geruchsstoffen fand bei allen frühen Kulturen im sakralen Bereich statt. Der durch das Verbrennen bestimmter balsamischer Hölzer und Harze sowie aromatischer Pflanzenteile entstandene Rauch stieg zum Himmel – dem Sitz der Götter – auf und wurde damit als eine Art Kommunikationsmittel gewertet. Dabei konnte durch die gezielte Auswahl und Kombination der zu verbrennenden Substanzen durchaus ein rudimentärer kommunikativer Code entwickelt werden. Auf der anderen Seite aber führte man all jene nicht vom Menschen generierten Duftsignale auf einen göttlichen Ursprung zurück: Der 'Geruch der Heiligkeit', der sich allein schon in der Natur manifestieren konnte, wurde als ein Signal des Himmels und als Zeichen für die Anwesenheit der Götter interpretiert.
Die erste Funktion von Rauchopfern ist damit in der Herstellung einer unmittelbaren Verbindung zwischen dem Profanen und dem Sakralen zu suchen. Sie wurden zur Verehrung der übersinnlichen Wesen eingesetzt, man spendete die nach besonderen Kriterien ausgewählten Räucherwaren den Göttern zum Dank für ihr Wohlwollen oder um sie milde und gnädig zu stimmen. Zudem sollte das rituelle Verbrennen verschiedenster Materialien die Lebenden und die Toten miteinander in Verbindung bringen oder halten; dabei wurden die blutigen Tieropfer zunehmend durch das Verbrennen von Räucherwerk ersetzt[14].

Wie Le Guérer (1992) im kulturgeschichtlichen Teil ihrer Arbeit festhält, gehörte zum besonderen, ihre sakrale Bedeutung unterstreichenden Charakter der Duftstoffe auch, daß sie von geheimen, verborgenen und schwer zugänglichen Orten stammen mußten und nur über spezielles Wissen bzw. nur unter Mühen und Gefahren eher erobert denn geerntet werden

[12] Vgl. Gouldsblom, Johan: Feuer und Zivilisation. Suhrkamp, Frankfurt am Main: 1995, S.24-40.
[13] Vgl. Ohloff, 1992, S.21f.
[14] Letztlich läßt sich auch die etymologische Basis des Wortes Parfüm auf das lateinische *per fumum* ('durch Rauch') und die damit verbundenen Praktiken zurückführen.

konnten[15]. Diese geheimnisvolle Herkunft und all jene mit der Auswahl, Beschaffung und Präparierung verbundenen Umstände sind zusätzliche Faktoren, die den Düften Eigenschaften verliehen, die sie mit dem Heiligen, dem Übernatürlichen und somit mit den innersten Prinzipien des Lebens verbanden. In allen Kulturen der Vor- und Frühgeschichte entwickelten sich aus solchen Vorstellungen und Praktiken wichtige Teilbereiche von Magie und Religion: Sowohl bei magischen wie bei kollektiv-religiösen Zeremonien hatten – und haben z.T. auch noch heute – die Geruchsstoffe eine große Bedeutung. Der bedeutsame rituelle Aspekt von Duftstoffen im sakralen Bereich insgesamt zeigt sich in ihrer äußerst engen Beziehung sowohl zur Religion wie zur Magie. Dennoch läßt sich auch ein differierender ritueller Umgang mit den Duftstoffen bei magischen und religiösen Praktiken festmachen.

Die Absicht der Magie ist es, eine vom Magier oder Zauberer intendierte Veränderung bei den Personen oder Gegenständen hervorzurufen, auf die sie angewandt wird, und läuft damit letztlich auf das Ziel einer Aneignung und Beherrschung zumindest eines Teils der Lebenswelt hinaus. Andererseits aber soll durch solche magischen Praktiken auch erkenntnisbringende Einblicke in die Welt des Übersinnlichen gewonnen werden. Der magische Mensch will die Welt, deren Einheit und Lebenseinheit er wesentlich zu fassen meint, manipulieren. Dieser Glaube wird instrumentalisiert, die Dinge werden selbst in die Hand genommen. Dabei wird versucht, die Geister und Dämonen mit Formeln gefangenzunehmen, sie zu fesseln und zu zwingen, dem eigenen Willen zu folgen. Hierbei unterstützen oder bewirken die eingesetzten Duftstoffe, die durch ihre Verbrennung und die sich aus ihrer Verarbeitung und Mischung zu Salben, Pasten, Ölen und Gebräuen ergebenden Gerüche, offensichtlich die magische Wirkung.

Diese Beobachtungen konnten von Ethnologen auch bei den Praktiken von Naturvölkern gemacht werden. So stellte etwa Malinowski bei den Trobriandern fest: "In der Tat ist der Geruchssinn der wichtigste Faktor beim Verzaubern der Menschen: soll die Magie ihre stärkste Wirkung üben, so muß sie durch die Nase eindringen"[16]. Ähnliches beobachtete Radcliffe-Brown bei den Bewohnern der Andamanen Inseln: "The plants that are used as remedies for sickness [...] are possessed of strong and characteristic odours, and the natives think that it is through the odour that they effect a cure"[17]. Ebenso bei Gell: "In Umeda, at least, odoriferousness and magical science were closely correlated. In numerous contexts, informants explicitly stated that it was the smell of a magical preparation which endowed it with its efficacy"[18].

Auch Schriften über Hexerei und Magie aus dem europäischen Mittelalter erwähnen immer wieder die anziehende, bindende und heilbringende, aber auch die erkenntnisfördernde Kraft von Gerüchen; so z.B. Agrippa von Nettesheim in seiner "De Oculta Philosophia":

> "Räucherungen, Opfer und Salbungen durchdringen alles und erschließen die Pforten der Elemente und der Himmel, daß der Mensch durch dieselben hindurch die Geheimnisse des Schöpfers, die himmlischen Dinge und was über den Himmeln ist, sehen und erkennen kann"[19].

Seit der Antike sind Räucherwaren und Geruchsstoffe sowie duftende Essenzen und Salben untrennbar mit magischen Riten und Praktiken verbunden[20]. Dabei bedient sich Magie je

---

[15] Le Guérer, 1992, S.171ff.

[16] Malinowski, Bronislaw: Das Geschlechtsleben der Wilden in Nordwest-Malinesien. Syndikat, Frankfurt am Main: 1979 (1929), S.354.

[17] Radcliffe-Brown, Alfred R.: The Andaman Islanders. The Free Press of Glencoe: New York: 1963 (1933), 311.

[18] Gell, 1977, 26.

[19] Zit. n.: Cornelius, Heinrich: Agrippa von Nettesheim. Die magischen Werke. Fourier, Wiesbaden: 1982, S.95.

nach Umständen 'guter' wie 'schlechter' Gerüche: So erfordert ein 'schlechtes Werk', z.B. Haß und Unglück auf jemanden zu lenken, oftmals eine stinkende und billige Räucherung, wohingegen ein 'gutes Werk', mit dem man Wohlwollen und Liebe erlangen, sich das Glück geneigt machen oder den bösen Blick abwehren kann, nicht selten kostbare Ingredienzen verlangt. Hierbei muß die Kostbarkeit in keinem Verhältnis zu einem Wohlgeruch stehen, sondern kann sich vielmehr aus der Unzugänglichkeit, der Absonderlichkeit und u.U. der 'Ruchbarkeit' der Ingredienzien sowie den widrigen Umständen ihrer Beschaffung ergeben[21].

Doch auch in der christlichen Religion, die in ihrer Institutionalisierung zur scharfen Abgrenzung zum Magischen, seiner Eindämmung und Bekämpfung neigte, hatten die Duftstoffe immer ihren Platz. So befand sich unter den Geboten, die Moses von dem Herrn bei seiner Rückkehr aus Ägypten empfing, auch eines über die Einrichtung eines Räucheraltars und die Zubereitung des heiligen Salböls und Räucherwerks:

> "Und der Herr sprach zu Mose: Nimm dir Spezerei: Balsam, Stakte, Galbanum und reinen Weihrauch, vom einen soviel wie vom anderen, und mache Räucherwerk daraus, gemengt nach der Kunst des Salbenbereiters, gesalzen, rein, zum heiligen Gebrauch. Und du sollst es zu Pulver stoßen und sollst etwas davon vor der Lade mit dem Gesetz der Stiftshütte bringen, wo ich dir begegnen werde. Es soll euch ein Hochheiliges sein. Aber solches Räucherwerk sollt ihr für euch nicht machen, sondern es soll dir als dem Herrn geheiligt gelten. Wer es macht, damit er sich an dem Geruch erfreue, der soll ausgerottet werden aus seinem Volk"[22].

---

[20] Ein Beispiel für die römischen Vorstellungen über die magische Wirkung der Duftstoffe gibt der Schriftsteller Apuleius (125-180 n. Chr.) in seinem satirischen Roman "Der goldene Esel". Diese Schilderung belegt sehr eindrücklich den individualistischen und privatistischen Charakter der Magie und zeigt, welche nicht unbedeutende Rolle die Gerüche in diesem Zusammenhang für die Praktiken spielen. Apuleius soll deshalb etwas ausführlicher zitiert werden: Die zaubernde Pamphile ist sterbenskrank vor Liebeskummer, denn der Mann, den sie liebt, erwiedert ihre Zuneigung nicht. Da "ihre übrigen Künste bei dieser ihrer Liebe alle nicht anschlagen", will sie sich in dieser Nacht "der unwiederstehbaren Kraft der Magie und der Hilfe gebannter Geister" bedienen. Lucius, der Held des Romans, beobachtet daraufhin folgende Szene: "Wie wahnsinnig steigt Pamphile bei einbrechender Nacht auf ihren Erker. Dieser ist zu den magischen Hantierungen höchst bequem und wird von ihr immer insgeheim besucht. Erst rüstet sie diese ihre Werkstatt mit all ihrem abscheulichen Geräte aus. Auch tote, halbverweste Körper müssen mit ihren Gliedmaßen aufputzen helfen. Hier stellt sie Nasen und Finger auf, dort Galgennägel mit Stücken Armesünderfleisch, da aufbewahrtes Blut von Erschlagenen, dort verstümmelte Schädel, welche den Zähnen wilder Tiere entrissen sind. Sodann bespricht sie rauchende Eingeweide und übergibt die vermeinten Haare ihres Liebhabers den lebendigen Kohlen und läßt sie nebst vielem Rauchwerke verbrennen". Durch die geheimnisvolle Kraft der Gerüche, durch die 'Magie der Düfte', werden aber auch Menschen zu Fabelwesen und umgekehrt Tiere zu Menschen; eine Eigenschaft, die bei Apuleius zum handlungstragenden Teil des Stückes wird: Auch um zu ihrem Auserwählten zu gelangen, will sich die Zauberin "ihrer magischen Wissenschaft" bedienen und "sich befiedern und zu ihrem Geliebten hinfliegen. Zuallererst zieht Pamphile sich fasernackt aus. Nachher schließt sie eine Lade auf, woraus sie verschiedene Büchschen nimmt. Eines von diesen Büchschen öffnet sie und holt daraus eine Salbe, die sie solange zwischen beiden Händen reibt, bis sie völlig zergangen ist, alsdann beschmiert sie sich damit von der Ferse bis zun Scheitel". Nachdem sie ein "langes, heimliches Gespräch mit ihrer Lampe" geführt hat, in die sie zuvor einige Körner Weihrauch legte, wachsen ihr "starke Schwungfedern, hornicht und krumm ist die Nase; die Füße sind in Krallen zusammengezogen. Da steht Pamphile als Uhu!" Lucius, der die Verwandlung beobachtete, besorgt sich daraufhin auch etwas Salbe. Doch durch eine fatale Verwechslung der Dosen mutiert er zu einem Esel. Am Ende findet er nur durch Zufall das wundersame und duftende Gegenmittel: "Da auf einmal geht ein Mensch mit einem Blumenkorbe vorüber. Ich durchstöbere den Korb, hole geschwind alle Rosen hervor und schlinge sie hinunter. Plötzlich fällt die Tiergestalt wie eine Maske von mir ab und verschwindet" (Apuleius: Der goldene Esel. Goldmann, München: 1961, Drittes Buch, S.51ff.).

[21] Vgl. Le Guérer, 1992, S.24f.

[22] Das zweite Buch Mose, Kapitel 30, Vers 34-38.

Eine solch strikte Trennung zwischen dem hochheiligen Salböl und Räucherwerk, das die Priester Gott darbringen, und den profanen Duftmischungen war in anderen Kulturen zu diesem Zeitpunkt noch völlig unbekannt[23].

Der verbindende und gesellschaftsfestigende Charakter des Religiösen wird deutlich beim rituellen Gebrauch von Duftstoffen in der Kirche – hier insbesondere der zeitweise exzessiven Anwendung von Weihrauch[24]. Das Verbrennen von Weihrauch in der religiösen Gemeinde hat neben der emotionalen Einstimmung des Individuums auf den religiösen Akt[25] vor allem eine integrierende und stabilisierende soziale Funktion. Nicht nur die unmittelbar an der Zeremonie Beteiligten, sondern alle Anwesenden sollen gleichzeitig und gleichermaßen an der geheiligten Atmosphäre, an der Verbindung mit Gott, teilhaben. Der Einsatz von Weihrauch und anderen Parfümen markiert die Erfahrung und das Erlebnis eines gemeinsamen Übergangs der Gruppe vom profanen in den geheiligten Zustand. Die Tatsache, daß jeder der Anwesenden den Geruch nicht nur wahrnimmt, sondern auch in sich selbst aufnimmt und anschließend mit diesem 'behaftet' ist, läßt ein intersubjektives Wir-Gefühl unter den Teilnehmern entstehen: Das Gefühl, nicht nur eine engere Verbindung dem Heiligen, sondern auch mit allen anderen Gläubigen eingegangen zu sein. Der Geruch steht also symbolisch für die Anteilnahme an einer gemeinsamen religiösen Handlung; er vermittelt – vielmehr als alle anderen Sinnswahrnehmungen es können –, das Gemeinsame und Verbindende in der sozialen Handlung. Im Durkheimschen Sinne kann der religiöse, rituelle Gebrauch von Duftstoffen demnach als ein echtes soziales Phänomen interpretiert werden.

---

[23] Vgl. hierzu die Ausführungen im nachfolgenden Abschnitt VII.3.

[24] Betreffend der Inszenierung mittelalterlicher Messen schreibt so z.B Peter Fuchs: "Die [...] kommunikative Absonderung eines Großteils der Gemeinde durch lateinische Sprache, Alterisierung des Mahls, nichtsprachliche Kommunikationsanteile etc. führt zu einer schließlich definitiven Trennung der (Ein-)Geweihten von den 'circumstandes' (den 'Umstehenden'). Räumlich wird die Lettner eingezogen, eine hohe Trennwand zwischen Zelebrierenden und Gläubigen, die – gitterförmig – die Partizipation an den rituellen Vorgängen erschwert. Die 'Herumstehenden' werden auf die visuelle Dimension, auf die Dimension der Wahrnehmung reduziert. Ihr Anteil an der rituellen Kommunikation wird [...] auf Wahrnehmung, auf 'Schauen' beschränkt. Dieser Beschränkung entsprechen eine Reihe weiterer (und genau dadurch erklärbarer) Vorgänge. Unter anderem macht sie die Notwendigkeit von Wiederholungen verstehbar: z.B. das vielfache Küssen des Altars [...], die häufige Wiederholung von Kniebeugen und Kreuzzeichen, die immer prachtvoller werdenden Ornate der Zelebranten, die zunehmende Verwendung optisch eindrucksvoller Materialien wie Gold und Silber. Die Visualisierung wird dann auch mehr und mehr unterstützt durch den mitlaufenden Rekurs auf andere Sinnesorgane. Olfaktorisch macht sich der geradezu inflationäre Einsatz von Weihrauch geltend, akustisch die Glocken- und Klingelzeichen, die die Höhepunkte markieren und die Stillezeiten unterbrechen" (Fuchs, Peter: Gefährliche Modernität. Das zweite vatikanische Konzil und die Veränderungen des Messeritus. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Heft 1, Jg. 44, 1992, S.1-11; hier: S.4).

[25] Auf diese Bedeutung des Weihrauchgebrauchs in Kirchen wies schon Michel de Montaigne in seinen *Essays* hin: "daß die Erfindung des Räucherns und des Weyrauches in den Kirchen, die schon so alt und unter allen Völkern und Religionen üblich gewesen ist, die Absicht habe uns zu ermuntern, aufzuwecken und unsere Sinne zu reinigen, damit wir desto geschickter zur Aufmercksamkeit werden" (Essays I., LV. Hauptstück: Von dem verschiedenen Geruche).

3. Die Profanierung der Düfte in den Kulturen der Vor- und Frühgeschichte

"Wir können sagen, daß die Kunst der Parfümerie von all den verschiedenen Nationen studiert und gepflegt wurde, die nacheinander das Zepter der Zivilisation trugen"
Eugene Rimmel: Magie der Düfte, S.23.

Die Verwendung von Duftstoffen bezog sich in allen frühen Kulturen anfänglich auf den sakralen Bereich. In Ägypten, Griechenland, Rom und Arabien standen die Verwendung von Weihrauch, dem Rauch aromatischer Pflanzen bzw. die Wohlgerüche insgesamt für religiöse und magische Zwecke zunächst immer im Vordergrund. Wie alles, was wohlriechend und wohlschmeckend war, blieben sie den Göttern vorbehalten; sie fielen in den Bereich des Heiligen und waren – bei Zuwiederhandlungen von mehr oder minder restriktiven Sanktionen flankiert – auch gänzlich auf diesen beschränkt.
Die zivilisatorische Entwicklung, der Städtebau, die Ausdehnung von Handelsbeziehungen und der damit verbundene kulturelle Austausch brachte jedoch eine größere Zugänglichkeit und Vielfalt an Duftstoffen mit sich und führte auch zu einer zunehmenden Verfeinerung in den Kenntnissen von der Herstellung und den Techniken in der Konservierung der Düfte. Diese Entwicklungen bewirkten, daß allmählich neue, profane Einsatzbereiche für die Wohlgerüche erschlossen wurden. Mehr und mehr dehnte sich in den Hochkulturen der Antike die Funktion der Gerüche über den sakralen Bereich zunächst auf medizinische und hygienische Praktiken aus; vor allem aber nahm die soziale Bedeutung der Düfte sowie rein hedonistische Motive für die Anwendung stark zu. Der z.T. verschwenderische Umgang mit diesen Luxusgütern sollte Reichtum und Macht, aber auch Ehrerbietung gegenüber anderen Personen symbolisieren. Ebenso gewann auch die Befriedigung rein ästhetischer Genüsse über Wohlgerüche an Bedeutung. Dies galt aber lediglich für diejenigen Gesellschaftsgruppen, die sich den Luxus dieser kostbaren und knappen Güter leisten konnten; für den Großteil der Gesellschaft blieben Duft- und Räucherwaren unerschwinglich[26].

Frühe Anzeichen für die Säkularisierung, Profanierung und Individualisierung der Düfte, sind ihr Einsatz bei jeglicher Art von sozialen Anlässen: der Körper wird gewaschen und duftend geschmückt, Häuser, Räumlichkeiten und Veranstaltungsorte werden beduftet. Aber erst mit der zunehmenden Abschwächung und Entsakralisierung religiöser Praktiken und der kulturellen Verfeinerung transformierte der Gebrauch von Düften in immer mehr profane Lebensbereiche, erschlossen sich immer weitere gesellschaftliche Einsatzbereiche für das Olfaktorische. Diese Verlagerung hatte aber keineswegs zur Folge, daß in den ursprünglichen magischen und religiösen Anwendungskontexten die Duftstoffe gänzlich an Bedeutung verloren, vielmehr wurden Elemente aus diesen in die neuen Diskurse übernommen.

Ein frühes Beispiel dafür, daß der Gebrauch von Duftstoffen immer weitere Einsatzbereiche zu umfassen begann, ist die ägyptische Kultur. Über Jahrhunderte hinweg waren die Wohlgerüche ausschließlich den Priestern und der Anwendung bei religiösen Zeremonien vorbe-

[26] Vgl. Faure, Paul: Magie der Düfte. Eine Kulturgeschichte der Wohlgerüche. Von den Pharaonen zu den Römern. Deutscher Taschenbuch Verlag, München: 1993, S.273.

halten. Die duftenden Öle und Harze spielten eine wichtige Rolle bei Initiationen und im Totenkult. Bei Einbalsamierungsriten sollten die in großer Menge verwendeten Substanzen weniger den Verwesungsgeruch des Leichnams überdecken als den Verstorbenen in den Geruch der Heiligkeit versetzen und ihn für die Wiedergeburt bzw. das Fortleben im Jenseits konservieren. Die entsprechenden Aromate waren daher wertvoller als Gold und Silber, denn sie versprachen das ewige Leben[27].
Zunehmend wurden die Duftstoffe aber auch bei halbreligiösen Staatszeremonien, bei der Amtseinsetzung von Pharaonen, Priestern und hohen Beamten, eingesetzt und es wurden nicht nur die Toten oder die Tempelanlagen beduftet, sondern all jene, die sich die kostbaren Duftwaren leisten konnten, räucherten und parfümierten sich und ihre Umgebung schon zu Lebzeiten ein. Der privilegierte Stand der Priester begann unter der Herrschaft Ramses III. (ca. 1200 v. Chr.) die Präparate und Rezepte an die herrschende Schicht des Adels und an die Besitzenden zu verkaufen. Nicht mehr nur bei Festivitäten wurden die Räumlichkeiten parfümiert, auch der Körper wurde zum Objekt permanenter olfaktorischer Zurichtung: Die regelmäßige Hygiene gewann an Stellenwert, denn man glaubte, über das Vertreiben von Gestank und Zerfall dem Werk der Dämonen entgegenzuwirken. Zum körperlichen Schmuck trug man Duftkegel auf dem Kopf, deren Konsistenz sich nach und nach auflöste und die duftende Substanz auf Haare und Schultern verteilte. Schließlich übergoß man zum Zeichen der Ehrerbietung seine Gäste mit Duftöl, salbte sie oder schmückte sie mit Blumenkränzen.[28]
Es herrschte die Vorstellung, daß die erlesensten Düfte selbst aus dem Reich Gottes, den sagenhaften Ländern Saba und Punt kamen und daß sie alles, was sie umgeben, in die Sphäre des Vollkommenen und Göttlichen erheben. So auch das Individuum, das durch den Wohlgeruch selbst zu einem Gesalbten, selbst gottgleich und damit unsterblich wird. In der frühen ägyptischen Kultur gab es daher, wie auch in vielen Kulturen der Antike, keine Trennung zwischen Düften für den sakralen Einsatz und solchen für profane Zwecke. Grund hierfür war die übergreifend sakrale Bedeutung, die allgemein den Wohlgerüchen beigemessen wurde. Die Verwendung von Duftstoffen hatte – gleich von welcher Art und in welchem Kontext – immer die religiöse Funktion des Ausdrucks göttlicher Verehrung, wurde immer als intimer Ausdruck von Göttlichkeit aufgefasst[29]. Zugleich waren dieselben Düfte aber auch ein wichtiger Bestandteil der ästhetischen Gestaltung des Körpers, im Hinblick auf Hygiene und Schmuck, und hatten damit sowohl eine soziale d.h. prestigeanzeigende und ehrerbieterische, wie auch individuell-narzißtische Funktion[30].

Auch im antiken Griechenland galt die Überzeugung, daß die Wohlgerüche, die duftenden Pflanzen, Öle und Harze göttlichen Ursprungs sind. Man ging davon aus, daß die Götter die Düfte über alles liebten und sich vorwiegend von duftenden Pflanzen, von Ambrosia und Nektar, ernährten. Die Sterblichen erkannten die sinnlich ansonsten nicht faßbare Anwesenheit der Götter daher zuerst und einzig an ihrem besonderen Geruch. Zunächst, so die Mythologie, waren die Wohlgerüche das geheime Eigentum der Göttin Aphrodite, bis deren Magd, die Nymphe Oenone, das Geheimnis an die Menschen verriet. Daher galten die in der Herstellung von Parfüms bewanderten Personen, die in der Regel Frauen waren, auch als Priesterinnen und Magierinnen. Da die Menschen der Antike noch keine rationale Trennung zwischen verschiedenen Anwendungskontexten für Duftstoffe vornahmen, dienten diese

[27] Vgl. Lexikon der Ägyptologie. Band II. Harrassowitz, Wiesbaden: 1977, S.555 (Geruch und Geruchswahrnehmung).
[28] Faure, 1993, S.21ff.
[29] Vgl.Faure, 1993, S.50.
[30] Rimmel, 1993, S.35-56. Faure, S. 42ff.

gleichzeitg zur Verehrung der Götter, als Zaubermittel, zur Unterstützung bei medizinischen Therapien, aber u.a. auch als Nahrungsmittel, Gewürz und Schminkutensil[31].
Im sakralen Bereich wurden den jeweiligen Göttern bei Festen, Opferungs- und Bestattungsriten die ihnen entsprechend vorbehaltenen Räucherwaren dargebracht bzw. wurden zu kultischen Zwecken Öle, Salben und parfümierte Pomaden auf Gegenstände, Statuen, die Mauern der Tempel und den eigenen Körper aufgetragen. Gleichzeitig hatte der Geruch pflanzlicher Zubereitungen auch magische Kräfte und damit eine wichtige Bedeutung als Zaubermittel: Bestimmte Düfte verliehen besondere Eigenschaften oder vertrieben das Böse bzw. wirkten in diesem Zusammenhang unterstützend bei verschiedensten medizinischen Anwendungen.
Andererseits hatten die Aromata und Gewürze auch im profanen Bereich einen hohen Stellenwert, besonders als Schminkmittel mit erotischer Funktion: Die Praxis, sich vor dem Liebesakt zu parfümieren, war verbreitet und insbesondere am Hochzeitstag mußten Haut, Haare und Kleider der Frauen gut riechen. Die Schönheit des Körpers galt allgemein als Ausdruck geistiger Harmonie, weshalb die Körperpflege und die sportliche Betätigung einen großen Raum einnahm. So ist z.B. auf Vasenbildern das Einölen der Männer in der Übungshalle (Palästra) für den Ringkampf dargestellt; das Tragen des Salbenfläschchens (Aryballus) galt sogar als Erkennungsmerkmal der Palästriten. Durchaus üblich war es auch, mehrere Düfte gleichzeitig auf dem ganzen Körper verteilt zu tragen[32].
Auch als soziales Distinktionsmittel gewannen die Geruchsstoffe an Bedeutung; so schreibt Faure (1993):

> "Der Wohlgeruch hatte für die Griechen der hellenistischen Epoche eine ähnliche Wichtigkeit wie die Farbe der Gewänder: ein Faktor des gesellschaftlichen Prestiges, ein Symbol für eine höhere Stellung in Wirtschaft und Gesellschaft [...] In der zweiten Hälfte des 6. Jahrhunderts gehen bereits einige Bewohner der Stadt Kolophon zwischen Smyrna und Ephesos auf den Marktplatz in Gewändern, die ganz mit echtem Purpur gefärbt waren, [...] stolz, prunkend mit ihren schön verzierten Haaren, durch künstlich bereitete Salben triefend von Duft"[33].

Zur gleichen Zeit warnte aber auch der Philosoph Sokrates vor dem egalisierenden Charakter der Duftstoffe, denn "schließlich verströmt ja jeder, der sich mit Parfüm einreibt, ob Sklave oder Freier, sofort einen ähnlichen Duft"[34].
Erstaunlich unerwähnt bleiben in der Literatur der griechischen Antike – etwa in den Dichtungen Homers – die üblen Ausdünstungen und der Gestank, was nach Faure auf folgende Ursachen zurückzuführen ist:

> "Der Anstand verbot, über Fäkalien oder Gerüche zu sprechen. In den Städten, in denen es an Hygiene fehlte, breiteten sich allenthalben scheußliche Gerüche aus, so daß in den Dichtungen der Schilderungen der reinen Luft auf dem Gipfel des Olymp, Ida und Pelion der Vorzug gegeben wird, wo die Götter verweilen, die Ambrosia und Nektar zu sich nehmen. [...] Homer und seine Vorgänger interessierten sich nur für die Düfte, die sie als angenehm empfanden, und nicht für die übelriechenden Ausdünstungen"[35].

Über den Umgang mit Duftstoffen und die Bewertung von Gerüchen in der Antike ist am meisten aus der römischen Kultur überliefert. Als in Ägypten und Griechenland schon ausgeprägte Duftkulturen existierten, war Rom in dieser Beziehung noch sehr rückständig. Noch bis in 2. Jahrhundert v. Chr. bestand die römische Bevölkerung überwiegend aus viehzucht- und ackerbaubetreibenden Bauern, deren religiöse Bräuche noch nicht sehr aus-

[31] Vgl. Rimmel, 1993, S.103-123.
[32] ebenda.
[33] Faure, 1993, S.160.
[34] Faure, 1993, S.180.
[35] Faure, 1993, S 151 bzw. 156.

differenziert waren, weshalb der quantitative Verbrauch von Duftstoffen äußerst gering und von qualitativ einfacher Art war. Bis etwa zu dieser Zeit waren auch Schönheitsmittel, Friseure oder die Rasur und überhaupt die Anwendung von Duftstoffen im außerreligiösen Bereich gänzlich unbekannt. Wie Rimmel und Faure anmerken, befanden sich die Römer fortwährend im Kriegszustand mit anderen Völkern und befaßten sich, neben der Bewirtschaftung der Felder, über fast fünfhundert Jahre hinweg beinahe ausschließlich mit Bestückung und Ausrüstung ihrer Armeen[36]. Je weiter sich jedoch das Reich ausdehnte, desto mehr kamen die Römer in Kontakt mit orientalischen Völkern, der ägyptischen und der griechischen Kultur. Die weitreichende religiöse Bedeutung der Düfte und die Modalitäten ihrer Anwendung – z.B. welche Wohlgerüche für die neuen Gottheiten bestimmt waren – wurde ihnen erst durch die Griechen vermittelt. Die Praktiken der körperlichen Hygiene und des Parfümierens hatte man bei den Ägyptern kennengelernt, doch übernahmen und imitierten die Römer diese erst allmählich, denn die Duftstoffe waren auch bei ihnen zunächst noch den Göttern vorbehalten und allenfalls als Heilmittel erlaubt.

Im Jahre 5 v. Chr., dem Jahr der großen Volkszählung, hatte Rom bereits eine Million Einwohner und nicht zuletzt durch den intensiven Kontakt mit anderen Kulturen einen hohen zivilisatorischen Entwicklungsstand erreicht. Dies verdeutlicht sich auch am Umgang mit dem Olfaktorischen: Das städtische Leben war von da an gekennzeichnet durch ein großes Spektrum an olfaktorischen Eindrücken und die Duftstoffe erschlossen immer weitere Anwendungsbereiche und -möglichkeiten. Die Bedeutung der Düfte im sakralen Bereich blieb zwar erhalten, doch rein ästhetische und hedonistische Motive wurden mit der gestiegenenen Zugänglichkeit zu den Duftstoffen immer wichtiger[37].
Zu Ehren der Götter wurde überall in der Stadt Räucherwerk verbrannt und deren Statuen in den Tempeln, die selbst aus mit Duftstoffen vermischtem Mörtel gebaut waren, wurden mit aromatischen Ölen gesalbt. In den Häusern der Wohlhabenden glaubte man durch Weihrauch die Luft reinigen und sich so besser vor bösen Geistern schützen zu können; dem Lampenöl, das einen notorisch schlechten Geruch verbreitete, mischte – wer es sich leisten konnte – Parfüm unter. Gerade bei festlichen Einladungen sollten alle Sinne stimuliert werden und es wurde überschwenglicher Gebrauch von Räucherwerk, duftenden Blumen und Parfüms gemacht, mit denen auch die Speisen oder der Wein gewürzt wurden. Auch die öffentlichen Veranstaltungen in den Amphitheatern wurden olfaktorisch untermalt, indem in Brunnen parfümiertes Wasser zirkulierte und man durch kleine Öffnungen in den Gängen Flüssigkeiten, versetzt mit Safran und anderen Düften, lenkte, ja sogar durch die Decke auf das Publikum herabtropfen lies. Ebenso erreichte die Körper- und Schönheitspflege einen bis dahin ungekannten Stand: Nachdem die Römer auch den Süden Griechenlands erobert hatten, übernahmen sie die Bäderkultur der Griechen und während der Kaiserzeit entstanden in Rom die großen Thermen, in denen sich die römischen Bürger täglich zum Schwitzbad trafen, sich von Sklaven massieren und einölen ließen. Auch für die körperliche Schönheitspflege gab es eigens abgestellte Sklaven, die Cosmetae und die Ornatrix, die sowohl für das Baden, Reinigen und Schminken wie für die üppige Parfümierung zuständig waren[38].

Bei den Römern und den anderen hochentwickelten Kulturen der Antike hatten die Wohlgerüche aber nicht ausschließlich eine magische, religiöse und ästhetische Bedeutung. Vielmehr waren sie, wie der Geruch im allgemeinen, ein Mittel zur Identifizierung, Klassifizierung und Etikettierung von Individuen und sozialen Gruppen. Hierzu schreiben Classen et al.:

---

[36] Faure, 1993, S.209ff.
[37] Vgl. Ohloff, 1992, S.106f.
[38] Rimmel, 1993, S.125-146.

> "Olfactory symbolism, thus, was used very effectively to pass value judgements on different groups of people in antiquity. Given the strong emotional and physical reactions of pleasure or disgust which smells inspire, such an olfactory classificatory system would have been a potent aid to maintaining different classes in their »proper« place in the social order"[39].

In dieser Hinsicht war wohl die offensichtlichste Unterscheidung die zwischen arm und reich. Tatsächlich verwies der Geruch von Parfüm und der Besitz von Weihrauch, duftenden Öllampen und von Sklaven, die speziell damit beschäftigt waren, den Körper und das Zuhause olfaktorisch aufzuwerten, auf Reichtum und Macht, denn ausschließlich die Wohlhabenden und Einflußreichen konnten über all dies verfügen und es auch öffentlich zur Schau stellen. Die Armen dagegen hatten keinerlei solche Möglichkeiten und blieben daher den einfachen Lebensverhältnissen verhaftet, was sich schon am Geruch anzeigte[40].
Andere solcher sozial bedeutsamen, auch literarisch belegten, olfaktorischen Unterscheidungen bzw. Etikettierungen in der Antike sind die von Männern und Frauen (bis zu einer bestimmten gesellschaftlichen Stellung wurden alle Frauen in der Antike als schlechtriechend bezeichnet), von Land- und Stadtbewohnern und von Angehörigen verschiedener Berufe (z.B. Fischhändler, Wäscher, Gerber usw.). Aber auch soziale Diskriminierung konnte durch olfakorische Beurteilungen und Zuschreibungen erreicht bzw. untermauert werden: So etwa bei fremden Einwanderern, die grundsätzlich als ansteckend, schmutzig und stinkend galten, bei Prostituierten beiderlei Geschlechts oder bei Sklaven, die das geringste soziale Ansehen in der Gesellschaft hatten und die, sofern sie nicht innerhalb ihrer sozialen Position eine herausragende Stellung einnahmen, durchgängig als übel-riechend tituliert wurden[41]. Innerhalb dieser sozialen Gruppen konnte auch das Auftragen von Duftstoffen, die dann meist aus billigeren pflanzlichen Ölen bestanden, keine Aufwertung der Person und ihres Ansehens mehr leisten. Hierzu wiederum Classen et al.:

> "The poor were characterized as foul not only because of the malodours of their impoverished living conditions, but because of their low social status. [...] One can imagine [...], that even a well-scented poor man would be said to be ill-odoured by those who held him in contempt because of his social status. Being in metaphorical good odour in the ancient world, therefore, depended on more than simply being fragrant"[42].

Beim römischen Lustspieldichter Plautus ist das geringe Ansehen dieser sozialen Gruppen, ihre damit zusammenhängende olfaktorische Bewertung und ihr daraus resultierendes Verhältnis zur oberen sozialen Schicht festgehalten:

> "Du hast doch wohl / Nicht Lust, dich hinzudrängen zu dem Hurenpack, / Zu Bäckermetzen, Abschaum aus den Mühlen, zu den gemeinen, / Schmutzigen Sklavenliebchen mit ihrem üblen Duft, / Die nach ihrem Standort, nach dem Stall und der Latrine, riechen, / Die nie ein freier Mann berührt noch mit sich nimmt, / Zweipfennigshuren, schmutziger Sklaven Zeitvertreib."[43]

Durch die großen Menschenmengen, die in der Großstadt Rom auf engstem Raum zusammenlebten, wurde das Olfaktorische aber auch zu einem allgemeinen, öffentlichen Problem, das einen weiteres, neues Einsatzgebiet der Duftstoffe offenlegte: die Maskierung schlechter Gerüche. Die hierbei angewandten Techniken waren im wesentlichen die oben bereits geschilderten: Was gleichzeitig zur Verehrung der Götter, zur ästhetischen Erbauung und zur Darstellung von Reichtum und Macht diente – das Verbrennen von Räucherwerk, das Ein-

[39] Classen et al., 1994, 38.
[40] ebenda.
[41] Classen et al., 1994, 33-38.
[42] Classen et al., 1994, 35.
[43] Zit. n.: Faure, 1993, S.219.

träufeln bzw. Versetzen fließenden Wassers, z.B. von Brunnen oder Zu- und Ableitungen mit Duftstoffen, das Besprenkeln mit Duftöl oder das überschwengliche Verstreuen von Pflanzenblüten –, war zugleich ein Mittel zur Überdeckung unerwünschter Geruchsverhältnisse[44].
Die Cloaca maxima, ein unterirdisches Kanalisationssystem, das schon vor Christi Geburt erhebliche Ausdehnung erreicht hatte und das die Thermen und die Häuser der Wohlhabenden von Abfällen und Fäkalien entsorgte, verbreitete trotz ausgefeilter Technik und häufiger Reinigungen einen durchdringenden Gestank[45].
Weiterhin wurde gefaulter Urin für die Herstellung und das Waschen der zu dieser Zeit üblichen Gewänder aus Wolle verwendet. Die Anwohner sammelten ihren Urin auf der Straße in eigens dafür aufgestellten Amphoren, die dann so lange in den Werkstätten der Walkmühlen lagerten, bis die Flüssigkeit stinkend zu faulen begann; vermischt mit Fett und Talg ergab sich daraus eine ammoniakalische Seife[46].
Ein zusätzliches, sehr makaberes Motiv für die Anwendung von Duftstoffen zur Maskierung aufdringlicher Gerüche war der Einsatz von Räucherwerk und das Versprengen von mit Düften angereichertem Wasser in den Arenen der Amphitheater: Der durch das tausendfache Abschlachten von Menschen und Tieren zu den Tribünen aufsteigende und sich bis in die umliegenden Wohngebiete verbreitetende Gestank mußte überdeckt werden.
Mit dem Untergang des römischen Imperiums im 5. Jahrhundert n. Chr. aber verschwand aus Europa auch die in ihm sehr weit entwickelte und ausdifferenzierte soziale bzw. kulturelle Bedeutung der Düfte[47].

4. Die Bedeutung der Gerüche vom europäischen Mittelalter bis zur beginnenden Neuzeit

Nach dem Untergang der römischen Hochkultur spielten die Wohlgerüche bis weit ins europäische Mittelalter hinein nur eine unbedeutende und untergeordnete Rolle im religiösen, sozialen und kulturellen Leben[48]. Der Gebrauch von Duftstoffen war – im Vergleich zu früheren Epochen oder bei den orientalischen Völkern – in vielerlei Hinsicht beschränkt und unterentwickelt. Mit ausschlaggebend hierfür war die voranschreitende Christianisierung ab dem 4. Jahrhundert und die damit verbundene Verdammung der Wohlgerüche; sie widersprachen der durch den heiligen Augustinus geforderten Enthaltsamkeit und dem Verzicht auf sinnliche Genüsse[49].
Hatten die Urchristen die Weihräucherung noch als heidnische Praktik abgelehnt, so bekam – wohl unter Rückbesinnung auf die geheiligten Bräuche der Juden im alten Testament – ab dem 6. Jahrhundert in der christlichen Religion das Verbrennen von Weihrauch in der Litur-

[44] Vgl. Faure, 1993, S.226.
[45] Vgl. Faber, René: Von Donnerbalken, Nachtvasen und Kunstfurzern. Eine vergnügliche Kulturgeschichte. Eichborn, Frankfurt am Main: 1994, S.9-13.
[46] Auf die Praxis der Urinwäsche geht auch die Redensart "Non olet – Geld stinkt nicht" zurück. Das Gewerbe war ein so lukratives Geschäft, daß Kaiser Vespasian es mit einer Steuer belegte. Nach einer von Suetonius überlieferten Legende daraufhin von seinem Sohn Titus getadelt, hob er ihm ein Geldstück aus einer solchen Steuererhebung mit der Frage unter die Nase, ob es schlecht rieche. Als dieser verneinte, sagte Vespasian: "Und doch ist es vom Urin" (Vgl. Laporte, 1991, S.82. Faber, 1994, S.136f.).
[47] Vgl. Faber, 1994, S.13.
[48] Vgl. Henglein, Martin: Die heilende Kraft der Wohlgerüche und Essenzen. Die Geschichte, die Gerüche, die Anwendung. Oesch, Zürich: 1989, S.44. Faber, 1993, S.13. Rimmel, 1993, S.225-233.
[49] Henglein 1989, S.50ff.

gie wieder eine zunehmende Bedeutung[50]. Auch die Praxis des Salbens wurde aus dem religiösen Brauchtum der Juden übernommen und die Erwähnungen vom Einsatz duftenden Salböls in der Bibel sind zahlreich[51]. Bis heute hat sich so in der katholischen Kirche die Bedeutung dreier Salböle erhalten: das Katechumenenöl zur Salbung der Täuflinge, das Chrisam, das den heiligen Geist versinnbildlicht und mit dem Altäre, Kelche und Glocken gesalbt werden, und das Krankenöl, auch letzte Ölung genannt, zur Reinigung von Sünden.

Aber Weihrauch und Salböle waren nicht nur kostbare Güter, sondern auch ausschließlich der Verwendung im religösen Kontext vorbehalten. Erst die engere Verbindung zwischen der Kirche und den Königen der christianisierten Germanen ab dem 7. Jahrhundert führte zum Einsatz von Duftstoffen bei halbreligiösen Zeremonien: Zuerst in Spanien, später in Franken und dann in Angelsachsen ließen sich die Könige die spirituelle Weihe durch kirchliche Salbungen übertragen.
Selbstverständlich hatten die Düfte und Gerüche auch im heidnischen Glauben und bei den magischen Praktiken von Druiden, Hexen und Wunderheilern ihre Bedeutung, doch im profanen Bereich waren sie so gut wie unbekannt[52].
Selbst in den oberen sozialen Schichten sah man weder die Notwendigkeit, noch hatte man Möglichkeiten oder Fähigkeiten, sich von unangenehmen Gerüchen fernzuhalten oder sich mit Wohlgerüchen zu umgeben. Die Gerüche – gleich welcher Art – waren so, wie sie sich darboten, nicht nur toleriert sondern auch akzeptiert; sie hatten ihren festen und unabänderlichen Platz im Lebensraum. Die Gerüche hatten weder eine bedeutsame ästhetische Komponente, noch stellten sie eine Bedrohung für den einzelnen oder die Gemeinschaft dar. So teilten sich in der einfachen Bevölkerung auf dem Lande oft viele Menschen zusammen mit den Nutztieren ein Haus und meist alle Bewohner eines Hauses – Eltern, Kinder, Knechte und Tagelöhner – auch nur ein Zimmer. Bedingt durch dieses als normal empfundene Zusammenleben war man an die entsprechenden Gerüche gewöhnt.
Doch auch die höheren sozialen Schichten, für die diese Wohn- und Lebensverhältnisse auf den Burgen nur noch bedingt galten, kannten die kostbaren Wohlgerüche nur aus ihrer Anwendung im religiösen Kontext kirchlicher Zeremonien; für den profanen häuslichen Gebrauch waren sie weder vorgesehen noch in ausreichender Menge verfügbar. Dennoch war man in den gehobenen Kreisen schon vereinzelt bemüht, seinen Lebensbereich olfaktorisch aufzuwerten, wenn auch mit bescheidenen Mitteln. So berichtet in der kulturgeschichtlichen Literatur auch lediglich Rimmel: "Zur Zeit Wilhelm des Eroberers waren Teppiche noch unbekannt, aber man pflegte in den Häusern der Großen duftende Binsen auf den Fußboden zu streuen, um die Luft mit einem angenehmen Duft zu erfüllen"[53].

Erst die Kreuzzüge zwischen 1096 und 1291 und der erneute Kontakt zur islamischen Kultur machte die Europäer wieder mit Kosmetika und Parfüms bekannt. Im Islam galt eine völlig andere Auffassung von der Rolle des menschlichen Leibes: nicht die Unterdrückung

---

[50] Vgl. Faure, 1993, S.266f.
[51] Nur zwei Beispiele, die wiederum auf unterschiedliche, in den sakralen Bereich eingebundene Anwendungskontexte hinweisen, seien angeführt: "Und sie gingen aus und predigten, man sollte Buße tun, und trieben viele böse Geister aus und salbten viele Kranke mit Öl und machten sie gesund" (Das Evangelium nach Markus, Kapitel 6, Vers 12-13).
"Es kam aber auch Nikodemus, der vormals bei der Nacht zu Jesus gekommen war, und brachte Myrrhe und Aloe untereinander gemengt, bei hundert Pfunden. Da nahmen sie den Leichnam Jesu und banden ihn in leinene Tücher mit den Spezereien, wie die Juden pflegen zu begraben" (Das Evangelium nach Johannes, Kapitel 19, Vers 39-40).
[52] Rimmel, 1993, S.227.
[53] Rimmel, 1993, S.228.

des sinnlichen Genusses war das Ziel, sondern die Annäherung zu Gott über die Exaltation der Sinne, hierbei kamen auch die Wohlgerüche entsprechend zum Einsatz[54].
Zudem offenbarte sich bei der Annäherung zwischen Okzident und Orient eine weitere ganz offensichtlich gegensätzliche Position: die unterschiedliche mentale Haltung der mittelalterlichen Gesellschaft im Abendland und der des Islams zur Körperpflege. So schildert der Gesandte des Kalifen al-Hakam II. aus Cordoba im Jahre 973 von seinen Eindrücken im Frankenland: "Aber du siehst nichts Schmutzigeres als sie! Sie reinigen und waschen sich nur ein- oder zweimal im Jahr mit kaltem Wasser. Ihre Kleider aber waschen sie nicht, nachdem sie sie angezogen haben, bis das sie in Lumpen zerfallen"[55].
Ähnlich erstaunt berichtet auf der anderen Seite Otto von Freising, der 1101 eine Pilgerreise in den Orient unternahm. Er zitiert zunächst den Propheten Mohammed, der als oberstes Gebot erklärt hat: "Waschet euch, reinigt euch". Dann fährt er fort: "Diese Vorschrift hält dieses Volk ganz stur ein und wäscht selbst die geheimen Teile des Körpers täglich"[56].
Zwar war das Handwerk der Seifensiederei zu dieser Zeit im Abendland schon bekannt – es wurde vornehmlich Rebenaschenlauge und Hammelfett verarbeitet –, der wohl kaum angenehme Geruch dieser Seife verband sich mit einer auch ansonsten nur mangelhaften Qualität, was folgendes Zitat aus dem Ruodlieb-Epos (ca.1040) verdeutlicht: "Das Roß stand schwarz da wie ein Rabe, als ob man es gewaschen habe mit Seife"[57].
Diesen Produkten aber stand nun jene harte, weiße und parfümierte Seife gegenüber, wie sie die Araber bereits seit dem 7. Jahrhundert herstellen konnten, und die in Europa sofort als Luxus erachtet wurde und einzig der Oberschicht vorbehalten blieb.

In den folgenden Jahrhunderten begannen zunächst die Spanier, dann auch die Franzosen und Engländer mit der eigenen Herstellung hochwertiger Seifen, die je nach Geschmack der Kunden parfümiert werden konnten. Diese Verbreitung von duftenden Seifen in den höheren sozialen Schichten deutete aber keinesfalls auf eine Wandlung in der Einstellung zur Körperpflege hin.
Bis ins 14. Jahrhundert dienten die Duftstoffe in erster Linie rein ästhetischen Zwecken bzw. verwiesen auf die Zugehörigkeit zur gesellschaftlichen Elite. Die Düfte waren vor allem ein Vergnügen für die Sinne und man schmückte sich mit ihnen, ebenso wie mit den kunstvollen Behältnissen, in denen sie aufbewahrt wurden. Neben sogenannten Riechsäckchen und duftend ausgestopften Ziervögeln sind hier insbesondere jene mit Moschus, Zimt, Aloe oder Ambra gefüllten, silber-, gold- oder elfenbeingearbeiteten Riechbüchschen, Räucherpfannen und Riechäpfel (französich: *Pomander*, von pomme d'ambra, deutsch: Ambraapfel) zu nennen[58].
Ab dem 14. Jahrhundert begann man mit der Destillation ätherischer Öle unter der Verwendung von Alkohol, sodaß in dieser Zeit die ersten modernen Parfüms in Europa entstanden. Damit emanzipierten sich auch die Parfümeure als ein autonomer Berufsstand von den Apothekern, Friseuren und Kurzwarenhändlern, die bis dahin die Produktion und den Verkauf duftender Waren bestritten[59].

Eine fast schlagartige Veränderung in der Bewertung und Funktion der Gerüche trat mit den aufkommenden und mit verheerenden Folgen immer wiederkehrenden Seuchen und

---

[54] Henglein, 1989, S.45ff.
[55] Kühnel, Harry: "Mit Seife mißt man die Kultur...". Mentalität und Alltagshygiene. In: Archiv für Kulturgeschichte, Bd. 73, 1993, S.61-84; hier: S.61.
[56] Kühnel, 1993, S.62.
[57] Kühnel, 1993, S,64.
[58] Morris, Edwin T.: Düfte: Eine Kulturgeschichte des Parfüms. Walter, Düsseldorf: 1993, S.58f.
[59] ebenda.

Epidemien ein. So wurde bei der großen Pest von Avignon im Jahre 1348 – neben dem Rat zur Flucht – empfohlen, Feuer zu legen, die eine noch reinigendere und luftverbesserndere Funktion haben sollen, wenn sie mit duftenden Essenzen angereichert sind. Den Hintergrund für diese Überlegungen und Praktiken bildete die sogenannte *Miasmenlehre*, bei der man davon ausging, daß übelriechende Ausdünstungen selbst Ansteckungssstoffe enthalten, die tödliche Wirkung haben können. Neben Kloaken, Massengräbern, Abortgruben und Sümpfen, die von nun an für allerlei tödliche Krankheiten verantwortlich gemacht wurden, wurde jetzt auch die Pest als Geruch aufgefaßt. Hierdurch entstand eine vollkommene Gleichsetzung von Gestank und Tod[60].
Miteinhergehend entwickelte sich die Auffassung, daß man sich wiederum nur durch Gerüche vor der Seuche schützen und von Ansteckungen heilen könne. Bis zum Bekanntwerden von Pasteurs Untersuchungen über die Mikroorganismen (1880) bzw. der Entdeckung des Cholera-Erregers durch Koch (1883) und des Thyphus-Bazillus durch Gaffky (1884), hielt sich die Lehre von den fauligen Miasmen, die Zuschreibung eines direkten Einflusses der Gerüche auf die Gesundheit und die Lebenserwartung, sowie die damit verbundene Gleichsetzung von Gestank und Schädlichkeit, hartnäckig[61].
Mit einem Riechapfel voll Ambra zu promenieren diente nun nicht mehr nur ästhetischen oder rein repräsentativen und sozial distinktiven Zwecken. Und in parfümiertem Zustand auf der Straße zu laufen war ab dem 14. Jahrhundert keine reine Modeerscheinung mehr, sondern hatte eindeutig eine Schutzfunktion. Da die Ätiologie der Pest zum allergrößten Teil unbekannt war, waren im Mittelalter die Wohlgerüche das Hauptmittel gegen die Verderbnis der Luft und des Körpers. Man machte sich ihre vermeintlich reinigenden, kräftigenden und belebenden Eigenschaften zunutze im Kampf gegen die todbringenden Miasmen[62]. Durch ihre 'lindernde', 'korrektive', 'berichtigende' oder 'erfrischende' Wirkung förderten sie sowohl die Gesundheit der Luft wie die Widerstandsfähigkeit des Organismus: "Sie vertrauten auf Blumen, duftende Kräuter oder Gewürze, an denen sie oft rochen, überzeugt es sei besonders heilsam, durch solchen Duft das Gehirn zu erquicken; denn die ganze Luft schien von den Ausdünstungen der toten Körper, von den Krankheiten und Arzneien stinkend und beklemmend"[63].
Die Parfüms hatten die Kraft – so war man überzeugt – den giftigen Pesthauch zu zerstören und vor Ansteckung zu schützen, denn sie galten bis in ihre materielle Beschaffenheit hinein als das Gegenteil der Fäulnis. Wer sich über die Maßen mit starken Gerüchen parfümierte, schützte nicht nur sich selbst, er reinigte auch die ihn umgebende Luft. So wurde auch das Arsenal der Dinge, denen man eine stärkende und schützende Wirkung zuschrieb, weil sie parfümiert waren, immer umfangreicher: Wäsche, Kleidung, Kämme, Spiegel, Puder, ja sogar Lebensmittel wurden mit Wohlgerüchen versetzt. So notierte ein Beobachter noch im Venedig des 17. Jahrhunderts: "Alles war parfümiert: Handschuhe, Schuhe, Strümpfe, Hemden und sogar Münzen. Als wäre dies nicht genug, trugen die Leute auch Gegenstände aus parfümierter Paste auf sich und hielten Ambrakronen in den Händen, Elfenbeinschalen mit Parfüm [...] nicht aus Frömmigkeit, sondern zum Schutz und aus Vergnügen"[64].

---

[60] Vgl. Le Guérer, 1992, S.51ff.
[61] Noch 1892 trank der einflußreiche deutsche Forscher Max von Pettenkofer, der Begründer der Hygiene als universitärer Fachrichtung, einen Becher mit Cholerakultur, um zu beweisen, das Cholera nicht durch Bazillen verursacht wird, sondern durch das Einatmen von Luft, die durch Fäulnisprozesse verdorben ist (Vgl. Goudsblom, Johan: Zivilisation, Ansteckungsangst und Hygiene. In: Gleichmann, Peter/Goudsblom, Johan/Korte, Hermann (Hrsg.): Materialien zu Norbert Elias' Zivilisationstheorie. Suhrkamp, Frankfurt am Main: 1979, S.215-253; hier: S.229.
[62] Vgl. Le Guérer, 1992, S.107-134.
[63] Ohler, Norbert: Sterben und Tod im Mittelalter. Deutscher Taschenbuch Verlag, München: 1993, S.252.
[64] Zit. n.: Morris, 1993, S.171. Der Verweis auf die Frömmigkeit belegt nochmals den ursprünglich sakralen Charakter der Duftstoffe.

Auch betreffend der Gebäude und Räumlichkeiten wurde zur Bekämpfung der Pest ein intensiver Gebrauch von Duftstoffen und Räucherwerk empfohlen. Das Haus sollte sauber sein, luftig und von guten Gerüchen durchweht, die Zimmer mit Essigwasser besprengt und voller Blumen und duftender Pflanzen. Die scharfen Dünste, die das Verkohlen von Stoffen hervorruft, besitzen eine feurige, reinigende und austrocknende Qualität. Darum können Räucherungen mit Schwefel, Schießpulver, Salpeter und anderen stark riechenden Stoffen nützlich sein, um in Häusern, aber auch auf Straßen und Plätzen den Kampf gegen die verdorbene Luft aufzunehmen[65].
Diese noch bis ins 17. Jahrhundert vorherrschende Auffassung der Pest und den Mitteln zu ihrer Bekämpfung verdeutlicht ein Zitat des Kapuziners Maurice de Toulon: "Die Räucherung (*parfumage*) ist ein wirksames, schnelles und einfaches Mittel, alle Dinge zu reinigen [...]. Soviel kann ich von unseren Duftstoffen sagen, deren Rauch aus den schärfsten Drogen gebildet in alles, was er berührt, so stark eindringt, daß er alles übrige verzehrt, auch Keime von Fäulnis oder Gift"[66].

Mit der Londoner Pest von 1665 erreichte die Panik vor der verdorbenen Luft ihren Höhepunkt: der Gestank der noch unbestatteteten Leichen, die Ausdünstungen der Pestkranken, die Miasmen aus den verseuchten Gebäuden verbreiteten Angst und Schrecken. Man verbarrikadierte sich in den Häusern, versah sich mit reichlich Duftstoffen und hoffte auf deren stärkende und schützende Kraft. Doch waren Moschus, Ambra, Zimt und Aloe allein schon wegen ihres hohen Preises den Reichen und Mächtigen vorbehalten; dies galt auch für die erhebliche Kosten verursachende Desodorisierung bzw. Desinfektion eines geschlossenen Raumes oder eines Hauses. Was die Armen betraf, so blieb ihnen nur die Flucht (*cito, longe fugas, et tarde redas*), das Ausharren in der Quarantäne oder "zum gütigen Gott zu beten"[67].

Die reinigende Kraft der Gerüche bezog sich jedoch noch auf einen weiteren Aspekt, der mit der kollektiven Angst vor dem Wasser und einem diffusen Verständnis von hygienischer Sauberkeit und Reinlichkeit in dieser Epoche zusammenhängt.
Das Wasser, insbesondere das warme Wasser, flößte den Menschen der damaligen Zeit Mißtrauen und Angst ein. Es galt die Überzeugung, daß die Feuchtigkeit die Fasern erschlaffen läßt, die Körpersäfte verdünnt, die Haut porös macht, zugleich die Poren öffnet und damit der giftigen Luft der Pest und anderer epidemischer Krankheiten zusätzlich den Weg öffnet. So ist die Warnung vor der öffentlichen Badestube als Ansteckungsort wie vor dem Baden als infektionsfördernder Praxis nur eine logische Konsequenz. Diese Tatsache erklärt auch das nun gänzliche Verschwinden der mittelalterlichen Badehäuser, die wegen ihres lasterhaften Charakters schon länger im Zentrum der Kritik standen. Gewaschen wurden hinfort nur noch die sichtbaren, offenliegenden Körperteile wie Gesicht und Hände – dies aber auch nur, wenn es sich aufgrund stärkster Verschmutzung nicht mehr vermeiden lies. Auch wurde kein 'reines' Wasser verwandt, sondern 'kräftigende' und 'erfrischende' Parfümzusätze sollten die negativen Eigenschaften des Wassers mildern. So wurde in den vornehmen Häusern zum Waschen der Hände bei Tisch bis zur Einführung von Messern und Gabeln – in Italien seit dem 15. Jahrhundert, in Frankreich seit Mitte des 17. Jahrhunderts – Rosenwasser gereicht. Hierzu schreibt Vigarello: "Das wichtigste Merkmal der Hy-

[65] Le Guérer, 1992, S.125.
[66] Zit. n.: Le Guérer, 1992, S.130.
[67] Vgl. Le Guérer, 1992, S.110.

giene im klassischen Zeitalter bleibt jedoch die Tatsache, daß der Gebrauch von Wasser weitgehend eingeschränkt ist"[68].

Der Begriff 'Sauberkeit' war zwar existent, doch hatte er eine gänzlich andere Konnotation als jene, die er ab dem 20. Jahrhundert einzunehmen beginnt. Vornehmlich in den Städten und in der Sphäre gehobener Bürger- und Adelskreise meinte Sauberkeit zunächst und vor allem den Nachweis exklusiven Stils und Geschmacks, ein Modell sozialer Selbstdarstellung in kulturellen Zeichen und Symbolen. Der Körperkult war vor allem ein Zeichen der sozialen Distinktion, er zielte allein auf Erscheinung und optische Wirkung, das Aufzeigen von Vornehmheit, feinem Benehmen und feiner Gesittung. Die 'Sauberkeit' betraf demnach ausschließlich das Sichtbare, sie gehörte zur Kunst des Repräsentierens, sie war die Silhouette der Dinge, mit denen Harmonie, Eleganz und Schicklichkeit aber auch 'Reinlichkeit' assoziiert und gleichgesetzt wurden. Sauberkeit bezog sich daher in erster Linie auf die Kleidung: Das nun häufige Waschen der Kleider geschah mit parfümierter Seife, denn man begann den Weißheitsgrad der Hemden für wichtig zu erachten, was durch die sichtbare Betonung der Ärmel und des Kragens noch verdeutlicht wurde. Aufbewahrt wurde die Kleidung zusätzlich in mit Duftkugeln versehenen Truhen, getragen mit in sie eingenähten Duftkissen[69].

Resultierend aus der Angst vor dem Wasser konnte die 'Reinigung' des Körpers, der selbst von diesem Sauberkeitsbegriff weitestgehend unberührt blieb, nur auf indirekte Weise geschehen, nämlich über Trockenwäsche, regelmäßigen Kleiderwechsel und den Einsatz von Parfüms. Das Parfüm war hierbei für die Kunst des äußeren Scheins das Mittel par excellence: Da es keine sichtbaren Anhaltspunkte liefert, kann es umso besser maskieren, überdecken und täuschen. Es hatte folglich mehrere Funktionen: es kaschierte nicht nur schlechte Gerüche und diente nicht nur dem Schutz und dem Vergnügen, sondern bewirkte, indem es die Gerüche abwehrte und beseitigte, auch ganz konkret eine Reinigung. Da das Parfüm bis in seine innersten Bestandteile das genaue Gegenteil von 'Schmutz' darstellt, war seine Anwendung zugleich schon dessen Aufhebung. Bis ins 18.Jahrhundert hinein hieß sich zu parfümieren auch, sich im heutigen Sinne zu waschen[70].

Konnte sich auch nicht jeder in der Gesellschaft teure Parfüms und hochwertige Seifen leisten, so war doch die Pflege und Reinigung der Wäsche allen sozialen Schichten eigen. Die Reinigung der Kleider, wenn auch ohne duftende Zusätze, galt sogar lange Zeit als oberstes Gebot der 'hygienischen Körperpflege' des einfachen Volkes[71].

Neben diesen neueren Praktiken der *äußeren*, indirekten Körperreinigung durch die Parfümierung und den Wäschewechsel standen zusätzlich die klassischen Praktiken zur *inneren*, direkten Tiefenreinigung des Körpers. Fast noch ohne Ausnahme akzeptierten die europäischen Ärzte bis ins 18. Jahrhundert die von Hippokrates und Galenus übernommenen Theorien, nach der die Gesundheit auf eine richtige Mischung der Körpersäfte Blut, Schleim,

---

[68] Vigarello, Georges: Wasser und Seife, Puder und Parfüm. Geschichte der Körperhygiene seit dem Mittelalter. Campus Verlag, Frankfurt am Main: 1988, S.110.

[69] Vgl. Vigarello, 1988, S.74ff.

[70] Vgl. Vigarello, 1988, S.59ff. und 99ff.

[71] So berichtet Thomas Plattner, ein armer Scholar, in seiner Selbstbiographie aus dem 16. Jahrhundert von einem eigenen Spital für Schüler in Breslau. Die stets in den Quellen erwähnte Plage durch Ungeziefer kehrt auch hier wieder, wenn Plattner erzählt, daß in den Betten "groß lueß drin wie ziliger hanff samen" waren, weshalb er lieber auf dem Herd in der Stube lag als in den Betten. Zur Abhilfe ist Plattner "offtermal, besunder im summer, ußhi an die Ader (Oder) das Wasser, das do fuer flueßt, gangen, min heimbdlin gwaeschen, an ein studen gehenkt, getroecht, darzwischend den rok geluset" und die Läuse in eine kleine Grube geworfen und mit Erde bedeckt (Kühnel, 1993, S.82). Auffällig ist an dieser Schilderung, daß sich die Sauberkeit wiederum nur auf das Hemd beschränkt, das 'anständig' und 'ordentlich' aussehen muß, und daß ein Bezug zwischen körperlicher Reinigung und der Bekämpfung des Ungeziefers nicht hergestellt wird. Das Ungeziefer gilt vielmehr als Anzeichen eines inneren Ungleichgewichts. Läuse und Maden entstehen aufgrund einer organischen Störung, nämlich aus der Verdorbenheit der Körpersäfte.

gelber und schwarzer Galle beruht, die im menschlichen Körper die vier Elementareigenschaften Wärme, Kälte, Trockenheit und Feuchtigkeit vertreten und den vier Naturelelementen Luft, Wasser, Feuer und Erde entsprechen. Krankheit war nach diesen Theorien die Folge eines gestörten Gleichgewichts eben jener Körpersubstanzen. Der Überschuß an Blut, gleich ob rein oder verdorben, und Säften, die als Unterarten des Blutes galten, barg die Gefahr zur Fäulnis und damit der Umwandlung in Gift. Besonders bei denjenigen, die mit Feuchtigkeit und anderem Überflüssigen überfüllt sind, muß die Zersetzungsgefahr gebannt werden: Schlemmerer, Menschen mit Bluthochdruck, Müßiggänger, matte und fiebrige Kinder, mit Säften überfüllte schwangere Frauen[72].
Zusammen mit Ausschwitzen, Erbrechen, Purgierung und Aderlaß, die den Körper von überflüssigen, fauligen und stinkenden Säften und Exkrementen befreiten, gehörte die Anwendung von Duftstoffen bis ins 18. Jahrhundert hinein zu den medizinisch-therapeutischen Maßnahmen und zu den Losungen einer so verstandenen und medizinisch fundierten 'hygienischen' Sauberkeit und Reinlichkeit[73].

5. Die "olfaktorische Revolution" – Der Wandel in der Geruchswahrnehmung im 18. und 19. Jahrhundert

Von der Mitte des 18. bis zum Ausgang des 19. Jahrhunderts verstärkte sich ein Prozeß, der sich in Spuren bereits seit dem 16. Jahrhundert angedeutet hatte und den der französische Historiker Alain Corbin als "olfaktorische Revolution", als grundlegenden Wandel in der Wahrnehmung, Bewertung und Interpretation der Gerüche bezeichnet[74]. Kennzeichnend für diesen Prozeß ist die wachsende kollektive Empfindlichkeit gegenüber Gerüchen aller Art. Obwohl sich an der Intensität und Penetranz der Gerüche gegenüber früheren Epochen nicht allzu viel geändert hatte, sank die Toleranzschwelle fast schlagartig, und alles, was unabhängig von den Begleiterscheinungen der Pest einmal als beinahe unvermeidliche Begleiterscheinung menschlichen Zusammenlebens betrachtet wurde, was aufgrund seiner unmittelbaren Nähe bislang als normal galt – die Gerüche der Körper, der Wohnräume und der Stadt, die Ausdünstungen der sozialen anderen, der Geruch von Fäkalien und Jauche, stinkende Abfallberge usw. – wurde nunmehr als unerträglich empfunden.

Der Rahmen für die Senkung der Toleranzschwelle, für diese neue Sensibilität und das Empfinden von Peinlichkeit und Scham in bezug auf das Olfaktorische, kann durch die Elias'sche Zivilisationstheorie gesetzt werden: Im Prozeß der Zivilisation als einer sozialen Entwicklung, die schließlich in einer Regelung des individuellen Verhaltens, in einer Kanalisierung der individuellen Triebe und Affekte mündet. Zwar ist bei Elias der Umgang mit dem Olfaktorischen nicht direkt Gegenstand der Untersuchung, es wird jedoch zu zeigen sein, daß auch jene scheinbar kleinen Unwichtigkeiten um die Gerüche sich ab dem 16. Jahrhundert zu einem signifikanten Muster im großen Zivilisationsprozeß zusammenzufügen beginnen. Der Kampf um die Kontrolle der Gerüche trug ebenso zur Herausbildung zivilisierter Lebensgewohnheiten bei wie die sich wandelnden Verhaltensformen beim Essen, Schneuzen oder Spucken. Hygiene, Sauberkeit und Geruchslosigkeit als kulturelle Werte erst einmal 'entdeckt', markieren so stets soziale Positionen, soziale Unterschiede und soziale Pflichten. Die neue Sensibilität bildete sich im oberen Bereich der sozialen Pyramide

[72] Le Guérer, 1992, S.113f.
[73] Vigarello, 1988, S.108f.
[74] Corbin, 1988.

heraus und breitete sich in einer Abstiegsbewegung bis in die unteren und untersten Schichten aus. Dies ist aber keineswegs eine lineare Entwicklung, sondern es gibt Ungleichzeitigkeiten, Verzögerungen, Disparitäten, Rückschläge, rasante Fortentwicklungen aber auch Strömungen, die schließlich im Nichts verlaufen, wie Elias anmerkt:

> "Jedenfalls verläuft der Prozeß in gewisser Hinsicht genau umgekehrt, als man es heute zu unterstellen pflegt: erst rückt während einer langen Periode im Zusammenhang mit einer bestimmten Wandlung der menschlichen Beziehungen oder der Gesellschaft die Peinlichkeitsschwelle vor. Es ändern sich die Affektlage, die Sensibilität, die Empfindlichkeit und das Verhalten der Menschen mit vielerlei Schwankungen in eine ganz bestimmte Richtung. Dann wird an einem bestimmten Punkt dieses Verhalten als »hygienisch richtig« erkannt, es wird durch klare Einsicht in die kausalen Zusammenhänge gerechtfertigt und weiter in der gleichen Richtung vorangetrieben oder verfestigt"[75].

Worin manifestiert sich nun aber die Rolle der Gerüche im Zivilisationsprozess? Was sind die Hintergründe, Inhalte und Konsequenzen jener von Corbin konstatierten vollkommenen Neubewertung des Olfaktorischen?

Zunächst stellt sich die Frage, weshalb der Vielzahl kulturwissenschaftlicher Untersuchungen aus dem französischen Sprachraum (z.B. Corbin, 1982; Vigarello, 1988; Laporte 1991; Le Guérer, 1992) nichts entsprechendes zur deutschen Geschichte gegenübersteht. Auf diese Frage – ebenso wie auf die Problematik, ob die Darstellungen und Ergebnisse dieser Autoren in ihren großen Zügen so einfach auf Deutschland bzw. die gesamt-europäische Entwicklung übertragen werden können – kann an dieser Stelle nicht befriedigend eingegangen werden. Es sei nur soviel angemerkt: Während sich Frankreich, aber auch England bis zum 17. Jahrhundert schon als relativ gefestigte Staaten präsentieren, ist Deutschland ein zumindest noch bis dahin sozial- und kulturgeschichtlich amorpher Raum; ein zentraler europäischer Schauplatz von konfessionellen Konflikten, von Kriegen, kollektiven Hysterien wie den Hexenverfolgungen, von Hungerkrisen und Epidemien. Wo sich in Frankreich mit Paris und in England mit London politische und kulturelle Zentren herausgebildet hatten, in denen sich die sozialen und technischen Entwicklungen konzentrierten[76], standen auf deutscher Seite zwar die Reichsstädte Köln, Frankfurt oder Augsburg, in denen man sich um höfische, feine Kultur und großstädtischen Glanz bemühte. Diese Zentren früher bürgerlich-urbaner Entwicklung waren aber eher die Ausnahmeerscheinung in einer ländlichen Gesellschaft. Um 1800 lebten noch 90% der Deutschen in Dörfern und Kleinstädten unter 5.000 Einwohnern, und auch die größeren Städte wie Berlin (200.000), Hamburg (100.000) und München (55.000) sind mit den Millionenstädten London und Paris noch kaum zu vergleichen.
Hieraus erklärt sich das französische Interesse an und – dank ausreichend vorhandener Quellen[77] – die Möglichkeit zu Darstellungen zur Kultur- und Mentalitätsgeschichte. Deshalb läßt sich hier auch der Elias'sche Zivilisationprozess – zu dem, wie zu zeigen sein wird,

---

[75] Elias, 1976a, S.155.

[76] Zur Entwicklung der Großstädte Paris und London und den damit verbundenen Auswirkungen auf das soziale Leben in diesen Metropolen siehe auch: Sennett, Richard: Verfall und Ende des öffentlichen Lebens. Die Tyrannei der Intimität. Fischer, Frankfurt am Main: 1983 (1977), S.155ff.

[77] Ein Grund hierfür ist das Gesetz vom *dépôt légal*, demzufolge jede Publikation, jede der Öffentlichkeit zugedachte Drucksache am Tag ihrer Veröffentlichung mit einem Exemplar in der nationalen Zentralbibliothek hinterlegt werden mußte, wodurch diese zu einem lückenlosen Archiv der geistigen Produktion Frankreichs geworden ist. So schreibt etwa Nicolaus Sombart: "Ich konnte mir auf den Tisch kommen lassen, was zwischen 1795 und 1825 – so hatte ich meinen Foschungsbereich zunächst zeitlich eingegrenzt – an politischen Flugschriften, Pamphleten, Betrachtungen über die gegenwärtige Lage Frankreichs, Stellungnahmen zu Tagesfragen [...] erschienen war" (Sombart, Nicolaus: Pariser Lehrjahre. 1951-1954. Leçons de Sociologie. Hoffman und Campe, Hamburg: 1994, S.56).

auch der Umgang mit den Gerüchen gehört – schon sehr viel früher und eindeutiger nachvollziehen.
Die engen und vielfältigen Verflechtungen einer Großstadt, wie Corbin sie exemplarisch mit den Verhältnissen in Paris beschreibt, tauchen in ihrer Spezifik in Deutschland erst am Ende des 19. Jahrhunderts auf, weshalb hier auch erst zu diesem Zeitpunkt Probleme der Reinlichkeit, der Sauberkeit und einer dementsprechenden Haltung gegenüber dem Olfaktorischen in den Mittelpunkt des gesellschaftlichen Interesses rücken[78]. Diejenigen sozialen Veränderungen, die im folgenden für die Verhältnisse Frankreichs im 18. Jahrhundert beschrieben werden, fanden also in Deutschland – unter gleichen Vorzeichen und mit ähnlichen Konsequenzen – etwa einhundert Jahre später statt.

Die Gründe für die sich wandelnde Wahrnehmung, Interpretation und Einschätzung alles Olfaktorischen sind zuerst in der Urbanisierung und der damit verbundenen zunehmenden Verengung des sozialen Raums, der in jeder Hinsicht wachsenden Dichte in den Städten zu suchen. Seit dem 16. Jahrhundert nahm in einer Reihe von europäischen Städten die Einwohnerzahl stark zu, wodurch ein neuer Städtetyp entstand: die Stadt mit mehreren hunderttausend Einwohnern. Zunächst in Italien (Venedig, Neapel, Rom), dann in den Niederlanden (Antwerpen, Amsterdam) und schließlich in Frankreich (Paris) und England (London) entstanden politische, kulturelle und industrielle Zentren, in denen sich die sozialen und technischen Entwicklungen konzentrierten. Solche Großstädte galten von nun an auch als Sinnbild von Elend und Verschmutzung: Die Enge, Unsauberkeit, Überfüllung, die schlechte Belüftung, der Latrinengestank, der vom Speichel, Urin und Exkrementen durchtränkte Boden macht diese Orte zu Massengräbern, in denen die Ansammlung Tausender von Menschen, die atmeten, schwitzten und deren Gerüche sich miteinander vermischten, die Luft zusätzlich unerträglich machten[79].
Mit dieser neuen räumlichen Differenzierung zwischen Stadt und Land verfestigen sich außerdem die sich schon seit dem Spätmittelalter ankündigenden ökonomischen Differenzierungen von Landarbeit, Handwerk und Handel, sowie die soziale Differenzierung zwischen Adel und bäuerlicher Landbevölkerung einerseits und dem städtischen Bürgertum andererseits.
Aus den veränderten Bedingungen dieses sozialen, ökonomischen und politischen Zusammenlebens ergab sich ein neues Verhältnis zum Olfaktorischen, das wiederum schnell qualitative Veränderungen im sozialen Miteinander einleitete, denn beim Aufspüren des Ungesunden wurde die Gefahr der sozialen Ausdünstungen entdeckt. So war es nicht mehr der

[78] Vgl. hierzu: Mönkemeyer, Klaus: Sauberkeit, Schmutz und Körper. Zur Sozial- und Kulturgeschichte der Sauberkeit zwischen Reichsgründung und Erstem Weltkrieg. Dissertation, Marburg: 1988. Der Autor weist darauf hin, daß Ende des 19. Jahrhunderts in den meisten großen Städten des Deutschen Reiches Kanalisationen noch nicht existent und auch die Abfuhrsysteme unzureichend waren, weshalb in den verschiedensten Publikationen immer wieder über üble Gerüche, ekligste Verschmutzungen und unhaltbare Zustände geklagt wurde (S.1).

[79] Den Hintergrund, vor dem sich diese neue Sensibilität herauskristallisierte, beschreibt Patrick Süskind sehr eindrucksvoll auf den ersten Seiten seines Romans 'Das Parfüm': "Zu der Zeit, von der wir reden (gemeint ist die Mitte des 18. Jahrhunderts, J.R.), herrscht in den Städten ein für uns moderne Menschen kaum vorstellbarer Gestank. Es stanken die Straßen nach Mist, es stanken die Hinterhöfe nach Urin, es stanken die Treppenhäuser nach fauligem Holz und nach Rattendreck, die Küchen nach verdorbenem Kohl und Hammelfett; die Stuben stanken nach muffigem Staub, die Schlafzimmer nach fettigen Laken, nach feuchten Federbetten und nach dem stechend süßen Duft der Nachttöpfe. Aus den Kaminen stank der Schwefel, aus den Gerbereien stanken die ätzenden Laugen, aus den Schlachthöfen stank das geronnene Blut. Die Menschen stanken nach Schweiß und nach ungewaschenen Kleidern; aus dem Mund stanken sie nach verrotteten Zähnen, aus ihren Mägen nach Zwiebelsaft und an den Körpern, wenn sie nicht mehr ganz jung waren nach Käse und saurer Milch und nach Geschwulstkrankheiten. Es stanken die Flüsse, es stanken die Plätze, es stanken die Kirchen, es stank unter den Brücken und in den Palästen" (Süskind, 1984, S.1).

Gestank der Pest und anderer Krankheiten, die den Menschen Angst machten, sondern allein schon der wahrnehmbare oder vermutete Geruch des sozialen anderen. Das Hauptaugenmerk richtete sich von nun an sowohl auf den einzelnen Körper, auf seinen Atem und Körpergeruch, auf seine Ausdünstungen und auf die Gefahren, denen er sich und andere damit aussetzte, wie auch auf die Wahrnehmung größerer sozialer Gebilde und deren geruchliche Absonderungen. Noch gab es keine Trennungslinie zwischen dem Geruch des niederen Volkes und dem der Reichen, denn die Segregation Bürger - Masse bahnte sich erst ab dem 19. Jahrhundert an. Entscheidend war allein die Nähe der Menschen, die Anwesenheit einer Vielzahl von Lebewesen, die Masse, und nicht ihre soziale Zusammensetzung.
Die an allen Orten, an denen Menschen – gleich ob tot oder lebendig – auf engem Raum zusammengepfercht waren, entstehenden schlechten Gerüche, wurden nicht nur als unangenehm, sondern auch als gefährlich eingestuft. Durch die unkontrollierte Ansammlung von Körpern verstärkten sich die Ausdünstungen, eine unerhörte Masse von Dämpfen braute sich zusammen und die sich zersetzende, stagnierende und stinkende Luft barg den Tod in sich; dies zeigte schon der Geruch an. Verdächtig wurden insbesondere geschlossene Räume, in denen sich viele Menschen auf engem Raum zusammen befanden. Plötzlich wurden Gefängnisse, Kasernen, Schulen, Hospitäler (z.B. das in dieser Hinsicht schon legendäre Hôtel Dieu in Paris[80]), Schiffe, Theater und Versammlungssäle als gefährliche Abszesse empfunden, die eine architektonische Neugestaltung dieser Orte, aber auch eine Neustrukturierung der Städte erforderlich machten[81].

Akribisch beschreibt Corbin, wie von Beginn des 18. Jahrhunderts an eine Rationalisierung im Umgang mit den Gerüchen auf wissenschaftlicher Ebene einsetzt: Zuerst versuchte man eine geruchsbezogene Sprache zu erfinden, die eine Bestandsaufnahme und Betitelung der Gemenge ermöglichen sollte. Dann ging man daran, die Phasen und Rhythmen des Zerfalls festzustellen und im wesentlichen nach Geruchsklassen zu ordnen. In der sich somit konstituierenden Riechlehre, der Osmologie, wurde die Nase zum entscheidenen Wahrnehmungsinstrument und Gefahrendetektor. In den Blickpunkt gerieten neben den Gefahren der sozialen Ausdünstungen die Mauern der Häuser als Geruchsspeicher, der Schmutz der Straßen, die Fäkalienanschwemmungen an den Flußufern und die riesigen Jauchegruben am Rand von Paris[82].
Die nun angestrebten Reformen, die "Strategien der Desodorisierung"[83], mußten demnach auf mehreren Ebenen stattfinden. Durch die hygienische Bereinigung des öffentlichen Raums sollten die Quellen des schlimmen Gestanks beseitigt und die Erneuerung und Zirkulation der Luft verbessert werden. Vor allem galt es, eine Stagnation der schlechten Gerüche zu vermeiden. Zu den ersten Maßnahmen gehörte die Verlegung der Friedhöfe und der Abdeckereien aus den Zentren an die Peripherie der Städte. Weiterhin sollte durch architektonisch-bauliche Maßnahmen – z.B. durch die Verwendung von Stahl und Glas – mehr Licht und Luft in die Häuser gelenkt werden. Ziel war die kontrollierte Steuerung und

[80] "In diesem vom Staat unterhaltenen, sogenannten Musterkrankenhaus herrschte Lärm, Schmutz und Gestank. In großen Sälen mit 100-300 Personen lagen die Unglücklichen höchst selten allein, zumeist mit anderen Patienten zu 4-6 in einem Bett. Wöchnerinnen legte man zu 2-4 in ein Bett, Kinder zu 6-8. Solche Betten besaß das Hôtel Dieu 733. [...] Die Luft war erstickend, erfüllt mit den Ausdünstungen von Hunderten von Kranken, die Wärme drückend, so daß man auch im Winter an Heizung sparte. An Nachtruhe war nur bei vollkommener Erschöpfung zu denken" (Rubner, Max: Leitende Grundsätze für die Anlage von Krankenhäusern und über nothwendige Reformen der Zukunft. In: Drei Vorträge aus dem Gebiete der Hygiene. Vogel, Leipzig: 1895, S.7).
[81] Zu dieser Entwicklung vgl.: Corbin, 1988, S.153ff. Vigarello, 1988, S.174ff. Laporte, 1991, S.8ff. Le Guérer, 1992, S.70ff.
[82] Corbin, 1988, S.35ff.
[83] Corbin, 1988, S.121ff.

Verteilung der Luftströme im Inneren von Räumen. Hierzu wurden auch Entwürfe für Belüftungsmaschinen und Ventilatoren vorgelegt[84]. Dies alles waren technologische Utopien eines *milieu exact*, einer gemessenen Umwelt und der präzisen Berechnung und Zuteilung von Wohnraum; ein Traum von der perfekten Maschine zum Wohnen und zum gesunden Leben. Die öffentliche Hygiene wurde zum Angelpunkt und Axiom der Wohnpolitik: Die Kodifizierung im Gesundheitswesen des 18. Jahrhunderts stützte sich auf eine doppelte Klassifikation, die der Atmosphäre und die des Raumes: wissenschaftliche Berechnungen wurden angestrengt, "festzustellen, wie weit man die Athemluft des Menschen, der sich in bewohnten Räumen befindet, durch gute Luft mischen muß, um die Nachtheile schlechter Luft thunlichst zu mildern"[85].
Die Wissenschaft der Hygiene strebte danach, die 'verpesteten Orte' entweder zu isolieren oder sie von den 'bösen Dämpfen', jenen 'giftigen und krankmachenden Ausdünstungen' zu befreien[86]. Doch ebenso mußten die Straßen und Plätze 'belüftet' werden. Manche träumten davon, auch hier Ventilatoren und andere Maschinen zur Luftbewegung einzusetzen. Kurzfristig erschien sogar die Erschütterung der Atmosphäre durch Glockenläuten und Geschützfeuer als wirksame Methode[87]. Vielversprechender aber war ein weiterer Schritt in der "Revolution der Geruchsbeseitigung"[88]: Die Abfuhr von Abfall und Unrat sowie die Privatisierung der Exkremente. Müll, Schmutz, Urin und fauliges Wasser durften nicht mehr auf die Straße geleert werden; auch die bei den Kloakenentleerungen entweichenden Dünste stießen zunehmend auf Mißbilligung; in Neubauten wurde die Installation von Latrinen vorgeschrieben[89].
Alle diese Bestrebungen zur desodorisierenden Hygiene, nämlich die Stadt durch Beseitigung der Abfälle, durch Säuberung und Pflasterung, schließlich durch den Bau von Sickergruben und Kanalisationssystemen, geruchslos zu machen, wurden begleitet von dem Willen zur moralischen Kontrolle und Reinigung, die letztlich auch darauf abzielen sollte, die Individuen zu reglementieren und zu disziplinieren.

War der Gebrauch von Duftstoffen bislang weitestgehend durch die Theorien der Miasmenlehre bestimmt, so erfuhr er mit den Fortschritten der modernen Chemie eine neue Form der Rationalisierung. Der Einsatz der Düfte im Kampf gegen die Pest erlebte zwar während der beiden großen Epidemien von 1720 und 1771 einen letzten Höhepunkt. Seit der zweiten

---

[84] Corbin, 1988, S.165ff.
[85] Rubner, Max, 1895, S.26.
[86] Als kurioses Beispiel mag die Beschreibung eines Projekts dienen, das 1884 in Lyon publiziert wurde und die "Gesundung der großen Städte durch Landluft" zum Gegenstand hatte. Der anonyme Autor plädiert in diesem Text für eine Vorrichtung, mittels welcher die Luft "in Kirchen, Werkstätten, in die Schlafsäle von Pensionen, Gymnasien und Lehranstalten" geleitet werden kann. Dem Verfasser zufolge "muß die mechanische Einrichtung über einen Luftschlucker auf offenem Felde verfügen, über diverse Röhren, die die Luft zu den Standorten leiten, wo eine Dampfmaschine mit starken Ventilatoren installiert werden müsste". Es lohnt sich, die fast 'surrealistische' oder 'metaphysische' Beschreibung des "Luftschluckers" wiederzugeben: "Das Gelände soll von Mauern umgeben sein. Um die Öffnung herum sollen Tannen und andere, dort zum Zwecke der Luftfilterung und der Eliminierung des Staubes angepflanzte balsamische Hölzer stehen; auch Blumen und andere wohlriechende Pflanzen sollen gepflanzt werden. Als Kustode der Rohröffnung solle ein Gärtner fungieren, der auch die Pflege der Pflanzen übernimmt". Schließlich werden "Verteilerröhren", die sich in Serpentinen über die Wände der Kloaken winden können, mit einfachen Röhrchen aus Weißblech verbunden, die entlang der Gesimse der Zimmer in den zu belüftenden Gebäuden verlaufen und durch zahlreiche Löcher das "atmosphärische Gas" verströmen (Vgl. Teyssot, Georges: Die Krankheit des Domizils. Wohnen und Wohnbau 1800-1930. Vieweg, Braunschweig: 1989, S.50).
[87] Vgl. Le Guérer, 1992, S.122ff. Corbin, 1988, S.131.
[88] Corbin, 1988, S.141.
[89] Vgl. hierzu das von Laporte angeführte frühe Beispiel des Edikts vom November 1539, in dem der König von Frankreich diesbezügliche Anweisungen an das Volk gibt; Laporte, 1991, S.8-12.

Hälfte des 18. Jahrhunderts aber kündigte sich der Niedergang der traditionellen Therapien und Reinigungspraktiken an und gleichzeitig der Aufschwung der Hygiene. Die Kritik an der Wirkung der Geruchsstoffe bei der Pestbehandlung insgesamt wurde zur herrschenden Meinung. Zwar bewahrten die reinigenden und vitalisierenden Kräfte, die man den Düften jahrhundertelang zugeschrieben hatte, diese vor ihrem völligen Verschwinden aus dem therapeutischen Bereich, doch die moderne Chemie bot von nun an vernünftigere und stärkere Methoden zur Neutralisierung der Miasmen. Der letztendliche Todesstoß wurde der wissenschaftlichen Reputation des Geruchs aber erst Ende des 19. Jahrhunderts durch die Erkenntnisse und Entdeckungen der modernen Bakteriologie versetzt: Hinfort waren es dann nicht mehr die 'mephitischen Dünste', die krankmachten, sondern Mikroorganismen, deren Trägersubstanzen oft nur wenig gemein hatten mit den bis dahin so gefürchteten Fäulnis- und Zerfallsubstanzen. Gleichzeitig verlor auch die Nase als Gefahrendetektor, als 'Wächter und Warner der Gesundheit', immer mehr an Bedeutung und man rückte den wirklichen Krankheitsursachen näher: der mangelnden Hygiene und den schlechten Lebensbedingungen[90].
Diese tiefgreifenden Veränderungen im 18. Jahrhundert bedeuteten auch ein Ende für den bis dahin herrschenden Fatalismus gegenüber Krankheit und Tod. Inhalt und Zielsetzung der hygienischen 'Sauberkeit', die nun nicht mehr, wie noch im 16. Jahrhundert, ein Kriterium der Umgangsformen und der sozialen Distinktion, sondern vielmehr ein Bestandteil des breit angelegten medizinischen Diskurses wurde, und die auch auf die armen Bevölkerungsgruppen abzielte, ist die Heilung und Gesunderhaltung des menschlichen Körpers. Die Bevölkerung insgesamt erlebte in dieser Hinsicht eine Aufwertung, sie erschien nun als kostbare Ressource. Was sich mit der Epidemiologie des 18. Jahrhunderts verdeutlicht, ist, daß sich hier eines der Fundamente des modernen Staatswesen herauskristallisierte, für das gerade die einfache Bevölkerung in erster Linie ein vielversprechendes Arbeitskräftepotential darstellte[91].

Doch es sind nicht allein die gesundheitlichen und hygienischen, d.h. 'rationalen' Gründe, die zu einer Veränderung in den allgemeinen Hygienemaßnahmen und zur zunehmenden Desodorisierung geführt haben. Der wesentliche Antrieb, der "Motor der Zivilisation", kommt, wie Elias in einem allgemeinen Bezug auf die Hygiene schreibt,

> "nicht aus der rationalen Einsicht in die Entstehung von Krankheiten, sondern [...] aus den Veränderungen in der Art, wie die Menschen miteinander leben, aus den Veränderungen im Aufbau der Gesellschaft". Denn: "Es ist gut, ein für allemal festzustellen, daß etwas, von dem wir wissen, daß es die Gesundheit schädigt, durchaus nicht notwendig zugleich Peinlichkeits- oder Schamgefühle erweckt; und umgekehrt: etwas das Peinlichkeits- oder Schamgefühle auslöst, braucht ganz und garnicht gesundheitsschädlich zu sein"[92].

Neben der ab etwa 1800 voranschreitenden Industrialisierung sowie den oben angesprochenen, sich daraus ergebenden Veränderungen im Zusammenleben der Menschen und im Aufbau der Gesellschaft, kann als ein in diesem Sinne weiterer wesentlicher Faktor für den Schub im Zivilisationsprozeß, für die olfaktorische Revolution und das damit verbundene plötzliche und radikale Absinken der olfaktorischen Toleranzschwelle, die zunehmende Bedeutung des 'Begriffs der Person', d.h. die Aufwertung des Individuums, gesehen werden. Auf diesen Zusammenhang wies zuerst Corbin am Rande seiner Abhandlung hin[93]: Infolge

---

[90] Vgl. Le Guérer, 192, S.149ff. Diese Fortschritte sind auch nach Kutzelnigg (1983/84, S.345) ein wesentlicher Faktor für die zunehmende Verarmung des deutschen Geruchswortschatzes.
[91] Vgl. Corbin, 1988, S.208f. Vigarello, 1988, S.172f.
[92] Elias, 1976a, S.216f.
[93] Corbin, 1988, S.87.

der Aufklärung wird die Bedeutung des Individuums auf eine Stufe emporgehoben, wie es sie bislang in der menschlichen Geschichte nicht gegeben hatte. Dies führte zuerst und vor allem im Bürgertum zu einer völlig neuen Sichtweise des Selbst, zu einer neuen Vorstellung vom eigenen sozialen Standort in der Gesellschaft, aber auch zu einer vollkommenen Neubewertung der sozialen anderen. Bereits bei Kant wurde das individuelle Bewußtsein, die 'Heiligkeit der menschlichen Person', zur Bedingung der praktischen Vernunft gemacht und nahm erstmals die Sichtweise vom Menschen als Individuum Gestalt an. Auf diesen Gedanken aufbauend, faßte Marcel Mauss die Entwicklung des Begriffs der Person und seiner-Konsequenzen folgendermaßen zusammen:

> "Von einer einfachen Maskerade zur Maske, von einer Figur (personnage) zu einer Person, zu einem Namen und zu einem Individuum, von diesem zu einem Wesen metaphysischen und moralischen Werts, von einem moralischen Bewußtsein zu einem heiligen Wesen und von diesem zu einer Grundform des Denkens und Handelns"[94].

Die mit der Industrialisierung notwendig gewordene Arbeitsteilung, die die Herausbildung von neuen Formen der Individualität erst ermöglicht hat und die die Tendenz zur Individualisierung immer weiter vorantreibt, ist auch für Emile Durkheim das entscheidende Kriterium für die sozialen Wandlungsprozesse in der Gesellschaft und den Konsequenzen für die Sichtweise des Individuums. In den Erscheinungen des modernen Individualismus, als Folge des von ihm konstatierten Wandels von der mechanischen zur organischen Solidarität, sieht Durkheim die Anzeichen für eine quasireligiöse Aufwertung des Einzelnen, für einen "Kult der Person, der individuellen Würde", der gleichsam jedem befiehlt, "eine Person und immer mehr eine Person zu sein"[95].

Auch für Richard Sennett (1983) sind es der"Industriekapitalismus" und die damit einhergehenden neuen materiellen Verhältnisse, die wesentliche Auswirkungen auf das öffentliche Leben im 19. Jahrhundert hatten und die auch die Vorzeichen dafür setzten, daß genau in diesem Zeitraum "[...] die Persönlichkeit zu einer gesellschaftlichen Kategorie wurde"[96]. Er führt aus, daß sich dieser neue Persönlichkeitsbegriff in drei zentralen Punkten von dem, wie er im Zeitalter der Aufklärung bestand, unterscheidet[97]. Die erste Veränderung – und nur auf diese sei hier in aller Kürze eingegangen – liegt für Sennett in der nun klaren Unterscheidbarkeit der Individuen voneinander, die sich in erster Linie an den Äußerlichkeiten einer Person ablesen läßt:

> Von nun "[...] galt Persönlichkeit für etwas, das von Person zu Person differiert. [...] Man ist der, als der man erscheint; Menschen, die unterschiedliche Erscheinungsbilder hinterlassen, sind deshalb unterschiedliche Menschen. Wo sich die eigene Erscheinung wandelt, da wandelt sich auch das Selbst. In dem Maße, wie der Glaube der Aufklärung an ein allen Menschen Gemeinsames untergeht, wird ein Zusammenhang zwischen dem Wechsel der äußeren Erscheinung und der Instabilität der Persönlichkeit selbst hergestellt[98]."

Damit ensteht für Sennett "im 19. Jahrhundert die Grundlage einer Gesellschaftsauffassung, die die Gesellschaft als eine Ansammlung von »Persönlichkeiten« bestimmte"[99].
Dadurch, daß der Mensch als Individuum nun enger umgrenzbar und besser definierbar wurde, wurden auch die Gerüche des Ich besser definierbar und intensiver – d.h. 'selbst-

---

[94] Mauss, Marcel: Soziologie und Anthropologie. Band 2, Fischer, Frankfurt am Main: 1989, S.252.
[95] Durkheim, Emile: Über die Teilung der sozialen Arbeit. Suhrkamp, Frankfurt am Main: 1977, S.331 u.446.
[96] Sennett, 1983, S.151.
[97] Vgl. Sennett, 1983, S.178f.
[98] Sennett, 1983, S.178.
[99] Sennett, 1983, S.179.

bewußter' – wahrnehmbar. Die logische Konsequenz daraus war einerseits die Notwendigkeit, das eigene Selbst mit größerer Sorgfalt zu behandeln, d.h. eine größere Aufmerksamkeit in bezug auf den eigenen Geruch zu entwickeln. Andererseits bedeutete dies aber auch die nun oftmals sehr schnelle Abneigung und der manchmal sogar heftig empfundene Ekel gegenüber den Gerüchen der anderen. Auch Simmel erkannte, "daß mit der sich verfeinernden Zivilisation offenbar die eigentliche Wahrnehmungsschärfe aller Sinne sinkt, dagegen ihre Lust- und Unlustbetonung steigt". Infolgedessen wird der moderne Mensch "von Unzähligem chokiert, Unzähliges scheint ihm unaushaltbar". Weiter führt er aus:

> "Die Individualisierungstendenz des modernen Menschen, die größere Personalität und Wahlfreiheit seiner Bindungen muß damit zusammenhängen. Mit seiner teils unmittelbar sensuellen, teils ästhetischen Reaktionsweise kann er sich nicht mehr ohne weiteres in traditionelle Einigungen, in enge Bindungen begeben, in denen nach seinem persönlichen Geschmack, nach seiner persönlichen Empfindlichkeit nicht gefragt wird. Und unvermeidlich bringt dies eine größere Isolierung, *eine schärfere Umgrenzung der personalen Sphäre* mit sich. Vielleicht ist diese Entwicklung am Geruchssinn die bemerklichste: die hygienischen und Reinlichkeitsbestrebungen der Gegenwart sind davon nicht weniger Folge als Ursache"[100].

Zu den übergreifenden Folgen dieser Entwicklung gehörten deshalb die Herausbildung von Verhaltensweisen zum Aufzeigen von Wertschätzung in sozialen Situationen bzw. andererseits Praktiken zur Diskriminierung bzw. zur Distanzierung von bestimmten Personen und sozialen Gruppen. Beide Aspekte, sowohl die Annäherung an andere und das Bestreben um Akzeptanz, wie das Auseinanderrücken, die Abgrenzung zu und die Abstoßung von Personen sind wichtig für die Generierung und die Bewahrung der nun immer bedeutender werdenen Einzel- und Gruppenidentitäten.

Die gegenseitige Wertschätzung der Individuen konkretisiert sich im Umgang mit den Gerüchen darin, daß man sich von nun an davor hüten muß, andere durch indiskrete Körpergerüche oder aufdringliche Parfüms zu belästigen[101]. Wer bei anderen einen angenehmen oder unauffälligen Eindruck hinterlassen will, muß die Ausdünstungen seines Körpers kontrollieren und auch alle anderen seiner Person potentiell zurechenbaren Geruchsquellen beherrschen. Es ist ein kulturelles und soziales Milieu entstanden, in dem die Indiskretion der Gerüche zu stark die Privatsphäre von Individuen verletzt.
Dieser Umstand zog zunächst in den oberen gesellschaftlichen Kreisen eine intensivere Körperhygiene und gleichzeitig eine Abkehr von den starken, animalischen, übermäßig duftenden Parfüms wie Ambra und Moschus nach sich. Das Individuum durfte von nun an eine mangelhafte Hygiene nicht durch starke Geruchsstoffe verdecken. Gut riechen durfte jetzt erst dann jemand oder etwas, wenn er oder es zuvor desodorisiert, d.h. gesäubert, gereinigt, gewaschen und damit geruchlos gemacht wurde[102].
Da den schweren Parfüms keine schützenden und reinigenden Effekte mehr zugeschrieben wurden, konnten sie höchstens noch eine erotische Funktion haben, weshalb sie hinfort den Kurtisanen und Bordellen vorbehalten blieben bzw. mit diesen 'ruchbaren' oder 'anrüchigen' Personen oder Einrichtungen in Verbindung gebracht wurden. Oder ihr Einsatz wurde eben doch als Versuch des Kaschierens interpretiert, was aber wiederum auf zweifelhafte Reinlichkeit der Person bzw. auf ihre Unkenntnis der zu erbringenden Verhaltensweisen und damit auf ihre niedere Herkunft schließen ließ. Außerdem verwiesen die animalischen Düfte

[100] Simmel, 1908, S.657f. (Hervorhebungen J.R.).
[101] Corbin, 1988, S.101f.
[102] Corbin, 1988, S.103f.

allein schon von ihrer Herkunft her und ihrem Duft nach zu sehr auf ihre oftmals animalische Herkunft und auf den eigenen Fäkaliengeruch[103].
Mit den neuen Prinzipien der Reinlichkeit kamen die zarten, subtilen und 'unschuldigen' Blumendüfte, der 'Inbegriff der guten Gerüche', in Mode, die ohne hygienisches und therapeutisches Ziel ausschließlich für den Genuß und zur demonstrativen Verschwendung da waren. Doch auch hier wurde der dezente und disziplinierte Einsatz zum obersten Gebot, wollte man nicht die Peinlichkeitsschwelle übertreten und die Gefühle anderer verletzen[104].
Überhaupt wurden die Höflichkeitsregeln betreffend der Reinlichkeit, also der desodorisierenden Hygiene und der reodorisierenden Anwendung der Düfte, in der folgenden Zeit immer anspruchsvoller und auch dementsprechend präzise z.B. in Benimm- und Etikettbüchern ausformuliert. Diese trugen allmählich zur Herausbildung allgemein gültiger und verbindlicher Hygiene- und Verhaltensstandards bei. Verdeutlichen läßt sich diese Entwicklung anhand der folgenden Beispiele, die aus Anstands- und Manierbüchern vom Ende des 19. Jahrhunderts stammen:

- "Reinlichkeit in der Kleidung zeugt von Liebe zur Ordnung und von Achtung für andere, und ist unerläßlich, wenn du nicht für einen nachlässigen und gleichgültigen Menschen gehalten werden willst. Nicht jeder kann sich vornehm und kostbar kleiden, aber jedermann kann reinlich sein. Vorzüglich sieh auf reine Wäsche; sie läßt gerne auf ein reines Herz und Gemüt schließen, und ersetzt leicht kostbare Kleider. Unreinlichkeit erregt bei anderen Ekel gegen uns, und ist auch der Gesundheit sehr nachteilig (...) Wie die ganze Kleidung, so soll das Übrige an dir reinlich sein, Gesicht und Hände, Ohren, Mund und Zähne, auch unterlasse es nicht zuweilen Fußbäder zu nehmen, sonst wirst du deiner Umgebung unangenehm und lästig"[105].
- "Mit Parfüms gehe man vorsichtig um. Zur Erzielung eines angenehmen, gleichmäßigen Wohlgeruchs lege man verschiedene Riechkissen sowohl in den Wäscheschrank als auch in den Kleiderschrank, natürlich von demselben Parfüm. Man vermeide aber alle strengen Gerüche, wie Moschus oder Patschuli, welche nicht für jedermann angenehm sind. Weiterhin ist es unschicklich, allzuviel Haaröl oder Pomade zu verwenden. In keinem Fall darf die Anwendung dieser Toilettenartikel sich durch starken Geruch bemerkbar machen. Eine Dame, die sich zu den guten Kreisen rechnet, kann im Gebrauch von Parfüms nicht vorsichtig genug sein. Wer sie nicht missen will, benutze aber nur ganz gute und zarte Wohlgerüche"[106].
- "Es ist nicht jedermann angenehm, neben Personen zu sein, die künstliche Düfte ausströmen. Auch ist manches Parfüm vielen Personen geradezu unausstehlich. Frische, gesunde Luft ist das beste Parfüm. Übrigens mag man das Taschentuch mit etwas Parfüm begießen oder ein Riechfläschchen bei sich tragen, um in Lokalen, deren Luft verdorben ist, sich zu erfrischen. Man vermeide aber strenge Gerüche, wie Moschus, Patschuli usw. Den angenehmsten und zugleich kräftigsten Geruch verbreitet echtes Kölnisches Wasser"[107].

Über die Ästhetisierung des Geruchs und die Disziplinierung seiner Umgangsweisen erfolgte zunehmend seine Individualisierung: Die neue Praxis des Parfümierens sollte die Individualität und Besonderheit der Person unterstreichen. Wie die obigen Beispiele aus den Manierbüchern zeigen, bedeutete dies auch die allmähliche Abkehr bzw. die Verschiebung vom bunten Duftgemisch hin zur eigentümlichen Ausdrucksweise, die dezent die Einzigartigkeit

[103] Hierzu schreibt z.B. Laporte: "In dieser Vereinigung von Moschus und Scheiße wird besser als irgendwo anders die beinahe wesentlich zu nennende Verbindung von Parfüm und Scheißgeruch bestätigt und die Brüchigkeit der Grenze deutlich, durch die übler und guter Geruch voneinander getrennt sind" (1991, S.109).
[104] Hierauf wies auch schon der Parfumeur Dejaen im Jahre 1764 hin: "Wenn man Wohlgerüche bei sich trägt, verschließt man sie stets in kleinen Fläschchen, aus Sorge, diejenigen, die sie nicht mögen, zu inkommodieren" (Zit. n.: Corbin, 1988, S.106).
[105] Höflinger, Ch.: Anstandsregeln, 1885, S.9; zit. n.: Krumrey, Horst, V.: Entwicklungsstrukturen von Verhaltensstandarten: eine soziologische Prozeßanalyse auf der Grundlage deutscher Anstands- und Manierbücher von 1870-1970. Suhrkamp, Frankfurt am Main: 1984, S.241.
[106] Berger, O.: Was schicklich ist! 1887, S.132; zit. n.: Krumrey, 1984, S.242.
[107] Adelsfels, K.: Das Lexikon der feinen Sitten, 1900, S. 249; zit. n.: Krumrey, 1984, S.243.

des Individuums, die Reize der Person, die das Parfüm verwendet, enthüllt und untermalt. Angestrebt wird die feine Aufgliederung, das olfaktorische Nebeneinander, nicht das Durcheinander. Es ist der Übergang vom Superlativ zum Diminutiv, vom Übertriebenen zum 'Vernünftigen', von der Promiskuität zur Scham, vom quantitativen zum qualitativen Luxus. Doch erst die Vernichtung aller penetranten Ausscheidungsgerüche – durch die mit der Körperhygiene verbundene Desodorisierung – erlaubte die Reodorisierung, die Freisetzung und Inszenierung des individuellen Duftes, jener nunmehr schon fast unmerklichen Ausdünstungen, die auf die 'tiefere' Identität der Person verweisen.
Wie Richard Sennett anmerkt, beginnt sich im 19. Jahrhundert die Auffassung durchzusetzen, daß – was offensichtlich auch vice versa gilt – die Persönlichkeit eines Menschen das Produkt seiner äußeren Erscheinung ist:

> "Persönlichkeit variiert von einem Menschen zum anderen und ist bei jedem instabil, weil es keine Distanz zwischen äußerer Erscheinung und innerer Regung gibt. Die äußerer Erscheinung ist der direkte Ausdruck des »Innern« eines Menschen, d.h. die Persönlichkeit ist der Erscheinung immanent" [108].

Somit entwickelte sich die Vorstellung, daß man zur Einschätzung und zum "wirklichen Verständnis einer Person [...] gelangt, indem man die Einzelheiten von Kleidung, Sprache und Verhalten betrachtet"[109]. Die 'tiefere' Identität einer Person ist also von Äußerlichkeiten ableitbar; deshalb ist es nun entscheidend, die Codierungs- bzw. Decodierungsprozesse für die Details der äußeren Erscheinung zu beherrschen. Doch es ist nicht nur eine "Gastronomie des Auges"[110], die sich hier herausbildet und die auf die offenliegenden, optisch erfassbaren Kleidungsstücke und kosmetischen Zurichtungen abzielt. Auch die verborgenen, unsichtbaren Hilfsmittel zur Inszenierung der Individualität – wie durchbohrte Brustwarzen – oder die nur akustisch wahrnehmbaren raschelnden Unterröcke sowie das olfaktorisch zu bemerkende Parfüm haben Zeichencharakter[111]. Sennett spricht in diesem Zusammenhang von "Miniatisierungsprozessen": Entscheidend werden die Feinheiten, wird die "Subtilität der Selbstkennzeichnung"[112], die Art und Weise der Anwendung von Details; sie bilden einen spezifischen Charaktercode, zu dessen Decodierung der Betrachter wiederum einen entsprechend ausdifferenzierten Schlüssel benötigt, um zum wirklichen Verständnis einer Person zu gelangen: Es geht um die "Entschlüsselung isolierter Details der äußeren Erscheinung, auf die Vergrößerung der Details zu einem Gleichnis für den »ganzen Menschen«"[113].

Der sich nun vollziehende Bedeutungswandel der Begriffe 'Parfüm' und 'Parfümieren' ist Teil der Genese des Diskurses der Intimität und Individualität, der sich zudem im Aufkommen einer neuen Räumlichkeit des Körpers, in Form des Einzelgrabes, des Einzelbettes und bald auch des Einzelzimmers vergegenwärtigt, wobei der Anspruch auf letzteres sehr schnell auch im Kleinbürgertum zu einer Selbstverständlichkeit wurde[114].
In diese Neuordnung, in der sich nicht nur das Verhältnis des Individuums zu seinem Körper, sondern auch seine Sichtweise von der eigenen Stellung im sozialen Zusammenleben

---

[108] Sennett, 1983, S.179.
[109] ebenda.
[110] Sennett, 1983, S.180.
[111] Sennett, 1983, S.218f.
[112] Sennett, 1983, S.192.
[113] Sennett, 1983, S.196.
[114] "Mit Menschen außerhalb des Familienkreises, also mit fremden Menschen das Bett zu teilen, wird mehr und mehr peinlich gemacht. Wo nicht Not herrscht, wird es selbst innerhalb der Familie üblich, daß jeder Mensch sein eigenes Bett hat – schließlich in der Mittel- und Oberschicht – seinen eigenen Schlafraum" (Elias, 1976a, S.230).

veränderte, gehört auch der private Gebrauch von Geschirr und Bettzeug sowie eine Neugestaltung des privaten Wohnraums, in erster Linie durch die räumliche Abtrennung des Bades und der Toilette. Die Orte der Hygiene bieten von nun an Schutz vor dem Dreck und den Gerüchen der anderen, verhindern aber gleichzeitig, daß die Scham und Intimität des einzelnen unerwartet zum öffentlichen Schauspiel wird[115]. Von der ansteigenden Peinlichkeit betroffen ist nun auch der Anblick der Aborte und Becken, ja die sinnliche Wahrnehmung der abgesonderten Räume selbst. Die Gerüche werden in den hintersten Teil des Hauses verbannt und das, was vom Gerochenen aus dem Bereich des Sichtbaren ausgeschlossen und dem Verborgenen zugeordnet wird, soll sich zudem positiv in die visuelle Ökonomie einschreiben: Das Peinliche wird hinter die Kulissen des gesellschaftlichen Lebens verlegt und für die Menschen wird es zunehmend wichtig, gerade diese intimsten Bereiche 'repräsentativ' – d.h. visuell und olfaktorisch neutralisiert – auszugestalten[116].
Diese Praktiken sind typisch für den Zivilisationsprozeß, denn für Elias zeigt sich gerade hier, "[...] wie charakteristisch diese Figur des Aussonderns, dieses »Hinter-die-Kulissen-Verlegen« des peinlich Gewordenen für den ganzen Vorgang dessen ist, was wir »Zivilisation« nennen"[117].

Doch es ist nicht nur die räumliche Absonderung von Waschraum und Klosett, auch alle anderen Bereiche in den Wohnungen der Mittel- und Oberschichten werden getrennt: das Schlafzimmer, das Eßzimmer, die Küche, das Wohnzimmer; überhaupt eine Trennung zwischen den wohnlichen – 'öffentlichen' – Gesellschaftsräumen und dem – 'privaten' – Intimbereich. So sinkt in den wohlhabenden Häusern die Geruchstoleranz nicht nur gegenüber anderen Mitbewohnern, sondern auch innerhalb der Familie und den engsten Sozialpartnern, wodurch der Prozeß der Individualisierung noch beschleunigt wird. Durch die funktionale Spezifizierung einzelner Räume werden vormals gemeinsam und vor den Augen der anderen vollzogene Praktiken und Tätigkeiten – z.B. das Schlafen, das Waschen des Körpers, das Wechseln der Kleidung, das Defäkieren und Urinieren – individualisiert[118]. Indem diese Verrichtungen jeder Wahrnehmung und Kontrolle durch andere Menschen entzogen werden, erhöhen sich die Zwänge zur Selbstkontrolle. Auch bleiben die jeweiligen Gerüche auf die dafür vorbehaltenen Örtlichkeiten beschränkt und ihre Vermischung wird unterbunden. Mit der Trennung der Gerüche wird der spezifische Geruchseindruck eines jeden einzelnen Raumes erwartbar, zurechenbar, berechenbar und damit besser kontrollierbar. Zugleich wird es möglich – analog der Parfümierung des Körpers – den privaten Raum gezielt, individuell und feinfühlig mit besonderen Duftnoten zu schmücken, was letztlich auch zur Ausweitung der individuellen Privatsphäre beiträgt. Wie Corbin feststellt, ist diese Entwicklung auch verantwortlich für das Aufkommen einer völlig neuen, zunehmend narzißtisch motivierten Riechästhetik[119].
Das Trennen und Auseinanderrücken betrifft aber nicht nur die Körper und den privaten Wohnraum, sondern kann noch auf einer weiteren Ebene, im öffentlichen Raum, lokalisiert werden: Das Bürgertum versucht sich von den verpesteten und stinkenden Lokalitäten fernzuhalten bzw. zu entfernen, so "...daß es in der Stadt zu einer soziologischen Verteilung des

---

[115] Vgl.: Gleichmann, Peter R.: Die Verhäuslichung körperlicher Verrichtungen. In: Gleichmann, Peter, R./Goudsblom, Johan/Korte, Hermann, 1979, S.245-278. Ders.: Städte reinigen und geruchlos machen. Menschliche Körperentleerungen, ihre Geräte und ihre Verhäuslichung. In: Sturm, Hermann (Hg.): Ästhetik und Umwelt. Tübingen: 1978, S.99-132.
[116] ebenda.
[117] Elias, 1976a, S.163.
[118] Gleichmann, 1978, S.102f.
[119] Vgl. Corbin, 1988, S. 223f. In diesem Zusammenhang ist auch die Idealisierung und Romantisierung der Gerüche, "dieses breitgetretene Thema" (Corbin, S.114 u. 265f.) von Geruch und nostalgischer Erinnerung, in den Unterhaltungsromanen (z.B. bei Balzac, Flaubert und Proust) zu nennen.

früher fast gleichförmig für alle geltenden Gestanks kommt"[120]. Die saubere, sauerstoffhaltige Luft, fernab der Fabrikschornsteine und der Arbeiterwohngebiete wird zum Idealbild, wie z.B. Werner Sombart bezüglich der Wohnverhältnisse der Reichen in London festhält:

> "In der Mitte des 17. Jahrhunderts finden wir die feine Welt noch in der City. Wir entnehmen dies z.B. aus den Klagen der »feinnasigen City-Damen« über den sie belästigenden Kohlenrauch (damals fing man an, Steinkohle zu verbrennen): »Oh Husband we shall never be well, we nor our children while we live in the smell of this Cities Seacole smoke«"[121].

Beschwerden über Luftverschmutzung sind zwar bereits aus vorindustriellen Zeiten bekannt, sie blieben jedoch regional, quantitativ und qualitativ von sehr begrenzter Bedeutung. Mit dem Übergang zur Kohlewirtschaft änderte sich aber die Situation: die in großen Mengen verfeuerte Kohle erlaubte einerseits neue Herstellungsverfahren, andererseits ermöglichte sie, da sie von Wind- und Wasserkraft unabhängig machte, die Erschließung auch und gerade innerstädtischer Produktionsstandorte. Neben der außer Frage stehenden, erhöhten Geruchsbelästigung entwickelten sich Auseinandersetzungen darüber, ob und inwieweit die Steinkohlendämpfe für die Gesundheit schädlich oder sogar nützlich seien. In jedem Falle aber war es unmöglich, technische Lösungen zu finden, um die Emissionen zu reduzieren, woraus ein Handelsminister noch im Jahre 1864 folgenden Schluß zog: "Derartige Belästigungen [...] sind als die zwar unangehmen, aber unvermeidlichen Begleiter fortschreitender Gewerbetätigkeit von den Anwohnern zu ertragen"[122].
Offensichtlich galt dies aber nicht für alle Anwohner gleichermaßen, denn wie Sombart weiterhin notierte:

> "Von da ab beginnt der Adel damit, seine Paläste in die Vorstadt zu verlegen. Dies gibt uns ein anschauliches Bild von diesem Umgestaltungsprozeß, den die Stadt London um die Mitte des 18. Jahrhunderts erfährt. Nobility und die Großen der Gentry wohnen zu dieser Zeit viel besser an vornehmen Plätzen oder Straßen, wo sie gute Luft atmen und ihre Häuser modern gebaut sind"[123].

Oder wie Corbin in diesem Zusammenhang vermerkt: "Der reiche Mann muß reine Luft genießen können"[124].
Quasi als Antipode geht mit der Wertschätzung und Ehrerbietung gegenüber bestimmten Personen und sozialen Gruppen gleichzeitig also immer die Diskriminierung anderer einher. Bezüglich der Gerüche umfaßt sie vor allem die räumliche Ausgrenzung und die Abwertung bzw. Geringschätzung derjenigen, die entweder den sozialen Standards nicht genügen oder die der Homogenität der Gruppe vermeintlich zuwiderlaufen. Der Geruch des anderen wird nun wiederum zum entscheidenden moralischen, ethischen und sozialen Kriterium. So existieren zum einen die diskreditierbaren Individuen, die – aus welchen Gründen auch immer – durch ihren Geruch auffallen und deshalb in sozialen Situationen stigmatisiert werden können. Zum anderen gibt es diskreditierte Gruppen oder Bevölkerungsteile, die schon ein gesellschaftliches Stigma tragen, und über den Geruch – gleich ob vorhanden oder nicht – eine zusätzliche negative Etikettierung erfahren. Letztere wird dann zum Anlaß, Vorwand oder einfach zum Zeichen rassischer, sozialer oder gar moralischer Abwertung. Traf die olfakto-

---

[120] Corbin, 1988, S.182.
[121] Sombart, Werner: Liebe, Luxus und Kapitalismus. Über die Entstehung der modernen Welt aus dem Geist der Verschwendung. Deutscher Taschenbuch Verlag, München: 1967 (1922), S.50.
[122] Zit. n.: Brüggemeier, Franz-Josef: Stadtluft. Luftverschmutzung und Luftreinhaltung in der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts. In: Reulecke, Jürgen (Hg.): Stadt und Gesundheit: zum Wandel von »Volksgesundheit« und kommunaler Gesundheitspolitik im 19. und frühen 20. Jahrhundert. Steiner, Stuttgart: 1991. S.49-61; hier: S.60.
[123] Sombart, 1967, S.50f.
[124] Corbin, 1988, S.109.

rische Intoleranz seit dem 14. Jahrhundert in erster Linie die Leprakranken und die Juden, so weitete sie sich im 16. Jahrhundert auf die Dirnen aus, die schon seit der Antike den Archetyp des Gestanks und der moralischen Verwerflichkeit symbolisierten. In den Reigen der über den Geruch stigmatisierten Gesellschaftsgruppen gesellten sich im 18. Jahrhundert – neben den Homosexuellen – die schon fast als 'etabliert' zu bezeichnenden Handwerker aus dem leder-, fell- und wolleverarbeitenden Gewerbe und ihre olfaktorisch nicht mehr tolerierten Produktionsverfahren[125].
Schließlich wird im 19. Jahrhundert die gesamte untere soziale Schicht, das 'Volk' als ganzes, zur Zielscheibe der Kritik und der Diskriminierung: Ihr übler Geruch gilt als Zeichen moralischer Verkommenheit, seine Attestierung dient dazu, die Ausstoßungsprozesse zu rechtfertigen, denen sie zum Opfer fallen und läßt die Segregation Bürger - Masse noch stärker hervortreten, ja sogar in Begriffen des Unrats sich abzeichnen. In der Folge werden die Angehörigen der unteren Sozialschichten, denen der Dreck des Unrats, aber auch der schmutzigen Arbeit und ihre Gerüche anhaftet, insgesamt mit Schmutz und Abfall identifiziert. Die Fortschritte der Körperhygiene haben diese anfängliche Kluft sogar noch weiter aufgerissen: Solange die sanitären Einrichtungen und ihre regelmäßige Benutzung nur erst im Bürgertum gebräuchlich waren, trugen sie als Vehikel der Distinktion zur Verschärfung und Verfestigung sozialer Unterschiede bei. Wie alle anderen sozialen Umgangs- und Verhaltensformen betonte auch das Ritual der Reinlichkeit den sozialen Abstand zwischen dem gesellschaftlichen Oben und Unten als einen kulturellen Unterschied und vergrößerte ihn dadurch noch symbolisch[126].

Die Individuierung und die Intimität, das Auseinanderrücken und die Distanzierung, sind zu Anfang noch überwiegend rational-hygienischen Argumenten unterworfen, doch "wo es bisher nur um die Frage der Desinfektion ging, schleichen sich moralisierende Absichten und die notwendige Triebunterdrückung ein"[127]. Denn die Peinlichkeits-, Ekel-, Angst- und Schamgefühle verfestigen sich zunehmend zu sozialen Umgangsformen und Verhaltensritualen; sie entwickeln sich schnell zu Geboten der persönlichen Würde und gewinnen dadurch einen beachtlichen sozialen Prestigewert. Diese sozialen Standards zu beherrschen, ihrer fähig zu sein und sie beständig zu üben, ist der Nachweis und Ausdruck legitimer Zugehörigkeit zu einer höheren Gesellschaftsschicht, den man in jedem Fall vor Gleich- und Höherstehenden zu erbringen hat. Im Hinblick auf Personen niederer Herkunft ist ihr Aufzeigen ein Ausdruck sozialer Distinktion und Mittel zur Festschreibung sozialer Unterschiede. Hierzu Elias: "Es sind [...] Verhaltensweisen, die einen gewissen Zwang ausdrücken und Versagungen erfordern, aber sie erhalten sofort immer auch den Sinn einer sozialen Waffe gegen die jeweils Niedrigerstehenden, den Sinn eines Distinktionsmittels"[128].
Der Unsauberkeit und olfaktorischen Auffälligkeit des Volkes steht von nun an die Sauberkeit und die desodorisierte Gesundheit der Bourgeoisie gegenüber. Der Geruch ist endgültig zu einer sozialen Kategorie geworden, die arm und reich, oben und unten, scheidet. Die desodorisierende Hygiene, die subtilen Formen der Reodorisierung und die sich daraus im Umgang und in der Bewertung des Olfaktorischen ergebenden Verhaltensstandards sind zu Fragen der Ästhetik, des guten Geschmacks und des Aufzeigens distinguierter sozialer Um-

[125] Vgl. Classen et al., 1994, S.34.
[126] So schrieb noch 1930 der englische Erzähler und Dramatiker Somerset Maugham: "I do not blame the working man because he stinks, but stink he does. It makes social intercourse difficult to persons of sensitive nostril. The matutinal tub divides the classes more effectively than birth, wealth or education" (Zit. n.: Synnott, 1991, 447).
[127] Corbin, 1988, S.147.
[128] Elias, 1976a, S.206.

gangsformen geworden, während Armut, Dreck und die Unfähigkeit im Umgang bzw. in der Kontrolle des Olfaktorischen bis heute die Triade sozialer Stigmatisierung bilden.

In gleichem Maße, wie die Gerüche die sozialen Barrieren haben aufrichten helfen, erscheinen einerseits – aus der Perspektive der sozialen Unterschichten –, die sich allmählich durchsetzenden Hygienepraktiken, die damit verbundenen Methoden und Techniken der Desodorisierung und Reodorisierung sowie die Übernahme diesbezüglicher Umgangsformen und Verhaltensstandards aus den modellgebenden höheren sozialen Schichten als grundlegende und probate Mittel der Tolerierung, der sozialen Integration und letztlich damit verbunden, dem Versuch zur Nivellierung sozialer Unterschiede.
Andererseits zielen – aus dem Blickwinkel des gesellschaftlichen Oben nach Unten – die hygienischen Vorschriften mit ihrem medizinisch-therapeutischen Gehalt, zwar schon bald nicht mehr auf soziale Ausgrenzung, sondern vielmehr auf zivile Integration[129], doch es bilden sich – gerade im Hinblick auf das Olfaktorische – schnell feinere Methoden der Distinktion und Segregation heraus. Diese zeigen sich etwa bei Krumrey (1984) und seiner Analyse von Anstands- und Manierbüchern des ausgehenden 19. Jahrhunderts, wenn er resümierend darauf hinweist, "daß in Büchern für untere Schichten überwiegend Forderungen zur Vermeidung »derberer« Gerüche, wie Schweißgeruch, Fußgeruch, Mundgeruch, auftauchen, während in Büchern für höhere Schichten eher die Forderung, auf *feine* Geruchs*unterschiede* – etwa Parfümarten – zu achten, vorkommt". Aus den Äußerungen der von ihm untersuchten Benimmbuch-Autoren schließt er, "daß im sogenannten »gepflegteren« Gesellschaftsmilieu über Erziehung eine höhere Peinlichkeitsschwelle bezüglich des Geruchsempfindens an sich sowie eine feinere Ausnuancierung desselben platzgegriffen hat"[130].

6. Die Zivilisationskurve des Geruchs

"Es wird noch zu zeigen sein, wie die Menschen im Laufe der Zivilisationsbewegung all das zurückzudrängen suchen, was sie an sich selbst als »tierische Charaktere« empfinden."
Norbert Elias: Über den Prozeß der Zivilisation, Zweiter Band, S.162.

In den vorangegangenen Kapiteln wurde der Versuch unternommen, sozial- und kulturgeschichtliche Aspekte des Geruchs in bezug zur Elias'schen Zivilisationstheorie zu setzen. Es zeigte sich, daß die dabei in groben Umrissen nachgezeichnete zivilisatorische Entwicklungskurve des Geruchs, über die Epochen und Kulturen hinweg, in weiten Teilen eine hohe Gleichförmigkeit aufweist. Zusammenfassend läßt sich über ihren Verlauf deshalb folgendes festhalten:

---

[129] So zeigt Mönkemeyer (1988, S. 764ff.) auf, daß Ende des 19. Jahrhunderts in Deutschland eine "Hygiene-Debatte" einsetzt, die gerade die von uns als zentral dargestellten Bereiche Körper, privater Wohnraum und öffentlicher Raum betrifft. Gesundheitspflege, Sauberkeit und Reinlichkeit werden zwischen Reichsgründung und erstem Weltkrieg als pädagogische Themen aufgenommen, problematisiert und sollen innerhalb einer von Disziplin und Gehorsam gekennzeichneten Gesundheitslehre explizit alle gesellschaftlichen Kreise erreichen.
[130] Krumrey, 1984, S.251.

1. Die frühesten zivilisatorischen Entwicklungsstufen des zwischenmenschlichen Zusammenlebens sind gekennzeichnet durch nur geringe Einfluß- und Kontrollmöglichkeiten auf die Gerüche. Der Bedeutungsgehalt des Olfaktorischen liegt hier noch primär in den Bedingungen und Notwendigkeiten des physischen Überlebens der Individuen bzw. der Spezies und unterscheidet sich damit kaum von der Funktion des Geruchssinns der Tiere. Auch im sozialen Zusammenleben existieren die verschiedenen Geruchseindrücke gleichberechtigt nebeneinander, womit die Sozial- und Umweltgerüche, so wie sie sich darbieten – ungetrennt, ungeordnet, vermischt –, einen 'natürlichen', d.h. normalen und akzeptierten Bestandteil der Lebenswelt darstellen.
Der erste und einzige abgeschlossene Teilbereich innerhalb dieser 'vermischten' Geruchswelt ist der durch die Domestizierung des Feuers möglich gewordene, intentionale Einsatz von Duftstoffen im religiösen und magischen Kontext: Das gezielte Verbrennen bestimmter Substanzen dient zur Herstellung einer Verbindung zwischen dem Profanen und dem Heiligen, wobei entweder ganz spezielle oder unterschiedslos alle Wohlgerüche dem sakralen Bereich vorbehalten sind. In diesem Kontext hat die Zivilisationskurve des Geruchs ihren Ausgangspunkt.
Allmähliche Tendenzen zur Profanierung der Wohlgerüche lassen sich in den frühen Hochkulturen dort erkennen, wo sich in der sozialen Oberschicht die Mächtigen und Reichen – bei halbreligiösen Staatszeremonien und bei Festivitäten – verschwenderisch mit Wohlgerüchen umgeben, um damit ihren gesellschaftlichen Status und ihre besondere Beziehung und Nähe zum Sakralen und Heiligen herauszustellen.
Ab einer bestimmten Phase der kulturellen und zivilisatorischen Entwicklung aber werden die 'natürlichen', die profanen Gerüche der Lebenswelt immer mehr zu einem allgemeinen gesellschaftlichen Problem. Dies führt letztlich zu einer vollkommenen Neubewertung und Neuordnung des Olfaktorischen. Ausgangspunkt hierfür sind im wesentlichen die Veränderungen dessen, was Elias als *Figurationen* und *Interdependenzen* bezeichnet, nämlich die Veränderungen im Zusammenleben der Menschen: die stärkere ökonomische, politische und soziale Abhängigkeit voneinander. Dieser gesellschaftliche Komplexitätszuwachs, die *Soziogenese* steht vor allem in Verbindung mit einer zunehmenden Zentralisierung bzw. Monopolisierung politischer Macht im Staatsbildungsprozeß: In dem Maße, wie der Staat die Herrschafts- und Gewaltmittel an sich zieht und damit eine innere Pazifizierung der Gesellschaft erreicht, ergibt sich erst die Möglichkeit bzw. auch die Notwendigkeit zu einer Verstärkung jener drei fundamentalen Kontrollen von Menschen in Gesellschaften: der Kontrolle über das außermenschliche Naturgeschehen, der Stand der Kontrolle von Menschen übereinander und der jedes einzelnen Menschen über sich selbst.
Damit kommt es nach Elias zu einer zweiten Modulation: Je komplexer und vielschichtiger sich eine Gesellschaft darstellt, desto komplexer und differenzierter ist auch die Persönlichkeitsstruktur, der soziale Habitus der einzelnen Individuen. Die gestiegenen Interdependenzen sind es, die die im Laufe des Zivilisationsprozesses zunehmende Affektenkontrolle einerseits erfordern und andererseits ermöglichen. Die Soziogenese des Staates steht nämlich in Wechselbeziehung zu einer umfassenden Persönlichkeitsmodellierung, der *Psychogenese* der Individuen, d.h. einer Veränderungen der Mentalität, der Psyche bzw. des Triebhaushaltes der Menschen.
Beide Entwicklungen, Soziogenese und Psychogenese im Zivilisationsprozeß, bedeuten zunächst einen größeren Schutz vor physischer Überwältigung und Vernichtung, bringen aber auch einen Anstieg des Lebensstandards mit sich und verändern insgesamt die Qualität des sozialen Miteinanders. Die innere Pazifizierung des Staates, der sich verstärkende interkulturelle Austausch, die Herausbildung kultureller Zentren, in denen eine größere soziale Dichte und Enge herrscht, die neuen Formen des sozialen, politischen Zusammenlebens und

des ökonomischen Wirtschaftens und die damit verbundene, veränderte Sichtweise von der Stellung des einzelnen in der Gesellschaft und in der Bewertung seiner eigenen Person – dies alles bedeutet einen Schub für den Zivilisationsprozeß. In bezug auf das Olfaktorische resultiert daraus einerseits eine erhöhte Zugänglichkeit bzw. Verfügbarkeit der Duftstoffe und eine Verfeinerung bzw. Erweiterung in den Kenntnissen ihrer Herstellung, Konservierung und Anwendung. Andererseits führen diese Entwicklungen aber auch zu einer größeren Vielfalt und vor allem Intensität bzw. zu einer bis dahin ungekannten Vermischung unterschiedlichster Geruchseindrücke und den Modalitäten ihrer Wahrnehmung; sie laassen neue Definitionen von Wohlgeruch und Gestank aufkommen und bewirken damit zunächst eine exaktere Einteilung der Geruchswelt in angenehme – d.h. zu belassende bzw. zu generierende – und unangeneheme – d.h. zu vermeidende bzw. zu eliminierende – Gerüche. An dieser Stelle setzt die Ordnung und Kontrolle des Diskurses ein.

2. Dieses neue Bewußtsein und die neue Perspektive auf das Olfaktorische bildeten einen neuen Ansatzpunkt für den weiteren Verlauf der Zivilisationskurve des Geruchs, der im folgenden immer stärker durch eine zunehmende *Distanzierung*, *Disziplinierung* und *Rationalisierung* im Umgang mit den Gerüchen gekennzeichnet ist:
Die zunehmende *Distanzierung* umfaßt eine immer stärkere Ausweitung dessen, was als defizienter Modus bloßer Natur, als 'unkultiviert', 'unzivilisiert' und 'barbarisch' an den Äußerungen z.B. der Körperlichkeit erlebt wird. Der 'zivilisierte' Umgang mit dem organischen Substrat der menschlichen Existenz verlangt jedoch eine zunehmende Distanz von der natürlichen und oftmals als animalisch empfundenen kreatürlichen Seite des menschlichen Lebens, wozu auch die natürlichen Körpergerüche gehören.
Diese Distanzierung manifestiert sich in einer subtilen Ausdifferenzierung von Verhaltensnormen und mündet damit in einer weitreichenden *Disziplinierung* des Umgang mit dem Olfaktorischen. Mit dem Ansteigen der Scham- und Peinlichkeitsschwelle wird der Spielraum unkontrollierten Verhaltens kleiner. Es bilden sich entsprechende Verhaltensstandards heraus, die einerseits die gesellschaftlich geforderte Vermeidung, Eliminierung und Maskierung unerwünschter und peinlicher Gerüche regeln und kontrollieren, und andererseits die Qualität und die Quantität der zu generierenden Düfte vorgeben.
Eine zunehmende *Rationalisierung* im Umgang mit den Gerüchen läßt sich dahingehend feststellen, daß das Olfaktorische zu einem wesentlichen Bestandteil des medizinischen Diskurses wird. Die, gleich durch welche naturwissenschaftlichen Theorien und Erkenntnisse fundierte, Kausalität von Geruch und Krankheit bzw. Geruch und Tod, führt zu einer immer intensiveren wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit dem Thema, ermöglicht damit die Entwicklung von Desodorisierungstechniken und unterstützt letztlich die Herausbildung und Etablierung weitreichender Reinlichkeits- und Hygienenormen bzw. erklärt und legitimiert diese nachträglich.

Der Stand der kulturellen und zivilisatorischen Entwicklung einer Gesellschaft, ihre 'Kulturhöhe', läßt sich von nun an auch ablesen an ihren Fähigkeiten und Techniken zur kontrollierten Hervorbringung, Vermeidung und Trennung von Gerüchen, d.h. an ihren Möglichkeiten zur Manipulation des olfaktorischen 'Naturzustandes'. Damit wird das Wissen um die Produktion angenehmer und erwünschter Gerüche bzw. die nun notwendig gewordene Vermeidung unangenehmer Geruchseindrücke, wird das feine Arrangement der Reodorisierung und die damit verbundene Ausdifferenzierung der Verhaltensstandards, zum Ausdruck des von Elias beschriebenen Zivilisationsprozesses: einer zivilisatorischen Zurichtung alles Olfaktorischen, die sich nicht nur auf den menschlichen Körper bezieht, sondern bald auch den privaten Wohnraum und den öffentlichen Raum (öffentliche Einrichtungen, das Wohngebiet, die Stadt als Ganzes und irgendwann schließlich die 'Umwelt') erreicht. Mit den um-

fassenderen Lebensbereichen erschließen sich immer weitere gesellschaftliche Abstraktions- und Diskursebenen für das Olfaktorische: Neben dem Einsatz im sakralen Kontext wird der Geruch immer mehr zum Symbolträger, zum Vehikel der Zurschaustellung von Reichtum und Macht, er wird – mit der Verfeinerung der Sitten und Umgangsformen, die sich zunächst in den sozialen Oberschichten herausbilden – zum sozialen Distinktionsmittel, das den Abstand bzw. die Nähe zu bestimmten sozialen Gruppen und Schichten manifestiert und anzeigt.
Die Verfahren der Geruchskontrolle greifen je nach medizinischem Hintergrund und technischer Entwicklung auf unterschiedlichen Ebenen: Techniken der Kanalisation, Ventilation und Filterung, die Städtereinigung und Abfallbeseitigung, die Aussonderung und Abtrennung der Geruchsquellen, die Parfümierung mit ihrer sich aus dieser Entwicklung heraus wandelnden Bedeutung: Zunächst im Sinne des Verbrennens von Räucherwaren (*parfumage*), dann als Mittel der Maskierung und Camouflage von Gerüchen mittels starker Duftstoffe, und schließlich verstanden als dezentes Auftragen und Verteilen einer einzigen 'individuellen' und künstlich produzierten Duftnote nach der desodorisierenden, d.h. alle natürlichen Gerüche eliminierenden Hygiene.
Deutlich zeigt sich bei diesen Praktiken die Mannigfaltigkeit und Relativität von Werten und Normen. Zwar beinhaltet die menschliche Geruchswahrnehmung mit ihrer Unterscheidung von guten und schlechten, gefährlichen und ungefährlichen Gerüchen und ihre Übertragung auf soziale Kategorien so etwas wie eine anthropologische Konstante: Jeder wahrgenommene Geruch, gleich von welcher Geruchsquelle, wird nach diesem rein dichotomen Bewertungsschema abgeurteilt. Diese offensichtlich biologisch-genetische Veranlagung zur Dichotomisierung ist aber das einzig Universelle und Invariable, d.h. das in allen Kulturen und zu allen Zeiten Unveränderliche, welches sich im Hinblick auf das Olfaktorische erkennen läßt[131]. Wie nicht zuletzt die Arbeit von Corbin deutlich machte, offenbart sich aber innerhalb dieser rein dichotomen Trennung ein ganzer Kosmos an historischen Variablen und damit an verschiedenen und sich wandelnden Werten und Normen: Welche Gerüche als hervorbringeswert angesehen werden und welche zu vermeiden sind, wer und was stinkt bzw. duftet, wo die Schwelle liegt, jenseits derer eine Wertung umschlägt, welches die Ingredienzen zu einem Parfüm sein dürfen, welche Gerüche eine Gefahr bedeuten und welche heilend sind, welche Maßnahmen und Techniken der Geruchsbeseitigung angemessen sind und welche nicht, ob die Gerüche überhaupt eine gesellschaftliche Relevanz besitzen und in welchen Bereichen sie eine solche einnehmen – all diese Sichtweisen und Bewertungen bzw. die sich aus diesen ergebenden Verhaltensnormen unterliegen zwar auch den Bedingungen wissenschaftlicher, technischer und gesundheitlich-hygienischer Entwicklungen und damit 'rationalen' Einschätzungen, sie sind aber vor allem das Resultat des kulturellen und weitestgehend des sozialen Wandels. Damit stellt auch der heutige gesellschaftliche Umgang mit dem Geruch einen sozio-historischen Spezialfall dar.

3. Die Einbettung der Sozial- und Kulturgeschichte der Düfte und Gerüche in die Elias'sche Theorie der Zivilisation hat in dieser Hinsicht aber auch ein weiteres deutlich gemacht: Anders als man vielleicht vermuten könnte, spielt die Verbindung zwischen Gesundheitserwägungen und einer potentiellen Bedrohung durch das Olfaktorische nur eine untergeordnete Rolle für den Zivilisationsprozeß. Die Angst vor Ansteckung und Krankheit über einen 'verpesteten Geruch' und seine daherrührende Bekämpfung sind nur in einer Episode von Bedeutung, die sich als interessanter 'Knick' in der Zivilisationskurve bemerkbar macht und die von der Analogie 'Geruch – Krankheit – Tod' beherrscht und gekennzeichnet ist. Die Gründe hierfür sind in den katastrophalen Auswirkungen sowie der unbekannten Ätiologie der

[131] Vgl. hierzu auch Kapitel VI.

Pest und anderer epidemischer Krankheiten zu suchen. Aus diesem Kontext heraus entwikkelte und formulierte sich die sogenannte Miasmenlehre mit ihren aus heutiger Sicht völlig überbewerteten medizinisch-hygienischen Geruchsargumenten. Selbstverständlich entbehrt die kausale Verbindung von Gestank und Tod nicht einer gewissen Logik: der Gestank verweist immer auf die Gefahr der bei Fäulnis- und Zerfallsprozessen entstehenden Giftstoffe, doch ist der Geruch, wie sich bald herausstellen sollte, nicht die Gefahr selbst. Zudem läßt sich wohl kaum über medizinisch-hygienische Argumente allein das Ausmaß an Desodorisierung und Reodorisierung und die diesbezügliche Herausbildung zivilisierter Verhaltensmuster erklären.
Es ist vielmehr eine sehr viel ältere, den erstaunlich gleichförmigen Verlauf der Zivilisationskurve des Geruchs bedingende und formende Analogie, die hier von Bedeutung ist. Die Rede ist von der Analogie 'Geruch – Unsauberkeit – Schmutz' und ihrer im Umfeld liegender weiterer Termini: Ordnung, Unordnung, Reinheit und Verunreinigung; gleichsam alles ein- oder ausgeschlossene Elemente jener Triade, mit der schon Sigmund Freud die Ansprüche an Zivilisation und Kultur definierte: Schönheit – Reinlichkeit – Ordnung[132].
Es wird nun abschließend zu zeigen sein, daß sich hier die Zivilisationskurve des Geruchs zu einem Kreis zu schließen beginnt, nämlich zurück zu der ursprünglichsten kulturellen Bedeutung der Gerüche im sakralen Bereich. Anhand der Arbeiten von Mary Douglas (1966) und Horst Baier (1991) soll – insbesondere im Hinblick auf das nachfolgende Kapitel – diese Verbindung zwischen Zivilisierungsprozeß, sozialer Anlehnung bzw. Abstoßung und der inhärenten religionssoziologischen Komponente angesprochen werden.

Mary Douglas beschreibt in ihrer "Studie zu Vorstellungen von Verunreinigung und Tabu" Trennungs-, Ordnungs- und Reinhaltungshandlungen als grundlegende Charakteristika der menschlichen Existenz: "Die Sehnsucht nach eindeutigen Trennlinien und klaren Begriffen gehört zu unserem menschlichen Sein"[133]. Die als Konsequenz aus diesen Ordnungsbestrebungen resultierenden Reinheitsvorstellungen und Klassifikationmodelle sind nun aber nicht nur interkulturell relativ, sondern differieren entsprechend der Komplexität einer jeweiligen gesellschaftlichen Struktur auch intrakulturell. Diese Relativität ergibt sich als "Grundwiderspruch bei der Suche nach Reinheit" mit der wir "die Erfahrung in logische, widerspruchsfreie Kategorien zu zwingen versuchen"[134].
Dennoch aber enthalten die Unreinheits- und Schmutzvorstellungen nach Douglas ein basales Motiv, nämlich daß sie durch ihre Formulierung, Durchsetzung und Einhaltung die Lebenswelt organisieren helfen und damit eine einheitliche, geordnete Erfahrung ermöglichen. So weist Douglas darauf hin, daß Schmutz individuell, inter- und intrakulturell zwar etwas Relatives darstellt, er aber grundsätzlich immer gegen eine Ordnung verstößt; er ist "das Nebenprodukt eines systematischen Ordnens und Klassifizierens von Sachen, und zwar deshalb, weil Ordnen das Verwerfen ungeeigneter Elemente einschließt"[135].
Douglas unterstreicht ausdrücklich, daß dieses Verständnis von Schmutz sich nicht unbedingt deckt mit dem heutigen europäischen Schmutzverständnis, in dem ganz andere, 'rationalere' Argumente ausschlaggebend sind: Wiederum sind es in den aktuellen westlichen Zivilisationen nämlich vor allem die Angst vor pathologischen Organismen und vor Krankheiten, sind es Fragen der Hygiene und der Ästhetik, die zu Motiven im Kampf gegen den

[132] "Schönheit, Reinlichkeit und Ordnung nehmen offenbar eine besondere Stellung unter den Kulturanforderungen ein"; Freud, Sigmund: Das Unbehagen in der Kultur. In: ders.: Fragen der Gesellschaft/Ursprünge der Religion. Studienausgabe Band IX. Fischer, Frankfurt am Main: 1982, S.224.
[133] Douglas, Mary: Reinheit und Gefährdung. Eine Studie zu Vorstellungen von Verunreinigung und Tabu. Suhrkamp, Frankfurt am Main: 1988 (1966), S.211.
[134] ebenda.
[135] Douglas, 1988, S.53.

Schmutz werden. Gelingt es uns nach Douglas aber, "die Momente der Krankheitsverursachung aus unserer Vorstellung von Schmutz auszuklammern, bleibt die alte Definition von Schmutz als etwas, das fehl am Platz ist"[136].
Das Vorhandensein von Schmutz verweist also immer zugleich auf die Existenz eines idealen Ordnungssystems, aus dem er aber als Residualkategorie nicht nur herausfällt, sondern das er durch seine Präsenz auch durcheinanderzubringen droht und in Frage stellt. Was vom Reinigen, Aufräumen und Dekorieren deshalb übrig bleibt, ist die chaotische Restkategorie, das Nichtmanifestierte, das Vermischte und Nichtmehrtrennbare. Seine Entfernung ist eine kreative Handlung, die einem Schöpfungsakt gleichkommt. In der Schaffung dieses Übergangs vom Virtuellen und Amorphen zum Gestalteten, Geordneten und Reinen liegt darum der Versuch, "eine Verbindung zwischen Form und Funktion herzustellen, unsere Erfahrung zu vereinheitlichen"[137].
Dies gilt für Douglas in allen Bereichen, in denen Verschmutzungen auftreten können und daher Ordnungsaktivitäten notwendig sind. Ganz konkret betrifft es das Reinigen und Schmücken des Körpers, das Aufräumen und den Frühlingsputz in der Wohnung oder die Abfallbeseitigung und Städtereinigung, allgemein jegliches Waschen, Schrubben, Isolieren und Desinfizieren. Es gilt weiterhin symbolisch auf gesellschaftlicher Ebene, auf der Unreinheits- und Verunreinigungsvorstellungen und -strategien unmittelbar als Sanktionsformen eingesetzt werden können, die der Stabilisierung von etablierten Ordnungsprinzipien dienen. Schließlich können solche Ordnungsvorstellungen und -aktivitäten auch mittelbar symbolische Bedeutung haben indem sie gesellschaftliche Beziehungen repräsentieren und damit Analogien zur sozialen Ordnung darstellen.
Ihre These versucht Douglas anhand von Beispielen aus der jüdisch-christlichen Religion und den religiösen und magischen Vorstellungen und Praktiken außereuröpäischer Stammesgesellschaften zu belegen. Sie ist der Ansicht, daß gerade die religiösen Reinheitsrituale und Tabuvorstellungen – wie z.B. die von ihr im Dritten Buch Moses analysierten Opferriten, Kleidungsvorschriften, Speisegebote und -verbote, Sühne- und Ausschlußrituale usw. – wesentlich den Sinn haben, ein einheitliche Erfahrungen sicherndes Ordnungssystem zu generieren und aufrechtzuerhalten[138]. Dabei kommt sie zu folgendem Schluß:

> "Im Mittelpunkt sowohl der Gebote, wie auch der Zeremonien steht die Vorstellung von der Heiligkeit Gottes, die die Menschen in ihrem eigenen Leben zu verwirklichen haben. Wir begegnen hier also einem Universum, in dem die Menschen gedeihen, wenn sie der Forderung nach Heiligkeit entsprechen, und zugrunde gehen, wenn sie von ihr abweichen"[139].

Die Heiligkeit und die Vollkommenheit Gottes ist Metapher und Ausdruck vom Idealbild des Menschen und der Gesellschaft, und hat damit letztlich Auswirkungen auf das soziale Zusammenleben. Dieses Idealbild konkretisiert sich innerhalb des religiösen und profanen Lebens in einem Entwurf von Makellosigkeit und Vollständigkeit, der die Vermeidung, Abtrennung und Aussonderung von all jenem einschließt, das diese Ordnung bedrohen oder infragestellen könnte, d.h. von alldem, was als unrein bzw. als Verschmutzung definiert wird:

> "Wir können schließen, daß Vollkommenheit ein Ausdruck von Heiligkeit ist. [...] Heiligkeit ist das Attribut Gottes [...] und sie verlangt, die einzelnen Kategorien der Schöpfung voneinander getrennt zu halten. Sie setzt demnach eine genaue Bestimmung, Unterscheidung und Ordnung voraus"[140].

---

[136] Douglas, 1988, S.52.
[137] Douglas, 1988, S.13.
[138] Douglas, 1988, S.60ff.
[139] Douglas, 1988, S.70.
[140] Douglas, 1988, S.73.

In seiner Abhandlung "Schmutz: Über die Abfälle der Zivilisation" schließt Horst Baier (1991) an diese Überlegungen an[141]. Wie Mary Douglas geht er davon aus, daß allen Religionen eine "universelle Reinheitsregel" zugrunde liegt, die sich manifestiert "in der Vergeistigung Gottes [...] ebenso wie in der sozialen Abscheidung der Ungeistigen, der Unberührbaren, der Kulturfremden. Religion ist das Band, das spirituell bindet, und der Schnitt, der sozial ausschließt"[142].
Die Vergeistigung Gottes konkretisiert sich auch in der Idealisierung seines Habitus, der in der Abtrennung all dessen, was der Makellosigkeit widerspricht, zum Vorbild für den Menschen wird: "Gott ist ein Intellektueller. Er lacht nicht, er schwitzt und schneuzt und spuckt nicht, er scheidet nicht aus", und – möchte man hinzufügen – *riecht* damit auch nicht. Damit wird das Geruchlose, der Duft der Reinheit und Sauberkeit, zum Signifikanten des Heiligen. Ihm gegenüber nämlich steht "die obszöne Ausnahme": der Apostat mit seinem Satansheer, "der in Tiergestalt kotet und harnt, *stinkt* und furzt"[143].
Worum es Baier im wesenlichen geht, ist es aufzuzeigen, daß das Ideal und die Idee der Makellosigkeit grundsätzlich die Vorstellungen und Handlungen des "Zivilisationsmenschen" bestimmen, was schließlich auf mehreren Ebenen zur "Tyrannei der Reinheitsgebote" und zum "Diktat der Sauberkeitsnormen" führt. Die Zivilisation ist, wie Dominique Laporte anmerkt, "das Gegenteil des *barbaros* der Griechen, weil sie immer eine Verkörperung der reinen Ordnung, der göttlichen Macht ist"[144].
Der Prozeß der Zivilisation ist somit gekennzeichnet durch das Bestreben, das Reine vom Unreinen zu trennen und auf diesem Wege z.B. den menschlichen Körper von seinem stinkenden Unterleib, vom Geruchstier, das sich vor den Exkrementen nicht scheut, abzukoppeln. Dies bedeutet – wie schon Elias es darstellte – eine erhöhte Kontrolle des Individuums über seinen eigenen Körper, es bedeutet aber auch und vor allem eine verstärkte soziale Kontrolle innerhalb des gesellschaftlichen Organismus mit der Konsequenz einer geordneten sozialen Hierarchie, einer klaren Trennung zwischen dem gesellschaftlichen Oben und Unten; oder wie Baier es formuliert:

> "Das Vorbild der Reinheit ist der ideelle Kern der Herrschaft des Menschen über den Menschen. [...] Der Vollzug der Reinheit ist der zuerst kultische, dann spirituelle, schließlich soziale Ausschluß der Unreinen und Unsauberen, ist die Verdammung des Körpers und seiner Exkremente – leibhaftig und gesellschaftlich"[145].

Damit offenbart sich der Doppelcharakter des Zivilisationsprozesses: Die verstärkte Kontrolle von Menschen übereinander und eines jeden einzelnen Menschen über sich selbst bedeutet einerseits die Orientierung an einem anzustrebenden Ideal vom Menschen und einer Idee des gesellschaftlichen Miteinanders, z. B. über das Formulieren und Aufzeigen sozialer Verhaltensstandards bzw. gesellschaftlicher Werte insgesamt durch die sozialen Mittel- und Oberschichten, die dann wiederum zum Leitbild für die unteren Sozialschichten werden[146]. Andererseits beinhaltet der Prozeß – gestützt durch die Mechanismen von Macht und Herr-

---

[141] Baier, Horst: Schmutz: Über Abfälle in der Zivilisation. Universitätsverlag, Konstanz: 1991.
[142] Baier, 1991, S.14.
[143] ebenda (Hervorhebung J.R.).
[144] Laporte, 1991, S.61.
[145] Baier, 1991, S.15.
[146] In diesem Zusammenhang eine interessante Bemerkung von Erving Goffman: "In den meisten Gesellschaften scheint es ein allgemeines oder dominantes Schichtungssystem zu geben, und in den meisten Gesellschaften mit verschiedenen sozialen Schichten finden wir eine Idealisierung der oberen Ränge und einen gewissen Ehrgeiz der Menschen niedriger Position, in höhere Schichten aufzusteigen. (Man darf nicht vergessen, daß es sich hier nicht nur um das Streben nach einer anerkannten Position, sondern zugleich um das Streben nach einer Position in der Nähe des geheiligten Zentrums gemeinsamer Werte der Gesellschaft handelt)" (Goffman, Erving: Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag. Piper, München: 1969, S.36).

schaft – den Ausschluß, die Abtrennung und Verwerfung all dessen, was infolge dieser 'Produktion von Zivilisation' den neuen Ordnungskriterien und Reinheitsgeboten nicht genügt, d.h. die sozialen Standards noch nicht oder nicht mehr aufweisen kann, diese durcheinanderzubringen droht oder in ihrer machtstrategischen Position in Frage stellt, und damit als bedrohliche Verunreinigung und Unordnung, als Schmutz des Kategorienschemas verbleibt – der soziale Abfall der Zivilisation: die Armen, die Fremden, die Kranken, Alten und Einsamen und alle anderen diskreditierten und diskreditierbaren Individuen und sozialen Gruppen[147]. Der Geruchssinn ist bei dieser Lokalisierung des Vor- und Antizivilisatorischen nicht umsonst das entscheidende Wahrnehmungsinstrument, denn um das, was sich "am klebrigen Boden der Zivilisation" ansammelt, zu bemerken, brauchen wir nur "die Nasen in die aufsteigenden Gerüche zu halten"[148].
Damit haben die zivilisatorischen Antipoden – und mithin das gesellschaftliche Oben und Unten – vor allen Dingen einen olfaktorischen Indikator: Das Geordnete, Saubere, Reine und Heilige, das Schöne, das Attraktive und Zivilisierte ist geruchlos bzw. duftend. Diesen idealisierten Zustand zu erreichen wird zum Ziel des Zivilisationsmenschen – leibhaftig, immer aber auch gesellschaftlich –, denn, wie wir in diesem Zusammenhang wiederum Laporte zitieren können: "Die Zivilisation haßt die Gerüche und verfolgt sie umso heftiger, als die Macht sich darum bemüht, den Raum auszufüllen, der sie von der göttlichen Reinheit trennt"[149].
Der gute Geruch, als Symbol von Reinheit, wirkt zusätzlich unterstützend bei der Aufrechterhaltung jeglicher Ordnungsschemata; er wird zum wesentlichen Bestandteil ritueller Zeremonien: im religiösen Bereich und – wie im anschließenden Kapitel noch eingehender zu zeigen sein wird – innerhalb sozialer Interaktionen. Über die verschiedenen Geruchsattribute werden soziale Kategorien (z.B. Alter, Geschlecht[150], Rasse, soziale Klassen) identifiziert und manifestiert und wird die soziale Ordnungsvorstellung bzw. das soziale Ordnungssystem stabilisiert. So verbleibt auf der anderen Seite "das Dunkelfeld der Kultur"[151], das Abgetrennte, Ungeordnete und Schmutzige, das Gemeine, Niedere und Unreine, das Tierische und Unzivilisierte, das auch namentlich mit dem Auswurf gleichgesetzt wird und sich wiederum an seinen Ausdünstungen erkennen läßt: der stinkende Abfall der Zivilisation.

Abschließen möchte ich dieses Kapitel mit einer Illustration, die die bisher dargestellten Zusammenhänge zwischen zivilisatorischer Entwicklung, der sozialen Formung alles Olfaktorischen und der sich daraus entwickelnden Potentiale sozialer Stratifikation nochmals pointiert verdeutlichen soll. Sie besteht in einem fragmentarischen Blick auf das zivilisatorische

---

[147] Vgl. Baier, 1991, S.24.
Jedoch wird mit der Herausbildung gewissenslastender Selbstzwänge und unter dem Druck der Sauberkeits- und Reinlichkeitsgebote auch die olfaktorische Wahrnehmung des eigenen Körpers der zivilisierten Individuen zum Problem, worauf schon Nietzsche in seiner "Genealogie der Moral" hinwies: "Auf dem Wege zum »Engel« (um hier nicht ein härteres Wort zu gebrauchen) hat sich der Mensch jenen verdorbenen Magen und jene belegte Zunge angezüchtet, durch die ihm nicht nur die Freuden und Unschuld des Tiers widerlich, sondern das Leben selbst unschmackhaft geworden ist – so daß er mitunter vor sich selbst mit zugehaltener Nase dasteht und mit Papst Innocenz dem Dritten mißbilligend den Katalog seiner Widerwärtigkeiten macht (»unreine Erzeugung, ekelhafte Ernährung im Mutterleibe, Schlechtigkeit der Stoffe, aus denen der Mensch sich entwickelt, scheußlicher Gestank, Absonderung von Speichel, Urin und Kot«)", Nietzsche, 1990, S. 215.
[148] Baier, 1991, S.24.
[149] Laporte, 1991, S.90.
[150] Zu den geschlechtsspezifischen Formungen des Olfaktorischen in der Moderne, untersucht an Beispielen der zeitgenössischen belletristischen Literatur, vgl.: Cohen, Colleen Ballerino: Olfactory Constitution of the Postmodern Body: Nature Challenged, Nature Adorned. In: Mascia-Lees, F.E./Sharpe, P. (ed.): Tattoo, Torture, Mutilation and Adornment. The Denaturalization of the Body in Culture and Text. State University of New York Press, Albany: 1992, 48-78.
[151] Baier, 1991, S.22.

und damit auch olfaktorische Utopia in dem phantastischen und zugleich gesellschafts- und kulturkritischen Roman "Schöne neue Welt" von Aldous Huxley[152].
"Je zivilisierter, desto sterilisierter" und "wo die Reinlichkeit am größten, ist Fords Hilfe am Nächsten" (100) sind die Leitsätze und Gebote dieser futuristischen Gesellschaft, die sich auch auf den Umgang mit den Gerüchen übertragen: Zivilisation bedeutet auch für die Menschen in Huxleys Gesellschaft Kontrolle und Manipulation der Gerüche, ist Desodorisierung im Sinne der Eliminierung aller 'ursprünglichen', 'natürlichen', auf das Animalische und Barbarische verweisenden Geruchsverhältnisse – von Gestank, und die anschließende Reodorisierung mit einem idealisierten, künstlich, industriell und massenhaft produzierten Wohlgeruch. Damit wird der kontrollierte und gesteuerte Umgang mit den Gerüchen zugleich zum Ausdruck eines Idealbilds des zivilisierten Menschen und zu einem Charakteristikum der Idealform zwischenmenschlichen Zusammenlebens.
Die Antithese zu der in dieser Hinsicht zivilisatorisch ausgeformten 'schönen neuen Welt' stellt der Lebensraum einer indianischen Reservation dar. Huxley schildert die ungleichen Lebensverhälnisse in diesen beiden Gesellschaften und implizit kommt in diesen Beschreibungen all jenes zum Ausdruck, was das zivilisatorische Idealbild im Unterschied zu seinem barbarischen und animalischen Gegenüber ausmacht: Kontrolle und Ausformung alles 'Ursprünglichen' und 'Natürlichen' (zentrales Thema ist für Huxley hier die gentechnologische Zeugung der Nachkommenschaft), Raum zur Entfaltung der Persönlichkeit, Möglichkeiten zur Ausgestaltung der Individualität, das Vorhandensein von Licht und Luft, physisches und ökonomisches Wohlbefinden und damit, wie selbstverständlich verbunden, die Abwesenheit unerwünschter Geruchseindrücke und der wohldosierte Genuß von Düften:
"Das Hotel war ausgezeichnet – [...] Flüssige Luft, Fernguck, Vibrovakuummassage, heiße Mokkainlösung, vorgewärmte Empfängnisverhütungsmittel und acht verschiedene Parfümleitungen in jedem Schlafzimmer" (93). "Lautsprecher und Fernguckkasten sind immer eingeschaltet, der Patschuli-Leitungshahn tröpfelt" (235). Bei 'Fühlfilmen' und Musikkonzerten steigern "Duftorgeln" das sinnliche Erlebnis (die eindrucksvolle Schilderung einer solchen auf S.145).
Im krassen Gegensatz hierzu stehen die Bedingungen in der barbarischen Reservation, denn hier "gibt es kein Parfüm, keinen Fernguck, nicht einmal Heißwasser" (93), vielmehr gestalten sich die Wohnverhältnisse wie folgt:

> "Ein Heim, ein trautes Heim: ein paar enge Räume, zum ersticken vollgepropft mit Insassen, als da waren: ein Mann, ein periodisch trächtiges Weib, eine Horde Knaben und Mädchen aller Jahrgänge. Keine Luft, kein Platz; ein verseuchter Kerker; Finsternis, Krankheit, Gestank" (44); "lange schmale Räume, fast dunkel und nach Rauch, Schmorfett und vielgetragegen, selten gewaschenen Kleidern riechend" (102).

Am deutlichsten aber tritt die Gegensätzlichkeit und Unberührbarkeit beim Aufeinandertreffen der Bewohner dieser zweier Welten zutage – beim Besuch der Zivilisationsmenschen in der Reservation; sie macht sich auch sofort olfaktorisch bemerkbar:

> "»Merkwürdig«, sagte Lenina. »Sehr merkwürdig.« Es war ihr gebräuchlicher Ausdruck der Ablehnung. »Gefällt mir nicht. Und auch der Mann da gefällt mir nicht.« Sie wies auf den Indianer, der bestimmt worden war, sie in den Pueblo zu begleiten. [...] »Überdies«, sie dämpfte die Stimme, »stinkt er«" (98). [...] "Noch weit weniger gefiel ihr, was sie am Eingang des Pueblos erwartete [...]. Vor allem der Schmutz, die Abfallhaufen, der Staub, die Köter, die Fliegen. Ihr Gesicht verzog sich voll Ekel, sie hielt das Taschentuch an die Nase. »Wie kann man nur so leben?« rief sie in entrüstet ungläubigem Ton aus. Es war einfach nicht denkbar" (100).

---

[152] Huxley, Aldous: Schöne neue Welt. Ein Roman der Zukunft. Fischer, Frankfurt am Main, Hamburg: 1962. Die in Klammern gesetzten Seitenangaben beziehen sich auf die zitierten Stellen in der angeführten Ausgabe.

VIII. Die sozial-interaktive Dimension – Die Bedeutung der Gerüche in sozialen Interaktionen moderner Gesellschaften

"Die Tatsache, daß wir überhaupt den Nebenmenschen sinnlich wahrnehmen, [...] ist von fundamentaler soziologischer Bedeutung".
Georg Simmel: Soziologie. Untersuchungen über die Formen der Vergesellschaftung, S.646

Die im vorangegangenen Kapitel vorgenommene Verknüpfung der Sozial- und Kulturgeschichte des Geruchs mit der Zivilisationstheorie von Norbert Elias hat deutlich gemacht, daß der Umgang mit dem Olfaktorischen in der modernen und 'zivilisierten' Gesellschaft nur vor dem Hintergrund des spezifischen Verlaufs der Zivilisationskurve des Geruchs verstanden werden kann. Es wurde ausgeführt, daß dieser Verlauf vor allem gekennzeichnet ist durch eine immer weiter greifende *Distanzierung*, *Disziplinierung* und *Rationalisierung* im Umgang mit den Gerüchen.
Ausschlaggebend für diese Formungen ist das Zusammenspiel zweier Diskurse, die im Zivilisationsprozeß zunächst langsam an Kontur gewinnen, dann aber zusehens bedeutsamer werden: Es ist einerseits das Zusammenspiel zwischen Geruch und der zunehmenden Bedeutung des Individuums, und andererseits jenes zwischen Geruch und Hygiene- bzw. Reinlichkeitsargumenten.
Der erste Diskurs hat seinen Ursprung in den sich wandelnden Bedingungen menschlichen Zusammenlebens und realisiert sich in einer vollkommenen Neubewertung des Individuums und in der Herausbildung und Etablierung neuer gesellschaftlicher Verhaltensnormen. Der zweite, hygienische Diskurs mit seinen medizinischen Implikationen ist zwar stark geprägt durch naturwissenschaftliche Argumente und Innovationen; diese spielen aber, wie oben im Anschluß an Elias und Douglas dargelegt wurde, eine eher untergeordnete, abgeleitete, im wörtlichen Sinne 'sekundäre' Rolle. Denn die sich aus ihnen herausformenden und für die soziologische Analyse bedeutsamen Hygiene- und Reinlichkeitsstandards sind oftmals nur nachträgliche Legitimierungen, Bestätigungen oder Erweiterungen jener Verhaltensnormen, die sich schon aus den Umständen des sozialen Wandels zu entwickeln begonnen haben.

Inhalt und Gegenstand der für unseren Zugang zum Olfaktorischen bedeutsamen zweiten, *sozial-interaktiven Ebene* ist nun die Beschäftigung mit der Frage nach den Auswirkungen des in der oben beschriebenen Form sich vollziehenden sozio-historischen Zivilisationsprozesses, auf den alltäglichen Umgang mit den Gerüchen in der modernen Gesellschaft. Dabei liegt das besondere Interesse auf der Entwicklung und dem aktuellen Stand von rituellen Elementen sozialer Alltagsinteraktionen. Was sind also im Hinblick auf den Geruch die konkreten, sozial-interaktiven Folgen des Zivilisationsprozesses?
Die Beantwortung dieser Fragen soll im folgenden durch den Bezug auf die Interaktionssoziologie Erving Goffmans gewagt werden. Er ist derjenige Soziologe, der den Bereich der der unmittelbaren Kommunikation wohl am ausgiebigsten untersucht hat. Der Darstellung seines Ansatzes ist der erste Abschnitt gewidmet (1.).
Den Schwerpunkt aber bildet der zweite Abschnitt mit seinen Unterkapiteln (2.). Er beinhaltet zum einen die Beschreibung verschiedener lebensweltlicher 'Geruchsräume', in denen die Individuen agieren, interagieren und die sie hinsichtlich ihrer olfaktorischen Relevanz

und Qualität abtasten, bemessen, beurteilen und managen. Zum anderen werden die für diese Räume spezifischen 'Geruchstechniken' vorgestellt, die es den Individuen ermöglichen, die gesellschaftlich geforderten oder erwarteten Verhaltensnormen zu erfüllen bzw. die sozial legitimierten Geruchszustände herzustellen.
Im letzten Abschnitt schließlich (3.) wird auf die Kritik zu Goffmans Interaktionsmodell eingegangen und sein Ansatz nochmals in Bezug zum Thema der vorliegenden Arbeit bzw. zur bisherigen und zur weitergehenden Argumentation gestellt.

1. Erving Goffmans Interaktionssoziologie – Zum Konzept der "Interaction Order"

Wie einleitend angesprochen, kann der aktuelle Umgang mit dem Geruch in der modernen Gesellschaft nur vor dem Hintergrund des sozialen Wandels und der damit einhergehenden, sich verändernden Sichtweise auf das Individuum, analysiert und verstanden werden.
Von den Soziologen, die zu Beginn des 20. Jahrhunderts die Bedingungen, Umstände und Konsequenzen der sozialen Veränderungen untersuchten und damit das Verhältnis von Individuum und Gesellschaft neu thematisierten, waren es vor allem Georg Simmel und Emil Durkheim, die das Denken Erving Goffmans geprägt haben.
Insbesondere der Einfluß Durkheims auf Goffman wurde bereits mehrfach thematisiert (Collins, 1988; Lenz, 1991; Knoblauch, 1994) und ist inzwischen auch unbestritten. Goffman übernimmt mit der Sichtweise des Individuums als 'geheiligtem Objekt' (*chose sacrée*) und der Theorie der Rituale von Durkheim zwei grundsätzliche Positionen. Mit ihm stimmt er darin überein, daß in modernen, ausdifferenzierten, urbanisierten und säkularisierten Gesellschaften die Bedeutung des Individuums – im Prozeß einer immer weiter voranschreitenden Tendenz zum Individualismus – einen vorläufigen Höhepunkt erreicht hat und zu einem wesentlichen Attribut aktueller westlicher Gesellschaften geworden ist. Es wird, wie Goffman feststellt, den Individuen selbst "eine Art Heiligkeit zugesprochen":

> "Diese säkularisierte Welt (ist) nicht so areligiös [...], wie wir denken. Viele Götter sind abgeschafft worden, aber der Mensch selbst bleibt hartnäckig als eine wichtige Gottheit bestehen. Er schreitet mit Würde einher und ist Empfänger vieler kleiner Opfer"[1].

Für Goffman ergibt sich nun die Frage, wie diese zu 'geheiligten Objekten' aufgewerteten Individuen im sozialen Alltag miteinander umgehen. Zum Ausgangspunkt für die Beantwortung dieser Frage wird die Übertragung von Durkheims Theorie religiöser ritueller Handlungen, die sich bei diesem noch auf die Gesellschaft als Ganzes bezogen, auf den Gegenstandsbereich sozialer Alltagsinteraktionen. Indem die Individuen immer mehr mit den Attributen der Heiligkeit versehen werden, beziehen bzw. verlagern sich die religiösen Riten, die bislang allein der Verehrung der Götter respektive der Gesellschaft dienten, qualitativ in die Sphäre der interpersonellen Kommunikation; d.h. sie werden zu Mitteln und Techniken, zu eben jenen "vielen kleinen Opfern" in der wechselseitigen Verehrung der neuen Götter, nämlich der Individuen. In Erweiterung von Durkheim übertrug Goffman also die Suche nach Ritualen auf die moderne Gesellschaft und entwickelte aus dessen Ritualbegriffen ein Instrumentarium für seine Mikrostudien zum sozialen Handeln:

---

[1] Goffman, Erving: Interaktionsrituale. Über Verhalten in direkter Kommunikation. Suhrkamp, Frankfurt am Main: 1971a, S.54 bzw. 104.

> "Ein Ritual ist eine mechanische, konventionalisierte Handlung, durch die ein Individuum seinen Respekt und seine Ehrerbietung für ein Objekt von höchstem Wert gegenüber diesem Objekt oder seinem Stellvertreter bezeugt. [...] In der heutigen Gesellschaft sind überall Rituale gegenüber Repräsentanten übernatürlicher Entitäten ebenso im Niedergang begriffen, wie zeremonielle Agenden, die lange Ketten obligatorischer Riten implizieren. Übriggeblieben sind kurze, von einem Individum gegenüber einem anderen vollzogene Rituale, die Höflichkeit und wohlmeinende Absicht auf seiten des Ausführenden und die Existenz eines kleinen geheiligten Patrimoniums auf seiten des Empfängers bezeugen. Kurz, was bleibt, sind interpersonelle Rituale"[2].

Diese interpersonellen Rituale spielen für Goffman eine wichtige Rolle für die Organisation von Interaktionen in der Gesellschaft, denn sie strukturieren und sichern die Modalitäten des sozialen Umgangs der Individuen miteinander. Gleichzeitig gewährleisten die Rituale, daß das Individuum in den sozialen Interaktionen seine Interessen wahren, d.h. vor allen Dingen ein stabiles Selbst entwickeln und dieses auf ein bestimmtes Image hin auch strategisch managen kann bzw. sogar muß. Goffmans Konzept der Identität basiert auf deren interaktiver Erstellung; deshalb ist es für ihn notwendig, daß die Interaktionsteilnehmer die Ansprüche des Selbst wechselseitig anerkennen und sich somit in sozialen Situationen mit Respekt, Ehrerbietung und Benehmen gegenübertreten, sich einander taktvoll, rücksichtsvoll und loyal verhalten.
Gleich wie bei Durkheim stellen somit auch bei Goffman die Rituale in ihrer Gesamtheit einen Erwartungs- und Orientierungsrahmen für die Individuen dar, der die gesellschaftliche Ordnung sowohl symbolisiert, als diese auch permanent rekonstruiert. Da bei beiden Theoretikern die Individuen in der säkularisierten, individualisierten Gesellschaft selbst zu Göttern geworden sind, beziehen sich die Rituale nun auf die Interaktionsteilnehmer selbst: Sie dienen der gegenseitigen Verehrung, strukturieren die interpersonelle Kommunikation und die soziale Interaktion, und sie ermöglichen die Selbstdarstellung bzw. Selbstwahrnehmung des Individuums als wertvollem Gesellschaftsmitglied, als 'guter' Person, als 'geheiligtem Objekt', das bei sozialen Anlässen sich selbst als ein solches verhält, das von anderen in dieser Weise behandelt werden will und das gleichzeitig die sozialen Anderen entsprechend behandelt.

Goffmans Untersuchungsfeld sind die face-to-face-Interaktionen als konstitutive Elemente des sozialen Alltags eines jeden Menschen:

> "Es liegt in unserer menschlichen Verfassung begründet, daß die meisten von uns ihren Alltag in unmittelbarer Gegenwart zu anderen verbringen. Mit anderen Worten: Worum es sich auch immer drehen mag, unser Handeln ist, in einem wörtlichen Sinne *sozial situiert*"[3].

Aufgrund dieser sozialen Situiertheit des Handelns werden für Goffman die *sozialen Situationen* zu den grundlegenden Analyseeinheiten. In ihnen sollen sich allgemeine Merkmale der Handlungssubjekte erweisen lassen. Zum Programm für die Analyse des sozialen Handelns in face-to-face-Interaktionen macht Goffman die *Interaktionsordnung*: Als Realitätsbereich eigenen Rechts umfaßt sie jene Vorgänge und Muster sozialen Handelns, wie sie sich in den sozialen Situationen des Alltags, in denen zwei oder mehrere Personen in körperlicher Präsenz beteiligt sind und in denen sie ihre Handlungen miteinander koordinieren müssen, erkennen und beschreiben lassen. Er versucht mit diesem Konzept die zentralen rituellen Regelstrukturen unmittelbarer Begegnungen herauszuarbeiten, die einerseits die In-

---

[2] Goffman, Erving: Das Individuum im öffentlichen Austausch. Mikrostudien zur öffentlichen Ordnung. Suhrkamp, Frankfurt am Main: 1974, S.94.
[3] Goffman, Erving: Die Interaktionsordnung. In: ders.: Interaktion und Geschlecht. Campus, Frankfurt am Main: 1994, S.56; Hervorhebung im Original.

teraktionsvorgänge kennzeichnen und steuern, die aber gleichzeitig die Herausbildung, Darstellung und Stabilisierung der Identität der in den sozialen Situationen interagierenden Individuen überhaupt erst möglich machen. Damit werden die Sichtweise des Individuums als 'geheiligtem Objekt' und die Theorie der Alltagsrituale zu den beiden tragenden Säulen von Goffmans Interaktionsordnung.

2. Die alltagssoziologische Bedeutung des Olfaktorischen – Ansätze zur Lokalisierung der Gerüche in der Interaction Order

Die Fragen, die sich nun in bezug auf unser Thema stellen, sind folgende: Welche Bedeutung kommt den Gerüchen bei der Selbstwahrnehmung des Individuums, bei der interaktiven Generierung von Identität und in der sozialen Interaktion mit anderen zu? Wie gehen die zu 'geheiligten Objekten' aufgewerteten Individuen olfaktorisch mit sich selbst und miteinander um? Insgesamt: Welchen Stellenwert haben die Gerüche in der Interaktionsordnung moderner Gesellschaften?[4]

Goffmans erstes Bezugssystem für seine Untersuchungen zur Interaktionsordnung sind die handelnden Subjekte selbst. Er beginnt bei der Perspektive des Individuums, um dann zu seinem zweiten Bezugssystem, den formalen Regelstrukturen und typischen Mustern, die in der Interaktion zwischen den Individuen entstehen und dann in ritualisierter Form immer wieder aktualisiert werden, vorzudringen, sie zu beschreiben und zu untersuchen. Diese stufenartige Vorgehensweise soll auf unsere Argumentation übertragen werden.

Obwohl die kleinen Räume sozialer Situationen Goffmans grundlegende Analyseebene für die Interaktionsordnung darstellen, sind es doch die Individuen, die als selbständige Einheiten in den Zusammenkünften interagieren und die deshalb im Forschungsprogramm der *interaction order* eine zentrale Rolle einnehmen.
Entscheidend dafür, daß man von einer *sozialen Situation* oder einer *Begegnung* sprechen kann, ist nämlich, daß "ein Individuum in die Wirkzone eines anderen gelangt"[5]; dies kann z.B. schon durch den Austausch eines flüchtigen Blicks auf der Straße geschehen, reicht aber auch hin bis zu hochkomplexen Konversationen.
Unvermeidlich, ja sogar konstitutiv für soziale Situationen ist demnach das Einbringen des Körpers bzw. die Wahrnehmung der anderen über ihre körperliche Erscheinung: "Soziale Situationen sind ja dadurch definiert, daß wir an ihnen nur dann teilnehmen können, wenn

[4] Bevor auf diese Fragen eingegangen wird, sei jedoch eine kurze Anmerkung vorgeschoben. Es wurde oben bereits angedeutet, doch sei es an dieser Stelle nochmals wiederholt: Ein besonderes Spannungsverhältnis zwischen Durkheims Religionssoziologie und der Interaktionssoziologie Goffmans liegt hinsichtlich unseres Themas darin, daß die Gerüche schon immer ein zentraler Bestandteil religiöser Riten und Zeremonien waren, d.h. zur Kommunikation mit den übersinnlichen Wesen und zu ihrer Verehrung eingesetzt wurden. In diesem Zusammenhang wurden die Wohlgerüche ja auch selbst mit den Göttern, mit dem Heiligen unmittelbar in Verbindung gebracht bzw. mit ihnen identifiziert und gleichgesetzt: Die Düfte stammten von heiligen Orten, sie wurden von den Göttern geliebt und dienten ihnen sogar als Nahrung bzw. wurden von den Gläubigen als Erkennungszeichen ihrer Anwesenheit gedeutet. Es wird nun im folgenden zu zeigen sein, daß sich alle diese Sichtweisen auf die Wohlgerüche in ihrer grundlegenden Form auch in der modernen Gesellschaft erhalten haben; sie haben sich aber aus dem religiös-kultischen Kontext herausgelöst und transferierten in die sozialinteraktive Sphäre.
[5] Goffman, 1994, S.69.

wir unseren Körper und seine dazugehörige Ausstattung einbringen"[6]. Goffman versteht bei diesem Sich-Einbringen die Individuen als "bewegliche Einheiten menschlicher Art", und ihren Körper als Teil dieser, nämlich als eine *Fortbewegungseinheit*, als "ein Gehäuse, das (gewöhnlich von innen) von einem menschlichen Piloten oder Navigator gelenkt wird"[7].
Das Aufeinanderausrichten bzw. die Koordination dieser "Fortbewegungseinheiten" ist ein basales Moment in sozialen Begegnungen[8]. Die Individuen tasten permanent den für sie relevanten Teil ihrer Umwelt über die Sinne ab, "die ja die einzigen Mittel sind, Informationen direkt zu übermitteln, und gleichzeitig den Apparat bilden, mit dessen Hilfe es jemandem möglich ist, Informationen zu rezipieren"[9]. Werden die Individuen wechselseitig aufeinander aufmerksam, so sind es daher die "bloßen Sinne" der Beteiligten, über die dies möglich wird:

> "Damit haben wir eine entscheidende Kommunikationsbedingung der Interaktion von Angesicht zu Angesicht: es wird nicht nur körperlich gesendet und mit bloßen Sinnen empfangen, sondern jeder Sender ist zugleich Empfänger und jeder Empfänger ist zugleich Sender"[10].

---

[6] Goffman, 1994, S.60.

[7] Goffman, 1974, S.27. Mit dieser Formulierung deutet Goffman vermutlich an, daß der menschliche Körper vom Individuum u.U. als etwas Fremdes, Eigenständiges, vom Geist Losgelöstes und Unabhängiges erfahren wird, als etwas, das ein Eigenleben führt bzw. führen kann. Dies wird z.B. dann offensichtlich, wenn der "Navigator" die Kontolle über seine "Fortbewegungseinheit" verliert, diese sich in irgendeiner Form selbständig macht, sich aufgrund ihrer 'Biologie' in den Vordergrund der Wahrnehmung drängt, von Außen manipuliert oder gewaltsam – z.B. durch einen Unfall – in ihrer äußeren Form verändert wird. Vgl. hierzu das von Goffman selbst angeführte Beispiel einer verunglückten Frau, die ihren entstellten Körper betrachtet: "Diese Person da im Spiegel *konnte* ich *nicht* sein. Innerlich fühlte ich mich wie eine gesunde, gewöhnliche, glückliche Person – oh, nicht wie die da in dem Spiegel! [...] Immer wieder vergaß ich, was ich im Spiegel gesehen hatte. Es konnte nicht in das Innerste meines Wesens eindringen und ein integrierter Teil von mir werden. Ich fühlte mich, als hätte es mit mir nichts zu tun; es war nur eine Verkleidung" (Aus: Goffman, Erving: Stigma. Über Techniken der Bewältigung beschädigter Identität, Suhrkamp, Frankfurt am Main: 1975, S.17; Hervorhebungen im Original).
Darauf, daß es sich bei dieser Form der menschlichen Selbsterfahrung um ein fundamentales anthropologisches Faktum handelt, verweisen auch Berger/Luckmann: "Die generelle Entwicklung von Organismus und Selbst in einer gesellschaftlich bestimmten Umwelt hängt mit der eigenartigen Beziehung zwischen beiden zusammen. Diese Beziehung ist »exzentrisch«. Einerseits *ist* der Mensch sein Körper, ganz wie andere animalische Organismen. Andererseits *hat* er einen Körper. Das heißt, daß der Mensch sich selbst als Wesen erfährt, das mit seinem Körper nicht identisch ist, sondern dem vielmehr dieser Körper zur Verfügung steht. Die menschliche Balance schwebt also immer in der Balance zwischen Körper-Sein und Körper-Haben, einer Balance, die immer wieder hergestellt werden muß" (1980, S.53; Hervorhebungen im Original).
Eine ähnlich gelagerte Beschreibung der Beziehung zwischen Körper und Selbst ist bei G.H. Mead zu finden: "Wir können sehr genau zwischen Identität und Körper unterscheiden. Der Körper kann vorhanden und sehr intelligent tätig sein, ohne daß Identität in der Erfahrung auftritt. Für die Identität ist es typisch, daß sie für sich selbst ein Objekt ist, und dies unterscheidet sie von anderen Objekten wie vom Körper. [...] Die Körperteile sind von der Identität deutlich unterscheidbar. Wir können Teile des Körpers verlieren, ohne daß ein ernstlicher Eingriff in die Identität erfolgt. [...] Der Körper erfährt sich selbst nicht in dem Sinn als ein Ganzes, in dem die Identität in die Erfahrung eintritt" (Mead, George Herbert: Geist, Identität und Gesellschaft. Suhrkamp, Frankfurt am Main: 1973, S.178).

[8] Vgl. Goffman, 1974, S.26ff. Goffman verweist in diesem Zusammenhang mehrfach auf die Ethologie als eine Wissenschaft, an die er seine Untersuchungen anlehnt und die – neben der Linguistik – Vorbildcharakter für seine Soziologie hat. Immer wieder stellt er bei der Untersuchung der menschlichen Interaktionsordnung Vergleiche und Analogien zu Beobachtungen der Ethologen in der Tierwelt und zur "Tiersoziologie" her, die in bezug auf seine eigene "Humanethologie" schließlich bis zur Frage gereicht: "Welche Art von Viechern finden wir im interaktiven Zoo?" (1994, S.68).

[9] Goffman, Erving: Verhalten in sozialen Situationen. Strukturen und Regeln der Interaktion im öffentlichen Raum. Bertelsmann, Gütersloh: 1971b, S.25.

[10] Goffman, 1971b, S.26.

Diese wechselseitige sinnliche Wahrnehmung erlaubt zugleich eine Charakterisierung der sozialen anderen, und zwar in erster Linie "Kraft der Fähigkeit, ein anderes Individuum unmittelbar *beobachten* und *hören* zu können"[11].
Zweifelsohne kommt neben der auditiven Wahrnehmung dem "Sehen eine zusätzliche und spezielle Rolle" zu, womit beide in ihrer Bedeutung für Goffman vor den anderen Sinneswahrnehmungen rangieren. Mit dieser Einschätzung stimmt Goffman mit der Simmel'schen Vorstellung über die soziologische Relevanz der Sinne in sozialen Wechselwirkungen überein[12]:

> "Jeder Mensch kann sehen, daß er in einer bestimmten Weise erfahren wird, und er wird zumindest einige seiner Verhaltensweisen an der wahrgenommenen Identität und der ursprünglichen Reaktion derer, die ihn beobachten ausrichten. Außerdem kann man ihm ansehen, daß er dies sieht, wie er auch sehen kann, daß gesehen wurde, daß er beim Sehen gesehen wurde"[13].

Das Individuum verfügt demnach über einen visuellen und auditiven "Abtastungs- oder Kontrollbereich"[14], dessen Analyse es ihm nicht nur erlaubt, seine "Fortbewegungseinheit" sicher durch seine Umgebung zu manövrieren bzw. diese Umgebung beurteilend wahrzunehmen, sondern der auch eine soziale Bewertung der in diesen Bereich befindlichen sozialen anderen zuläßt.
Gleichzeitig sind es nämlich auch die sozialen Situationen, an denen das Individuum als *Partizipationseinheit*[15] an Aktivitätssystemen teilnimmt, und die als "natürliche Bühnen" die Möglichkeit zu intensiven Formen des Austauschs bieten. Auf ihnen werden die körperlichen Darstellungen der Individuen inszeniert und von den sozialen Anderen entziffert. Jeder wird für den anderen zur Informationsquelle; jeder ist bestrebt, die Absichten des anderen zu deuten, Informationen über die anderen zu erhalten und gleichzeitig die Preisgabe von Informationen über das eigene Selbst zu kontrollieren. Als Informationsquellen lassen sich nach Goffman dabei unterscheiden: Erstens, kommunikative Informationen, über die Verwendung von Sprache, Worten und nonvokalen Gesten; und zweitens, die für unser Thema interessanteren Informationen über das Erscheinungsbild durch bloße Anwesenheit (Kleidung, Gang etc.)[16]. Durch beide findet in face-to-face-Interaktionen die Charakterisierung der sozialen anderen statt, die wiederum zwei grundlegende Formen der Identifikation nach sich zieht: "die *kategoriale*, durch die das Individuum einer oder mehrerer sozialer Kategorien zugeordnet wird, und die *individuelle*, die das beobachtete Individuum mit einer einmaligen Identität ausstattet, und zwar auf der Grundlage der äußeren Erscheinung, des Klangs der Stimme, der Nennung von Namen oder anderer Hilfsmittel, die zur Unterscheidung zwischen Personen dienen. Diese zwei Möglichkeiten – die kategoriale und die individuelle Identifikation – sind von zentraler Bedeutung für das interaktive Leben in allen Gemeinschaften"[17].
Obwohl Goffman auch in diesem Zusammenhang immer wieder auf die Ethologie bzw. nichtmenschliche Gattungen verweist und Parallelen zu den Verhaltensweisen von Tieren zieht, wird die Geruchswahrnehmung von ihm nur am Rande erwähnt. Für ihn scheinen die Gerüche keine elementare Rolle in der menschlichen Interaktionsordnung – d.h. konkret, als Instrument zur sozialen Wahrnehmung bzw. Identifizierung – zu spielen.

---

[11] Goffman, 1994, S.59 (Hervorhebungen J.R.).
[12] Vgl. Goffman, 1971b, S.93f. und die Ausführungen in Kapitel V.3.
[13] Goffman, 1971b, S.27.
[14] Goffman, 1974, S.33.
[15] Goffman, 1974, S.43-53.
[16] Goffman, 1969, S.6.
[17] Goffman, 1994, S.59f.

In Anlehnung an Goffmans Einschätzung der Sinne für die soziale Wechselwirkung und die Erwähnung der visuellen und auditiven Abtastungs- und Kontrollbereiche, gehe ich aber davon aus, daß auch für die olfaktorische Wahrnehmung ein solcher Abtastungs- oder Kontrollbereich existiert, wie er für das Zusammenleben der Tiere ja hinreichend belegt ist, denn, wie Goffman selbst anmerkt:

> "Gerüche, Geräusche, visuelle Wahrnehmung und Berührungen sorgen – in verschiedenen Kombinationen, die entsprechend der jeweiligen Art variieren – für eine kontinuierliche Deutung der Situation, eine konstante Überwachung dessen, was in der Umgebung geschieht"[18].

Analog zu den visuellen und auditiven Sinneseindrücken ist die olfaktorische Wahrnehmung der Umgebung durch das Individuum tatsächlich auch eine strukturierte Abtastung, die aber weitgehend unbewußt erfolgt. Auch bezüglich der Gerüche ist jeder Interaktionsteilnehmer zugleich Sender und Empfänger von Informationen: Jeder Mensch bringt selbst Gerüche hervor, wird also von seinen Mitmenschen in sozialen Interaktionen gerochen; er riecht aber auch selbst natürliche und nicht-natürliche Geruchsquellen und bewertet bzw. klassifiziert diese – und damit gleichzeitig auch sich selbst – kategorial und individuell, nach bestimmten Geruchskriterien.
In Erweiterung jener weiter oben von uns als für Desodorisierungs- und Reodorisierungsmaßnahmen erkannten Bereiche – Körper, privater Wohnraum, öffentlicher Raum –, die vom Individuum hinsichtlich ihrer olfaktorischen Relevanz und Qualität abgetastet, bemessen, beurteilt und gemanagt werden, sollen nun mit Hilfe eines Teils des Goffman'schen Begriffs-Instrumentariums aus dem Programm der *interaction order*, zumindest die ersten beiden dieser voneinander zu unterscheidenden 'Geruchsräume', die das Individuum quasi wie konzentrische bzw. konzentrisch miteinander verbundene Kreise umgeben, exakter gefaßt und auf ihre Bedeutung für das Individuum und die soziale Interaktion hin durchleuchtet werden. Wir beginnen mit dem Körper als erstem Geruchsraum, im Zentrum des olfaktorischen Abtastungs- und Kontrollbereichs (2.1) und bewegen uns schrittweise über den Geruchsraum der Territorien des Selbst (2.2), bis hin zur äußersten Peripherie und Grenze der Geruchswahrnehmung, dem öffentlichen Raum (2.3).

[18] Goffman, 1974, S.318.

2.1 Der Körper, die Gerüche, das Selbst und die anderen

"Die Sorgfalt, die manche Personen auf Maßnahmen verwenden, durch die vermieden werden soll, daß sich jemand durch ihre körperlichen Ausscheidungen belästigt fühlen könnte, würde sicherlich einem Heiligen zur Ehre gereichen".
Erving Goffman: Das Individuum im öffentlichen Austausch, S.78, Anm.20

Es wurde bereits darauf eingegangen, daß Goffman dem Individuum im Forschungsprogramm der *interaction order* eine besondere Rolle beimißt, ja daß er es sich sogar zur Aufgabe gemacht hat, "eine soziologische Darstellung der Struktur des Selbst zu entwickeln"[19]. Diese Formulierung aus der Einleitung zu seinem Buch "Asyle" verweist schon auf Goffmans spezielle Sichtweise des Selbst, nämlich, daß es sich bei diesem keineswegs um eine eindimensionale 'Instanz' handelt, sondern daß sich die Identität von Personen vielmehr aus mehreren unterschiedlichen Bestandteilen zusammensetzen muß und sich auf verschiedenen Ebenen realisiert.
Parallel zur Beschreibung der durch das Individuum abgetasteten und kontrollierten Geruchsräume ergibt sich deshalb in diesem Kapitel die Aufgabe, danach zu suchen, ob und inwieweit das Individuum in diesen Geruchsräumen als eine 'olfaktorische Einheit' agiert, sich selbst als eine solche wahrnimmt bzw. von den sozialen anderen in dieser Form wahrgenommen wird.

Der eigene Körper stellt den ersten und engsten Bereich dar, der der olfaktorischen Abtastung und Kontrolle durch das Individuum unterliegt. Der vom Körper über die Haut und/oder über den Atem ausgehende und diesen wie eine Hülle umgebende Geruch kann klar von anderen Geruchsquellen unterschieden und abgegrenzt werden und ist – wie im folgenden zu zeigen sein wird – ein ganz entscheidendes Element in der Selbst- und Fremdwahrnehmung bzw. -einschätzung von Individuen[20]. Der folgenden Argumentation liegt die Vorstellung zugrunde, daß der Körper jenen Ort bildet, wo das Selbst sich zuallererst konstituiert und sich dann – im ganz konkreten Sinne – ausbreitet. Damit stellt der menschliche Körper den ersten jener drei hier zu beschreibenden 'Geruchsräume' dar[21].
Bei der Betrachtung von Körpergerüchen und ihrer Bedeutung für die Generierung und den Erhalt von Identität, besteht aber gleich zu Beginn die Notwendigkeit einer Differenzierung zwischen den natürlichen Ausdünstungen des Körpers und jenen durch Desodorisierungs-

[19] Goffman, Erving: Asyle. Über die soziale Situation psychiatrischer Patienten und anderer Insassen. Suhrkamp, Frankfurt am Main: 1972, S.11.
[20] Selbstverständlich kann nicht von *einem* einheitlichen Körpergeruch gesprochen werden. Vielmehr müssen beim Körper mehrere olfaktorische Mikro-Territorien unterschieden werden, für die ein bestimmter Geruch charakteristisch ist. Zu nennen sind hier etwa die sogenannten Pfortengerüche an den Körperöffnungen (z.B. Ohr, Mund, Anus) und die jeweils typischen Hautgerüche unterschiedlicher Körperzonen (z.B. Kopfhaut, Achseln, Genitalbereich).
[21] Ein früher Versuch den Zusammenhang zwischen Sinneswahrnehmung und (körperlicher) Räumlichkeit in sozialen Interaktionen zu erhellen, ist die Arbeit von Hall, Edward T.: The Hidden Dimension. Man's Use of Space in Public and Private. The Bodley Head, London/Sydney/Toronto: 1966. Hier insb. das Kapitel "The Perception of Space: Distance Receptors – Eyes, Ears and Nose", pp.39-47.

und Reodorisierungsmaßnahmen inszenierten und daher künstlich geschaffenen Geruchsverhältnissen.
Die Wahrnehmung des eigenen, natürlichen Körpergeruchs ist zunächst einmal die Wahrnehmung eines sinnlichen Eindrucks, der dem Individuum nicht fremd ist, sondern der ihm im Gegenteil die Erfahrung seiner inneren und äußeren Einheitlichkeit, Kontinuität und Einzigartigkeit verschafft. Im Gleichsein der Ausdünstungen und der natürlichen Eigengerüche (wie Achselschweiß, Intimgeruch, Sekrete, Ausscheidungen usw.) erkennt sich das Individuum selbst immer wieder und erfährt so ein durchgängiges 'Mit-Sich-Selbst-Gleichsein'. Damit sind die natürlichen Eigengerüche nicht nur akzeptiert, sie sind vielmehr notwendig für die Herausbildung und die Stabilisierung eines bestimmten Teils der Identität bzw. des Selbst, den Goffman als *Ich-Identität* bezeichnet. Hierunter versteht er jene "Auffassung des Individuums von seinem Selbst, seinem Ich, jenem Teil seiner Selbst [...], mit dem es seine positiven Gefühle identifiziert"; es ist "zuallererst eine subjektive und reflexive Angelegenheit, die notwendig von dem Individuum empfunden wird, dessen Identität zur Diskussion steht"[22].
Da dieser Teil des Selbst eher seine psychologische Seite darstellt und daher von sozialen Formungen am wenigsten stark betroffen ist, läßt Goffman ihm auch nur eine geringe Aufmerksamkeit in seinen Untersuchungen zur *interaction order* zukommen. Es kann deshalb davon ausgegangen werden, daß auch diese für die Ich-Identität bedeutsame Geruchswahrnehmung am wenigsten sozial geformt, sondern vielmehr anthropologisch konstant ist: Alle Gerüche, die das Individuum natürlich verströmt oder ausscheidet, werden – pathologische Fälle immer ausgenommen – von ihm als zu seiner Person dazugehörig und keineswegs als abstoßend oder unangenehm empfunden. Dies gilt bis hin zu den Ausdünstungen seiner Fäkalien und Exkremente, für die es weder Ekel noch Abscheu empfindet, sondern denen es – *stercus suum bene olet* – Akzeptanz und Wohlwollen entgegenbringt. Ein sehr eindrückliches, wenn auch etwas extrem anmutendes Anschauungsbeispiel habe ich bei Jean Genet gefunden, einem Romanautor, der dafür bekannt ist, auch das Intimste auszusprechen:

> "Ich sagte schon, wie sehr ich die Gerüche liebe. Die starken Gerüche der Erde, der Latrinen, der Hüften der Araber und vor allem der Geruch meiner Scheiße – ich liebe ihn so sehr, daß ich mich noch heute unter die Decken kuschele und in der wie eine Tüte zusammengerollten Hand meine zergangenen Fürze sammle, um sie an meine Nase zu führen. Sie öffnen für mich versunkene Schätze voll Glück. Ich atme. Ich sauge den Geruch ein"[23].

Die Akzeptanz der natürlichen Eigengerüche, die bei der Selbstwahrnehmung des Individuums immer als etwas 'Reines', 'Sauberes' und 'Gesundes' erscheinen, ist wohl eine absolut unverzichtbare Minimalanforderung an die Konstruktion der Ich-Identität, eine Voraussetzung für die emotionale Annahme des eigenen Körpers und damit Ausdruck jener "positiven Gefühle", die das Individuum mit seinem Selbst verbindet.
Erst in sozialen Situationen werden diese vom Individuum selbst und für sich als angenehm empfundenen und die Ich-Identität generierenden und stabilisierenden, natürlichen Körpergerüche zum Problem. Schon in den kleinsten aller mikrosozialen Riechsphären – nämlich jenen zwischen Intimpartnern oder nächsten Bezugspersonen – beginnt sich die umfassende soziale Geformtheit des Olfaktorischen zu offenbaren. Für das gedankliche Konstrukt des Individuums als Monade ist der eigene natürliche Körpergeruch unproblematisch, oder wie Goffman es formuliert: "Im eigenen Zimmer zu bleiben und sich von dem Ort fernzuhalten,

[22] Goffman, 1974, S.94 bzw. 1967, S.132.
[23] Genet, Jean: Notre-Dame-des-Fleurs. Merlin, Hamburg: 1972, S.137.

an dem die Festlichkeit (die soziale Begegnung, J.R.) stattfindet [...], heißt, sich fernzuhalten von dem Ort, wo Wirklichkeit dargestellt wird"[24].
Als eine Folge des historischen Verlaufs der Zivilisationskurve des Geruchs akzeptiert die Wirklichkeit, d.h. die soziale Wirklichkeit zeitgenössischer westlicher Gesellschaften, die natürlichen Körpergerüche von Individuen in sozialen Begegnungen nicht[25]. Dies zeigt sich wie gesagt schon in der oft idiosynkratischen Ablehnung und Aversion gegenüber den natürlichen Ausdünstungen selbst von intimen und emotional verbundenen Sozialpartnern, wofür wiederum eine jener unverblümten, dafür aber umso anschaulicheren Schilderungen Jean Genets angeführt sei:

> "Aber nur der Geruch meiner eigenen Fürze entzückt mich, und die des schönsten Jungen der Welt flößen mir Ekel ein, ja, es genügt bereits, daß ich im Zweifel bin, ob ein Geruch von mir oder einem anderen stammt, um ihn mir unangenehm werden zu lassen"[26].

Haben also die natürlichen Körpergerüche für die Selbstwahrnehmung und Selbsteinschätzung des Individuums und damit für die Herausbildung und die Stabilisierung seiner Ich-Identität eine nicht zu unterschätzende Bedeutung, so zeigt sich ihr wahrer Gehalt aber erst in sozialen Begegnungen. Hier ist es auch, wo sich die von Goffman entworfene dreifache Identitätstypologie zur Beschreibung der Struktur des Selbst vervollständigt: Neben die *Ich-Identität*, die in einer bestimmten Ausprägung bereits vor Beginn der Interaktion vorhanden ist, rücken jene beiden anderen Bestandteile des Selbst, die sich für Goffman – in Anlehnung an Mead – erst in der unmittelbaren Interaktion mit anderen Personen entwickeln können, nämlich die *persönliche* und die *soziale Identität*. Beide Identitäts-Formen beschränken sich auf die Fremdperspektive, d.h. auf die Erfassung des Selbst durch andere Personen. War es bei der Ich-Identität vor allem ein "positives Gefühl" des Individuums für sich selbst, so resultieren die persönliche und die soziale Identität auf einer Identifikation durch die sozialen anderen und damit auf einer zielgerichteten Zuschreibung von Merkmalen und Eigenschaften; diese nämlich "sind zuallererst Teil der Interessen und Definitionen anderer Personen hinsichtlich des Individuums, dessen Identität zur Frage steht"[27].
Unter der *sozialen Identität* versteht Goffman die Bestimmung des anderen über soziale Merkmale wie Alter, Geschlecht und Schichtzugehörigkeit; also z.B. die Identifikation eines Individuums als Jugendliche, als Frau und als Angehörige des Mittelstandes oder einer anderen sozialen Kategorie. Diese *kategoriale* Identifikation findet in jeder sozialen Interaktion statt, und zwar schon durch die erste sinnliche Wahrnehmung eines anderen:

> "Wenn uns ein Fremder vor Augen tritt, dürfte uns der erste Anblick befähigen, seine Kategorie und seine Eigenschaften, seine »soziale Identität« zu antizipieren [...] Wir stützen uns auf diese Antizipationen, die wir haben, indem wir sie in normative Erwartungen umwandeln, in rechtmäßig gestellte Anforderungen"[28].

Auch die *persönliche Identität* basiert für Goffman auf der Zuschreibung durch die Interaktionspartner. Es ist dies die *individuelle* Identifikation, die aus der Zuschreibung von Merkmalen, Eigenschaften und Fakten (wie Name, äußere Erscheinung, biographische Daten usw.) beruht, die in ihrer unverwechselbaren Kombination nur auf eine einzige Person zutreffen können, womit die persönliche Identität wesentlich vom anerkannten Nachweis der kleinen Unterschiede gegenüber den anderen abhängt: "Persönliche Identität hat folglich

---

[24] Goffman, 1969, S.36.
[25] Vgl. hierzu die Ausführungen in Kapitel VII.6.
[26] Genet, 1972, S.137.
[27] Goffman, 1967, S.132.
[28] Goffman, 1967, S.10.

mit der Annahme zu tun, daß das Individuum von allen anderen differenziert werden kann"[29].
Zweifelsohne spielt der natürliche Geruch von Personen als Mittel zur kategorialen und individuellen Identifikation von Personen in face-to-face-Interaktionen eine Rolle. Zwar ist das Geruchsurteil nicht das wichtigste Kriterium bei der Selbst- und Fremdeinschätzung von Personen, und seine Bedeutung ist in dieser Hinsicht – da die Ausdünstungen erst ab einer gewissen körperlichen Nähe zwischen den Interaktionspartnern bemerkt werden können – geringer einzustufen als die der visuellen Wahrnehmung. Doch ist der Geruch ein Beurteilungskriterium, das in sozialen Begegnungen immer eine gewisse Relevanz besitzt, indem er – im Effekt eines synästhetischen Zusammenwirkens der Empfindungsqualitäten – den Eindruck von einer Person vervollständigt oder bestätigt. Der Geruch trägt – wenn auch unbewußt – zur Identifikation und Klassifikation von sozialen anderen bei bzw. kann nachträglich zur Legitimation solcher Identifikationen und Klassifikationen hinzugefügt werden oder zur Bestätigung von Vorurteilen dienen. Die olfaktorische Identifikation der sozialen anderen erfolgt dabei nach dem schon bekannten, rein dichotomen Muster (angenehm/unangenehm) und beinhaltet immer gleichzeitig eine moralische Bewertung (gut/schlecht). Es kann davon ausgegangen werden, daß ein faktisch existenter oder lediglich zugeschriebener übler Geruch dabei als Zeichen moralischer Verkommenheit gilt und zur Rechtfertigung von Abwertungs-, Ausstoßungs- und Stigmatiserungsprozessen dient; er hilft die sozialen oder persönlichen Barrieren aufzustellen, zu lokalisieren und zu manifestieren. Umgekehrt wird moralisch integeren Personen ein guter natürlicher Körpergeruch attestiert, denn dieser läßt offensichtlich auf eine gleichermaßen angenehme und moralisch intakte Innenwelt des Subjekts schließen[30].

Bei der *kategorialen* Identifikation kann davon ausgegangen werden, daß der natürliche Geruch von Personen in der Regel mit anderen kategorialen Schemata (Geschlecht, Rasse, Alter, Nation, Schichtzugehörigkeit etc.) und Identifikationsmustern (Hautfarbe, Sprache, Kleidung etc.) in Verbindung gebracht bzw. mit diesen kombiniert wird. So gehören olfaktorische Aversionsaussagen und Ablehnungsformeln zum Standardrepertoire aller Alltagswelten und richten sich als geruchsbezogene oder geruchseinbeziehende Vorurteile gegen Angehörige fremder Nationen ebenso wie pauschal gegen ganze Rassen, segregativ gegen Mitglieder bestimmter sozialer Klassen oder gegen die Randgruppen der Gesellschaft und gegen fremde Personen im allgemeinen. Für diese wird oft ein übler oder zumindest unangenehmer Eigengeruch als charakteristisch und damit als 'natürlich' angesehen, und gelegentlich mit einem abwertenden Verweis auf deren eigentümliche Ernährungsgewohnheiten, ihre nachlässigen Sauberkeits- und Reinlichkeitsstandards und insgesamt ihren niederen sozialen bzw. zivilisatorischen Status – die damit gleichsam alle zu ihrer 'kreatürlichen Natur' zu gehören scheinen – rationalisiert. Auf diesen Sachverhalt wies auch schon Simmel hin, wenn er schrieb: "Die Rezeption der Neger in die höhere Gesellschaft Nordamerikas scheint schon wegen der Körperatmosphäre des Negers ausgeschlossen, und die vielfachen Aversionen von Juden und Germanen gegen einander hat man auf dieselbe Ursache geschoben"[31].
Auch bei der *individuellen* Identifikation sind die natürlichen Gerüche von Individuen ein Merkmal, das anderen zu ihrer (Wieder-)Erkennung und Unterscheidung dient. Es kann davon ausgegangen werde, daß bei einer bekannten und als sympathisch empfundenen Person ein entsprechender Eigengeruch erwartet und akzeptiert ist bzw. – aufgrund der von Psychologen als Adaption bzw. Habituation bezeichneten Gewöhnung an schon vertraute Duft-

[29] Goffman, 1967, S.74.
[30] Vgl. hierzu wiederum die Ausführungen in Kapitel VII.6.
[31] Simmel, 1908, S.657.

reize[32] – gar nicht mehr bewußt wahrgenommen wird. In einem solchen Falle fand eine positive moralische Bewertung der Person in vorhergehenden Begegnungen schon statt. Ist ein Individuum aber als unsympathisch etikettiert, wird eine solche Bewertung immer auch olfaktorisch über dessen natürlichen Eigengeruch untermauert, was sich auch im allgemeinen Sprachgebrauch darin äußert, daß von einer solchen Person behauptet wird, man könne sie nicht riechen. Die körperlichen Ausdünstungen dieses Individuums drängen sich immer wieder in den Vordergrund der Wahrnehmung, was die ablehnende Haltung ihm gegenüber regelmäßig bestätigt und damit verfestigt; letztlich kann die Abneigung sogar soweit reichen, daß auch die vom fraglichen Individuum verwendeten künstlichen Gerüche in gleicher Weise negativ beurteilt werden[33].
Generell aber kann gesagt werden, daß ein in sozialen Begegnungen auffällig gewordener natürlicher Körpergeruch nicht akzeptiert ist, immer auf Ablehnung stößt und zum Motiv oder zur Rechtfertigung für die Profanierung und Stigmatisierung einzelner Personen und ganzer sozialer Kategorien werden kann.

Die in Zusammenkünften dem Individuum über die soziale und die individuelle Identifikation zugeschriebenen Merkmale und Eigenschaften – und so auch die ihm attestierten Geruchsattribute – wirken immer auch maßgeblich auf das Bild der Person, das es von sich selbst hat und das es bei den anderen darstellen will, zurück. Dieses Bild bezeichnet Goffman als *Image*: "Image ist ein in Termini sozial anerkannter Eigenschaften umschriebenes Selbstbild, – ein Bild, das die anderen übernehmen können"[34]. Dieses Selbstbild, das jemand von sich hat, stellt sich in Verhaltensmustern, Eigenschaften und Merkmalen dieser Person dar, die man erfolgreich nach außen darstellen muß, d.h. die von den anderen anerkannt werden müssen. Für Goffman besteht ein wesentliches Bestreben des Individums darin, in sozialen Situationen ein angemessenes und in sich stimmiges Image von sich zu produzieren, dieses zu pflegen, d.h. zu stabilisieren und damit bei den anderen dauerhaft einen guten Eindruck von sich, nämlich als geheiligtem Selbst, zu hinterlassen. Gelingt ihm dies, "[...] reagiert er typischerweise mit Gefühlen von Vertrauen und Sicherheit. Überzeugt von seinem Verhalten glaubt er seinen Kopf hochhalten zu können und sich selbst offen anderen darstellen zu können. Er fühlt sich irgendwie sicher und unbefangen" [35].
Stolz, Ehrgefühl und Würde sind daher auch die Vokabeln, die Goffman mit einer angemessenen und erfolgreichen Vorführung guter Eindrücke verbindet[36].
Gleichzeitig besteht aber immer die Möglichkeit, daß eine solche Selbstdarstellung gefährdet wird oder gar mißlingt, somit das Image beschädigt werden kann oder gar ein gänzlicher Gesichtsverlust droht:

> "Wenn ein Individuum den Eindruck gewinnt, das es in einem schlechten Licht erscheint, in einer Aufmachung oder einer Handlung, die es für weit unter seiner Würde oder für sonstwie diskreditierend hält, wird es sich möglicherweise durch die Situation alarmiert fühlen [...]. Sein unangemessenes Benehmen oder Aussehen, so wie es sich selbst als von anderen wahrgenommen vorstellt, kann es alarmieren"[37].

Diese Alarmierung ist gleichbedeutend mit der Angst, aus der normalen Unauffälligkeit herauszufallen, für andere in negativer Form auffällig zu werden, also nicht in die Typisierung als normale, erwartbare Person hineinzupassen, und damit bei sich selbst Scham und bei den anderen Peinlichkeit, bzw. allgemein Verlegenheit (*embarrassment*), auzulösen. Verlegen-

[32] Vgl. Kapitel IV.2.
[33] Vgl. Classen et al., 1994, 167.
[34] Goffman, 1971a, S.10.
[35] Goffman, 1971a, S.13.
[36] Vgl. Goffman, 1971a, S.15.
[37] Goffman, 1974, S.365.

heit bezieht sich in Goffmans Analyse auf den Eindruck, auf die mehr oder weniger 'gute Figur', die man aktuell auf Anwesende macht; sie erwächst aus der Enttäuschung von Erwartungen, aus einer Diskrepanz zwischen Anspruch und Wirklichkeit. Ob nun als plötzliches Versagen der Kontrolle über die eigene Körperlichkeit (verwischte Schminke, Rülpser beim Essen, ein offener Reißverschluß usw.) oder als plötzliches Versagen normativer oder intellektueller Kompetenzen (Brechen von Gesprächstabus, Vergessen des Namens eines Interaktionspartners usw.) – beides sind in jedem Falle Resultate von unwillkürlichen Akten der Verletzung kultureller Standards und Erwartungen. Werden die Ansprüche, die ein Individuum in einer Interaktion mit anderen expressiv angemeldet hat – sozusagen sein 'sozialgerechtes Selbst' –, durch ein bestimmtes Ereignis, das seine entsprechende Interaktionskompetenz in Zweifel zieht, diskreditiert, verliert es die Kontinuität seiner bisherigen Handlungsbereitschaft, und es kommt zu Verlegenheitsgefühlen. Solche Normverletzungen zu vermeiden und keinen *Anlaß zu Alarm* zu geben, gehört mit zu den Grundvoraussetzungen für die Etablierung und Aufrechterhaltung eines Images und damit zu den Bestrebungen eines jeden Individuums, denn:

> "Die Fähigkeit als jemand zu erscheinen, der ohne Gefahr unbeachtet gelassen werden kann, ist tief verwurzelt. Es gibt nichts, was tiefer, nur einiges, was genauso tief verwurzelt ist"[38].

Somit wird deutlich, daß das Image für Goffman kein persönlicher oder dauerhafter Besitz des Individuums ist, sondern vielmehr eine in sozialen Zusammenkünften immer wieder zu erbringende Leistung, die von den anderen anerkannt werden muß und die, wenn sie nicht gelingt oder nur unzureichend ist, sanktioniert wird und entsprechend auf das Selbstbild zurückwirkt:

> "Eine Verletzung dieser Normen hat hauptsächlich zur Folge, daß der stillschweigende Anspruch des Akteurs, eine Person mit normaler Kompetenz und normalem Charakter darzustellen, gefährdet ist. Das Image, das verletzt wird, ist das des gegen die Regel Verstoßenden selbst"[39]. Und: "Immer aber ist das eigene soziale Image [...] nur eine Anleihe von der Gesellschaft; es wird einem entzogen, es sei denn, man verhält sich dessen würdig"[40].

Die Angst vor der Verletzung des Images oder gar einem Imageverlust ist zugleich die Angst vor sozialer Ablehnung, vor Diskreditierung und Desintegration.
Gerade in bezug auf den natürlichen Eigengeruch ergibt sich für das Individuum aber das Problem, daß seine Ausdünstungen in keinem Falle sozial akzeptiert sind, diese sich aber – einerseits aufgrund der 'Körperlichkeit', andererseits aus dem Effekt der Adaption bzw. Habituation – immer wieder für das Individuum unkontrollierbar oder unbemerkt in den Vordergrund der Wahrnehmung drängen und damit ein vorhandenes Image gefährden können. Daraus resultiert in sozialen Situationen immer die latente Angst von den anderen gerochen zu werden, dadurch Alarm auszulösen und so sein Image zumindest in Frage zu stellen. Eine Voraussetzung für die Alarmreduktion und eine erfolgreiche Selbstdarstellung sieht Goffman deshalb in der Orientierung an und der Aufrechterhaltung von kulturellen Verhaltensstandards und Erwartungen, d.h. der Beachtung und Einhaltung der rituellen Ordnung einer Gesellschaft. Sie ermöglicht es dem Individuum, seinen sozialen Platz zu finden, ihn zu behalten und auszugestalten:

---

[38] Goffman, 1974, S.367.
[39] Goffman, 1974, S.151.
[40] Goffman, 1971a, S.15.

> "Der Einzelne wird sich also bei seiner Selbstdarstellung vor anderen darum bemühen, die offiziell anerkannten Werte der Gesellschaft zu verkörpern und zu belegen, und zwar in stärkerem Maße als in seinem sonstigen Verhalten. Insofern eine Darstellung die gemeinsamen offiziell anerkannten Werte der Gesellschaft, vor der sie dargeboten wird, betont, können wir sie nach dem Vorbild von Durkheim und Radcliffe-Brown als Ritual betrachten, das heißt, als eine ausdrückliche Bestätigung der Werte der Gesellschaft"[41]. Und: "Ich verwende den Begriff Ritual, weil ich mich auf Handlungen beziehe, durch deren symbolische Komponente der Handelnde zeigt, wie achtenswert er ist oder für wie achtenswert er die anderen hält"[42].

So werden von den sozialen anderen rituelle Erwartungen und Forderungen zunächst ans Individuum und an seine Selbstdarstellung in sozialen Alltagssituationen gestellt. Zuallererst muß das Individuum als würdiges, geheiligtes Objekt Selbstachtung zeigen, d.h. sich selbst mit ritueller Sorgfalt behandeln und damit seine Fähigkeit zur Imagepflege und zum Eindrucksmanagement unter Beweis stellen, um so verletzende Urteile und Herabwürdigungen zu umgehen, denn: "Das Image eines Menschen ist etwas Heiliges und die zu seiner Erhaltung erforderliche expressive Ordnung deswegen etwas Rituelles"[43]. Hierzu gehört, daß es sich vor Selbstverunreinigungen oder Selbstbeschmutzungen bewahren muß, was ihm in bezug auf die Gerüche nur durch die Einhaltung und das Aufzeigen der gesellschaftlichen Sauberkeits- und Hygieneanforderungen gelingt.

Um ein sozial akzeptiertes – das bedeutet: nicht-alarmierendes – 'Geruchsimage' zu generieren bzw. zu bewahren, existieren für das Individuum daher zwei grundsätzliche, ritualisierte Techniken: a) die Desodorisierung und b) die Reodorisierung.
a) Die Desodorisierung, als Praxis der Entfernung diskreditierender Gerüche, ist eine der Hauptanforderungen an die körperliche Hygiene und damit Bestandteil eines stark institutionalisierten Ritualerfordernisses für die soziale Interaktion. Aufgrund der von Beginn der Sozialisation an vermittelten Werte und Normen weiß das Individuum, was in bezug auf die körperliche Hygiene gesellschaftlich von ihm erwartet wird. Zusätzlich verstärkt bzw. verfestigt wird das Wissen um diese Standards durch die in den Medien omnipräsente Konsumwerbung, die in der dramaturgischen Präsentation ihrer Produkte niemals Zweifel darüber aufkommen läßt, welches Verhalten bezüglich der körperlichen Hygiene im Augenblick gesellschaftlich relevant bzw. erstrebenswert ist. Jedem sind so die medizinisch-gesundheitlichen, vor allem und in erster Linie aber die sozialen Folgen einer falschen oder mangelnden Hygiene bewußt. So verlangen die allgemein gültigen und allgemein bekannten Hygienestandards, daß die bestehenden Geruchsverhältnisse am Körper niemals durch eine Überdeckung oder Maskierung mittels stärkerer Gerüche kaschiert werden dürfen, sondern ausschließlich durch eine Eliminierung der tatsächlichen Geruchsursachen – im wörtlichen Sinne 'radikal' – beseitigt werden müssen.
Die Entfernung von Schweiß und weiteren Körpersekreten, Hautabschuppungen, Ansammlungen von Staub und anderen Partikeln, erfolgt durch das Waschen und Säubern des Körpers mit Wasser und zusätzlichen – von der Industrie entsprechend und massenhaft angebotenen – Reinigungs- und Pflegemitteln, wie Seifen, Dusch- und Badegels, Shampoos, Zahncremes, Intimlotions etc.[44]

---

[41] Goffman, 1969, S.35f.
[42] Goffman, 1971a, S.25; Hervorhebung im Orginal.
[43] ebenda.
[44] Eine Ausnahme für die unerlaubte Camouflage natürlicher Körpergerüche stellt das Auftragen eines Deodorants oder Antitranspirants (Schweißblocker) unter die Arme dar. Aber auch die Anwendung dieser Mittel ist nur im Anschluß an die eigentliche Reinigung der entsprechenden Körperpartien toleriert. In prophylaktischer Hinsicht sollen sie dann die Entwicklung des Schweißgeruchs für einen Zeitraum unterbinden, in dem für die Individuen ein desodorisierendes Waschen nicht möglich ist.

Der Geruchszustand, der an den verschiedensten Körperpartien durch die desodorisierende Hygiene erreicht wird, ist aber keinesfalls der einer olfaktorischen Neutralität. Die Geruchslosigkeit ist vielmehr nur eine kurzfristige irreale Zwischenstufe, denn durch die im Reinigungsprozeß angewandten parfümierten Hygieneartikel wird sofort eine erneute Odorisierung des Körpers vorgenommen, was die Vermutung aufkommen läßt, daß der olfaktorische Idealzustand des Körpers keineswegs der der Geruchlosigkeit ist. Die mit der Hygiene unweigerlich einhergehende Beduftung ist allerdings nicht von langer Dauer, denn es gehört quasi zur Eigenart dieser Düfte, daß sie nur sehr kurzfristig erhalten bleiben; sie 'wirken' nur bei ihrer Anwendung und verflüchtigen sich dann sehr schnell, was wahrscheinlich auch die Intention ist: Der angenehme Geruch soll die vermeintliche Güte der Produkte unterstreichen, die Handlung in der sie verbraucht werden soll aufgewertet werden und das Gefühl, den Zustand körperlicher Reinlichkeit erreicht zu haben, soll unterstützt werden. Somit können die – inzwischen fast schon zu einem gesamtgesellschaftlichen Kult avancierten – Pflegerituale auch zu einem individuellen, d.h. narzißtischen Genuß werden, der auch beliebig oft wiederholt werden kann und wiederholt werden muß. Gleichzeitig bleibt der 'Geruchsraum Körper' für die zielgerichtet und dauerhafte Beduftung offen, für die die Industrie aber auch entsprechende Produkte bereithält.
Mit der olfaktorischen Bereinigung des Körpers orientiert sich der Handelnde an den geltenden Standards; es ist die Darstellung des Selbst als gutem, anständigem und sauberem Akteur, der den an ihn gestellten sozialen Erwartungen und Forderungen entspricht, wobei diese Regelkonformität zugleich "ein Indikator seines moralischen Status ist"[45]. Die sich daraus ergebende Rationalisierung des Individuums sich selbst, aber auch anderen gegenüber, ist das Zurschaustellen von Sauberkeit, Gesundheit, Integrität und damit von Unauffälligkeit und Ungefährlichkeit sowohl im Hinblick auf das Körperliche und die äußerliche Erscheinung, als auch auf den moralischen Zustand seiner Innenwelt.

b)Während also die Qualität der desodorisierenden Hygiene ein Indikator für die rituelle Sorgfalt des Individuums im Umgang mit sich selbst ist und damit eine grundsätzliche Anforderung ans Individuum und seine Selbstdarstellung vor anderen darstellt, ist die zweite Möglichkeit zur Generierung eines bestimmten Geruchsimages – die Reodorisierung im Sinne einer Parfümierung mit langanhaltenderen und dominanteren Düften – keineswegs eine geforderte oder zu erbringende Leistung des Individuums für die Interaktion. Sind Sauberkeit und Reinlichkeit, verstanden, als Abwesenheit natürlicher Körpergerüche, in jedem Falle Gebote für die erfolgreiche Teihabe an der sozialen Interaktion, so ist es nicht zwingend erforderlich, *gut* zu riechen, d.h. nach einem Parfüm zu duften. Die sich an die Desodorisierung anschließende, gezielte und dauerhafte Reodorisierung des Körpers durch künstliche, industriell und massenhaft produzierte Duftstoffe ist vielmehr eine Ausschmükkung; sie stellt eine freiwillige Zugabe des Handelnden zur desodorisierenden Hygiene dar, ist aber zugleich immer auch die Möglichkeit, das Image in besonderer Weise zu pflegen bzw. zu managen. Auf diese "soziologische Rolle" des Parfüms, d.h. seine imagegenerierende und -fördernde Intention und Wirkung, verwies schon Simmel:

> "Endlich spielt das künstliche Parfüm eine soziologische Rolle, indem es eine eigenartige Synthese individuell-egoistischer und sozialer Teleologie auf dem Gebiet des Geruchssinnes vollzieht. Das Parfüm leistet ebendasselbe durch Vermittlung der Nase, was der sonstige Schmuck durch die des Auges. Es fügt der Persönlichkeit etwas völlig Unpersönliches, von außen bezogenes hinzu, das nun aber doch so mit ihr zusammengeht, daß es von ihr auszugehen scheint. Es vergrößert die Sphäre der Person [...] Wie die Kleidung verdeckt es die Persönlichkeit mit etwas, was doch zugleich als deren eigne Ausstrahlung gelten soll. Insofern ist es eine typische Stilisierungserscheinung, eine Auflösung der Persönlichkeit in

[45] Goffman, 1974, S.150.

> ein Allgemeines, das doch die Persönlichkeit ihrem Reize nach zu eindringlicherem, geformteren Ausdruck bringt, als ihre unmittelbare Wirklichkeit es könnte [...] Von dem Parfüm, das diese fiktive Atmosphäre schafft, setzt man voraus, daß es jedem anderen angenehm sein werde, daß es ein sozialer Wert sei"[46].

Diesen sozialen Wert der Parfüms zu schaffen und zu verstärken ist die Zielsetzung der Industrie bei der Vermarktung ihrer Produkte. Die Namensgebung, die Flacongestaltung, der Werbeslogan, die filmische oder photographische Aufmachung der Werbespots und Werbeanzeigen bzw. die über diese vermittelte 'Stimmung', die Nennung der Ingredienzen und die Beschreibung ihrer Eigenschaften[47] – all dies dient in erster Linie der Schaffung eines Produktimages mit bestimmten Attributen, von denen suggeriert wird, daß sie bei der Anwendung des Produktes auf die Person und deren Image transferieren. Damit tritt für das Individuum die Praxis der Parfümierung in enge Verbindung mit der Möglichkeit, die persönliche und soziale Identität dramaturgisch zu gestalten bzw. zu manipulieren und die individuelle und kategoriale Identifikation durch andere in bestimmte Bahnen zu lenken[48]. Die Parfümierung, durch die die natürlichen Eigengerüche endgültig durch optimierte und idealisierte – d.h. mit gesellschaftlich legitimierten und favorisierten Attributen verbundene – Duftstoffe ersetzt werden, ist ein Mittel des Eindrucksmanagements in sozialen Situationen, eine *Technik der Imagepflege* für die Stabilisierung der Identität und somit 'Arbeit am Image'.
Das Ziel der Handelnden ist neben der oben angesprochenen ersten Rationalisierung, nämlich der Darstellung als guter, sauberer und damit unauffälliger Person, eine zweite Rationalisierung, nämlich die Präsentation des Selbst mit einer Geruchsidentität, die den sozialen Erwartungen und Forderungen nicht nur entspricht, sondern diese sogar noch übertrifft. Es ist die Selbstdarstellung als eine Person mit bestimmten Eigenschaften und Merkmalen, die durch das aufgetragene, 'wertvolle' und 'exklusive' Parfüm noch hervorgehoben bzw. verstärkt werden sollen, die das Individuum als ein geheiligtes Objekt ganz besonderer Qualität 'auffällig' werden lassen. Dabei kommen den Akteuren die Gebrauchswertversprechen der Konsumwerbung zu Hilfe. Ein zentrales Motiv ist hierbei – wie die oben angeführten Bei-

---

[46] Simmel, 1908, S.659f.

[47] Zur Illustration seien einige wenige aktuelle Beispiele verbaler Beschreibungen der Dufthersteller zu ihren Produkten angeführt: *Betty Barclay*: Der Duft ist eine Synthese aus klassisch-blumigen und modernen, sinnlichen, orientalischen Duftnoten. Der Osmanthus ist der Schlüsselpunkt für die Creation. Diese Blume ist der Betty Barclay-Frau ähnlich: vollblutig, samtweich, anschmiegsam und lustvoll. *Egoïste Platinum, Chanel*: Würzig, holzig, mit einem Hauch von Vanille, gibt dieser Duft großzügig die Feinheiten des Sandelholzes und des Rosenholzes frei und hat damit ganz neue Regeln für einen Herrenduft geschaffen. Endlich haben Persönlichkeit, geistige Unabhängigkeit, Ästhetizismus und Hedonismus das Wort – und die Macht – ergriffen. *Jil Sander No.4*: Eine facettenreiche, verführerische Duftkomposition von weiblicher Magie und Faszination, in die Moschus, Vanille und Ambra einfließen, vertieft und abgerundet durch erotisch-animalische Effekte von Zibet und Bibergeil. *Zino Davidoff, Lancaster*: Die Kombination der Spritzigkeit und Frische von Bergamotte mit Instinkt und Erotik durch tiefe, intensive Ambra- und Moschusnoten. Für Männer, die Körperbewußtsein und Unkonventionalität erleben und ausleben wollen. Zu den Vermarktungsstrategien für Parfüms siehe auch: Goldman, Robert: Marketing Fragrances: Advertising and the Prodution of Commodity Signs. In: Theory, Culture and Society, Vol. 4, 1987, 691-725.

[48] Dies kann sogar soweit gehen, daß durch den Einsatz von Parfüms der Versuch unternommen wird, ein vorhandenes Geruchsstigma zu kuvrieren. So schildern Classen et al. (1994, 167-168) die Reaktionen schwarzer Amerikaner auf die olfaktorische Stigmatisierung durch Angehörige der weißen Rasse: "No matter how imaginary the racial odour ascribed to blacks by whites might have been, it nonetheless had a profound effect both on how blacks were perceived by others and how they perceived themselves. If you are told often enough that you have a foul odour, you come to believe it. Many blacks, repelled by their olfactory image turned to perfumes and deodorants. Their use of these products could do little to dispel a prejudice which was fundamentally cultural in nature and not physical. Any perfumes used by blacks would simply tend to emphasize their status as »smelly«".

spiele belegen – die erotische Komponente. Das Parfüm soll zuerst die geschlechtliche Identifikation der Person unterstützen, was ganz augenscheinlich daran zu erkennen ist, daß die Geschlechtertrennung für Parfümprodukte sehr stringent ist: Nicht nur in der äußeren Aufmachung der Flacons, sondern auch in ihrer chemischen Zusammensetzung sind die Produkte offensichtlich auf das jeweilige Geschlecht zugeschnitten, und sollen so Weiblichkeit bzw. Männlichkeit signalisieren[49].
Ein zweiter angestrebter Effekt innerhalb der erotischen Komponente ist die Zurschaustellung sexueller Attraktivität bzw. sogar die sexuelle Stimulanz potentieller Partner über das Parfüm. Auch in dieser Hinsicht haben die künstlichen Düfte – mit den ihnen zum Teil zugeschriebenen 'magischen' Eigenschaften – die natürlichen Gerüche in ihrer Funktion ersetzt, denn anders als letztere sind sie sozial akzeptiert und können zielgerichtet, kontrolliert und damit strategisch eingesetzt werden[50].
So groß die Bedeutung der künstlichen Gerüche für die soziale Interaktion auch ist, es darf nicht übersehen werden, daß sie auch in der individuellen und narzißtischen, ganz auf das eigene Ich einer Person bezogenen Sphäre eine wichtige Rolle spielen. Mit der Aufmerksamkeitsverlagerung auf das eigene Selbst wird das innere Erleben so sehr zum Bezugspunkt des Handelns, daß nicht länger die Erreichung sozialer Erfolge, sondern die Steigerung innerer Erlebnisse zum Handlungsziel wird[51]. Absicht ist neben der Befriedigung des Wunsches nach Zufriedenheit mit der eigenen Person und dem Verlangen, sich selbst zu gefallen, die Erfahrung und die Steigerung rein ästhetischer, narzißtischer Lustempfindungen durch selbsterzeugte, zum Teil herbeiphantasierte Sinnenreize. Es ist deshalb nicht verwunderlich, daß die Düfte in diesem Zusammenhang einen fast schon drogen- oder mythenhaften Charakter annehmen; eine Tatsache, die sich wiederum die Parfümindustrie in vielerlei Hinsicht für die Vermarktungsstrategien ihrer Produkte zunutze macht.

Vor allem die Desodorisierung, aber auch die Reodorisierung sind also zuerst Werte der Selbstkontrolle und Ausdruck der Selbstachtung eines Handelnden. Es sind ritualisierte Praktiken, mit denen das Individuum sich selbst und anderen anzeigt, daß es ein achtenswertes 'geheiligtes Objekt' mit bestimmten Eigenschaften und Merkmalen ist, das sich selbst mit ritueller Sorgfalt behandelt, das bestrebt ist, die gesellschaftlichen Werte und Normen zu verkörpern und damit sein Image zu wahren, das keinen Anlaß zur Alarmierung geben wird, und das deshalb ohne Gefahr in die Interaktion aufgenommen werden kann. Desodorisierung und Reodorisierung sind aber zugleich auch Tugenden für die Interaktion und Ausdruck der Wertschätzung und der Rücksichtnahme, mit denen das Individuum seinen Interaktionspartnern signalisiert, daß es auch sie als achtenswerte 'geheiligte Objekte' anerkennt und als solche in der Interaktion behandeln wird. Für diese beiden Verhaltensformen des sozialen Alltags führt Goffman die Begriffe *Ehrerbietung* und *Benehmen* ein.

Unter *Ehrerbietung* versteht Goffman ein interpersonelles Ritual, eine Handlungskomponente, "durch die symbolisch die Wertschätzung des Empfängers dem Empfänger regelmäßig übermittelt wird oder die Wertschätzung dessen, wofür dieser Empfänger als Symbol oder Repräsentant gilt"[52].

---

[49] Zur Geschlechtsspezifität des Olfaktorischen vgl.: Cohen, 1992, 48-78.
[50] Vgl. Ebberfeld, Ingelore: Zivilisierter Körpergeruch. Über das Parfüm. In: Universitas. 49.Jg., Nr. 575, Mai 1994, S.476-484.
Die natürlichen Gerüche spielen erst beim Geschlechtsakt selbst wieder eine Rolle, bei dem dann aber andererseits die Parfüms störend wirken können. Vgl. hierzu die Ausführungen in den einschlägigen Sexualratgebern; so z.B.: Comfort, Alex: Joy of Sex. Freude am Sex. Ullstein, Frankfurt am Main: 1981, S.24.
[51] Aus dem Parfümieren als sozialem Handeln wird somit – nach der Definition Max Webers – Handeln.
[52] Goffman, 1971a, S.64.

In Anlehnung an die Durkheim'sche Unterscheidung positiver und negativer Rituale grenzt Goffman zwei Formen der Ehrerbietung voneinander ab: die *Vermeidungsrituale*, die der Handelnde anwendet, um zeremonielle Distanz vom Empfänger zu wahren, damit die Sphäre, die den Empfänger umgibt, nicht verletzt wird; und die *Zuvorkommenheitsrituale*, durch die der Handelnde dem Empfänger seine Verbundenheit und Nähe ausdrückt, was durch Begrüßungsrituale, Einladungen, kleinere Hilfsdienste, Komplimente usw. geschehen kann. Der soziale Umgang beinhaltet nun ein ständiges dialektisches Verhältnis bzw. Zusammenspiel zwischen Zuvorkommenheitsritualen, die angeben, was nicht getan werden sollte, und Vermeidungsritualen, die angeben, was getan werden sollte, wobei eine eigentümliche Spannung aufrechterhalten werden muß, da diese gegensätzlichen Verhaltensformen in derselben Interaktion gleichzeitig auseinandergehalten und doch verwirklicht werden müssen. Um dieses Spannungsverhältnis zu verdeutlichen, zitiert Goffman eine Formulierung Durkheims, die er als für so bedeutend erachtet, daß man sie in seinem Gesamtwerk gleich an zwei Stellen findet:

> "Die Persönlichkeit des Menschen ist etwas Heiliges; man wagt nicht sie zu verletzen, man hält sich fern von ihrem Umkreis, während gleichzeitig die Gemeinschaft mit dem Menschen das Gute par excellence darstellt"[53].

Für Goffman ist die ritualisierte Verhaltenspraktik der *Ehrerbietung* eine Handlung, die das Individuum nicht sich selbst gegenüber erweisen kann, sondern die es im Alltag vor anderen vorführen muß. Gleiches gilt für das *Benehmen*, eine Handlungskomponente, die für Goffman "charakteristischerweise durch Haltung, Kleidung und Verhalten ausgedrückt wird und [...] dazu dient, dem Gegenüber zum Ausdruck zu bringen, daß man ein Mensch mit bestimmten erwünschten oder unerwünschten Eigenschaften ist"[54]. Eigenschaften, die durch 'gutes' Benehmen, Betragen oder Manieren deutlich werden, sind z.B.: Diskretion, Aufrichtigkeit, Bescheidenheit sich selbst gegenüber, Zügelung der Leidenschaften, Reinlichkeit, allgemein: dem Alter und Geschlecht angemessenes Verhalten[55].
Um ein lebensfähiges und 'geheiligtes Selbst' zu entwickeln, ist das Individuum darauf bedacht, von den anderen Interaktionsteilnehmern mit Ehrerbietung und angemessenem Benehmen behandelt zu werden und gleichzeitig ist es bemüht, diesen anderen gegenüber ebenfalls Ehrerbietung und Benehmen zu bezeugen, und Verhalten, das in der Regel Empörung und Ablehnung hervorruft, zu vermeiden. Gähnen, Kratzen, Spucken, in der Nase bohren, Rülpsen oder Winde sind im Kontakt mit 'zivilisierten' anderen verpönt und müssen vermieden bzw. unterdrückt werden. Andererseits gehört zum Aufzeigen sozialer Handlungskompetenz aber auch aktives Verhalten; unter anderem die Beherrschung von Begrüßungs- und Abschiedszeremonien, Tischsitten, das Tragen von entsprechender Kleidung und selbstverständlich auch der quantitativ und qualitativ richtige oder angemessene Einsatz von Parfüms bzw. Duftstoffen.

---

[53] Goffman, 1969, S.64 und 1971a, S.82.
[54] Goffman, 1971a, S.86.
[55] Vgl. Goffman, 1971a, S.86 bzw. 1974, S.365.

"Das Thema ist vielleicht etwas delikat - es geht um den Geruch" – Ein Exkurs zu modernen Benimm- und Etikettbüchern

Man könnte nun meinen, daß Verhaltensregeln für Ehrerbietung und Benehmen – insbesondere jene, die die für uns interessanten Hygiene- und Sauberkeitsstandards betreffen – heute nicht mehr, wie noch um die Jahrhundertwende, in Benimm- und Etikettbüchern ausformuliert sind. In modernen Gesellschaften, so schreibt Elias, "wenn alle sozial gleicher werden", tritt die soziale Verursachung von Scham- und Peinlichkeitsgefühlen im ganzen "mehr und mehr aus dem Bewußtsein zurück"[56]. Selbstkontrolle, Scham und insbesondere die adäquaten Umgangsformen, die eine Standardisierung des körperlichen (und sprachlichen) Verhaltens mit sich bringen, werden von Beginn der Sozialisation an gelernt und im Laufe des Lebens immer weiter ausgebaut und verfeinert, womit sie zur zweiten, zur sozialen Natur des Menschen werden – oder wie Goffman es formuliert: "Sie werden dem Neophyten eingetrichtert, wenn er stubenrein wird"[57]. Damit sind die sozialen Verhaltensstandards für die desodorisierende Hygiene und die Reodorisierung zwar schon weitgehend institutionalisiert, dennoch lassen sich in den entsprechenden Publikationen immer wieder auch Hinweise auf diese Praktiken, vor allen Dingen auf den richtigen und angemessenen Einsatz von Duftstoffen, finden.
Nachfolgend sind einige Beispiele aus modernen Benimm- und Etikettbüchern angeführt, die ich im Rahmen einer kleinen empirischen Studie ausfindig gemacht habe und die innerhalb dieses Exkurses analysiert werden sollen. Es wird geprüft, ob und inwieweit sie die bisherigen Ausführungen belegen; außerdem bilden sie nochmals die Grundlage für eine kurze Diskussion.

(1) "Unsere zivilisierten Nasen reagieren auf intensiven Körper- und Schweißgeruch – naserümpfend. Den Gebrauch von Sprays oder Deodorants zu empfehlen, vor allem gegen Achselnässe, heißt deswegen noch längst nicht einem notorischen Reinheitstick verfallen. Andererseits sollte man nicht Duftwolken um sich versprühen. Wer glaubt, Spray benutzen zu müssen, geht auf die Toilette. [...] Hygiene und Sauberkeit sind nun mal keine Privatsache, die jeder mit sich selbst ausmachen kann. Manch einer, nicht jeder versteht den versteckten und taktvollen Hinweis seines Gegenüber: »Nehmen Sie ein Vivil?« Aber das ist schon das Äußerste, was wir uns als gegenseitige Kritik zumuten. Manchmal wäre mehr Ehrlichkeit durchaus angebracht, und Freunde oder Freundinnen sollten solch offenes Wort im Gespräch nicht scheuen, auch wenn es im Augenblick peinlich erscheint. Der Mensch merkt ja nichts oder jedenfalls wenig von seinem Geruch. Man muß es ihm beibringen, schonend, gewiß. [...] Auch mit Parfüm wird gesündigt. Frauen, die in einer Duftwolke durch Büros schweben, ernten nur Gelächter. Nicht so aufdringlich! Der erfrischende Duft eines Eau de Cologne genügt tagsüber vollkommen, und auch vom Lieblingsparfüm tupft man abends nur je einen Tropfen auf Schläfe und Hals, in die Armbeuge und in die Kniekehle. Das genügt. [...] Auch der Mann muß sehr darauf achten, daß er nicht zu penetrant duftet"[58].

(2) "Hygiene sollte wie Essen und Schlafen zum täglichen Leben gehören, aber leider, leider, für so manche Mitmenschen erscheint sie immer noch als Fremdwort. Gleich hier zu Beginn aber ist eine Lanze zu brechen für all jene Menschen, die diesbezüglich zwar reine Pedanten sind, aber von der Natur aus mit so gut arbeitenden Schweißdrüsen ausgestattet wurden, daß auch mehrmaliges Waschen sie nicht davor schützt, schon nach kurzer Zeit wieder zu »riechen«. Sicher gibt es Unmengen chemischer wie auch natürlicher Mittel, die das verhindern sollen, der Erfolg ist meist leider nur von kurzer Dauer. [...] Schweißgeruch ist für manche Menschen wirklich nur schwer zu ertragen, ohne weiteres kann er Übelkeit oder gar Brechreiz hervorrufen, darum sollte sich hier jeder sehr, sehr selbstkritisch immer wieder »beschnüffeln«. Ist man tatsächlich nicht ganz sicher, lieber den Partner oder ein sonstiges Familienmitglied fragen, als in öffentlichen Verkehrsmitteln oder gar im Büro dadurch aufzufallen und gemieden

[56] Elias, 1976, S.189.
[57] Goffman, 1971a, S.86.
[58] Wachtel, Joachim: Lexikon der Umgangsformen. Mosaik, München: 1980, S.218f.

zu werden. [...] Die tägliche Körperpflege ist ja für viele Menschen ein Stiefkind. Parfüm hingegen wird gerade von diesen Menschen sehr gerne und reichlich benutzt"[59].

(3) "Tips zur Körperpflege und Kosmetik. Für Herren: Ein Deodorant ist mittlerweile auch für Herren unentbehrlich. Ein Hauch von Eau de Toilette wird mindestens als angenehm, wenn nicht gar als anziehend empfunden. Für Damen: Tagsüber nur Eau de Toilette benutzen – das Parfüm ist für den Abend gedacht. Jede Frau sollte stets beachten, daß der persönliche Duft etwas Intimes ist und erst ab einer gewissen Nähe aufgenommen werden soll. Er ist also nicht für die Öffentlichkeit in Fahrstühlen etc. bestimmt, wo er völlig unschuldigen Menschen den Atem verschlägt. Zu stark parfümiert zu sein gilt als unfein. [...] Peinlichkeiten. Erstes Gebot: Übersehen. Aber es gibt auch Situationen, bei denen ein Wegschauen nicht möglich ist. Was soll man tun, wenn man in unerträglicher Weise von schlechten Manieren oder mangelnder Kultur anderer belästigt wird? Darf man jemanden auf seine Nachlässigkeit aufmerksam machen, wenn er z.B. durch Körpergeruch für andere eine Zumutung ist? In vielen Fällen ist es durchaus möglich, denjenigen oder diejenige zur Seite zu nehmen und ganz direkt darauf anzusprechen, daß das benutzte Deodorant wohl nicht ganz ausreicht. Sicherlich hängt es in einer solchen Situation ausschließlich von den beteiligten Personen ab, wie peinlich ein solcher Hinweis wird"[60].

(4) "Häufiger als Ungepflegtheit in der Erscheinung ist bei Frauen eine andere Unart: der übermäßige Gebrauch von Duftwässern. Wer täglich schwere Parfüms verwendet, desensibilisiert die eigenen Geruchsnerven. Solche Frauen riechen das eigene Parfüm selbst nicht mehr so deutlich wie die Menschen ihrer Umgebung, weshalb sie mit der Zeit dazu neigen, zuviel zu benutzen. Tagsüber sollte die Dame auf jegliches Parfüm verzichten, ein Eau de Toilette, das nicht so stark »duftet«, genügt völlig"[61].

(5) "Das Thema ist vielleicht etwas delikat – es geht um den Geruch. [...] Achselschweiß läßt sich hervorragend mit Deodorant bekämpfen. Dabei ist jedoch auf die richtige Dosierung zu achten. Manche Frau und Mann neigen dazu, das Parfüm oder Rasierwasser derart kräftig aufzutragen, daß auch dieser Geruch wieder von anderen als Belästigung empfunden wird. Auch hier gilt die Regel: Dezent wenig ist oft mehr als zudringlich viel"[62].

Zunächst zeigt sich, daß es sich beim Geruch offensichtlich um ein heikles, peinliches und zugleich abstoßendes Thema handelt, daß die natürlichen Körpergerüche sozial in keinster Weise akzeptiert sind, und daß ein diesbezügliches Auffälligwerden des Individuums und eine daraus resultierende Alarmierung und Belästigung der anderen über Vermeidungsrituale unbedingt verhindert werden muß:

- "Das Thema ist vielleicht etwas delikat – es geht um den Geruch" (5).
- "Unsere zivilisierten Nasen reagieren auf intensiven Körper- und Schweißgeruch – naserümpfend" (1).
- "Schweißgeruch ist für manche Menschen wirklich nur schwer zu ertragen, ohne weiteres kann er Übelkeit oder gar Brechreiz hervorrufen" (2).

Zur Vorbeugung peinlicher und entwürdigender Situationen wird die desodorisierende Hygiene bzw. die körperliche Reinlichkeit als Prämisse für eine jede soziale Interaktion genannt. Auf die in 'zivilisierten Kreisen' inzwischen obligatorisch gewordene Körperpflege gehen die modernen Autoren – anders als noch jene in den von Krumrey analysierten Benimm- und Etikettbüchern des 19. Jahrhunderts[63] – nicht mehr detailliert ein. Den Schwerpunkt bilden vielmehr Ausführungen zur Vermeidung peinlicher Situationen über bestimmte Mittel und Techniken der Reodorisierung und Geruchscamouflage sowie Hinweise zum Vorgehen bei der Reparatur peinlich gewordener Szenen. Nach der körperlichen Hygiene und dem Rat, sich immer wieder selbst zu "beschnüffeln" bzw. seine nächsten Bezugspersonen um ein 'Geruchsurteil' zu bitten, werden an dritter Stelle die "chemischen Mittel" Deodorant und "Spray" angeführt; sie sind zu der an die Körperpflege anschließenden Reodo-

[59] Lichem von Löwenburg, Silvia: Das neue Buch der Etikette. Droemer Knaur, München: 1987, S.144f.
[60] Wrede-Girschkat, Rosemarie: Manieren und Karriere. Verhaltensformen für Führungskräfte. Gabler, Wiesbaden: 1992, S.118 bzw. S.166.
[61] Uffelmann, Inge: Gute Umgangsformen in jeder Situation. Bassermann, Niederhausen: 1994, S.255.
[62] Au, Fransiska von: Knigge 2000. Sichere Umgangsformen für alle Gelegenheiten. Ludwig Südwest, o.O.: 1995, S.12.
[63] Vgl. Krumrey, 1984, S.241ff.

risierung und zur potentiellen Geruchsmaskierung nicht nur erlaubt, sondern "mittlerweile auch für Herren unentbehrlich":

- "Hygiene und Sauberkeit sind nun mal keine Privatsache, die jeder mit sich selbst ausmachen kann" (1).
- "Den Gebrauch von Sprays oder Deodorants zu empfehlen, vor allem gegen Achselnässe, heißt deswegen noch längst nicht einem notorischen Reinheitstick verfallen" (1).
- "Hygiene sollte wie Essen und Schlafen zum täglichen Leben gehören" (2).
- "Achselschweiß läßt sich hervorragend mit Deodorant bekämpfen" (5).

Da aber die Geruchsmaskierung eigentlich verpönt ist und auf eine 'tieferliegende' Unreinlichkeit verweist, dürfen Deodorants und Sprays nur in einem eng umgrenzten Einsatzbereich (unter den Achseln) verwendet werden; sie dürfen die reinigende Hygiene nicht ersetzen und vor allen Dingen muß auf die entsprechende Dosierung geachtet werden. Gleiches gilt in noch viel stärkerem Maße für den Einsatz von Parfüms: Sie dürfen keinesfalls zur Kaschierung diskreditierender Gerüche oder gar als Ersatz für die allgemein bekannten Hygienepraktiken verwendet werden, worauf eine Autorin ausdrücklich hinweist:

- "Die tägliche Körperpflege ist ja für viele Menschen ein Stiefkind. Parfüm hingegen wird gerade von diesen Menschen sehr gerne und reichlich benutzt" (2).

Dieses Beispiel belegt außerdem, daß die Parfüms auch in ihrer sonstigen Anwendung, insbesondere im Hinblick auf ihre Dosierung, stark reglementiert sind. Auffällig ist hier die bei fast allen Autoren vorzufindende Trennung zwischen den weniger stark duftenden und daher unauffälligeren Eau de Toilette bzw. Eau de Cologne, die – auch von Männern – tagsüber, d.h. während der Berufstätigkeit angewandt werden sollen, und den intensiveren Parfüms, die ausschließlich den Frauen für den Gebrauch am Abend vorbehalten sind. Durch den jeweiligen sozialen Anlaß (z.B. Büroarbeit, Abendessen, Empfang etc.) ist also auch der Einsatz von Duftstoffen entsprechend reglementiert, d.h. es ist ein gewisses 'olfaktorisches Engagement' gefordert: Zu wenig oder zu viel Engagement würde die Regelstrukturen verletzen, da der rituellen Sorgfalt und den situationellen Anstandsformen nicht entsprechend nachgekommen wird. Neben dem zu geringen Engagement, das sich in einer ungenügenden Hygiene bemerkbar macht, und der 'natürlichen Körperlichkeit', die sich immer wieder in den Vordergrund der Wahrnehmung drängt, der aber durch ein entsprechendes Engagement, nämlich die Anwendung von Deodorants oder Sprays, vorgebeugt werden kann, sehen die Autoren im Auffälligwerden durch ein 'olfaktorisches Überengagement' ein Hauptmotiv für Geruchsbelästigungen. Eine Autorin gibt deshalb sogar exakte Dosierungsanweisungen für Parfüms:

- "Auch mit Parfüm wird gesündigt. Frauen, die in einer Duftwolke durch Büros schweben, ernten nur Gelächter. Nicht so aufdringlich! Der erfrischende Duft eines Eau de Cologne genügt tagsüber vollkommen, und auch vom Lieblingsparfüm tupft man abends nur je einen Tropfen auf Schläfe und Hals, in die Armbeuge und in die Kniekehle. Das genügt" (1).
- "Für Damen: Tagsüber nur Eau de Toilette benutzen – das Parfüm ist für den Abend gedacht. Jede Frau sollte stets beachten, daß der persönliche Duft etwas Intimes ist und erst ab einer gewissen Nähe aufgenommen werden soll. Er ist also nicht für die Öffentlichkeit in Fahrstühlen etc. bestimmt, wo er völlig unschuldigen Menschen den Atem verschlägt. Zu stark parfümiert zu sein gilt als unfein" (3).
- "Häufiger als Ungepflegtheit in der Erscheinung ist bei Frauen eine andere Unart: der übermäßige Gebrauch von Duftwässern. [...] Tagsüber sollte die Dame auf jegliches Parfüm verzichten, ein Eau de Toilette, das nicht so stark »duftet«, genügt völlig" (4).
- "Manche Frau und Mann neigen dazu, das Parfüm oder Rasierwasser derart kräftig aufzutragen, daß auch dieser Geruch wieder von anderen als Belästigung empfunden wird. Auch hier gilt die Regel: Dezent wenig ist oft mehr als zudringlich viel" (5).

Damit unterliegen die Körpergerüche in allen Bereichen des Alltagslebens einer relativ starken sozialen Formung, Reglementierung und Normierung:

- Die natürlichen Körpergerüche sind vollkommen inakzeptabel und müssen für die soziale Interaktion durch tägliches Säubern und Waschen eliminiert werden.
- Um der natürlichen Geruchsbildung im Tagesverlauf – in dem ein Waschen und Säubern nicht möglich ist – entgegenzuwirken, dürfen in wohldosierter Menge Antitranspirants zur ansonsten verpönten Geruchsmaskierung und -unterdrückung eingesetzt werden.
- Bei der Anwendung von Parfüms, die nur zusätzlich zu den beiden oben genannten Praktiken erfolgen darf, ist das oberste Prinzip die der Situation angemessene Dosierung, was sich schon an der Unterscheidung zwischen den beiden Produkttypen Eau de Toilette und Parfüm darstellt.

Ein bei den ersten beiden Praktiken mögliches Unter-Engagement und bei der dritten Praktik eventuell vorzufindendes Über-Engagement verweist zunächst auf die Unkenntnis der in der sozialen Situation zu erbringenden bzw. zu beachtenden Verhaltensstandards und ist letztlich ein Ausdruck mangelnder Sorgfalt für das Image sowie eine Verletzung der ritualisierten Verhaltenspraktiken von Ehrerbietung und Benehmen, und somit Anlaß zur Alarmierung. Die soziale Ordnung wird bei Goffman aber gerade dadurch aufrechterhalten, daß alarmierende Ereignisse oder Phänomene vermieden bzw. auf einem geringen 'Level' gehalten werden; deshalb ist es für die Interaktionspartner notwendig, sich an den Standards auch für adäquates olfaktorisches Verhalten zu orientieren.

Zusammengefaßt läßt sich deshalb festhalten, daß durch die Normenkenntnis und die Normenkonformität im Umgang mit dem Olfaktorischen, der Handelnde sich als ein geheiligtes Objekt darstellt, das um sein Selbst rituelle Sorge trägt. Zugleich zeigt er damit an, daß auch die sozialen anderen für ihn solche geheiligten Objekte darstellen und daß er sie mit Rücksichtnahme und Wertschätzung behandelt. Das Achten auf eine angemessene geruchliche Erscheinung in sozialen Begegnungen ist daher ein Element im Zusammen- bzw. Wechselspiel zwischen Zuvorkommenheits- und Vermeidungsritualen, die in dialektischer Weise sowohl Nähe als auch Distanz zu den sozialen anderen markieren.
Zum Schluß sei noch kurz etwas zu den Möglichkeiten der Reparatur geruchlicher Abweichungen in sozialen Interaktionen gesagt. Trotz aller Handlungskompetenz und dem Bemühen um die Einhaltung der sozialen Normen kann es durch lokale Zufälligkeiten oder Ereignisse – gerade betreffend der geruchlichen Erscheinung – immer wieder dazu kommen, daß Verhaltensstandards in Frage gestellt oder verletzt werden und somit peinliche Situationen entstehen können. Bei zwei der oben angeführten Autoren nehmen deshalb Hinweise für die taktvolle Bereinigung solcher durch Gerüche evozierter Zwischenfälle einen größeren Raum ein:

- "Manch einer, nicht jeder versteht den versteckten und taktvollen Hinweis seines Gegenüber: »Nehmen Sie ein Vivil?« Aber das ist schon das Äußerste, was wir uns als gegenseitige Kritik zumuten. Manchmal wäre mehr Ehrlichkeit durchaus angebracht, und Freunde oder Freundinnen sollten solch offenes Wort im Gespräch nicht scheuen, auch wenn es im Augenblick peinlich erscheint. Der Mensch merkt ja nichts oder jedenfalls wenig von seinem Geruch. Man muß es ihm beibringen, schonend, gewiß" (1).
- "Peinlichkeiten. Erstes Gebot: Übersehen. Aber es gibt auch Situationen, bei denen ein Wegschauen nicht möglich ist. Was soll man tun, wenn man in unerträglicher Weise von schlechten Manieren oder mangelnder Kultur anderer belästigt wird? Darf man jemanden auf seine Nachlässigkeit aufmerksam machen, wenn er z.B. durch Körpergeruch für andere eine Zumutung ist? In vielen Fällen ist es durchaus möglich, denjenigen oder diejenige zur Seite zu nehmen und ganz direkt darauf anzusprechen, daß das benutzte Deodorant wohl nicht ganz ausreicht. Sicherlich hängt es in einer solchen Situation ausschließlich von den beteiligten Personen ab, wie peinlich ein solcher Hinweis wird" (3).

Auch betreffend eines auffällig gewordenen Geruchs kann das Individuum also mit dem rücksichtsvollen Verhalten der anderen rechnen. Es kommt zu dem, was Goffman als *Kooperation in den Techniken der Imagepflege* bezeichnet, nämlich dem gemeinsamen Bestreben der Akteure, ihr eigenes Image und das der anderen zu wahren bzw. nicht zu verletzen und damit die Situation für alle Beteiligten so wenig peinlich wie möglich werden zu lassen, denn: "Die Auflösung der Situation zu jedermanns scheinbarer Zufriedenheit ist das wichtigste Erfordernis"[64]. Als Mittel, um das Ziel des gegenseitigen Gesichtwahrens zu erreichen, nennt Goffman solche Fähigkeiten, die "in unserer Gesellschaft [...] manchmal Takt, savoir-faire, Diplomatie oder soziale Geschicklichkeit genannt" werden[65]. In den oben angeführten Beispielen zeigt sich das taktvolle Verhalten gegenüber jemandem, der "ja nichts oder jedenfalls wenig von seinem Geruch" merkt, in zwei Reaktionsweisen, die in der Interaktion durchaus auch zeitlich aufeinander folgen können:
Zunächst im taktvollen 'Übersehen' dieser Verletzung der rituellen Ordnung. Diese Strategie kann solange aufrechterhalten werden, als derjenige, dessen geheiligtes Selbst durch den Geruch des anderen bedroht ist, sein Image nicht zu stark verletzt fühlt. Ein Individuum kann also in sozialen Siutuationen olfaktorisch auffällig werden, ohne daß es eine *Ausgleichshandlung* im Sinne Goffmans – d.h. eine Erklärung, eine Entschuldigung oder ein Ersuchen – leisten muß oder den Prozeß eines *korrektiven Austauschs* – mit einer entsprechenden Erwiederung der betroffenen Partner, z.B. durch Akzeptierung, Entgegenkommen oder Bagatellisierung – in Gang setzt[66]. Es muß aber damit rechnen, daß 'hinter vorgehaltener Hand' heimlich bzw. nach seinem 'Abtreten von der Bühne' offen über ihn geklatscht wird und sein auffällig gewordener Geruch zu einem Imageverlust beitragen kann, indem die Person kategorial bzw. individuell als alarmierend eingestuft wird.
Ist die Geruchsbelästigung jedoch in der sozialen Situation selbst nicht mehr tolerierbar und damit die Bedrohung für das Image einer der beteiligten Personen zu groß, muß der Übeltäter mit seiner Regelverletzung konfrontiert werden. Diese zweite Reaktionsweise kann nun aber nicht nur bei demjenigen, der die Norm verletzt Scham auslösen, sondern ebenso Peinlichkeit bei den anderen, die ihn auf seine Regelverletzung aufmerksam machen, weil sie nicht wissen, wie er auf seine Auffälligkeit reagieren wird: mit Gelassenheit, mit einer korrektiven Ausgleichshandlung oder ob die Verletzung des Images so stark ist, daß nicht nur diese und folgende Interaktionen dadurch gestört oder verhindert werden könnten, sondern auch die 'Zukunft der Persönlichkeit' auf dem Spiel steht. Deshalb muß die "gegenseitige Kritik" "versteckt", "schonend" und "taktvoll" geschehen. Jeder Hinweis auf die Körperlichkeit bedarf, soll er nicht als peinlich empfunden werden, offenbar schon einer intimeren Beziehung zwischen den Interaktionspartnern, weshalb die Autoren gerade die dem Individuum nahestehenden Personen dazu ermahnen, diese Form der sozialen Kontrolle wirksam werden zu lassen, bevor Außenstehende sich dazu veranlaßt fühlen.

---

[64] Goffman, 1971a, S.34.
[65] Goffman, 1971a, S.19.
[66] Unter einem *korrektiven Austausch* versteht Goffman ein dialoghaftes Modell interpersonellen, rituellen Verhaltens, das bei schwerwiegenden Regelverletzungen erforderlich wird, und bei dem derjenige, der gegen die Regel verstoßen hat, korrektive Erklärungen und Versicherungen abgeben muß und gleichzeitig der durch die Regelverletzung Betroffene signalisiert, daß er diese empfangen hat und sie ihn zufriedenstellen. Vgl. hierzu: Goffman, 1971a, S.24ff.

2.2 Der Geruch in den Territorien des Selbst

"Wir alle kennen saubere Menschen; sie befreien ihre Umwelt von ihrer duftenden Anwesenheit und verstehen es, den Fremden gastfreundlich aufzunehmen. Der tritt ein, er kann in dieses banalisierte Terrain eintreten. Sich waschen bleibt ein sozialer Akt, seinen Raum reinigen ist eine Geste der Aufnahme, der Religion, der Liebe, des Kollektivs, der Gastlichkeit".
Michel Serres: Die Salatmahlzeit, S.219

In sozialen Situationen spielen aber nicht nur die Wahrnehmung und das Management von Körpergerüchen eine Rolle, sondern ebenso die Bewertung von Gerüchen all jener weiteren Bereiche, die zur Person gehören oder ihr zugerechnet werden können und die Goffman insgesamt als die *Territorien des Selbst* bezeichnet[67].
In enger Anlehnung an die Ethologie geht Goffman davon aus, daß auch die Menschen in sozialen Interaktionen persönliche Gebietsansprüche erheben und versuchen, diese situationellen oder persönlichen Reservate für andere erkennbar zu machen und vor Verletzungen zu schützen. Die Abgrenzung der Reservate durch Markierungen und die Aufrechterhaltung ihrer territorialen Unverletzlichkeit ist notwendig für das Individuum, um seinen Status als 'geheiligtes Objekt' zu behalten. Den wesentlichen Unterschied zum Zusammenleben der Tiere sieht Goffman darin, daß in der menschlichen Interaktion zwischen räumlichen und nicht-räumlichen, d.h. symbolischen Territorien differenziert werden kann.
Von seinen in der Folge beschriebenen acht Reservaten sind für unser Thema aber nur drei von Interesse, die zur Kategorie der räumlichen Territorien gehören, nämlich der *persönliche Raum* bzw. die *Hülle*, und insbesondere die *Box*[68]. Nach dem Körper stellt die *Box* den zweiten hier zu behandelnden Geruchsraum bzw. olfaktorischen Abtastungs- und Kontrollbereich dar. Bevor wir uns ihm aber zuwenden, seien zunächst noch einige ergänzende Anmerkungen zu jenen beiden Reservaten gemacht, die in relativer Beziehung zum menschlichen Körper stehen und die im wesentlichen schon Gegenstand des vorhergehenden Abschnittes waren: dem *persönlichen Raum* und der *Hülle*; außerdem soll etwas zu den allgemeinen Möglichkeiten olfaktorischer Markierungen und Kontaminationen in den Territorien des Selbst gesagt werden.
Für Goffman ergibt sich der *persönliche Raum* als jenes Territorium, das "ein Individuum überall umgibt und dessen Betreten seitens eines anderen vom Individuum als Übergriff empfunden wird, der es zu einer Mißfallenskundgebung und manchmal zum Rückzug veranlaßt"[69].
So halten Gesprächspartner einen bestimmten räumlichen Abstand voneinander und empfinden es als unangenehm, wenn jemand diese Abstandsregel verletzt. Von dieser Regel können natürlich bestimmte Personen ausgenommen sein und der persönliche Raum variiert in unterschiedlichen Situationen, indem er z.B. in besetzten Fahrstühlen oder überfüllten Verkehrsmitteln enger gefaßt wird. Den engsten Bereich aber, der den Körper umgibt und der nicht wie der persönliche Raum variiert, bildet die *Hülle*; zu ihr rechnet Goffman die Haut und die diese umgebende Kleidung. Beide Territorien sind in bezug auf unser Thema im

[67] Goffman, 1974, S.54ff.
[68] Goffman, 1974, S.59ff.
[69] Goffman, 1974, S.56.

vorangegangenen Abschnitt im wesentlichen schon abgehandelt worden. Sie sind mehr oder weniger eng mit dem menschlichen Körper und den von ihm ausgehenden und ihn umgebenden Gerüchen verbunden bzw. werden gleichzeitig mit seinem Erscheinen von anderen wahrgenommen. Zwar bildet die Kleidung potentiell eine eigenständige Sphäre der geruchlichen Einflußnahme, sie kann aber allgemein dem Bereich der körperlichen Reinlichkeit zugeschrieben bzw. mit diesem verbunden werden: Der regelmäßige Kleiderwechsel und das Tragen von mit zumindest geruchsneutralen Reinigungsmitteln gewaschenen Kleidern gehört mit zu den Sauberkeits- und Reinlichkeitsstandards, die für die soziale Interaktion gefordert sind. Ein eigener positiver Beitrag zum Geruchsimage kann durch die gewaschene Kleidung aber nicht geleistet werden, da die Geruchsstoffe in den Textilpflegeprodukten – analog jener in den Körperreinigungsmitteln – zu flüchtig sind und die Kleidung schnell die Körpergerüche des Individuums und auch all derjenigen Gerüche, die in seinen persönlichen Raum eindringen, aufnimmt. Lediglich durch das direkte Aufsprühen von Parfüms auf die Kleidung wäre – gleich dem Auftragen auf die Haut – ein Geruchsmanagement denkbar, wobei die Akteure allerdings zwei Punkte zu beachten hätten: Ein sich durch eine solche Praxis schnell ergebendes Über-Engagement müßte ebenso vermieden werden wie eine Vermischung unterschiedlicher Parfüms innerhalb der *Hülle*.
In jedem Falle aber zeigt sich, daß auch für diese beiden persönlichen Reservate gilt, was Goffman allgemein zu den Möglichkeiten für Markierungen und Verletzungen aller Territoren des Selbst ausführt. Zu den Möglichkeiten für die Markierung von Territorien zählt Goffman allerdings nur visuelle, akustische oder taktile Zeichen oder Signale, die den "Anspruch des putativen Besitzers eines Reservates" kenntlich machen; es sind Handlungen oder Arrangements, die dazu dienen, die Zugehörigkeit oder den Anspruch einer Person auf ein Territorium deutlich zu machen und zu etablieren[70]. Auch hier verwundert es – wie schon bei der Definition des Abtastungs- und Kontrollbereichs –, daß Goffman, trotz seines starken Bezugs zur Ethologie, die Verwendung geruchlicher Markierungszeichen unberücksichtigt läßt. Dennoch muß davon ausgegangen werden, daß auch in der menschlichen Interaktion durch das Setzen von Geruchssignalen persönliche Territorien nicht nur kenntlich gemacht, sondern durch diese Markierung von den sozialen anderen auch als solche abgegrenzten, privaten Bereiche wahrgenommen werden. Ein Gedanke, der sich in ähnlicher Form auch bei Michel Serres findet, den ich an dieser Stelle etwas ausführlicher zitieren möchte:

> "Er markiert sein Territorium, sagt man von einem Hund, der eine Baumwurzel bepißt. Eben war das Territorium noch ein Salatgericht, hier ist es der Lebensraum eines Tieres. Der Gegenstand wechselt – von der Natur zur allgemeinen Ökologie. Unverändert bleibt das Phänomen, mit dem der Nachbar, der konkurrierende Zwillingsbruder vertrieben, das Öffentliche in Privates und das Gemeine in Eigenes verwandelt wird. Es gilt einen Prozeß ausfindig zu machen, der von einem Ort, einem Punkt ausgeht und in der Lage ist, einen gewissen Bereich des umgebenden Raumes zu erfüllen; es gilt eine irgendwie geartete Expansion zu schaffen. Was ist nun eine Umwelt, meine Umwelt, deine Umwelt, oder die des Tieres? Nichts als die vollkommene Ausbreitung des Körpers, den der betreffende Prozeß erfüllt. Erste, allererste Besetzung der Räume. Es gilt etwas Expandierendes zu finden. Es muß eine Geräusch, ein Geruch sein"[71].

Die Territorien des Selbst sind das Private, und der Geruch ist für Serres das Mittel und Merkmal zu ihrer Markierung und Erkennung schlechthin, denn: "Es gibt Privates. Denen, die überall Öffentliches erblicken, fehlt nur der rechte Geruchssinn, das ist alles"[72]. Und in

---

[70] Goffman, 1974, S.71.
[71] Serres, Michel: Die Salatmahlzeit. Der Ursprung des Eigentumsrechts am Kot. In: ders.: Der Parasit. Suhrkamp, Frankfurt am Main: 1981, S.209-221; hier: S.212.
[72] Serres, 1981, S.218.

gleicher Weise Horst Baier: "Auf der Spur der Gerüche und des Gestanks ziehen wir Dunstkreise um uns, [...] bilden wir uns gehörige Räume, [...] besetzen wir Nischen in der Welt, in der wir »selbst«, also »privat« werden"[73].
Durch ein gewisses Engagement können Individuen Reservate bilden, stabilisieren, ausdehnen und managen, d.h. nach den eigenen Vorstellungen bzw. den sozialen Erfordernissen aktiv ausgestalten und diese somit wiederum zur aktiven Gestaltung ihres sozialen Handelns verwenden. Auf diese Weise werden einerseits neue Ausdrucksformen ihrer Identität gewonnen und andererseits der Variationsbereich der sozialen Interaktion erweitert; zu diesen Möglichkeiten ist auch der Einsatz von Gerüchen zu rechnen.
Die Markierung von Reservaten und deren rituelle Achtung durch die sozialen anderen in der Interaktion – wiederum in Formen der Ehrerbietung und des Benehmens –, sind grundlegende Voraussetzungen für die Entwicklung und den Erhalt des Selbst. Die Territorien fungieren dabei als eine Art 'Sicherheitshülle' für das Selbst, als das, was Simmel mit dem Begriff der "ideellen Sphäre" von Individuen umschrieb: Ein Bereich um eine Person, in den man nicht eindringen kann, ohne den Persönlichkeitswert des Individuums zu verletzen oder zu zerstören. Doch wo Territorien vom 'geheiligten Objekt' markiert, abgegrenzt und als privat beansprucht werden, besteht immer auch die Gefahr der Verletzung durch andere Individuen oder dem, was mit diesen anderen identifiziert werden kann.

Zu den Formen der Verletzung, den *territorialen Übertretungen*, zählt Goffman einerseits das *Eindringen* in das von anderen Personen beanspruchte Territorium, das in der Regel eine Verunreinigung oder Kontamination z.B. durch körperliche Ausscheidungen beinhaltet, und andererseits die *Expansion*, die dadurch entsteht, daß ein Individuum übermäßige Ansprüche bezüglich seines persönlichen Raumes stellt und dabei in den persönlichen Raum benachbarter Individuen – z.B. durch übermäßige Lautstärke beim Reden – vorstößt[74].
Zu den Mitteln der Verletzung bzw. der Verunreinigung gehört für Goffman alles, was über die Körperlichkeit der anderen in das eigene Territorium vordringen kann und dort sinnlich wahrnehmbar wird: *Berührungen*, *Anblicken*, *Laute*, *Ansprechen* und die *Plazierung des Körpers*. Auffällig unerwähnt bleiben auch in dieser Aufzählung wieder die Gerüche. In ihren Erscheinungsformen von "Blähungen, schlechtem Atem und Körpergeruch" werden sie nicht als eigenständiger Faktor aufgeführt, sondern unter die Kategorie der *Exkremente* gefaßt und dort neben der Körperwärme und den kontaminierenden körperlichen Ausscheidungen – wie Schleim, Schweiß, Urin, Fäkalien, Erbrochenem usw. – nur kurz und beiläufig, quasi als deren Begleiterscheinung, erwähnt:

> "Wie der Blick wirkt auch der Geruch über eine gewisse Entfernung und verbreitet sich in alle Richtungen, aber im Gegensatz zum Anschauen kann er nicht abgebrochen werden, sobald der Urheber merkt, daß er stört, und er kann in einem abgeschlossenen Raum zurückbleiben, nachdem der Urheber bereits gegangen ist"[75].

Während also alle anderen verletzenden oder kontaminierenden Handlungen oder Eindrücke in der Interaktion selbst noch verändert, gesteuert oder gar abrupt abgebrochen werden können, erscheint der Geruchseindruck, ist er erst einmal wahrgenommen, als etwas 'Einmaliges' bzw. 'Irreversibles' und dabei noch relativ Dauerhaftes. Er ist das 'Entweder-Oder', das die sofortige Bewertung als angenehmer oder als abstoßender Person nach sich zieht[76].

---

[73] Baier, 1991, S.26.
[74] Goffman, 1974, S.81ff.
[75] Goffman, 1974, S.78.
[76] Offensichtlich handelt es sich bei dieser radikal polarisierenden Einordnung wahrgenommener Objekte um eines der ursprünglichsten Wesensmerkmale des Geruchssinns, der nicht nur beim Menschen sondern bei vielen höher entwickelten Lebewesen zu finden ist. So macht sich z.B. der Literat Italo Svevo über den Geruch-

Deshalb bestehen neben der Notwendigkeit, den Geruchseindruck *vor* der Interaktion zu managen, für die Handelnden, im Falle eines in der sozialen Situation auffällig gewordenen Geruchs, nur noch die Hoffnung auf das taktvolle 'Übersehen' der anderen, die Möglichkeit des Leugnens[77] oder aber das Geständnis, die Quelle des sozial nicht akzeptierten Geruchs zu sein; wobei letzters aber einem Eingeständnis an 'Unzivilisiertheit', im Sinne der Nichtbeherrschung allgemein bekannter und verbindlicher Verhaltensstandards, gleichkommt.
Es läßt sich also festhalten, daß die Gerüche ebenso wie alles andere, das raumgreifend vom Individuum ausgeht oder von ihm hinterlassen werden kann und das dann auf seine Person zurück verweist, sowohl zur Markierung eines Reservates, als auch – da durch ein eventuelles Über- oder Unterengagement immer die Möglichkeit des Übergriffs in das Territorium anderer besteht – bei Verletzungen der Gebietsansprüche sozialer anderer eine nicht zu unterschätzende Bedeutung haben. Auch in bezug auf das Management der Gerüche besteht demnach die Doppelrolle der Reservate darin, daß das Individuum nur durch die Markierung und die Verteidigung seiner Territorien ein stabiles und sozial geachtetes, geheiligtes Selbst entwickeln kann; gleichzeitig ist das Aufzeigen von Respekt und Achtung vor den Territorien der anderen ein Zeichen von Ehrerbietung und Benehmen und damit ein Ausdruck für die Wertschätzung der anderen als geheiligte Objekte.

Der zweite, im folgenden eingehender zu behandelnde Geruchsraum bzw. olfaktorische Abtastungs- und Kontrollbereich fällt in die Kategorie jener räumlicher Territorien, die Goffman als *Boxen* beschreibt: Hierunter ist allgemein jener "deutlich begrenzte Raum, auf den Individuen temporären Anspruch erheben können"[78] zu verstehen. Waren der *persönliche Raum* und die *Hülle* leibgebunden, so existiert die *Box* losgelöst und unabhängig vom Körper als ein Territorium, auf das ein Individum z.B. den Anspruch erheben kann, sich allein darin aufhalten zu dürfen. Eine Box kann zeitweilig verlassen werden, der Anspruch auf sie aber bleibt bestehen, denn sie beinhaltet eine "externe, deutlich sichtbare, verteidigungsfähige Begrenzung eines räumlichen Anspruchs"[79]. Als Beispiele für solche Boxen führt Goffman das Handtuch am Strand, den reservierten Stuhl im Kino, den Tisch einer Gruppe im Lokal oder das Hotelzimmer an. Als eine weitere wichtige Box kann nach dieser Definition auch der private Wohnraum von Individuen angesehen werden. Es ist jener Bereich, der für unser Thema von besonderem Interesse ist, weil der private Wohnraum, nach dem eigenen Körper, fast die einzige Sphäre darstellt, die der Handelnde durch Praktiken der Desodorisierung und Reodorisierung unmittelbar und dauerhaft geruchlich beeinflussen kann und der in seiner olfaktorischen Präsenz und in seiner dahingehenden Wahrnehmung durch andere wieder auf das Individuum und sein Image zurückverweist. Es ist außerdem nach

---

sinn der Hunde folgende Gedanken: "Die Aufrichtigkeit des Hundes ist auf den bei ihm am stärksten Sinn zurückzuführen, den Geruchssinn. Seine Art der Wahrnehmung läßt ihn glauben, daß auf dieser Welt jeder Verrat sofort aufgedeckt wird, denn er sieht nicht die trügerischen Oberflächen, er analysiert vielmehr das Wesen der Dinge, ihren Geruch. [...] Bei den Hunden, die von den Gerüchen gelenkt werden, gibt es keine Gleichgültigkeit dem Leben gegenüber. Niemals sind sie einfach gleichgültige Fremde, sondern immer entweder Freunde oder Feinde" (Svevo, Italo: Kurze sentimentale Reise. In: Gesammelte Werke in Einzelausgaben. Band 2. Rowohlt, Reinbek bei Hamburg: 1984, S.17f.).

[77] Das Leugnen bzw. das Vonsichweisen insbesondere von Blähungsgerüchen ist eine geläufige Praxis in sozialen Begegnungen, worauf auch der Volksmund mit einer entsprechenden Weisheit reagiert: "Wer ihn zuerst gerochen, der ist ihm aus dem Loch gekrochen". In seiner kulturgeschichtlichen Betrachtung weist zudem Faber darauf hin, daß schon im Frankreich des 16. Jahrhunderts jenen Damen, die häufig unter Blähungen litten, empfohlen wurde, stets ein kleines Hündchen bei sich zu halten, auf das sie die Schuld schieben konnten, falls sie gehört oder gerochen wurden. Vgl.: Faber, 1994, S.189.

[78] Goffman, 1974, S.59.

[79] Goffman, 1974, S.61.

dem Körper jener Bereich, für den die Konsumgüterindustrie massenhaft und variantenreich Produkte für Desodorisierungs- und Reodorisierungsmaßnahmen herstellt und anbietet[80].

Schon bei der ersten Annäherung an diesen Geruchsraum läßt sich im Territorium des privaten Wohnraums eine beachtliche Analogie zu den Körpergerüchen feststellen: So entwikkeln sich auch in ihm Geruchseindrücke, die aufgrund der Formungen des Zivilisationsprozesses und der daraus resultierenden erhöhten Sensibilität gegenüber den Gerüchen kontrolliert, d.h. vermieden, beseitigt oder unterdrückt werden müssen. Ebenso wie in den oben beschriebenen Territorien des Selbst herrscht hier eine oftmals bis zur totalen Ablehnung jeglicher olfaktorischen Wahrnehmung reichende Geruchsempfindlichkeit. Sucht man nach potentiellen Geruchsquellen, so lassen sich für den privaten Wohnraum folgende erkennen:
Die von den Körpern der anwesenden Personen ausgehenden Ausdünstungen. Weiterhin Gerüche, die auf bestimmte Gewohnheiten oder Vorlieben der Individuen zurückzuführen sind, wie: Nahrungszubereitung, Rauchen, Einhalten von Sauberkeits- und Reinlichkeitsstandards, Anwesenheit von Haustieren usw. Schließlich Gerüche, die sich in der Wohnung aufgrund äußerer Bedingungen bemerkbar machen, wie: Lage der Wohnung bzw. des Hauses z.B. bezüglich der Nähe zu Verkehr und Industrie, Gewohnheiten und Vorlieben der Nachbarn usw.
Es muß beachtet werden, daß der private Wohnraum als wichtiges Territorium des Selbst für das Individuum nicht nur ein Ort höchster Intimität ist, an den es sich zurückziehen kann, sondern zugleich einen 'öffentlichen Ort' – in Goffmans früher Theater-Terminologie, eine *Bühne*[81] – darstellt, an dem das Individuum versucht, eine angemessene Selbstdarstellung von sich vor anderen zu inszenieren. Die private Lebenssphäre kann dabei als eine geradezu ideale Präsentationsfläche für das Selbst gewertet werden, denn nirgendwo anders hat es die Möglichkeit, anderen gegenüber ein stimmigeres Bild von sich zu präsentieren.
So verweist die Lage von Wohnungen und ihre Ausstattung mit Möbeln, funktionalen Geräten und schmückenden Objekten sowie deren Arrangement – obwohl in erster Linie abhängig von der ökonomischen Situation – immer auf einen bestimmten 'Geschmack' oder 'Stil' und damit auf das Image einer Person. Im Idealfall kann das gesamte *Bühnenbild* oder die *Fassade* nach den eigenen Möglichkeiten und Vorstellungen ausstaffiert und auf den zur Darstellung erwünschten Lebensstil penibel geplant und zugeschnitten werden.
Zu einem solchen erfolgreichen Eindrucksmanagement gehört nun aber notwendigerweise immer auch die Kontrolle von Geruchseindrücken. Bei diesen Bemühungen ergeben sich für das Individuum ähnliche Probleme wie beim Management von Gerüchen in den leibgebundenen Territorien: Der Geruch des privaten Wohnraums eines Individuums wird von einem Besucher in der Regel von Beginn der Interaktion an bzw. konkret schon beim Betreten der Wohnung bemerkt. So wird beim ersten sensorischen Abtasten einer fremden Wohnung ein diesem Territorium typischer Eigengeruch wahrgenommen und auch erwartet, dieser verweist auf den Inhaber des Reservates und sein Image bzw. wird mit diesem in Verbindung gebracht und trägt so zur individuellen und eventuell kategorialen Bewertung der Person bei. Die Wahrnehmung dieses für jede Wohnung typischen 'Basisgeruchs' läßt aber aufgrund des Effekts der Adaption bzw. der Habituation, d.h. der relativ schnellen Gewöhnung an Geruchseindrücke, schnell nach. Es sind aber gerade diese Effekte, die bei Inhabern von

[80] In diesem Zusammenhang muß neben dem Wohnraum auf eine weitere *Box* hingewiesen werden, die hier nur am Rande erwähnt werden kann, für die aber alle bisherigen und weiteren Ausführungen in gleicher Weise zutreffen: das Auto. Auch für das olfaktorische Management im Innenraum von PKWs bietet die Industrie eine Reihe spezieller und ähnlich gestalteter Produkte an. Auf eine Besonderheit bin ich an Autowaschanlagen im deutsch-schweizerischen Grenzgebiet gestoßen: An sogenannten 'Dufttankstellen' können die Autofahrer die Fußmatten und Sitzpolster ihrer Wagen mit 'Parfüm' besprühen.
[81] Goffman, 1969.

Boxen Unsicherheit darüber aufkommen lassen, ob die in ihrer Box existenten Geruchsverhältnisse bei anderen bereits Anlaß zur Alarmierung geben oder nicht.
Die Box ist damit also nicht nur geruchlich markiert und muß nicht nur vor olfaktorischen Verletzungen durch andere geschützt werden, sondern für sie ergibt sich auch die Notwendigkeit eines Geruchsmanagements. Deshalb ist das Individuum zunächst bemüht, seine Territorien den geltenden Sauberkeits- und Reinlichkeitsstandards anzugleichen, d.h. desodorisierend gegen Schmutz und Gestank anzukämpfen. Der zweite Schritt kann dann – wiederum in Analogie zum Geruchsmanagement am Körper – darin bestehen, über die sozial geforderte und akzeptierte olfaktorische Neutralität hinaus, mit dem Einsatz langanhaltender, idealisierter Düfte eine besondere, imagegenerierende Geruchsatmosphäre zu schaffen. Ein derartiges Geruchsmanagement kann in der Wohnung durch folgende Mittel und Techniken erreicht werden:
Architektonische Maßnahmen. Durch die architektonische bzw. organisatorische Aufteilung der Wohnung in einzelne funktionale Bereiche – Küche, Bad, Toilette, Flur, Wohnraum, Schlafzimmer, Kinderzimmer, Arbeitszimmer – bleiben die sich entwickelnden Gerüche lokal begrenzt und eine Vermischung eigentümlicher und aufdringlicher Gerüche in der Wohnung wird verhindert. Durch diese Maßnahmen wird auch in olfaktorischer Hinsicht das möglich, was Goffman bezüglich der Selbstdarstellung von Individuen als notwendige Trennung von *Vorder-* und *Hinterbühne*[82] bezeichnet: Während auf der Vorderbühne (z.B. Flur, Wohnzimmer) der offizielle Teil der Selbstdarstellung inszeniert wird, bei dem das Individuum unter Zuhilfenahme seiner gesamten *persönlichen Fassade* versucht, ein angemessenes Bild von sich zu präsentieren, können andere Teile der Wohnung zu Hinterbühnen werden, deren Zugänglichkeit für das *Publikum* erschwert bzw. nicht möglich ist und auf denen Handlungen oder Arrangements 'versteckt' werden, die mit dem offiziellen Teil der Selbstdarstellung nicht vereinbar sind. So sind generell all jene Bereiche, die auch mit ihren geruchlichen Eindrücken zu stark auf die Körperlichkeit des Individuums verweisen, in denen die Selbstdarsteller kurzfristig 'aus der Rolle fallen' können und/oder die generell mit dem dargestellten Image nicht in Verbindung zu bringen sind, für das Publikum entweder tabu (z.B. das Schlafzimmer) oder bedürfen eines besonderen olfatorischen Managements (Küche, Toilette, Bad)[83].
Die Praxis des Lüftens. Die Entfernung verbrauchter oder geruchlich belasteter Luft und die Zufuhr frischer Luft von außerhalb der Wohnung kann auf zwei Arten geschehen: a) durch das Öffnen der Fenster; b) durch die Installation technischer Lüftungseinrichtungen. Letztere sind insbesondere dort vorzufinden, wo in Räumen kurzfristig sehr starke Gerüche entstehen, die schnell beseitigt werden müssen. Beispiele hierfür sind die Dunstabzugshauben über den Küchenherden, die in keiner modernen Einbauküche mehr fehlen dürfen, und die Luftabsauger in Toilettenräumen, in denen nur kleine oder gar keine Fensteröffnungen vorhanden sind[84].
Die Praktiken des Putzens, Säuberns und Reinigens. Hierbei muß beachtet werden, daß das Putzen in modernen Haushalten in der Regel selbst keine geruchsverändernde oder -bereinigende Wirkung hat; diese wird erst dadurch erreicht, daß parfümierte Haushaltsreinigungsmittel zum Einsatz kommen. Die Intention der Beimischung von Duftstoffen in Reinigungsmittel, die nur zu einer kurzfristig anhaltenden Beduftung führen, kann – wie bei den Körperreinigungsmitteln auch – darin gesucht werden, daß das Produkt vom Anwender als hochwertig eingestuft wird, daß die Verwendung des Produkts als angenehm empfunden

[82] Goffman, 1969, S.100ff.
[83] Vgl. Goffman, 1969, S. 111f.
[84] Zum Problem verbrauchter Raumluft und der Technik des Lüftens vgl. auch: Kennedy, Margit: Von Lüften und Düften in Gebäuden und Städten. In: Kunst- und Ausstellungshalle der Bundesrepublik Deutschland (Hg.): Das Riechen. Von Nasen, Düften und Gestank. Steidl, Göttingen : 1995, S.150-164.

wird, und daß der Duft auf die erfolgreich durchgeführte Reinigungsprozedur verweist und aufmerksam macht.

Das Bestreben des Individuums, seine Territorien auch olfaktorisch 'sauber' und 'in Ordnung' zu halten und sie damit gleichzeitig als die seinen erkennbar zu machen, d.h. zu markieren, kann interpretiert werden als der Versuch, das Image – d.h. das Selbstbild, das eine Person von sich hat und das die anderen von ihm übernehmen können – in sich stimmig zu machen, zu vereinheitlichen. Das olfaktorische Management der Territorien trägt zur Stabilisierung gesellschaftlicher und individueller Ordnungsvorstellungen bzw. -systeme bei. Die Beweggründe für entsprechende Praktiken sind demnach in jedem Falle in einem Zusammenspiel aus individuellen *und* sozialen Motiven zu suchen. Durch das Ankämpfen gegen den Schmutz und gegen den Gestank versuchen die Handelnden eine neue, positive Ordnung, eine Vereinheitlichung der Erfahrung zu schaffen, die einerseits den eigenen, subjektiven Vorstellungen von Sauberkeit und Reinlichkeit entspricht und die andererseits auch sozial akzeptiert ist, d.h. sich mit den gesellschaftlich geforderten Sauberkeits- und Reinlichkeitsstandards deckt. Hierzu schreibt Mary Douglas:

> "Wenn wir gegen den Schmutz ankämpfen, tapezieren, dekorieren und aufräumen, treibt uns nicht die Sorge, wir könnten andernfalls krank werden, sondern wir verleihen unserer Umgebung dadurch, daß wir sie unseren Vorstellungen angleichen, eine neue, positive Ordnung. Hinter unserem Bemühen, Schmutz zu meiden, steht weder Furcht noch Unvernunft: es ist eine kreative Handlung, der Versuch, eine Verbindung zwischen Form und Funktion herzustellen, unsere Erfahrung zu vereinheitlichen"[85].

Das Markieren eines Territoriums bedeutet das Durchsetzen einer Ordnungsvorstellung; oder, wie der schon mehrfach zitierte Philosoph Michel Serres schreibt: "Die Welt ist meine Vorstellung. Das läßt sich so übersetzen: Die Welt ist mein markiertes Territorium"[86].
Alle bislang genannten Techniken und Mittel des Geruchsmanagements können kurzfristig effektiv sein, durch sie läßt sich aber schon mittelfristig allenfalls ein Zustand olfaktorischer Neutralität erzielen, der aber schnell wieder durch unliebsame Gerüche besetzt werden kann. Eine langfristige, d.h. dauerhafte und gezielte Einflußnahme auf die Geruchsverhältnisse im olfaktorischen Kontrollbereich Wohnraum läßt sich für den Handelnden nur erreichen durch den Einsatz langanhaltender, dominanter Düfte. Für diese Praxis werden von der Industrie eine Vielzahl von Produkten angeboten. Da diese Produkte den Untersuchungsgegenstand des empirischen Teils dieser Arbeit darstellen, werden sie an entsprechender Stelle detailliert beschrieben.

Zusammenfassend läßt sich für die Gerüche in den hier behandelten räumlichen Territorien des Selbst – *persönlicher Raum*, *Hülle* und *Box* – nun folgendes festhalten:
Es ist eine auffällige und starke Analogie der Bewertung und Behandlung von Gerüchen in beiden olfaktorischen Abtastungs- und Kontrollbereichen (Körper, privater Wohnraum) festzustellen. Dies kann darauf zurückgeführt werden, daß beide Geruchsräume sehr eng mit dem Individuum und seinem Image verbunden sind bzw. auf es verweisen.
Die 'natürlichen' Geruchsverhältnisse, wie sie sich aufgrund der Körperlichkeit (Schwitzen, Ausscheidungen, Ausdünstungen, Nahrungszubereitung und -aufnahme etc.) und des sozialen Zusammenlebens (Ausdünstungen der Mitmenschen, Lebensgewohnheiten, Wohnungsumfeld etc.) in den Territorien ergeben, sind nur in einem gewissen Umfang und Kontext toleriert, sie sind aber in den allermeisten sozialen Situationen nicht akzeptiert. Die Gründe hierfür sind im Verlauf der Zivilisationskurve des Geruchs zu suchen. Daher ergibt sich für

[85] Douglas, 1988, S.13.
[86] Serres, 1981, S.221.

die Handelnden die Notwendigkeit, solche Gerüche durch bestimmte Mittel und Techniken zu beseitigen, zu unterdrücken oder zu verdecken, um nicht in face-to-face-Interaktionen auffällig zu werden, Alarm auszulösen, die Territorien anderer zu verletzen und damit ihr eigenes Image zu beschädigen oder gar zu verlieren. Gleichzeitig besteht für die Handelnden aber auch die Möglichkeit, sich mit sozial akzeptierten, idealisierten Düften zu umgeben, damit einen besonderen Beitrag zum Eindrucksmanagement zu leisten und so ein stabiles und in sich stimmiges Image zu entwickeln bzw. aufrechtzuerhalten.

2.3 Das Olfaktorische im öffentlichen Raum

Den dritten und letzten Geruchsraum bzw. olfaktorischen Abtastungs- und Kontrollbereich stellt jene Sphäre dar, die ich als den *öffentlichen Raum* bezeichnen möchte. Sie befindet sich in weitester Entfernung von den Abtastungs- und Kontrollmöglichkeiten des einzelnen Individuums und stellt auch zugleich die Grenze der Leistungsfähigkeit für die geruchliche Wahrnehmung überhaupt dar. Das Olfaktorische unterliegt hier dem Management ganzer Gruppen, Organisationen oder Institutionen. Daher kann das auf die Gerüche bezogene soziale Handeln in diesem Raum auch nur noch bedingt mit dem Goffman'schen Begriffsinstrumentarium zur Analyse sozialen Handelns in face-to-face-Interaktionen erfaßt werden. Dennoch soll diese letzte olfaktorische Sphäre nachfolgend in aller Kürze beschrieben werden.
Wie kann der öffentliche Raum definitorisch von den Territorien des Selbst, als eigenständiger Bereich der Geruchswahrnehmung und -manipulation, abgegrenzt werden?
Im Unterschied zu den Territorien des Selbst sind hier all jene Räume gemeint, die keinem bestimmten Individuum zugerechnet werden können bzw. die das Individuum nicht gänzlich für sich allein beanspruchen kann. Der öffentliche Raum umfaßt also all jene Bereiche, die nicht wie die Territorien des Selbst 'privat' sind, sondern die soziale andere, ohne die unmittelbare Gefahr der Reservatsverletzung, betreten, sich darin aufhalten und darin agieren können. Im weiteren lassen sich aber eine Reihe von Analogien zu den oben besprochenen räumlichen Territorien erkennen.
So werden gerade auch an öffentliche Räume bestimmte intersubjektive Geruchserwartungen gestellt: Jeder öffentliche Geruchsraum hat ein sozial erwartetes oder sozial erwünschtes Geruchsprofil. Dieses Geruchsprofil kann zunächst dazu beitragen die Bedeutung und Funktion eines Ortes erkennbar und qualitativ beurteibar zu machen bzw. eine solche Bedeutung, Funktion und Bewertung intentional hervorzuheben respektive zu steuern. Weiterhin können über solch einen typischen Geruch die räumlichen Grenzen bestimmter Örtlichkeiten bemerkt bzw. wiederum intentional für andere erkennbar gemacht und manifestiert werden.
Die olfaktorische Qualität des öffentlichen Raumes wird vom Individuum quasi mit jedem Atemvorgang aufs Neue bewertet. Dabei werden die Geruchsverhältnisse an Lokalitäten oft als gegeben hingenommen und unreflektiert zur Bewertung einer Örtlichkeit und der in ihr agierenden Personen herangezogen. Die hier wahrgenommenen Gerüche gelten als untrügliches Charakterisierungsmerkmal, das über den 'wahren Zustand' der zu beurteilenden Objekte Auskunft gibt.
Analog zu unangenehm riechenden Individuen oder ihren Territorien wird auch im öffentlichen Raum all das gemieden, zurückgewiesen oder abgelehnt, was geruchliche Abneigung hervorruft oder den Geruchserwartungen bzw. -erfahrungen zuwiderläuft. Umgekehrt wird positiv bewertet, was dem olfaktorischen Erwartungs- und Erfahrungsprofil entspricht.

Deshalb ergibt sich auch für den öffentlichen Raum die Notwendigkeit von Geruchsmanipulationen durch Desodorisierung und Reodorisierung.

Für die rein analytische Betrachtung möchte ich den öffentlichen Raum grob in folgende drei Bereiche unterteilen:

1. *Regionen*: Hiermit meine ich allgemein alle Lebensräume in der eigenen Gesellschaft wie auch in fremden Gesellschaften: Landschaften, die Natur, Städte, Plätze, Straßen etc. Als wesentlich für die als fremdartig eingestuften Geruchseindrücke in Regionen anderer Gesellschaften können folgende Faktoren genannt werden: das Klima einer Region, die Vegetation, die dort lebenden Tiere, die primäre gesellschaftliche Funktion des Ortes, die Ernährungsgewohnheiten der Bevölkerung (die Nahrungsmittel und die verschiedenen Formen der Zubereitung), die Gewohnheiten und Eigenheiten der dort lebenden und agierenden Menschen (das Einhalten von Sauberkeits- und Reinlichkeitsstandards, Bestrebungen zum Umweltschutz) usw.
   Insbesondere aber auch in der eigenen, olfaktorisch bekannten Gesellschaft, sind bestimmte voneinander abgegrenzte und damit eigenständige Geruchsregionen existent. Als Beispiele hierfür kann die Luft ländlicher Regionen und die Stadt-Luft genannt werden. Während die Land-Luft generell positiv besetzt ist und mit Begriffen wie Natur, Wachstum, Gesundheit, Frische und Reinheit verbunden wird – wie auch die damit assoziierten Gerüche als Düfte idealisiert werden (Blumen, Garten, Wiese, Wald, Meer usw.) – ist die Stadt-Luft eher negativ bewertet: mit ihr werden allgemein Industrie, Verkehr, Enge und Überfüllung, verbrauchte, verschmutzte und gesundheitsschädliche Luftverhältnisse, also Gestank, verknüpft. Solche Regionen – wie Stadt und Land – können nun theoretisch in immer weitere, immer enger gefaßte öffentliche Geruchsräume differenziert werden. Den nächst kleineren Geruchsraum könnte man als *Zone* bezeichnen, für ihn sind wiederum bestimmte Gerüche charakteristisch oder werden erwartet: das Industriegebiet einer Stadt, der Park, die Fußgängerzone usw. Entscheidend ist, daß Gerüche, die in der einen Region oder Zone toleriert sind oder gar zum charakteristischen Geruchserwartungsprofil gehören, in einer anderen Region deplaziert wirken können und völlig andere Assoziationen hervorrufen[87].
   Die Maßnahmen zur regionalen Geruchsmanipulation sind vor allem desodorisierender Art: Der Einbau von Filteranlagen in Industriegebäude und Kraftfahrzeuge; die Verlagerung der Industrie, der Mülldeponien, Kläranlagen usw. an die dünnbesiedelten Ränder der Regionen etc.
2. *Lokalitäten*: Hierunter sind räumlich enger gefaßte öffentliche Bereiche zu verstehen, die eine bestimmte gesellschaftliche Funktion erfüllen und/oder an denen einer spezifischen Tätigkeit nachgegangen wird. Auch bei ihnen besteht ein bestimmtes, intersubjektiv bekanntes und erwartetes Geruchsprofil.
   Zu solchen Lokalitäten gehören z.B. Arztpraxen, Krankenhäuser, Restaurants, Werkstätten, Bäckereien, Friseure, Kaufhäuser etc. Da auch die an diesen Orten existenten Geruchsverhältnisse in der Regel unreflektiert als gegeben hingenommen oder einfach erwartet werden, sind auch sie wichtige Einflußgrößen für die Einschätzung und Akzeptanz einer solchen Lokalität und letztlich von den dort agierenden Individuen. Entsprechen die wahrgenommenen Gerüche nicht den olfatorischen Erwartungen oder widersprechen diesen sogar, kommen sofort Zweifel an der Kompetenz und der 'Ernsthaftig-

[87] Als Beispiel hierfür kann Geruch von Jauche angeführt werden, der in ländlichen Gegenden zum olfaktorischen 'Erscheinungsbild' gehört, der in der Stadt aber eher Befremdung auslöst und Zweifel an den hygienischen Zuständen aufkommen läßt.

keit' der dort agierenden Personen bzw. der Verantwortlichen auf[88]. Neben den Praktiken der desodorisierenden Hygiene kommen hier reodorisierende Maßnahmen zum Einsatz, die vor allem das olfaktorische Erwartungsprofil unterstützen sollen bzw. dieses z.T. sogar erst generieren helfen[89].

Eine Besonderheit an manchen solcher Lokalitäten ist die Verwendung von Duftstoffen zur zielgerichteten Verhaltenssteuerung von Individuen. Diese weniger stark verbreitete Form der Beduftung öffentlicher Räume liegt unter der Schwelle bewußter Wahrnehmung und soll auf die Psyche und die Physis der anvisierten Zielgruppe wirken: Je nach Intention können Duftstoffe zur Aktivierung (Konsumanreiz, Produktivitätsteigerung, Arbeitsmotivation) oder zur Harmonisierung (angstlösend, streßreduzierend, aggressionshemmend) zur Anwendung kommen.

3. *Waren*: Sie stellen einen Sonderfall im hier behandelten olfaktorischen Abtastungs- und Kontrollbereich dar, da sie selbst keinen öffentlichen Raum bilden, sondern nur die Bestandteile eines solchen ausmachen.

   Objekte, die in diese Kategorie fallen, sind dadurch gekennzeichnet, daß sie vom Individuum aus der öffentlichen Sphäre allgemeiner Zugänglichkeit entnommen und zu privaten Objekten gemacht werden können. Um diesen in der Regel durch Konsum vollzogenen Aneignungsakt zu unterstützen bzw. zu evozieren, werden Waren olfaktorisch manipuliert, mit einem bestimmten Geruchsimage versehen und über ein spezielles Geruchsmarketing vermarktet. Bei den Produzenten von Konsumgütern sowie Lebensmitteln und Genußmitteln wird davon ausgegangen, daß der Konsument nur jene Güter erwirbt, anwendet bzw. sich damit umgibt oder in sich aufnimmt, die mit seinen olfaktorischen Erfahrungen und Erwartungen übereinstimmen und bei denen auch das 'olfaktorische Produktimage' zum eigenen sozialen Image paßt. Da sich mit zunehmender Marktsättigung die Produkte einer Kategorie in ihren Eigenschaften immer weniger voneinander unterscheiden, wird dem Verbraucher somit ein Qualitätsindikator angeboten und eine Möglichkeit für die Wiedererkennung von Markenartikeln gegeben. Hierzu schreiben Knoblich/Schubert (1989) in ihrer Abhandlung über das "Marketing mit Duftstoffen": "Der Duft muß mit dem Namen, der Verpackung, der Farbe und der vom Konsumenten des Produktes erwarteten Wirkung eine harmonische Einheit bilden"[90].

   Wie schon angedeutet, kann der Bereich der parfümierten Waren in zwei größere Produktgruppen aufgeteilt werden:

   1. die Konsumgüter: Hierzu zählen zunächst jene Güter, bei denen der Duft einen dominaten Bestandteil im Produktkonzept bildet, d.h. deren Funktion primär in der olfaktorischen Aufwertung persönlicher Territorien liegt (Kosmetikartikel, Haushaltsartikel). Als zweite Kategorie sind jene Güter zu nennen, bei denen die Parfümierung einen sekundären Produktnutzen erbringt, d.h. im Produktkonzept selbst nur eine Nebenbedeutung hat (z.B. Papier- und Schreibwaren, Lacke und Farben, Kinderspielzeug, Bekleidung etc.);

   2. Lebensmittel und Genußmittel: Da beim Konsum dieser Produkte ein Zusammenspiel von Geruchs- und Geschmacksstoffen entsteht, werden die hier eingesetzten Duftstoffe als *Aromen* bezeichnet. Der Gesetzgeber unterscheidet zwischen natürlichen, naturidentischen und künstlichen Aromen und regelt deren Herstellung und Verarbeitung

---

[88] Vorstellbar etwa in einer Zahnarztpraxis, in der es nach Bier und kaltem Zigarettenrauch riecht oder umgekehrt, in einer Kneipe, der der Duft von hygienisch-desinfizierenden Reinigungsprodukten anhaftet.

[89] So z.B. in Bäckereifilialen, die selbst über keine Backstube mehr verfügen, die aber ihren Verkaufsraum mit einem künstlichen Geruch von frischgebackenen Brötchen beduften. Auf die an Lokalitäten eher selten vorzufindene Praktik der Geruchsmaskierung verweisen Knoblich/Schubert: Kläranlagen, die beim Umwälzen von Klärschlamm starke Geruchsbelästigungen erfolgreich mit Heuduft überdecken (Knoblich, Hans/Schubert, Bernd: Marketing mit Duftstoffen. Oldenbourg, München: 1989, S.126.)

[90] Knoblich/Schubert, 1989, S.101.

(Lebensmittel- und Bedarfsgegenständegesetz §4, Aromenverordnung). Von der Tiefkühlpizza, dem Speiseeis, Erfrischungsgetränken, über das Fruchtjoghurt, Wurst, Käse und Brot bis hin zu Wein und Zigaretten gibt es kaum noch Lebensmittel und Genußmittel aus der industriellen Produktion, deren geruchliche und geschmackliche Erscheinung nicht durch solche Aromastoffe in spezieller Weise auf den Kundengeschmack zugeschnitten wird[91].

Knoblich/Schubert unterscheiden neben den oben genannten Kriterien (Qualitätsverweis, Wiedererkennung) drei weitere Zielsetzungen beim funktionalen Einsatz von Duftstoffen in der Warenproduktion:

a) *Die Maskierung unerwünschter Produkteigenschaften*: Sie dient der Umwandlung oder Neutralisierung der bei der industriellen Produktion u.U. entstandenen, als unangenehm empfundenen oder negative Assoziationen hervorrufenden Gerüche: "Das Ergebnis einer gelungenen Maskierung ist ein neuer Duftkomlpex, der keine negativen Assoziationen hervorruft"[92].
b) *Die Signalisierung produktimmanenter Eigenschaften und Wirkungen*: Die gewohnten oder gewünschten Produkteigenschaften werden olfaktorisch vermittelt bzw. unterstützt: So muß ein Haushaltsreiniger nach Zitrusfrüchten und eine Zahncreme nach Minze, aber darf ein Klebstoff nicht nach Blumen riechen.
c) *Die Simulierung produktimmanenter Eigenschaften und Wirkungen*: Hierbei werden dem Verbraucher nicht vorhandene Produkteigenschaften mit Hilfe von Duftstoffen vorgetäuscht: Kunststoffe werden mit Ledergeruch versehen, Gebrauchtwagen erhalten zur Aufwertung den Geruch eines Neuwagens usw.[93].

Ebenso wie bei den Territorien des Selbst gilt auch für den öffentlichen Raum, daß überall dort, wo Gerüche natürlich entstehen oder intentional eingesetzt werden, die Gefahr von Territoriumsverletzungen besteht. Solche olfaktorischen Belästigungen und Verunreinigungen werden in diesen Fällen aber nicht durch die Gegenwart anderer Individuen und ihrer geruchlichen Erscheinung hervorgerufen, sondern sind die Folge bestimmter Geruchszustände, die in der Regel an Lokalitäten vorherrschen oder allgemein aus olfaktorischen Manipulationen im öffentlichen Raum resultieren. Die olfaktorischen Territoriumsverletzungen haben dabei eine ähnliche Qualität wie akustische Belästigungen: Beide können – anders als es bei visuellen, taktilen oder gustatorischen Wahrnehmungen möglich ist – vom verletzten Individuum nicht einfach abgebrochen oder beendet werden; es muß vielmehr die Quelle der Verunreinigung selbst angegangen und beseitigt werden.

Anders aber als bei Geräuschbelästigungen, die nach wissenschaftlichen Methoden exakt meßbar bzw. nachweisbar sind und ab einem gewissen Grad intersubjektiv als Lärm wahrgenommen werden, verbleiben die Gerüche in der subjektiven Einschätzung. Ab wann von einem Geruch als Belästigung gesprochen werden kann, inwieweit Gestank tolerierbar ist und ob von üblen Gerüchen eine indirekte gesundheitsschädigende Wirkung ausgehen kann, ist nicht eindeutig definiert bzw. bleibt auch bei juristischen Streitfällen der subjektiven Beurteilung überlassen[94].

---

[91] Einflußgrößen für die Auswahl der Aromen zur Produktparfümierung sind vor allem soziokulturelle Merkmale der Zielgruppe: Alter, Geschlecht, Nationalität, Kulturkreis (vgl. Classen et al., 1994, S.194f.; Knoblich/ Schubert, 1989, S.105f.).

[92] Knoblich/Schubert, 1989, S.109.

[93] Knoblich/Schubert, 1989, S.106f.

[94] So z.B. eine Meldung in der Tageszeitung Südkurier (03. 05. 1996): "Vor dem Verwaltungsgericht Sigmaringen obsiegte ein Häuslebauer, der ein Haus mit vier Wohneinheiten mitten im Wilhelmsdorfer Ortsteil Zußdorf bauen will. Abgelehnt hat der Wilhelmsdorfer Gemeinderat die Baupläne mit Blick auf den benachbarten Bauernhof. Der Landwirt, der 30 Milchkühe, fünf Stück Jungvieh und 12 Zuchtsauen in seinen Ställen hat, befürchtete Einschränkungen durch die Nutzer des neuen Gebäudes. Der von der Viehhaltung ausgehende

Eine andere Sachlage ergibt sich jedoch, wenn durch Duftstoffe nachweisbar körperliche Beeinträchtigungen und Schädigungen hervorgerufen werden. So sind Duftstoff-Allergien nach der Nickel-Allergie inzwischen die zweithäufigste Ursache von allergischen Hautreaktionen. Eine in Amerika stärker als im europäischen Raum verbreitete allergene 'Geruchskrankheit' ist die *Multiple Chemical Sensitivity* (MCS): Eine Überempfindlichkeit gegen die verschiedensten chemischen Substanzen und insbesondere gegen die im öffentlichen Raum allgegenwärtigen Duftstoffe. In Kalifornien hat sich bereits eine Initiative radikaler MCS-Betroffener gegen die 'Duftverschmutzung' öffentlicher Räume (duft- und aromastoffreie Waren, keine künstliche Beduftung von Lokalitäten, Schaffung 'parfümfreier Zonen' im öffentlichen Raum) formiert. Das Individuum als 'geheiligtes Objekt' muß auch vor Übergriffen aus dem öffentliche Raum, aus der 'Umwelt', geschützt werden: Was für die Belästigung durch Lärm gilt und letztlich eine akustische Beruhigung von Regionen nach sich zieht (Verbot von Tiefflügen, Bau von Lärmschutzwällen, leise Motoren in Fahrzeugen usw.) und was auch für Luftverschmutzungen durch Industrie, Verkehr und Raucher (Rauchverbote in öffentlichen Gebäuden, am Arbeitsplatz etc., Einrichtung von Raucherzonen usw.) bereits durchgesetzt wurde, muß nach Vorstellung der 'Parfüm-Gegner' auch für die künstlichen Duftstoffe gelten und soll zu einer allmählichen aber umfassenden Desodorisierung des öffentlichen Raumes in den USA führen[95].

3. Eine verengte Perspektive auf den Gegenstand? – Zur Kritik an Goffmans Interaktionsmodell

Für unsere weitere Vorgehensweise ergibt sich nun das Problem, daß es mit Goffmans 'mikrosoziologischer' Perspektive zwar gelingt einen Blick auf die sozial-interaktiven Folgen des Zivilisationsprozesses zu werfen. Es stellt sich aber die Frage, welche Sachverhalte und Zusammenhänge im aktuellen gesellschaftlichen Umgang mit dem Olfaktorischen aufgrund des in der Goffman-Rezeption häufig bemängelten verengten Blickwinkels nicht erhellt werden können.
Die Kritik an Goffmans Interaktionsmodell setzt vor allem an zwei Punkten an und wurde in dieser Form bereits an mehrfacher Stelle formuliert (Gouldner, 1974; Sennett, 1977; Kuzmics, 1986).
Der erste Kritikpunkt ist der des statischen, ahistorischen, rein situativen Ansatzes, der die historische Veränderungen und den sozialen Wandel in ihren Auswirkungen auf soziale Interaktionen ignoriert. Der zweite Vorwurf zielt ebenfalls auf die Situationsbezogenheit des Modells und beinhaltet, daß Goffman nicht nur begrenzte Zeiträume betrachtet, sondern auch nur partielle Sektoren der Gesellschaft. So wird die Gesellschaft von ihm nicht mit ihren Schichten-, Klassen- und Einkommensstrukturen analysiert, sondern für ihn ist nur punktuelles, episoden- und szenenhaftes Verhalten von Individuen von Interesse und zwar das der gebildeten amerikanischen Mittelklasse. Für Gouldner bietet uns dieses Modell daher "weniger ein Weltbild als »ein Stück der Handlung«":

Geruch müsse von den Bewohnern des neuen Hauses »im Wege der Rücksichtnahme gegenüber dem landwirtschaftlichen Betrieb hinzunehmen sein«, ist im Urteil nachzulesen."

[95] Vgl. Meichsner, 1995, S.74-75. Der Spiegel: Synthetische Maiglöckchen – Amerikanische Umweltgruppen reagieren auf Parfüm allergisch: Sie fordern geruchfreie Zonen. 39/1991, S.302-306.

> "Also fordert uns das dramaturgische Modell im Grunde dazu auf, von Situation zu Situation zu leben; es fordert uns auf, eher kleine Stücke aus Zeit, Geschichte und Gesellschaft herauszuschneiden, als zu versuchen, das umfassendere Ganze organisierbar und lenkbar zu machen"[96].

Dies trifft nach Ansicht Gouldners vor allem auf die Tatsache der sozialen Stratifizierung bzw. der "üblichen wertenden Klassifizierungen" von Gesellschaften zu, die Goffman seiner Auffassung nach, wenn nicht ablehnt, so doch zumindest umgeht: In seinem Modell gibt es "keine Metaphysik der Rangordnung [...] hier gibt es kein »höher« und »tiefer«":

> "Es ist eine Gesellschaftstheorie, die auf das Episodenhafte Nachdruck legt und menschliches Leben nur im engen interpersonalen Umkreis sieht, unhistorisch und nichtinstitutionell, – eine Existenz außerhalb von Geschichte und Gesellschaft, die nur in kurzen und flüchtigen Begegnungen zum Leben erwacht"[97].

Auf den Vorwurf der Ahistorizität hebt auch Sennett ab, der in Goffmans Beschreibungen lediglich eine "statische, geschichtslose, aus lauter Szenen zusammengesetzte Gesellschaft" erkennt und in seinem Modell weder die historischen Hintergründe noch die Möglichkeiten für die Veränderung sozialer Verhaltensnormen erklärt sieht:

> "Wie die Szene zustandekam, [...] wie jede Szene aufgrund umfassender, in der Gesellschaft wirksamer Kräfte zustandekommen und wieder verschwinden kann – darum kümmert sich Goffman nicht"[98].

Schließlich bewertet auch Kuzmics Goffmans Ansatz explizit als eine "Soziologie der Gelegenheiten" und sieht in ihm in erster Linie einen Portraitisten der modernen Marktgesellschaft und der Industriezivilisation:

> "Eine historisch-genetische Methode (und schon gar das, was man Makroperspektive nennen kann) fehlt bei Goffman, anders als bei Simmel, in dessen Werk sich historische und formale, akteursbezogene und soziostrukturelle Gesichtspunkte treffen. [...] In allen Situationen, die Goffman als Beispiele bringt, wird die Psyche und der Körper der Akteure involviert. Die Art und Weise aber, in der der Körper in die Interaktion eingebracht wird, wird von Goffman nicht als historisch veränderlich angesehen"[99].

Tatsächlich hat Goffman an vielen Stellen seiner Publikationen selbst auf die Begrenztheit seines Blickwinkels verwiesen und er war sich auch über die Grenzen seines Modells keineswegs im Unklaren. Mehrfach verweist er in seinen Ausführungen darauf, daß seine Interessen nur punktueller Natur sind – der von Kuzmics verwendete Terminus von der "Soziologie der Gelegenheiten" stammt im übrigen von Goffman selbst[100] – und sein Hauptanliegen ausschließlich in der Analyse von "alltäglichen Verhaltensweisen" und "zeitlich begrenzten Interaktionen" in der "modernen amerikanischen Mittelschicht" liegt[101]. Ihm ging es keineswegs darum ein umfassendes soziologisches Theoriegebäude zu entwikkeln, noch darum, ein abgeschlossenes Modell sozialen Handelns zu erstellen – beides Vorhaben, die die Soziologie seiner Meinung nach bis zum jetzigen Zeitpunkt noch gar nicht zu leisten in der Lage ist. So wird in diesem Zusammenhang auch von Karl Lenz (1991) festgestellt:

> "Für [...] große Theorien hält Goffman – zumindest in der Gegenwart – die Soziologie noch nicht für reif. Die vordringliche Aufgabe, die sich dem Fach stellt, ist die Entwicklung soziologischer Konzepte, die dann in einem nächsten Schritt in einen konzeptuellen Bezugsrahmen niedriger Ordnung integriert

---

[96] Gouldner, Alvin: Die westliche Soziologie in der Krise. Rowohlt, Reinbek: 1974, S.461.
[97] Gouldner, 1974, S.453.
[98] Sennett, 1983, S.51.
[99] Kuzmics, Helmut: Verlegenheit und Zivilisation. Zu einigen Gemeinsamkeiten und Unterschieden im Werk von E.Goffman und N.Elias. In: Soziale Welt, 37, 1986, S.465-486; hier: S.469 bzw.471.
[100] Goffman, 1971a, S.8.
[101] Goffman, 1974, S.16f.

> werden können. [...] Es ging Goffman (noch) nicht darum, eine Systematik der Begrifflichkeit zu entwickeln, sondern erste Einblicke in das Forschungsfeld zu vermitteln und das Forschungsfeld und dessen Eigenständigkeit auszuloten"[102].

Dennoch sind auch mit dieser Erwiderung die Vorwürfe an Goffmans Ansatz inhaltlich kaum entkräftigt. Es ergibt sich deshalb für die soziologische Arbeit mit seinem Modell nur die Möglichkeit, den Versuch zu unternehmen, die Goffman'schen Mankos von der Anlage her methodisch zu berücksichtigen bzw. miteinzubeziehen. Somit sind auch die oben angeführten Kritikpunkte für unsere bisherige und weitergehende Argumentation in zweifacher Hinsicht von entscheidender Bedeutung.
Zunächst wurde Goffmans Ansatz für unsere bisherige Vorgehensweise bewußt nicht als singulärer Ausgangspunkt gewählt, sondern stellt lediglich das Instrumentarium für die Bearbeitung einer von drei soziologischen Betrachtungsebenen bereit. Die notwendige historische Perspektive auf den gesellschaftlichen Umgang mit dem Olfaktorischen wurde bereits auf der ersten, der sozio-historischen Ebene, geleistet. Erst an diese Betrachtung schloß sich die Frage nach den Auswirkungen des sozio-historischen Zivilisationsprozesses und den damit verbundenen Formungen des Olfaktorischen auf den alltäglichen Umgang mit den Gerüchen und auf die soziale Interaktion von Individuen in der modernen Gesellschaft an, deren Beantwortung unter Zuhilfenahme eines Teils des Goffman'schen Begriffsinstrumentariums aus der interaction order versucht wurde.
Ist mit dieser historischen Rahmung der Gerüche der 'Ahistorizität' von Goffmans Ansatz zumindest für unser Thema ein Stück weit entgegengewirkt und wurde ein Licht auf die historische Verankerung der von ihm analysierten aktuellen Verhaltensnormen und Standards geworfen, verbleibt immer noch der berechtigte Kritikpunkt, daß Goffman nur einen partiellen Sektor der Gesellschaft – eben die bürgerliche amerikanische Mittelschicht – zur Untersuchung heranzieht[103].
Bislang noch ungeklärt ist deshalb auch die Frage nach der sozial-strukturellen Ausprägung des Geruchs: Gibt es soziale Gruppen, die sich aufgrund ihrer gesellschaftlichen Position an anderen Normen und Standards für das Olfaktorische orientieren? Differiert das Ausmaß und die Techniken von Desodorisierungs- und Reodorisierungsmaßnahmen auch sozialstrukturell? Das heißt, nochmals rückübertragen auf Goffmans Terminologie: Lassen sich neben den aufs Individuum bezogenen räumlichen Territorien noch weitere, dieses Mal aber innerkulturelle, d.h. sozial-topologische Territorien für den Umgang mit den Gerüchen ausmachen?
Für unser weiteres Verfahren ist es deshalb von Bedeutung, wieder 'makroperspektivisch' einen größeren Teil der Gesellschaft ins Visier zu nehmen, um ein Licht auf diese bislang noch im Dunklen liegende Seite des Geruchs zu werfen – nämlich nach den alters-, bildungs-, und einkommensrelevanten Faktoren für den Umgang mit den Gerüchen in der modernen Gesellschaft zu fragen – und damit insgesamt den soziologischen Blick auf den Geruch auszudehnen und letztlich zu vervollständigen.

---

[102] Lenz, Karl: Goffman – Werk und Rezeption. In: Hettlage, Robert/Lenz, Karl (Hrsg.): Erving Goffman – Ein soziologischer Klassiker der zweiten Generation. Haupt. Bern/Stuttgart: 1991, S.25-93; hier: S.55.
[103] Daß Goffman zumindest anfänglich auch an sozial-strukturellen Aspekten und deren Auswirkungen auf das Verhalten und die soziale Interaktion interessiert war, belegt sein früher Aufsatz "Symbols of Class Status". In: British Journal of Sociology, 1951, 2, 4, 294-304.

IX. Die sozial-strukturelle Dimension – Zeitdiagnose, Sozialstrukturanalyse und Geruchskultur

> *"Die Gesellschaft ist nur möglich, wenn die Individuen und die Dinge, die sie zusammensetzen, in verschiedenen Gruppen aufgeteilt, d.h. klassifiziert sind, und wenn diese Gruppen selbst in bezug aufeinander, in Klassen eingeteilt sind. Die Gesellschaft setzt also eine bewußte Organisation ihrer selbst voraus, die nichts anderes ist als eine Klassifizierung".*
> Emile Durkheim: Die elementaren Formen des religiösen Lebens, S.592.

Nach der Betrachtung der sozio-historischen Wandlungen im gesellschaftlichen Umgang mit den Gerüchen und dem Blick auf die Bedeutung des Olfaktorischen in der sozialen Alltagsinteraktion hat das vorliegende Kapitel, die letzte der von mir unterschiedenen soziologischen Dimensionen des Geruchs zum Gegenstand: die *sozial-strukturellen Ebene*. An dieser Stelle jedoch schon von einer sich klar abzeichnenden oder gar deutlich erkennbaren, dritten soziologischen Dimension oder Analyseebene zu sprechen ist bei weitem verfrüht. Die Ausgangsbasis für diesen Zugang zum Olfaktorischen ist noch nicht einmal schemenhaft auszumachen, sondern muß vielmehr erst von Grund auf geschaffen werden. Dies macht es auch notwendig, daß wir uns zunächst sehr weit von den Gerüchen entfernen müssen, bis wir schließlich zu Beginn des zweiten Abschnitts – zumindest in Spurenelementen – wieder auf sie treffen und ihre Fährte erneut aufnehmen und weiterverfolgen können.

Das Hauptanliegen des ersten Kapitels besteht darin, aufzuzeigen, wie – vor dem Hintergrund des sozialen Wandels und sich dementsprechend verändernder, zeitdiagnostischer Perspektiven auf die Gesellschaft – immer wieder andere Variablen und Variablenkombinationen zur Messung sozialer Unterschiede bzw. zur Bildung und zur Beschreibung verschiedener Gesellschaftssegmente herangezogen werden, und wie – mit den neueren und aktuellen Zeit- und Gesellschaftsdiagnosen – Theorien entwickelt werden, in denen auch die kulturellen, symbolischen und expressiven Aspekte sozialer Stratifikation als Indikatoren Berücksichtigung finden. Die Suche nach den sozial-strukturellen Unterschieden in der Sichtweise, in der Bewertung und im praktischen Umgang mit dem Geruch muß sich in diese Theorie- und Modelldiskussion integrieren bzw. auf diese aufbauen. Den Ausgangspunkt der Ausführungen bilden deshalb die frühen bzw. die traditionellen Theorien und Modelle zur Erforschung sozialer Ungleichheit und zur Sozialstrukturanalyse. Ihrer Darstellung und Diskussion sind die ersten beiden Abschnitte (1.1 und 1.2) gewidmet. Daran schließt sich eine Darlegung der theoretischen Hintergrundannahmen für die aktuelle soziologische Gesellschaftsdiagnose an. Auf diese Annahmen aufbauend und aus der Kritik an den traditionellen Ungleichheitstheorien und -modellen, entwickelte sich die sogenannte Lebensstilsoziologie (1.3). Drei der in der jüngsten Vergangenheit sehr kontrovers diskutierte Ansätze hat der abschließende Abschnitt (1.4) zum Gegenstand.
Das zweite Kapitel sucht nach Ansätzen zur Lokalisierung des Olfaktorischen im sozialen Raum. Es stellt sich die Frage, ob eine Verbindung oder ein Verhältnis zwischen dem Geschmack, den Gerüchen und der sozialen Stratifikation der Gesellschaft angenommen werden kann. Zunächst wird in den von uns behandelten Theorien zur Sozialstrukturanalyse ge-

sucht nach diesbezüglichen Hinweisen gesucht (2.1). Schließlich wird eine Verdichtung der zentralen Argumente aus den bisher besprochenen Analyseebenen vorgenommen, um so in Richtung des eigentlichen soziologischen Bedeutungkerns des Olfaktorischen vorzudringen und um auf diesem Weg zur eigentlichen Fragestellung und der Untersuchung zu gelangen
Diese Auseinandersetzung und Hinleitung bildet die Grundlage, für die im dritten Kapitel vorzunehmende empirische Untersuchung. Zuerst wird der Untersuchungsgegenstand mit seinen Besonderheiten vorgestellt (3.1) und das zur Auswertung anstehende quantitative und qualitative Datensammlungen beschrieben (3.2). Die Analyse der beiden Datensamples verfolgt das Ziel zur Aufdeckung und Beschreibung eines Teilbereichs des aktuellen gesellschaftlich-olfaktorischen Diskurses beizutragen. Hierzu wird der Versuch unternommen eine Typologie respektive eine Typisierung des gesellschaftlichen Umgangs mit dem Geruch zu erstellen, nicht zuletzt mit der Intention, auf diesem Weg auch zur Beschreibung von Geschmacks- bzw. Geruchsstilen und vielleicht sogar von gesellschaftlichen 'Geruchsmilieus' zu gelangen (3.3).

1. Entwicklung und Stand der Theorien zur Sozialstrukturanalyse

1.1 Der Übergang zur Moderne – Zeitdiagnose und frühe Modelle sozialer Ungleichheit

> *"Die individualistische Gesellschaft mit ihren heterogenen Interessen, mit ihren unversöhnten Tendenzen, ihren unzählige Male begonnenen und – weil nur von einzelnen getragenen – ebensooft unterbrochenen Entwicklungsreihen: eine solche Gesellschaft bietet dem Geiste ein unruhiges, sozusagen unebenes Bild, ihre Wahrnehmung erfordert fortwährend neue Innovationen, ihr Verständnis neue Anstrengung".*
> Georg Simmel: Soziologische Ästhetik, S.170f.

Zeitdiagnose, Gesellschaftstheorie und Sozialstrukturanalyse wurden in den Theorien der soziologischen Klassiker noch nicht so scharf unterschieden. Die Phänomene des gesellschaftlichen Entwicklungsprozesses, die analytischen Strukturprinzipien und die theoretischen Deutungsmuster wurden vielmehr zusammen erfaßt und müssen deshalb heute in ihrer Komplexität, in erster Linie aber vor dem spezifischen historischen Hintergrund ihrer Entstehung gelesen werden.
Zu Beginn des 19. Jahrhunderts charakterisierte Saint-Simon die damals tendenziell sich abzeichnende Gesellschaft der Zukunft als 'Industriegesellschaft'. Als wesentliches Merkmal dieser neuen Gesellschaftsform betrachtete er die industrielle Produktionsweise, die für ihn aber nicht nur technisch-ökonomische Veränderungen ('Industrialisierung', 'industrielle Revolution') mit sich brachte, sondern einen umfassenden sozialen Wandel in vielen anderen Bereichen der Gesellschaft bedeutete, d.h. soziale, kulturelle und politische Veränderungen und damit auch neue soziale Ungleichheiten bewirkte[1].

[1] Vgl. Geißler, Rainer: Die Sozialstruktur Deutschlands. Westdeutscher Verlag, Opladen: 1992, S.16f.

In der Soziologie entwickelten sich zur Sozialstrukturanalyse dieser modernen, 'nachfeudalen' Gesellschaften zwei zentrale Modelle. Stellvertretend für diese beiden Konzepte stehen mit Karl Marx und Max Weber zwei Klassiker und zugleich Antipoden der Theorie sozialer Ungleichheit[2]. Auf ihren Überlegungen baut die spätere, 'traditionelle' Soziologie der sozialen Ungleichheit mit ihren Klassen- bzw. Schichtungsmodellen im wesentlichen auf. Nur vor ihrem Hintergrund lassen sich die heutigen Theorien zur sozialen Stratifizierung entsprechend einordnen und verstehen; deshalb sollen die Ansätze von Marx und Weber nachfolgend etwas eingehender betrachtet werden.

Die Zielsetzung von Marx' Ansatz läßt sich grob unter zwei Gesichtspunkten fassen: Erstens, die generelle Gesetzmäßigkeit für die Entwicklung kapitalistischer Gesellschaften zu erfassen und zweitens, die historisch konkrete Situation der jeweiligen Klassenverhältnisse offenzulegen. An erster Stelle steht bei ihm deshalb die Analyse von Entwicklungsgesetzen, die in kapitalistischen Gesellschaften zu ungleichen Einflußchancen und Lebensbedingungen führen. Seiner Ansicht nach sind es die ökonomischen Verhältnisse, die die Haupttriebkraft der gesellschaftlichen Entwicklung darstellen und die somit den Ausgangspunkt für die sozialwissenschaftliche Gesellschaftsanalyse bilden müssen. Soziale Ungleichheit in der kapitalistischen Gesellschaft basiert für Marx einzig auf ökonomischer Ungleichheit, die wiederum aus der ungleichen Verteilung von Privateigentum an Produktionsmitteln resultiert. Die verschiedenen sozialen Lager haben sich in der bisherigen Geschichte der kapitalistischen Gesellschaften quasi mit naturnotwendiger Gesetzlichkeit herausgebildet. Dies führt zur Konstitution zweier sozialer Gruppierungen (*Klassen*) mit jeweils eigenständigen, antagonistischen Lebensformen, Denkungsarten (*Klassenbewußtsein*) und polit-ökonomischen Interessenslagen: der *Bourgeoisie* (Grund- und Kapitaleigentümer) auf der einen, und dem *Proletariat* (Lohnabhängige) auf der anderen Seite. Dieses Klassenmodell wurde für Marx zu *der* soziologischen Grundkategorie: Jegliche Zwischenschichten oder historisch überkommenen Gruppierungen gehen in diesem rein dichotomen Konzept auf.
Die ungleiche Verteilung der Produktionsmittel ist bei Marx die Quelle von Unglück, Unterdrückung und sozialer Ungleichheit: Während die Besitzenden das politische, wirtschaftliche und religiöse Leben kontrollieren, sind die Arbeiter in jeder Hinsicht unterprivilegiert. Sie finden ihr Recht auf Selbsterhaltung durch Arbeit und Entfaltung all ihrer persönlichen Fähigkeiten nur zum Teil, in der Regel aber gar nicht verwirklicht: Die Charakteristika der proletarischen Klassenlage beschreibt Marx mit den Vokabeln Verelendung, Entfremdung und politische Unterdrückung. Diese beiden Klassen stehen sich von nun an in der kapitalistischen Gesellschaft diametral gegenüber; ihre Entstehungs- und Entwicklungsgeschichte ist zugleich die Geschichte von Klassenkämpfen.
Entscheidend ist nun, daß sich für Marx allein aus der Stellung der Individuen im Produktionsprozeß bzw. aus ihrer Beziehung zu den Produktionsmitteln bessere oder schlechtere Lebenslagen sowie spezifische Bewußtseinsformen und politische Bewegungen ergeben. Die Klassenzugehörigkeit der einzelnen Gesellschaftsmitglieder und die Lebenschancen, die bestimmte Bevölkerungskreise im Vergleich zu denen anderer in der Gesellschaft haben, sind durch ihre Stellung zu den Produktionsmitteln eindeutig bestimmt. Diese eindimensionale Thematisierung der sozialen Ungleichheit als ökonomischer Ungleichheit diente Marx zur eindeutigen Bestimmung der Klassenfronten; andere Dimensionen – wie etwa Sozialprestige oder Bildung – bleiben ausgespart; sie würden die Eindeutigkeit der von ihm konstatierten Klassenfronten relativieren.
Endpunkt der gesetzmäßig verlaufenden, historischen Entwicklung ist die Auflösung der antagonistischen Klassengegensätze über die Vergesellschaftung der Produktionsmittel – die

[2] Vgl. Geißler, 1992, S.23.

klassenlose Gesellschaft. In der kapitalistischen Gesellschaft ist einzig das Proletariat durch solidarisches Handeln in der Lage, dieses politische Ziel zu verwirklichen, das das gesamte gesellschaftliche Leben in positiver Hinsicht verändern und die soziale Ungleichheit auflösen wird. Während die Kapitalistenklasse in immer schwerwiegendere ökonomische Krisen gerät und zum politischen Handeln unfähig ist, stellt die Arbeiterklasse das revolutionäre und evolutionäre Subjekt in der Gesellschaft dar[3].

Max Weber wandte sich gegen den ökonomischen Determinismus bzw. die Eindimensionalität der Marx'schen Klassenkonzeption. Er vertrat nicht die Ansicht, daß sich die gesellschaftliche Schichtung nach dem einzigen Kriterium – Besitz bzw. Nicht-Besitz an Produktionsmitteln – ordnen läßt und daß die von Marx mit dem Klassenbegriff verbundenen Erscheinungen in der Realität keineswegs immer zusammentreffen müssen. Weber war vielmehr der Überzeugung, daß die von Marx angeführten Faktoren bzw. ein derartiger historischer Verlauf zwar unter bestimmten Voraussetzungen theoretisch möglich, aber keineswegs zwingend notwendig sei. Die Lebensweise, die Denkart, das Ansehen und die politische Aktivität der Gesellschaftsmitglieder sind seiner Meinung nach nicht einzig aus ihrer Stellung im Produktionsprozeß ableitbar. Für Weber folgt daraus die 'Aufhebung' des eindimensionalen, rein dichotomen Marx'schen Klassenbegriffs in ein differenzierteres Begriffsschema, das zur Bestimmung der sozialen Stratifizierungen die Unterscheidung von drei Dimensionen beinhaltet: ökonomische, soziale und politische Ungleichheit. Außerdem verortete er innerhalb jeder dieser Bereiche – die er mit den Begriffen *Klassen*, *Stände* und *Parteien* zu erklären versucht – nicht nur zwei, sondern sehr viel mehr Gruppierungen.

Ebenso wie bei Marx werden bei Weber *Klassen* durch ökonomische Faktoren bestimmt und drücken sich in bestimmenden Lebenslagen aus. Es sind Gruppierungen von Individuen, die aufgrund ihres Besitzes bzw. ihrer spezifischen Leistungen auf dem freien Markt kapitalistischer Gesellschaften ungefähr die gleichen materiellen Lebenschancen haben:

> "Wir wollen da von einer »Klasse« reden, wo 1. einer Mehrzahl von Menschen eine spezifisch ursächliche Komponente ihrer Lebenschancen gemeinsam ist, soweit 2. diese Komponente lediglich durch ökonomische Güterbesitz- und Erwerbsinteressen und zwar 3. unter den Bedingungen des (Güter- oder Arbeits-) Markts dargestellt wird (»Klassenlage«)"[4].

Neben der Unterscheidung von *Besitzklassen* und *Erwerbsklassen*, die der Marx'schen Dichotomie von Bourgeoisie und Proletariat noch relativ nahe kommt, betont Weber jedoch, daß sowohl die Klasse der Besitzenden wie die der mehr oder minder Besitzlosen in sich weiter ausdifferenziert sein können:

> "Immer aber ist für den Klassenbegriff gemeinsam: daß die Art der Chance auf dem Markt diejenige Instanz ist, welche die gemeinsame Bedingung des Schicksals der Einzelnen darstellt. »Klassenlage« ist in diesem Sinn letztlich »Marktlage«"[5].

Da "die Verfügungsgewalt über jede Art von Genußgütern, Beschaffungsmitteln, Vermögen, Erwerbsmitteln, Leistungsqualifikation je eine besondere Klassenlage"[6] begründet, läßt

---

[3] Vgl. die Darstellung in: Bolte, Karl Martin/Hradil, Stefan: Soziale Ungleichheit in der Bundesrepublik Deutschland. Leske und Budrich, Opladen: 1984, S.37ff. Geißler, 1992, S.23ff.

[4] Weber, Max: Machtverteilung innerhalb der Gemeinschaft: Klassen, Stände, Parteien. In: ders.: Wirtschaft und Gesellschaft. Grundriss der verstehenden Soziologie. 5. Aufl. Mohr, Tübingen: 1985, S.531-540; hier: S.531.

[5] Weber, 1985, S.532.

[6] Weber, 1985, S.177.

sich aus Webers Sicht eine Vielzahl von Besitz- und Erwerbsklassen unterscheiden, die sich aber wiederum unter dem Begriff der *sozialen Klasse* bündeln lassen: "Soziale Klasse soll die Gesamtheit derjenigen Klassenlagen heißen, zwischen denen ein Wechsel a) persönlich, b) in der Generationenfolge leicht möglich ist und typisch stattzufinden pflegt"[7]. Für die deutsche Gesellschaft seiner Zeit erkannte Weber vier Ebenen der sozialen Klassenbildung, die er durch deutliche Barrieren voneinander getrennt sieht: a) die Arbeiterschaft als Ganzes, b) das Kleinbürgertum, c) die besitzlose Intelligenz und Fachgeschultheit, sowie d) die Klassen der Besitzenden und durch Bildung Privilegierten[8]. Soziale Großgruppierung dieser Art können also – wie es auch Marx annahm – aus gemeinsamen Klassenlagen und -interessen entstehen, sie sind aber nicht eindeutig nur aus der ökonomischen Klassenlage ableitbar. Ihr Zustandekommen kann auch ganz anders begründet werden, nämlich z.B. über kulturell-intellektuelle Bedingungen und die Transparenz der Klassenverhältnisse. Die Interessen und die Bestrebungen innerhalb einer Klasse können also durchaus unterschiedlich oder sogar gegensätzlich sein. Somit sieht Weber auch die Entstehung von einheitlichen Bewußtseins- und Lebensformen nicht als notwendige Konsequenz aus der gemeinsamen Klassenlage, ebenso wie er keinen Grund für die Polarisierung der Klassen noch für die von Marx konstatierte Unausweichlichkeit einer proletarischen Revolution erkennen kann.

Um zu verdeutlichen, daß sich Ungleichheiten in der Gesellschaft nicht allein auf Marktungleichgewichte zurückführen lassen, definierte Weber unabhängig vom Begriff der Klassen den Begriff der *Stände*:

> "Stände sind, im Gegensatz zu den Klassen, normalerweise Gemeinschaften, wenn auch oft solche von amorpher Art. Im Gegensatz zur rein ökonomisch bestimmten »Klassenlage« wollen wir als »ständische Lage« bezeichnen jede typische Komponente des Lebensschicksals von Menschen, welche durch eine spezifische positive oder negative, soziale Einschätzung der »Ehre« bedingt ist, die sich an irgendeine gemeinsame Eigenschaft vieler knüpft"[9].

Mit dem *Stand* verknüpft ist also die "Ehre", d.h. das 'Prestige' bzw. der 'soziale Status', den ein einzelner oder eine Gruppe in der Gesellschaft einnimmt. Für Weber geschieht die Anerkennung der Zugehörigkeit zu einem bestimmten Stand auf der Grundlage 'äußerlicher' Merkmale, wie adelige Geburt, Hautfarbe, akademischer Grad, Zugehörigkeit zu einem bestimmten Gewerbe usw., die entweder Diskriminierungen oder soziale Anerkennung nach sich ziehen. Die Grundlage für die ständische Differenzierung ist die gemeinsame Einschätzung durch andere, das Aufzeigen einer spezifisch gearteten Lebensführung, ein gemeinsamer Lebensstil und somit eine gewisse 'kulturelle' Abschottung gegenüber anderen Gruppierungen: Es gibt einen bestimmten Verkehrskreis, einen besonderen Heiratskreis, eine spezifische Standesehre, bestimmte Traditionen und Kleiderordnungen, Erziehungsformen und Prinzipien des Güterkonsums, das Recht auf bestimmte Berufe usw. – diese machen Angehörige des einen Standes gegenüber anderen erkennbar und abgrenzbar. Damit sind für Weber Klassen und Stände prinzipiell eigenständige Gebilde, denn der primär durch soziale Attribute geprägte Ständebegriff liegt explizit außerhalb der ökonomischen Sphäre:

> "»Klassen« gliedern sich nach den Beziehungen zur Produktion und zum Erwerb der Güter, »Stände« nach den Prinzipien ihres Güterkonsums in Gestalt spezifischer Arten von »Lebensführung«"[10].

---

[7] Weber, 1985, S.177.
[8] Weber, 1985, S.179.
[9] Weber, 1985, S.534.
[10] Weber, 1985, S.538.

Somit können die Angehörigen eines Standes durchaus unterschiedlichen Klassenlagen zugeordnet werden. Dieser Weber'sche Ständebegriff wurde – zusammen mit Theodor Geigers Modell (s.u.) – zum Ausgangspunkt späterer Schichtungsmodelle, die vor allem in den 40er Jahren in den USA und nach dem zweiten Weltkrieg in Europa entstanden.

Die dritte Ungleichheitsdimension erfaßt Weber schließlich mit dem Begriff der *Parteien*. Da Weber keinen notwendigen Zusammenhang zwischen Klassen bzw. Ständen und politischen Aktionsmöglichkeiten und Organisationsformen sah, wird diese definitorische Abtrennung zwingend:

> "Während die »Klassen« in der »Wirtschaftsordnung«, die »Stände« in der »sozialen Ordnung« [...], ihre eigentliche Heimat haben und von hier aus einander gegenseitig sowie die Rechtsordnung beeinflussen und wiederum durch diese beeinflußt werden, sind »Parteien« primär in der Sphäre der Macht zu Hause"[11].

Auch in den Parteien bilden sich in unterschiedlicher Gestalt – z.B. in Form von Interessensgruppen oder demokratischen Massenparteien – Gruppierungen heraus, die letztlich über den Faktor 'Macht' eine Ungleichheit der Lebenschancen bewirken. Die Parteien sind wesentlich damit befaßt, Entscheidungsprozesse innerhalb eines bestimmten Rahmens menschlichen Zusammenlebens zu beeinflussen, d.h. ihre spezifischen materiellen oder ideellen Ziele programmatisch zu verwirklichen.

Mit diesen beiden Ansätzen sind die Ausgangspunkte der soziologischen Sozialstrukturanalyse grob skizziert. Während Marx das Klassenkonzept bereits Mitte des 19. Jahrhunderts zu einer soziologischen Grundkategorie erhob, wurde das Schichtkonzept erst in der kritischen Auseinandersetzung mit Marx von Theodor Geiger in den dreißiger Jahren zum soziologischen Grundbegriff.
Geigers Untersuchung über "Die soziale Schichtung des deutschen Volkes" (1932) ist der erste bedeutende Versuch eines Soziologen, die Ungleichheit in der Gesellschaft systematisch darzustellen. So unterscheidet für Geigers Modell die deutsche Gesellschaft seiner Zeit zunächst drei Bevölkerungsgruppen ("Rohgliederung"), die sich in ihrem Verhältnis zu den Produktionsmitteln, ihrer Stellung im Produktionsprozeß und in ihrer wirtschaftlichen Lage voneinander unterscheiden (kapitalistische, mittlere und proletarische Lage). Diese Lagen versteht er als soziale Orte, an denen sich die "Verbindung von Mentalitätszügen zu komplexen Typen des sozialen Habitus"[12] nachweisen läßt. Solche sozialen Gruppierungen mit ihrer "typischen Mentalität" bezeichnet er als *soziale Schichten*, in deren Auffindung er das letztendliche Ziel der Sozialstrukturanalyse sieht. Geiger versuchte nun die Mentalitäten dieser einzelnen Gruppen in seinem Ansatz zu berücksichtigen; ihm fehlten aber die Möglichkeiten zu ihrer exakten Analyse und Beschreibung, und er nahm zur weiteren Differenzierung ("Tiefengliederung") zusätzliche Einkommens- und Berufskriterien hinzu. Für die Weimarer Republik gelangte er somit schließlich zu einem Fünf-Schichten-Modell (Kapitalisten, Alter Mittelstand, Neuer Mittelstand, Proletaroide, Proletariat), das mit seiner definierten Art und Anzahl gesellschaftlicher Schichten für die Entwicklung späterer Modelle richtungsweisend wurde.

---

[11] Weber, 1985, S.539.
[12] Geiger, Theodor: Die soziale Schichtung des deutschen Volkes. Enke, Stuttgart: 1987 (1932), S.13.

1.2 Klassen und Schichten – Zur Entwicklung der Modelle traditioneller Sozialstrukturanalyse

Veranschaulicht man sich aus heutiger Sicht die Entwicklung und die Auseinandersetzung um die Frage adäquater Modelle zur Erklärung sozialer Ungleichheit in der Zeitspanne vom Nachkriegsdeutschland bis in die Mitte der 80er Jahre, bietet sich dem Betrachter ein äußerst heterogenes und schwer überschaubares Bild, das Rainer Geißler (1992) zu folgender Aussage veranlaßte:

> "Die komplexe und sich wandelnde Struktur der sozialen Ungleichheit hat dazu geführt, daß eine Vielzahl von unterschiedlichen Verwendungen dieser Begriffe (gemeint sind die Begriffe von Klasse und Schicht, Anm. J.R.) existiert, die nicht nur den Laien und Studenten, sondern auch den Experten verwirrt"[13].

Einerseits findet man so in der Literatur die Betonung der Nähe und Ähnlichkeit von Schichtungs- und Klassenmodellen, andererseits aber auch Feststellungen über deren Unterschiede und Unvereinbarkeit. Allgemein legt diese Tatsache die Interpretation nahe, daß sich darin eine Unzufriedenheit ausdrückt, die letztlich auf den Vorwurf der Inadäquanz solcher Modelle für die zeitgenössische soziologische Analyse hinausläuft. Diese von Kontroversen und Disparitäten gekennzeichnete Entwicklung soll im folgenden überblickshaft nachgezeichnet werden.
Mit Janowitz (1958), Mayntz (1958), Moore/Kleining (1960), Bolte (1963) Scheuch (1965) und Dahrendorf (1965)[14] entstanden in der Nachkriegszeit Schichtungsmodelle, die sich noch primär an Webers Ständebegriff, d.h. an der Prestigedifferenzierung, und an Geigers Konzept "typischer Mentalitäten" anschlossen. Diese überwiegend noch auf nichtökonomische Aspekte sozialer Ungleichheit ausgerichteten Ansätze mit ihrem Bemühen, in Abgrenzung zu ökonomischen Momenten die sozio-kulturellen Formen der Ungleichheit zu erfassen, gerieten aber mit dem im Laufe der 60er Jahre wachsenden Wohlstand zunehmend in die Kritik. Wiederum war es der Vorwurf der 'Eindimensionalität', der an die Modelle herangetragen wurde: War das Schichtkonzept ursprünglich daraufhin angelegt, nur das soziale Prestige und die Denk- und Verhaltensweisen von Menschen zu eruieren, galt nun vermehrt die Überzeugung, daß die Berufsstruktur in Industriegesellschaften das eigentliche Kriterium für das bestehende Ungleichheitsgefüge darstellte. Obwohl mit der Forderung nach 'mehrdimensionalen' Schichtmodellen der Versuch verbunden war, ökonomische, kulturelle und politische Aspekte gemeinsam zu erfassen, spielten die ökonomischen Gesichtspunkte eine immer bedeutendere Rolle. Somit veränderten sich in den 60er Jahren auch die Vorstellungen von sozialer Schichtung. Als Schichten wurden immer häufiger Bevölkerungsgruppen bezeichnet, die auch unabhängig von Lebensstil, innerer Haltung und der Einschätzung durch ihre Mitmenschen, aufgrund ihrer 'äußeren Lage', ihrer 'Soziallage', d.h je-

---

[13] Geißler, 1992, S.61.

[14] Janowitz, Morris: Soziale Schichtung und Mobilität in Westdeutschland. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. 10. Jahrgang, 1958, S.1-37. Mayntz, Renate: Soziale Schichtung und sozialer Wandel in einer Industriegemeinde. Eine soziologische Untersuchung der Stadt Euskirchen. Stuttgart: 1958. Moore, Harriet/Kleining, Gerhard: Das soziale Selbstbild der Gesellschaftsschichten in Deutschland. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. 12. Jahrgang, Nr.1, S.86-119. Bolte, Karl-Martin: Typen sozialer Schichtung in der Bundesrepublik Deutschland. In: Hamburger Jahrbuch für Wirtschafts- und Gesellschaftspolitik. 8. Jahrgang, Tübingen: 1963, S.150-165. Scheuch, Erwin K.: Sozialprestige und soziale Schichtung. In: Glass, D.V./König, R.: Soziale Schichtung und Mobilität. Sonderband der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Band 5, 1965, S.65-103. Dahrendorf, Ralf: Gesellschaft und Demokratie in Deutschland. Piper, München: 1965.

ner 'objektiv' bestimmbaren Vor- und Nachteile, die mit dem Beruf in Verbindung stehen, als in der Gesellschaft besser oder schlechter gestellt eingestuft werden konnten: Einkommen, Berufsprestige und Qualifikation. Diese "Ökonomisierung des Schichtkonzepts"[15] erleichterte nicht nur die empirische Vorgehensweise, die Messung von Individuen und ihre Zuordnung zu bestimmten Schichten, es erlaubte auch die 'kausal-deterministische' Verbindung zwischen Schichtzugehörigkeit und schichtspezifischen bzw. -typischen Merkmalen (Sozialisationsformen, Sprachcodes, politische Einstellung und Partizipation, Mobilität, abweichendes Verhalten etc.). Es wurde versucht, die Gesamtbevölkerung so zu gliedern, daß Gruppierungen mit ähnlicher Soziallage, schichtspezifischen Merkmalen und Lebenschancen entstanden. Die Modelle unterscheiden sich u.a. darin, welche und wieviele Merkmale zur Bestimmung der Gruppierungen berücksichtigt wurden, wieviele Schichten unterschieden und wo die Schichtgrenzen gezogen wurden. Zu den bekanntesten Schichtungsmodellen dieser Zeit gehören das sogenannte 'Haus-Modell' von Dahrendorf (1965) und das 'Zwiebel-Modell' von Bolte et al. (1967)[16]. Zwar waren diese Modelle über ihre Kerndimensionen (Einkommen, Qualifikation, Berufsprestige) vom Anspruch her mehrdimensional angelegt und sahen theoretisch die Möglichkeit von Statusinkonsistenzen vor, unterstellt wurde aber Statuskonsistenz, d.h. der Normalfall der Parallelität zwischen diesen drei Dimensionen und dem schichtspezifischen Lebensformen bzw. Verhalten[17]. Deshalb hält auch Hradil (1990) resümierend fest:

> "Mit Schichtungsgesellschaft ist also seit den 60er Jahren bis heute ein im Grunde »eindimensionales« Höher und Tiefer verschiedenartiger Gratifikationen und Ressourcen entlang der Berufshierarchie gemeint"[18].

Es ist also festzustellen, daß sich die traditionellen Schichtungsmodelle zunehmend von ihrer ursprünglichen theoretischen Grundlage des Weber'schen Ständebegriffs und Geigers Mentalitäts-Gruppierungen entfernt hatten. Gemeinsam ist den Ansätzen der 'bürgerlichen' Schichtungsforschung dieser Zeit zwar noch das Bemühen um Abgrenzug gegen die marxistische Klassenanalyse; so versuchte etwa noch Dahrendorf – ganz entsprechend dieser Tradition – die Begriffe 'Klasse' und 'Schicht' verschiedenen Wirklichkeitsbereichen zuzuordnen: die Kategorie 'Schicht' sei somit immer ein "deskriptiver Begriff" "zur Beschreibung von hierarchischen Systemen", während 'Klasse' eine Kategorie zur Analyse der "Dynamik von sozialen Konflikten und seiner strukturellen Wurzeln" sei, eine "analytische Kategorie"[19]. Die allmähliche Annäherung der Schichtmodelle an das Klassenkonzept – vorangetrieben nicht zuletzt durch die oben angesprochene 'Ökonomisierung' der Ansätze – war jedoch nicht mehr zu übersehen und in der amerikanischen Soziologie wurden die Begriffe Klasse und Schicht in den 60er Jahren durchaus auch synonym verwendet[20].

---

[15] Hradil, Stefan: Sozialstrukturanalyse in einer fortgeschrittenen Gesellschaft. Leske und Budrich, Opladen: 1987, S.84.

[16] Vgl. Dahrendorf, 1965, S.105f. Bolte, Karl Martin/Kappe, Dieter/Neidhart, Friedhelm: Soziale Schichtung der Bundesrepublik Deutschland. In: Bolte, Karl Martin (Hg.): Deutsche Gesellschaft im Wandel. Leske und Budrich, Opladen 1967, S.233-351; hier: S.316f.

[17] Die statuskonsistente Position der Gesellschaftsmitglieder auf die einzelnen Teildimensionen bedeutet, daß ein bestimmter Bildungsabschluß relativ eindeutig zu einer entsprechenden Berufsposition und damit zu einem entsprechenden Einkommen führt – und dies das ganze (Erwerbs-)Leben lang.

[18] Hradil, Stefan: Individualisdierung, Pluralisierung, Polarisierung: Was ist von den Schichten und Klassen geblieben? In: Hettlage, Robert (Hg.): Die Bundesrepublik. Eine historische Bilanz. Beck, München: 1990, S.111-138; hier: S.115.

[19] Dahrendorf, 1965, zit. nach: Wiehn, Erhard: Ungleichheit unter Menschen, 1975. In: ders.: Gesammelte Schriften zur Soziologie I. Gorre, Konstanz: 1986, S.195-332; hier: S.319.

[20] Vgl. Wiehn, 1986, S.319.

Eine neuerliche und tiefgreifendere Auseinandersetzung mit der Klassentheorie ergab sich vor dem Hintergrund erster Wachstumsschwierigkeiten in der Volkswirtschaft und im Umfeld der 68er-Bewegung vom Ende der 60er bis zur Mitte der 70er Jahre. Es wurde die Frage aufgeworfen, ob die Bundesrepublik noch immer bzw. weiterhin in erster Linie eine Klassengesellschaft im Marx'schen Sinne sei. Als prägende Faktoren für die soziale und politische Struktur galten für die neo-marxistischen Analytiker nach wie vor die Stellung der Menschen zu den Produktionsmitteln und die antagonistischen Klasseninteressen von Lohnarbeit und Kapital. Die Klassenverhältnisse in der Bundesrepublik wurden in zwei groß angelegten empirischen Studien (Projekt Klassenanalyse, 1973; Institut für Marxistische Studien und Forschungen, 1973) dargestellt und mit jeweils drei zu unterscheidenden Klassen beschrieben (Arbeiterklasse, Mittelklassen und Kapitalistenklasse), wobei als Hauptkriterium für die sozialstrukturelle Einordnung einzig die Stellung im Produktionsprozeß galt. Auffällig ist, daß sich die Klassenstudien offensichtlich gezwungen sahen, zwischen die Arbeiterschaft und das Kapital eine "Mittelklasse" zu setzen und damit die vertikale Abstufung – nunmehr fast schon 'schichtähnlich' – weiter auszudifferenzieren.
Die kontroverse Auseinandersetzung um die Strukturtypisierungen 'Klassengesellschaft' und 'Schichtengesellschaft' dominierte die Analyse der Struktur sozialer Ungleichheit und die kritische Gesellschafts- und Zeitdiagnose bis zum Ende der 70er Jahre. Zur Unübersichtlichkeit und Uneinigkeit in den Ansätzen und Begriffsverwendungen gesellte sich mit dem Zweifel an der Leistungsfähigkeit der traditionellen Modelle insgesamt eine zunehmende Unzufriedenheit über den aktuellen Stand und die Möglichkeiten der Forschung. Zwar wurde mit Theodor Geigers Streitschrift "Die Kassengesellschaft im Schmelztiegel" (1949) und Helmut Schelskys These von der "nivellierten Mittelstandsgesellschaft" (1954) bereits in der ersten Nachkriegszeit die Frage aufgeworfen, ob es überhaupt noch sinnvoll sei, die soziale Ungleichheit als Struktur 'realer' sozialer Klassen oder Schichten aufzufassen[21]. Und auch in Dahrendorfs Kritik (1965) wurde schon früh die Unzufriedenheit mit den bisherigen Modellen zur Erklärung sozialer Ungleichheit deutlich, die sich durchaus auch auf spätere Ansätz übertragen läßt: "keines der verschiedenen Schichtmodelle ist im Grunde besser als das andere"; vielmehr sind "alle gleich konstruiert", "analytisch nur mäßig fruchtbar", "deskriptiv beliebig" und "beschreiben die deutsche Gesellschaft der Gegenwart nicht"[22]. Erst gegen Ende der 70er Jahre wurden Versuche unternommen, die Schichtungsforschung und die Klassenanalyse einerseits insgesamt zu überwinden, bzw. andererseits zu ergänzen und zu verfeinern und über eine theoretische Neuorientierung alternative Konzeptionen zur Erforschung sozialer Ungleichheit zu entwerfen.

Zusammenfassend lassen sich – trotz aller Disparitäten und Kontroversen – folgende drei Vorstellungen als gemeinsamer Kern aller Klassen- und Schichtungsbegriffe festhalten[23]:

1. Die Existenz von Klassen- bzw. Soziallagen: Die Gesellschaft läßt sich in verschiedene Gruppen untergliedern, deren Mitglieder sich in jeweils ähnlichen Klassenlagen befinden. Bestimmungsmerkmale zur Identifikation von Klassenlagen sind Ähnlichkeiten in der Stellung zu den Produktionsmitteln, ähnliche Besitz- oder Einkommensverhältnisse, Berufe oder Qualifikationen.
2. Aus der ähnlichen Klassen- oder Soziallage ergibt sich eine klassen- bzw. schichttypische Prägung der Individuen: Das Leben unter ähnlichen Bedingungen läßt die Menschen ähnliche Erfahrungen machen und beeinflußt deshalb ihr Denken, ihre Wertvorstellungen,

[21] Geiger, Theodor: Die Klassengesellschaft im Schmelztiegel. Westdeutscher Verlag, Köln: 1949. Schelsky, Helmut: Die Bedeutung des Schichtbegriffs für die Analyse der gegenwärtigen deutschen Gesellschaft (1954). In: ders.: Auf der Suche nach der Wirklichkeit. Düsseldorf: 1965, S.331-336.
[22] Dahrendorf, Ralf: Gesellschaft und Demokratie in Deutschland. Piper, München: 1965, S.101.
[23] Vgl. Geißler, 1992, S.61f.

Interessen, Verhaltensweisen usw. Für Marx enstand hieraus das "Klassenbewußtsein", für Geiger soziale Gruppierungen mit einer "typischen Mentalität" und in späteren Modellen die Vorstellung von der Herausbildung klassen- bzw. schichtspezifischer Verhaltensweisen und Lebensformen.

3. Aus den unterschiedlichen Klassen- bzw. Soziallagen und den jeweils typischen Prägungen resultieren klassen- bzw. schichttypische Lebenschancen, Zielsetzungen und Motivationen der Menschen.

Die Hauptkritik an den traditionellen Modellen wurde an deren Fixierung auf ökonomische Kriterien zur Klassen- bzw. Schichtzuweisung angebracht. Daraus resultierten vor allem drei weitergehende Kritikpunkte, die gleichzeitig die Basis zur Neuorientierung der soziologischen Ungleichheitsforschung bilden sollten:

1. Von sozialer Ungleichheit zu sprechen, erlaubt es nicht, nur auf die berufsnahen vertikalen Dimensionen sozialer Ungleichheit zwischen männlichen, erwachsenen 'Normalarbeitnehmern' mit den vorherrschenden Positionskriterien Qualifikation, Beruf und Einkommen Bezug zu nehmen. Vielmehr müssen auch horizontale Ungleichheitsdimensionen, d.h. neue, zeitgemäße Indikatoren sozialer Ungleichheit, in die Analyse eingeschlossen werden (Geschlecht, Alter, Generation, Familienverhältnisse, regionale Disparitäten, Wohnumweltbedingungen, Arbeitsbedingungen, Bildungsstand, kulturelle Alltagspraktiken, soziale Beziehungen und Werthaltungen usw.) bzw. Modelle entwickelt werden, die diese neu zu beachtenden, unterschiedlichen Formen von Ungleichheitsbedingungen in mehrdimensionalen Konstruktionen noch weiter auflösen.
2. Der Prognosewert 'deterministischer' Ableitungen des Bewußtseins oder typischer Mentalitäten aus ähnlichen Klassen- oder Soziallagen ist als fragwürdig zu erachten. Die Zugehörigkeit zu bestimmten Erwerbs- oder Einkommensgruppen kann nicht als hinreichende Definition dafür gelten, welche Mentalitäten oder Einstellungen Menschen haben oder haben sollten.
3. Die Klassen- und Schichtmodelle können die sich im Zuge des sozialen Wandels und der gesellschaftlichen Strukturveränderungen ergebenden 'neuen' Dimensionen sozialer Ungleichheiten nicht erfassen. Die Erkenntnis dieser Unzulänglichkeit der Schichten- und Klassenmodelle führt zu einer Zerfaserung in Einzeltheorien (Frauenforschung, Arbeitsmarktforschung, Konsumforschung, Freizeitforschung usw.), die nur zum Teil Ungleichheitsphänomene als Bezugspunkte haben und kein einheitliches Begriffssystem entwikkeln. Weiterhin bleiben eine ganze Reihe objektiv meßbarer Dimensionen unberücksichtigt, wie auch die individuellen Bewertungen bzw. Bewältigungsstrategien der Handelnden in ihnen keinen Platz finden.

1.3 Die soziologische Diagnose der Gegenwart – Zum aktuellen Stand der Diskussion

> *"Es war immer so und es wird immer so sein, daß eindeutige Schichtungsbilder nur eine Tendenz ausdrücken und daß, während die Rudimente gestriger Sozialstruktur in den heutigen absterben, sich schon die Keime der morgigen vorbilden".*
> Theodor Geiger: Die soziale Schichtung des deutschen Volkes, S.127.

Neue Konfliktlinien in der Diskussion um die Struktur der sozialen Ungleichheit in der Bundesrepublik zeichneten sich mit Beginn der 80er Jahre ab. Die Debatte kreiste nun nicht mehr um das Problem Klassengesellschaft oder soziale Schichtung, sondern um die Frage, ob sich die sozialen Klassen oder Schichten allmählich auflösen oder ob sie weiterhin bestehen bleiben[24]. Die Konstatierung des sozialen Wandels bzw. der sozialstrukturellen Veränderungstendenzen und die Suche nach methodischen Weiterentwicklungen zu deren Erfassung gingen dabei eine Synthese ein, indem sie sich vornehmlich auf die Differenz zwischen 'alter' und 'neuer' sozialer Ungleichheit bzw. 'alter' und 'neuer' Sozialstrukturforschung konzentrierten und vor allem benannten, welche strukturellen Veränderungen in den letzten Jahrzehnten stattgefunden haben bzw. immer noch stattfinden.

1.3.1 Strukturwandel und Strukturmerkmale moderner Gesellschaftssysteme

Die Schlagworte, mit denen seit Anfang der 80er Jahre versucht wird, die gesellschaftlichen Veränderungsprozesse zu beschreiben bzw. die sich aus Industriegesellschaft, Kapitalismus und Moderne entwickelnde Gesellschaft begrifflich zu fassen, sind vielfältig und nahezu unüberschaubar. Exemplarisch seien deshalb nur einige wenige, markante und bis in die breite öffentliche Diskussion vorgedrungene Begriffe zur strukturanalytischen Deutung der Gegenwartsgesellschaft genannt: Atomisierung, Polarisierung, Anomisierung, Entstrukturierung, Entstratifizierung, Autonomisierung, Ästhetisierung, Postmoderne, moderne nachindustrielle Gesellschaft, fortgeschrittene Industriegesellschaft, Wohlstandsgesellschaft, Risikogesellschaft, Informationsgesellschaft, Erlebnisgesellschaft u.v.m.
Es ist hier nicht der Ort zu diskutieren, ob und inwieweit mit solchen Diagnosen nur einzelne, bestimmte Entwicklungstrends zu einer allgemeinen Theorie des gesellschaftlichen Wertewandels hochstilisiert werden sollen. Für uns stellt sich vielmehr die Frage: Was sind die grundsätzlichen, diagnostizierten gesellschaftlichen Entwicklungen, mit denen diese Einschätzungen und Begriffsgebungen untermauert werden sollen und die offenbar eine weitgehende Modifikation und Differenzierung der klassischen Ansätze zur Erklärung von sozialer Ungleichheit notwendig erscheinen lassen?
Autorenübergreifend lassen sich hier – konstatiert als Folge rechtlicher, politischer, wirtschaftlicher, kultureller und sozialer Modernisierungsprozesse (Erhöhung des materiellen Lebensstandards, Bildungsexpansion, Ausbau des Wohlfahrtsstaates bzw. des Dienstlei-

[24] Diese Diskussion ist auch Mitte der 90er Jahre noch nicht abgebrochen; vgl. hierzu: Geißler, Rainer: Kein Abschied von Klasse und Schicht. Ideologische Gefahren der deutschen Sozialstrukturanalyse. In : Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Jg.48, Heft 2, 1996, S.319-338.

stungssektors[25]) – im wesentlichen drei solcher Tendenzen erkennen, die das System sozialer Ungleichheit beeinflußt haben:

- Die *Individualisierung* der Bevölkerung – im Sinne einer Erweiterung individueller Kompetenzen, Optionen und der Möglichkeiten zur Selbstbestimmung sowie zur gesellschaftlichen Mitbestimmung.
- Die *Differenzierung* von Lebensformen – als zunehmende Auflösung der konformistischen, alten, sozialen Großgruppierungen in neue Formen der Vergesellschaftung, des vielfältigeren Zusammenlebens und des Gemeinschaftshandelns.
- Die *Entkoppelung* der alltäglichen Lebensführung von den 'typischen' Schemata der Klassenmentalitäten – im Sinne einer Freisetzung aus traditionellen Verbindlichkeiten und einer Loslösung von sozialen Lagen und von für sie typischen Mentalitätsformen.

Aus diesen Entwicklungsvorgängen ergab sich für den wohl populärsten deutschen Vertreter dieser Richtung soziologischer Zeitdiagnose Ulrich Beck eine zentrale Tendenz, die er – im Zusammenhang mit seinen Thesen über die "Risikogesellschaft" – unter dem Überbegriff der *Individualisierung* gesellschaftstheoretisch zu charakterisieren versuchte. Deutlich glaubt Beck (1986) die Anzeichen für ein "Ende der traditionellen Großgruppengesellschaft"[26] erkannt zu haben, womit für ihn zwischen den sozialen Klassen oder den hierarchischen Schichten der Ungleichheitsforschung und der sozialen Wirklichkeit kein Bezug mehr besteht. Zwar gibt es in der aktuellen Gesellschaft noch immer eine ungleiche Verteilung der Ressourcen, was aber seiner Meinung nach nicht mehr als kollektives Klassenschicksal erlebt wird, sondern vielmehr in Verbindung mit einer "klassenzusammen-hangslosen Individualisierung" steht: Unter den veränderten Bedingungen entstehen zunehmend "individualisierte Existenzformen und Existenzlagen, die die Menschen dazu zwingen, sich selbst – um des eigenen materiellen Überlebens willen – zum Zentrum ihrer eigenen Lebensplanung und Lebensführung zu machen. Individualisierung läuft in diesem Sinne auf die Aufhebung der lebensweltlichen Grundlagen eines Denkens in traditionellen Kategorien von Großgruppengesellschaften hinaus – also sozialen Klassen, Ständen oder Schichten"[27]. Eine wichtige Rolle innerhalb Becks Argumentation zur Individualisierung und Diversifizierung von Lebenslagen und Lebensstilen spielt der mit dem "Fahrstuhl-Effekt" umschriebene empirische Sachverhalt. Nach dieser Vorstellung haben Modernisierung und allgemeine Wohlstandsvermehrung zwar die relative Ungleichheit kaum verändert, aber:

> "[...] die »Klassengesellschaft« wird *insgesamt* eine Stufe höher gefahren. Es gibt – bei allen sich neu einpendelnden oder durchgehaltenen Ungleichheiten – ein *kollektives Mehr* an Einkommen, Bildung, Mobilität, Recht, Wissenschaft, Massenkonsum"[28].

Nun sieht Beck aber die strukturellen Veränderungen als dichotomen Prozeß, der sowohl durch Tendenzen der 'Freisetzung' aus historisch vorgegebenen Sozialformen als auch durch neue Arten der sozialen 'Wiedereinbindung' charakterisiert ist. Mit der Herauslösung der Subjekte aus den traditionellen Gemeinschaftsbezügen und ihrer Vereinzelung zu individuellen Entscheidungsträgern geht also zugleich eine "neue Unmittelbarkeit von Individuum und Gesellschaft" einher, eine Tendenz der "Institutionalisierung und Standardisierung von

---

[25] Vgl. Müller, Hans-Peter: Sozialstruktur und Lebensstile. Der neue theoretische Diskurs über soziale Ungleichheit. Suhrkamp, Frankfurt am Main: 1992, S.29f.
[26] Beck, Ulrich: Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne. Suhrkamp, Frankfurt am Main: 1986, S.139f.
[27] Beck, 1986, S.146 bzw. 116f.
[28] Beck, 1986, S.122; Hervorhebungen im Original.

Lebenslagen": "Die freigesetzten Individuen werden arbeitsmarktabhängig und damit bildungsabhängig, konsumabhängig, abhängig von sozialrechtlichen Regelungen und Versorgungen, von Verkehrplanungen, Konsumangeboten"[29] usw. Diese neue Standardisierung der Lebenslagen und Lebensstile steht allerdings in keinem Zusammenhang mehr mit den Konturen traditionaler Lebensformen und Sozialmilieus; deren Grenzen werden vielmehr "unkenntlich oder aufgehoben": An ihre Stelle treten z.B. "*ungleiche Konsumstile* (in Einrichtung, Kleidung, Massenmedien, persönlicher Inszenierung usw.), die aber – bei aller demonstrativer Unterschiedlichkeit – die klassenkulturellen Attribute abgelegt haben"[30]. Die Individualisierungsdiskussion hat somit das Blickfeld der Sozialstrukturanalyse erweitert: Mit der Abkehr von der Erwerbszentriertheit sind andere, lebenswichtige Bereiche – Gesundheit, Ernährung, Familie, Partnerschaft, psychosoziale Befindlichkeit, politisches Verhalten, Konsumgewohnheiten usw. – ins Zentrum der Betrachtung gerückt.

Das Beck'sche Individualisierungskonzept weist gewisse Gemeinsamkeiten mit dem Modell der "Pluralisierung von sozialen Lagen und Milieus" von Stefan Hradil (1987) auf. Auch Hradil geht von Freisetzungs- und Individualisierungstendenzen aus, die sich aufgrund des Zerfalls traditionaler Gemeinschaften herausgebildet haben. Auch bei ihm ist die gesellschaftliche Entwicklung durch eine Polarisierung gekennzeichnet: Einerseits durch erhöhte subjektive Autonomie, andererseits durch individuell unbeeinflußbare strukturelle Zusammenhänge. Für Hradil folgt hieraus eine Diversifizierung sozialer Ungleichheit: Gemessen an den Handlungszielen gibt es seiner Ansicht nach keine lagespezifischen vorteilhaften oder unvorteilhaften Handlungsbedingungen mehr. Vielmehr sind "die meisten Menschen Vorteilen und Nachteilen zugleich, also Statusinkonsistenzen, ausgesetzt"[31]. "Klassische" oder "alte" Ungleichheiten – bisher abgeleitet aus der klassischen Triade der Schichtungsforschung: Einkommen, Bildung und Prestige – werden durch "neue" Ungleichheiten abgelöst, die eine "wachsende Vielfalt von Ursachen, Zugangswegen, Erscheinungs-, Verknüpfungs- und Erlebnisformen sozialer Ungleichheit" erkennen lassen[32]. Die sich aus diesen Bedingungen abzeichnende Struktur sozialer Ungleichheit wird als "Auffächerung von Lebensbedingungen"[33], als ein "Fleckenteppich differenzierter sozialer Lagen"[34] begriffen. Eine solchermaßen individualisierte und differenzierte soziale Ungleichheit kann nach Hradils Meinung nach kaum noch mit der von der Klassen- und Schichtungstheorie postulierten Existenz von Großgruppen verglichen werden. Bei der Beschreibung und Erfassung jener sich in dieser Situation neu entwickelnden Formen der Vergesellschaftung löst sich Hradil allerdings von der vagen Beck'schen Formulierung der "neuen Unmittelbarkeit von Individuum und Gesellschaft" und entwickelt das Konzept "pluralistischer sozialer Lagen" bzw. "sozialer Milieus", als umfassendes Modell sozialer Ungleichheit für die "pluraldifferenzierte Wohlstandsgesellschaft".

Neben diesem 'radikalen' Abgesang auf die Klassen- bzw. Schichtengesellschaft bzw. der 'extremen' Argumentation Becks und Hradils für eine Überführung des Paradigmas strukturierter sozialer Ungleichheit in eine 'bloße Phänomenologie' sozialer Ungleichheiten existieren aber auch 'gemäßigtere' und abwartendere Haltungen. Sie plädieren – unter dem Hinweis darauf, daß die Mehrzahl der Klassen- und Schichtenmodelle durchaus unterschiedliche Perspektiven stets mit einschlossen – für ein Festhalten am Paradigma der strukturierten

[29] Beck, 1986, S.119.
[30] Beck, 1986, S.125; Hervorhebung im Original.
[31] Hradil, 1987, S.8.
[32] Hradil, 1987, S.17, 28, 55.
[33] Hradil, 1987, S.92.
[34] Kreckel, Reinhard: Politische Soziologie der sozialen Ungleichheit. Campus, Frankfurt a.M.: 1992, S.128.

sozialen Ungleichheit und fordern vor allen Dingen eine stärkere empirische Fundierung der kritischen Thesen. So sieht etwa Kreckel (1992) die Notwendigkeit für eine "neue Öffnung" der Ungleichheitsforschung unter der Einbeziehung "horizontaler Disparitäten", will aber im Streit um die Alternativen "soziale Klassentheorie", "Milieutheorie" und "Individualisierungstheorie" nur "ein empirisch genauer zu bestimmendes »Sowohl-als-Auch«" gelten lassen:

> "Ob – und in welchem Umfange – sich »alte« soziale Klassen- bzw. Schichtmilieus in Verbindung mit (oder auch in Konkurrenz zu) »neuen« sozialen Milieus erhalten oder sogar neu entwickeln werden, das ist a priori nicht zu bestimmen. Nicht die Theorie, sondern die Empirie muß hier entscheiden"[35].

Und auch Hans-Peter Müller (1992) kommt am Ende seiner Diskussion der Theorien von Blau, Giddens und Bourdieu zu der Feststellung:

> "Vielmehr bleibt das Ausmaß der Klassenstrukturierung und der Grad der Individualisierung eine offene Frage, die aber im Zuge von Lebensstilanalysen empirisch beantwortet werden kann"[36].

Trotz der fortwährenden Diskussion um das Fortbestehen bzw. die Auflösung sozialer Klassen oder Schichten gilt es unter den Theoretikern unterschiedlichster Couleur – und die zuletzt angeführten Zitate belegen es – heute offensichtlich als ausgemacht, daß Strukturierungskriterien für die Gesellschaft existent sind, die von rein ökonomischen Kriterien weitestgehend frei sind. Diese neue ungleichheitssoziologische Fragestellung orientiert sich vor allem am Konzept des Lebensstils, das im folgenden kurz erläutert werden soll.

1.3.2 Zur Genese des Lebensstilbegriffs und zum Konzept von Lebensstilanalysen

Allgemeines Kennzeichen der aktuellen Lebensstilforschung ist, daß sie die Individualisierungs- und Pluralisierungsthesen der Sozialstrukturanalyse aufgreift und als mehr oder minder starke Produktionsfaktoren von *Lebensstilen* begreift. Überwiegend herrscht die Auffassung vor, daß die neuen sozialstrukturellen Formationen weniger durch äußere Lebensumstände erzwungen werden, sondern vielmehr auf Freiheitsgraden der Wahl und Gestaltung des Lebensstils ("Multioptionsgesellschaft") beruhen, was eine tendenzielle Entkoppellung von sozialer Lage und Mustern der Lebensführung bewirkt: Die Wahlfreiheiten des einzelnen steigen, die Lebensumstände werden unterschiedlicher, es können Stile des Verhaltens in immer höherem Maße 'bewußt gewählt' werden. Dies bedeutet aber nicht, daß jeder einzelne gänzlich anders ist als der andere, es bedeutet auch nicht das 'Ende des Sozialen', vielmehr werden gruppenspezifische Lebensstile 'gewählt' und zum Ausdruck gebracht; dies geschieht über typische Symbole, die in der Interaktion über die jeweilige Welt- und Selbstvorstellung Auskunft geben und deutlich machen, welchen sozialen Gruppen bzw. kollektiven Identitäten man sich zugehörig fühlt und welchen nicht. Die moderne Lebensstilthese bzw. die aktuelle Lebensstilforschung sieht sich damit als Reaktion auf den Wandel gesellschaftlicher Verhältnisse in den letzten Jahrzehnten.
Dennoch wird der Begriff Lebensstil in der Literatur äußerst uneinheitlich verwendet; er gehört zu den am wenigsten konventionalisierten und zugleich schillerndsten Begriffen in der

[35] Kreckel, 1992, S.140 bzw.131.
[36] Müller, 1992, S.380.

Soziologie[37]. Deshalb sollen überblicksartig nur die zentralen Eckpunkte seiner Entwicklung und die wichtigsten Merkmale zu seiner Umschreibung kurz aufgezeigt werden.

Überschaut man aus diesem Blickwinkel die Literatur zur Lebensstilforschung, lassen sich grundsätzlich zwei Hauptlinien der Herleitung erkennen:
Dies ist zum einen die Orientierung am Begriff der *Lebenswelt,* der ursprünglich von Husserl formuliert und von Schütz für die Sozialanalyse im "sinnhaften Aufbau der sozialen Welt" präzisiert wurde. Schütz übernahm den Begriff der Lebenswelt, um damit Strukturen der Alltagserfahrung zu kennzeichnen; einen "Horizont des Vertrauten", der sich in allen Teil- und Gruppenkulturen von Gesellschaften wiederfindet: In Regeln, Sinngebungs- und Deutungssystemen, die zwischen dem Individuum und der Gesellschaft vermitteln und die sich wiederum durch Unterschiede in Schicht- und Gruppenzugehörigkeit differenzieren. Wesentlich dabei ist, daß die Lebenswelt als ein intersubjektiver und interaktiver Raum verstanden wird, als ein Geflecht aus sozialen Beziehungen, aus Kommunikations- und Interaktionsfiguren, die im Denken, Fühlen und Handeln des Individuums erkennbar werden. Es handelt sich dabei also um eine 'common sense'-Realität, die jedes Individuum in einer vorgegebenen Weise mit anderen teilt, d.h. sich in ihr bewegt, in ihr handelt, wahrnimmt und kommuniziert und – so Schütz – sogar die gleichen Erfahrungen macht wie seine Sozialpartner, vorausgesetzt, das Individuum nimmt den gleichen Platz in der Gesellschaft ein wie jene.
Nach Richter (1994) ist daher die Lebenswelt untrennbar mit dem Alltag und dem sozialen Alltagshandeln verbunden und läßt sich der Lebensstilbegriff direkt aus dem Begriff der Lebenswelt ableiten:

> "Von der Lebenswelt über den Alltag als Aktualisierung der Lebenswelt kommen wir zum Lebensstil als einer typischen Form sozialen Handelns im Alltag"[38].

Woraus sich für Richter folgende Definition des Lebensstilbegriffs ergibt:

> "Lebensstil ist eine Art sozialen Handelns nach bestimmbaren Konglomeraten situativer Alltäglichkeit, die einem Kollektiv eigen sind. Wir wollen darunter die äußeren Erscheinungsformen der Identität eines Kollektivs verstehen, mit deren Hilfe sich das Kollektiv von anderen abgrenzt"[39].

Wird ein soziales Phänomen in dieser Art definiert, so fühlt man sich stark an die Handlungsdefinition Max Webers erinnert. Und tatsächlich wird auch der Lebensstilbegriff in seiner heutigen Lesart sehr viel häufiger direkt auf die von Weber verwendeten Begrifflichkeiten zurückgeführt als auf die phänomenologische Soziologie[40]. Weber führt den Lebensstilbegriff in Abgrenzung vom Marx'schen Klassenbegriff ein, definiert ihn aber nicht als soziologischen Grundbegriff und verwendet ihn zudem synonym mit "Form der Lebensführung" und "Stilisierung der Lebensführung". Während die *Klasse* explizit mit der ökonomischen Sphäre verbunden ist (Produktion, Verteilung und Erwerb von Gütern) und die materielle Seite sozialer Ungleichheit darstellt, ist die *Lebensführung* die mit einem *Stand* (Berufsgruppe, Statusgruppe) verknüpfte typische Form des Konsums sowie des Anspruchs

---

[37] Vgl. Georg, Werner: Soziale Lage und Lebensstil – Eine Typologie auf der Grundlage repräsentativer Daten. In: Angewandte Sozialforschung. 19. Jg., Heft 1, 1995, S.107-118.
[38] Richter, Rudolf: Der Lebensstil. Dimensionen der Analyse. In: ders.: Sinnbasteln. Beiträge zur Soziologie der Lebensstile. Böhlau, Wien/Köln/Weimar: 1994, S.48-65; hier: S.56.
[39] Richter, 1994, S.59.
[40] Vgl. Lüdtke, Hartmut: Expressive Ungleichheit. Zur Soziologie der Lebensstile. Leske und Budrich, Opladen: 1989, S.24ff. Müller, 1992, S.371f.

auf eine spezifische *ständische Ehre* und soziales Prestige; sie bringt somit einen anderen qualitativen Aspekt sozialer Ungleichheit zum Ausdruck:

> "Inhaltlich findet die ständische Ehre ihren Ausdruck normalerweise vor allem in der Zumutung einer spezifisch gearteten *Lebensführung* an jeden, der dem Kreise angehören will. Damit zusammenhängend in der Beschränkung des »gesellschaftlichen«, d.h. des nicht ökonomischen oder sonst geschäftlichen, »sachlichen« Zwecken dienenden Verkehrs [...] auf den ständischen Kreis bis zu völliger endogener Abschottung: [...] In charakteristischer Art entwickelt sich dergestalt die »ständische« Gliederung auf der Basis konventioneller Lebensführung"[41].

Somit lassen sich schon aus dem Weber'schen Lebensstilbegriff drei soziale Funktionen mit übergreifender historischer Bedeutung ableiten:

- Im Lebensstil wird der Anspruch einer sozialen Gruppe auf soziale Anerkennung deutlich. Dieser wird symbolisch über bestimmte Verhaltensformen, Umgangsweisen mit kulturellen Gütern und Formen des Konsums im Alltag nach außen demonstriert (expressive Funktion). Damit können Lebensstile auch als "kulturelle Territorien"[42] bezeichnet werden.
- Somit markiert der Lebensstil eine klare Abgrenzung zu anderen 'kulturellen Territorien', d.h. zu anderen Formen der Lebensführung (distinktive Funktion)[43].
- Daraus wiederum folgt, daß der Lebensstil soziale Identität schafft, indem er die Zugehörigkeit zu einer bestimmten Gruppe von Personen mit ähnlicher Lebensführung, zu einem 'kollektiven Territorium', signalisiert (identitätsgenerierende Funktion).

Mit diesen drei Punkten sind bereits die wesentlichen Elemente innerhalb der Ansätze späterer soziologischer Wegbereiter der Lebensstilforschung skizziert. Dies gilt auch für Georg Simmel, für den der *Stil des Lebens* sich aus dem Wechselspiel zwischen gesellschaftlicher Entwicklung (fortschreitende Arbeitsteilung, Industrialisierung, Durchsetzung des Geldverkehrs) einerseits und der Notwendigkeit zur Generierung persönlicher und sozialer Identität sowie dem Suchen um soziale Anerkennung andererseits ergibt:

> "Was den modernen Menschen so stark zum Stil treibt, ist die Entlastung und Verhüllung des Persönlichen, die das Wesen des Stils hat. Der Subjektivismus und die Individualität hat sich bis zum Umbrechen zugespitzt, und in den stilisierten Formgebungen [...] liegt eine Milderung und Abtönung dieser akuten Personalität zu einem Allgemeinen und seinem Gesetz"[44].

Zu den Charakteristika des modernen Lebensstils werden bei Simmel die Wahlfreiheit des Individuums und damit die Chance zu personaler Autonomie, die aber zugleich verbunden ist mit dem Zwang zum Aufzeigen der Zugehörigkeit zu einer bestimmten Kategorie von Ähnlichen und Gleichen. Am Beispiel der Mode macht Simmel deutlich, daß die Lebensweise zunehmend durch ästhetische Komponenten bestimmt wird, woraus sich Stilunterschiede ergeben. Die Anlehnung an den einen Lebensstil, an die Ähnlichen und Gleichen, bedeutet zugleich die Errichtung sozialer Distanzen gegenüber den 'Ungleichen' und geht zwangsläufig einher mit einem Akt der Distinktion:

> "Ja, die bloße Tatsache des Stils ist an sich schon einer der bedeutsamsten Fälle von Distanzierung. [...] Der Stil als generelle Formung des Individuellen, ist für dieses eine Hülle, die eine Schranke und Distanzierung gegen den anderen, der die Äußerung aufnimmt, errichtet"[45].

---

[41] Weber, 1985, S.535.
[42] Lüdtke, 1989, S.28.
[43] Vgl. Lüdtke, 1989, S.25f. und Müller, 1992, S.372.
[44] Zit.n.: Lüdtke, 1989, S.27.
[45] ebenda.

Schließlich sei als dritter 'Klassiker der Lebensstilforschung' noch Thorstein Veblen genannt. In seiner "Theorie der feinen Leute" (1899) geht er in enger Anlehnung an Marx davon aus, daß sich infolge der Arbeitsteilung einerseits eine "Klasse der produktiven Arbeit" und andererseits eine "müßige Klasse" (*leisure class*) herausgebildet haben. Für letztere erkennt Veblen, daß sie als "die Oberklasse die Prestigeregeln festlegt", die "herrschenden geistigen Einstellungen" bestimmt, sich so von den anderen distanziert und ihre gesellschaftliche Herrschaft manifestiert. Einer der offensichtlichsten Unterschiede zwischen den Klassen besteht nun in der "Differenzierung im Konsum von Gütern", was Veblen nach den "Gesetzen des demonstrativen Konsums", den "Normen des Geschmacks" und letztlich nach einem "System anerkannter Konsumnormen" forschen läßt. Insbesondere die Güterverwendung und die Güterausstattung von Individuen ist für Veblen konstitutiver Bestandteil von Lebensstilen mit ausgeprägt distinktiver Funktion. Somit gehört zu den "Vorstellungen der »angesehenen Lebensführung« und des »anständigen Konsums«" seiner Ansicht nach:

> "[...] die richtige Art und die richtige Menge von Gütern zu konsumieren wie auch Zeit und Energie in angemessener Weise zu vertun. Es ist dieses Gefühl für das Schickliche, das den Verbraucher im allgemeinen motiviert und das vor allem auf den Konsum, der vor Augen der Öffentlichkeit vor sich geht, einen unmittelbaren Zwang ausübt. Seltsamerweise läßt sich dieser Zwang aber auch beim Kauf von Gütern feststellen, die keinem Außenstehenden bekannt sind, zum Beispiel bei Unterwäsche, gewissen Nahrungsmitteln, Küchengerät und anderen Haushaltsgegenständen, die doch eher dem Nutzen als der Schaustellung dienen sollten. [...] Derselbe Unterschied im Geschmack der verschiedenen Gesellschaftsklassen zeigt sich auch bei anderen Konsumgütern, wie zum Beispiel bei Möbeln, Häusern, Parks und Gärten. Die verschiedenen Ansichten über das Schöne entsprechen aber nicht etwa verschiedenen Normen des unverdorbenen Schönheitsempfindens. Es handelt sich keineswegs um einen konstitutionellen Unterschied der ästhetischen Begabung, sondern eher um unterschiedliche Prestigenormen, die bestimmen, welche Gegenstände jeweils in den Bereich des ehrenvollen Konsums einer Klasse fallen"[46].

Aufgegriffen und populär gemacht wurde der Lebensstilbegriffs durch die Konsum- und Wahlforschung in den USA der 50er Jahre. Mit "style of life" oder "life style" wurden beschreibende Ausdrücke zur Charakterisierung der Art der Lebensführung (z.B. "way of life" bei Louis Wirth oder "the whole way of life" bei Raymond Williams) sozialer Schichten gebraucht, etwa der von Unterschichts-Hausfrauen. Die ersten deutschen Untersuchungen wurden in den 70er Jahren von Werbeagenturen durchgeführt. Neben der Segmentation von Marken und Märkten ging es nun darum, auch die Verbraucher zu segmentieren, d.h. "Aggregate in einem technischen Sinn mit bestimmten Eigenschaften (z.B. Produktpräferenzen) zu erforschen"[47] und über die Erstellung von Typologien und die Beschreibung von Zielgruppen, Marktnischen und Simulationen zu Marktmodellen – und darüber z.B. zur Erkennung bzw. zur Erzeugung von 'Produktkulturen' – zu kommen. In der Konsum- und Marketingforschung wurden Versuche unternommen, bestimmten Produktpräferenzen (Zigarettenmarken, Automarken, Nahrungsmittel etc.) nachzugehen und durch die Erfassung von soziodemographischen Merkmalen und von aus einer Vielzahl unterschiedlicher Indikatoren gebildeten Lebensstilmustern[48] die Zielgruppen von Produkten und Marken möglichst genau zu bestimmen. Aus den erhobenen Daten wurden zumeist mit Hilfe von Clusteranalysen nach dem Prinzip höchstmöglicher interner Homogenität und externer Heterogenität 'Lebenslagen', 'Lebensstile', 'Lebensstilgruppen' oder 'soziale Milieus' gebildet.

---

[46] Veblen, Thorstein: Theorie der feinen Leute. Eine ökonomische Untersuchung der Institutionen. Fischer, Frankfurt am Main: 1986 (1899), S.119 bzw. 134.

[47] Müller, 1992, S.374.

[48] Diese werden mehr oder weniger aus verschiedenen Bereichen des Alltags entnommen: Wohnen, Kleidung, Verhalten beim Güterkonsum allgemein, Freizeit- und Urlaubsgewohnheiten, Medienkonsum, Einstellungen zu Familie, Arbeit und Religion, Umgang mit Finanzen, politische Einstellungen und Walhverhalten usw.

Die empirische Lebensstilforschung hat bis heute zu höchst unterschiedlichen Modellen von Lebensstilgruppen geführt. Es existiert eine Vielzahl von Typologien mit jeweils verschiedenen konstitutiven Komponenten bzw. Dimensionierungen und jeweils verschieden gewählten Indikatoren, die insgesamt eher den Eindruck eines disparaten, unvergleichbaren und unstrukturierten Nebeneinanders vermitteln als den Ansatz zu einer neuen, einheitlichen Theorie sozialer Ungleichheit erkennen lassen[49]. Dennoch versuchte Lüdtke (1989) am Ende seiner Zusammenschau unterschiedlichster Ansätze, im "Versuch einer Synthese", eine zusammenfassende aber letztlich vage bleibende Definition, nach der sich ein Lebensstil umschreiben läßt als:

> "[...] unverwechselbare Struktur und Form eines subjektiv sinnvollen, erprobten (d.h. zwangsläufig angeeigneten, habitualisierten oder bewährten) Kontexts der Lebensorganisation (mit den Komponenten: Ziele bzw. Motivationen, Symbole, Partner, Verhaltensmuster) eines privaten Haushalts (Alleinstehende/r, Wohngruppe, Familie), den dieser mit einem Kollektiv teilt, dessen Mitglieder deswegen einander als sozial ähnlich wahrnehmen und bewerten"[50].

Verbindlicher wird da schon Müller (1992), der resümierend "vier zentrale Dimensionen, in denen Lebensstile aussichtsreich analysiert werden können" beschreibt, aus deren spezifischer Kombination sich wiederum "*Typen* von Lebensstilen" bilden lassen:

- *expressives* Verhalten: das sich vornehmlich in Konsumverhalten und Freizeitaktivitäten ausdrückt.
- *interaktives* Verhalten: das sich direkt in Formen der Geselligkeit bzw. dem Heiratsverhalten und indirekt in Mustern der Mediennutzung ausdrückt.
- *evaluatives* Verhalten: das sich in Vereinsmitgliedschaften, Kirchenbindung und Wahlverhalten ausdrückt.
- *kognitives* Verhalten: das die Selbstidentifikation, die Wahrnehmung und Verarbeitung der sozialen Welt steuert.

Lebensstile werden hier also primär als Verhaltensmuster aufgefasst, die aber in dreifacher Weise als abhängig qualifiziert sind:

- von ökonomischen und kulturellen Ressourcen: Sie umschreiben die *Lebenschancen*, die jeweiligen Optionen und Wahlmöglichkeiten.
- von Werthaltungen: Sie definieren die vorherrschenden *Lebensziele*, prägen die Mentalitäten und kommen in einem spezifischen Habitus zum Ausdruck.
- von der Familien- und Haushaltsstruktur: Sie bezeichnet die Form der *Lebens-, Wohn- und Konsumeinheit*[51].

Es läßt sich also festhalten, daß die Lebensstilsoziologie versucht, die 'neuen' sozialen Differenzierungslinien in der modernen Gesellschaft, die sich vornehmlich als sozial*kulturelle* Unterschiede bemerkbar machen, typologisch zu ordnen. Um den augenscheinlich vorhandenen Unterschieden von Lebensstilen nachzugehen, rückt neben die Erfassung soziodemographischer Daten (Alter, Bildung, Haushaltsstruktur usw.) die beobachtbare, durch verschiedene Dimensionen erschließbare Art und Weise der Lebensführung, die Lebenswelt von Menschen, ins Blickfeld: Alltagsroutinen der Lebensorganisation, expressive, distinktive und damit soziale Identität generierende und sichernde Ausdrucksmuster, Verhaltensprofile in unterschiedlichen Lebensbereichen (Arbeit, Freizeit, Familienleben, Güterkonsum, Medienkonsum usw.) oder die alltägliche Lebensführung bestimmende Einstellungen, Werte

[49] Umfassende Überblicke über die breite Linie in- und ausländischer Studien und Marktforschungen sind u.a. zu finden bei: Georg, 1995, S.107-118 und Lüdke, 1989, S.85ff.
[50] Lüdtke, 1989, S.40.
[51] Müller, 1992, S.376ff.

und Lebensziele, bzw. – je nach theoretischer Ausrichtung – auch die mehr oder minder starke Berücksichtigung ökonomischer Faktoren.

1.4 Moderne Modelle sozialer Stratifizierung

Die oben vorgestellten Interpretationen und Thesen haben dazu beigetragen, daß seit den 80er Jahren eine ganze Reihe von empirischen Forschungen zu Lebensformen mit entsprechenden Ansätzen zu verzeichnen ist. Ein zentrales Problem der aktuellen Lebensstilforschung liegt wie gesagt in der Vielzahl der existierenden theoretischen und empirischen Ansätze. In den folgenden Abschnitten soll – nicht zuletzt im Hinblick auf die eigene methodische und empirische Vorgehensweise – auf drei der am meisten und in der jüngsten Zeit sehr kontrovers diskutierten Forschungsansätze sowie auf die in ihnen entwickelten Begrifflichkeiten kurz eingegangen werden.

1.4.1 Die feinen Unterschiede im sozialen Raum – Pierre Bourdieu

> *"Der Geschmack, die Neigung und Fähigkeit zur (materiellen und/oder symbolischen) Aneignung einer bestimmten Klasse klassifizierter und klassifizierender Gegenstände und Praktiken, ist die Erzeugungsformel, die dem Lebensstil zugrunde liegt".*
> Pierre Bourdieu: Die feinen Unterschiede, S.17.

Einen ganz entscheidenden Beitrag, zumindest zur theoretischen Neuorientierung in der Ungleichheitsforschung bzw. für die theoretische Fundierung der Lebensstilsoziologie, leistet der Ansatz von Pierre Bourdieu. In ihm sind Anleihen von sämtlichen weiter oben als Klassiker der Theorie sozialer Ungleichheit bzw. der Lebensstilforschung angeführten Theoretikern – Marx, Weber, Geiger und Veblen – zu finden, die Bourdieu in die Entwicklung seines Konzepts einarbeitet und miteinander verbindet. Den Ausgangspunkt der Überlegungen bildet die kritische Auseinandersetzung mit der Marx'schen Klassentheorie, deren Unzulänglichkeit Bourdieu – ähnlich wie Weber – darin erkennt, daß sie,

> "[...] indem sie die soziale Welt auf das Feld des Ökonomischen reduziert, die soziale Position zwangsläufig nur noch unter Bezugnahme auf die Stellung innerhalb der ökonomischen Produktionsverhältnisse zu bestimmen vermag, damit die jeweilige Position in den übrigen Feldern und Teilfeldern, insbesondere den kulturellen Positionsverhältnissen, unter den Tisch fallen läßt, ebenso wie alle anderen, das soziale Feld strukturierenden [...] Gegensätze"[52].

[52] Bourdieu, Pierre: Sozialer Raum und ›Klassen‹. Leçon sur la leçon. 2 Vorlesungen. Suhrkamp, Frankfurt am Main: 1985, S.31.

Deshalb nimmt Bourdieu eine Vierteilung und damit eine Erweiterung des Kapitalbegriffs vor, indem er neben dem *ökonomischen Kapital* (Geld, Eigentum usw.) mit dem *kulturellen Kapital* (z.B. schulische Bildung), dem *sozialen Kapital* (soziale Beziehungen) und dem *symbolischen Kapital* (Prestige, "als wahrgenommene und als legitim anerkannte Form der drei vorgenannten Kapitalien"[53]) drei weitere Kapitalformen definiert. Aus der Kapitalkonfiguration, d.h. der unterschiedlichen Verteilung dieser vier Kapitalsorten – die für Bourdieu prinzipiell einen gleich hohen Stellenwert einnehmen, das ökonomische und das kulturelle Kapital jedoch die wichtigsten Kategorien darstellen – unter den Gesellschaftsmitgliedern, entwickelt Bourdieu sein Konzept des mehrdimensionalen *sozialen Raumes*. Da er die Soziologie auf einer ersten Stufe als eine Art 'Sozialtopologie' begreift, geht er davon aus, daß sich die soziale Welt in Form eines mehrdimensionalen Raumes abbilden lassen muß, in dem eben diese Kapitalsorten die vorherrschenden Unterscheidungs- und Verteilungsprinzipien sind[54]. Sie geben Auskunft, einerseits über die soziale Struktur der Gesellschaft und andererseits über die soziale Position von Akteuren oder Gruppen innerhalb der Struktur bzw. des Raumes[55]:

> "Ausgehend von der Stellung im sozialen Raum lassen sich Klassen im Sinne der Logik herauspräparieren, das heißt Ensembles von Akteuren mit ähnlichen Stellungen, und die, da ähnlichen Konditionen und ähnlichen Konditionierungen unterworfen, aller Voraussicht nach ähnlichen Dispositionen und Interessen aufweisen, folglich auch ähnliche Praktiken und politisch-ideologische Positionen". Und: "Sozialer Raum: das meint, daß man nicht jeden mit jedem zusammenbringen kann – unter Mißachtung der grundlegenden, zumal ökonomischen und kulturellen Unterschiede"[56].

Grundlegend unterscheidet Bourdieu zunächst nach dem Umfang des Gesamtvolumens an den o.g. Kaptitalsorten drei Klassen bzw. soziale Räume: die *Bourgeoisie*, das *Kleinbürgertum* und das *Arbeitermilieu*.
Entscheidend für die Klassendifferenzierung ist somit nicht mehr allein die ökonomische Lage, sondern vor allem die im 'normalen' Alltag erlebbaren kulturellen Unterschiede zwischen den sozialen Gruppen. Zur Bestimmung dieses Verhältnisses zwischen Sozialstruktur und Lebensstil führt Bourdieu in seine Theorie den Schlüsselbegriff des *sozialen Habitus* ein. Mit seinen klassenspezifisch ausgeformten Denk-, Wahrnehmungs- und Handlungsschemata ist der Habitus definiert als "ein System von dauerhaften Dispositionen"[57], die sich die Individuen schon in früher Kindheit im Kreise der Familie angeeignet, ja internalisiert haben, die somit quasi zur zweiten Natur der Individuen geworden sind und die sich im Alltagshandeln, in der *sozialen Praxis*, immer wieder manifestieren und letztlich klassenspezifisch reproduzieren[58]. In sehr umfassender Weise zielt der Begriff damit auf die gesamten Lebensäußerungen von Menschen: das Aussehen, die Körperhaltung, ihr Auftreten, ihr Gestus, ihr Sprachduktus und ihre Mentalität, aber auch ihre Eßgewohnheiten, Kleidungsstile und insbesondere die ästhetischen Geschmackspräferenzen – sie sind es, die die sozialen Differenzierungen, die *feinen Unterschiede* in der Gesamtheit des sozialen Raumes ausmachen. Die

---

[53] Bourdieu, 1985, S.10.
[54] Bourdieu, 1985, S.9.
[55] Weiterhin spielt auch der Faktor Zeit eine Rolle (Zeitverlauf, Generationenfolge), denn der bedingt, daß sich die Kräfteverhältnisse im sozialen Raum ändern und damit Kapitalsorten an Bedeutung gewinnen oder verlieren und damit Individuen, Klassenfraktionen oder auch ganze Klassen aufsteigen oder absinken können (Vgl. Bourdieu, 1985, S.195f.).
[56] Bourdieu, 1985, S.12 bzw. S.14.
[57] Bourdieu, 1985, S.69.
[58] Damit zeigen sich erstaunliche Parallelen zwischen den beiden unabhängig voneinander entwickelten Habitus-Konzepten von Bourdieu und Norbert Elias, die sich auch auf die Aspekte der Herstellung und Demonstration sozialer Grenzen, der Markierung sozialer Zugehörigkeit, der Sicherung kollektiver Identität und der Signalisierung sozialer Verortung erstrecken.

Funktion des Habitus liegt für Bourdieu nun darin, daß er eine Art gesellschaftlichen Orientierungssinn (vergleichbar Goffmans *sense of one's place*) darstellt, d.h. zur Erfahrung einer homogenen Lebenswelt und damit zur Generierung und Demonstration der sozialen Identität von Individuen beiträgt; er erzeugt Vorstellungen und Handlungsweisen und zeigt zugleich auf, was die Grenzen und Möglichkeiten des Verhaltens sind:

> "Den Sinn für die eigene soziale Stellung als Gespür dafür, was man »sich erlauben« darf und was nicht, schließt ein das stillschweigende Akzeptieren der Stellung, einen Sinn für Grenzen (»das ist nichts für uns«), oder, in anderen Worten, aber das gleiche meinend: einen Sinn für Distanz, für Nähe und Ferne, die es zu signalisieren, selber wie von seiten der anderen einzuhalten und zu respektieren gilt"[59].

Wie aus diesem Zitat weiterhin deutlich wird, beinhaltet der soziale Habitus mit dem Aufzeigen von Nähe zu einem bestimmten –'passenden' – Lebensstil zugleich immer auch das Signalisieren von sozialer Distanz zu anderen – 'unpassenden' – Lebensstilen. So legt er in der sozialen Praxis des Alltags etwa fest, welche Individuen aus welchen sozialen Lagen mit welcher Intensität und Häufigkeit miteinander verkehren. Zum entscheidenden Gradmesser und Indikator für die *feinen Unterschiede* in den 'kulturellen Territorien' werden für Bourdieu die sublimen Geschmackspräferenzen der gesellschaftlichen Gruppen und Klassen:

> "Wie jede Geschmacksäußerung eint und trennt die ästhetische Einstellung gleichermaßen. Als Produkt einer bestimmten Klasse von Existenzbedingungen eint sie all jene, die aus denselben Bedingungen hervorgegangen sind, unterscheidet sie aber zugleich von allen anderen vermittels dessen, was sie wesentlich besitzen. Der Geschmack ist die Grundlage all dessen, was man hat – Personen und Sachen –, wie dessen, was man für die anderen ist, dessen, womit man sich selbst einordnet und von den anderen eingeordnet wird". Und: "Der Geschmack (lenkt) die Individuen mit einer jeweiligen sozialen Stellung sowohl auf die auf ihre Eigenschaften zugeschnittenen sozialen Positionen als auch auf die praktischen Handlungen, Aktivitäten und Güter, die ihnen als Inhaber derartiger Positionen entsprechen, zu ihnen »passen«"[60].

Die *feinen Unterschiede*, durch die die Gesellschaft geprägt ist, sind also vor allem Geschmacksunterschiede, die alle Bereiche des Lebens einschließen: Wohnungsausstattung, Kleidung, Nahrung, Kosmetik, Medien, Musik, Film, Literatur, sportliche Betätigungen, Freizeitverhalten usw., und – letztlich auch für unser Thema von besonderer Bedeutung – "die Art der konsumierten Güter wie ihrer besonderen Konsumweise"[61]. D.h. der Geschmack ist auch durch äußere Attribute gekennzeichnet, eben durch die Symbolwelt der individuellen Ausstattung mit Gegenständen und den Formen ihres Gebrauchs: "Der Geschmack bewirkt, daß man hat, was man mag, weil man mag, was man hat"[62].
In Auseinandersetzung mit Kant verweist Bourdieu allerdings darauf, daß Geschmack nie eine angeborene oder individuelle, sondern immer eine erworbene, gesellschaftliche Kategorie darstellt: Die Geschmacksvarianten sind die Folge unterschiedlicher Sozialisation, differierenden Bildungskapitals, sie sind abhängig von der Stellung im Produktionsprozeß – die Bourdieu mit Beruf und Einkommen operationalisiert – und damit letztlich Resultat unterschiedlicher Positionen im Sozialraum. In gleicher Weise erhalten auch die Handlungen, die Aktivitäten und insbesondere die konsumierten Güter erst im Akt ihrer Wahrnehmung, Aneignung und ihrem realen Gebrauch, ihren sozialen Stellenwert und ihre soziale Identität. Hieraus folgt, daß "nicht einmal die Industrieprodukte *objektive* Gegenstände im gewöhnli-

---

[59] Bourdieu, 1985, S.18.
[60] Bourdieu, Pierre: Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft. Suhrkamp, Frankfurt am Main: 1987, S.104 bzw. 728.
[61] Bourdieu, 1987, S.33.
[62] Bourdieu, 1987, S.285f.

chen Sinn (sind), d.h. unabhängig von den Interessen und dem jeweiligen Geschmack derer, die sie wahrnehmen"[63]. Und auch hier trifft die zentrale Aussage Bourdieus zu:

> "Geschmack klassifiziert – nicht zuletzt den, der die Klassifikation vornimmt. Die sozialen Subjekte, Klassifizierende, die sich durch ihre Klassifizierungen selbst klassifizieren, unterscheiden sich voneinander durch die Unterschiede, die sie zwischen schön und häßlich, fein und vulgär machen und in denen sich ihre Position in den objektiven Klassifizierungen ausdrückt oder verrät"[64].

Damit ist auch das Panorama der Lebensstile, jene drei oben genannten sozialen Räume mit ihren durchaus existenten, z.T. fein verästelten Lebensstilfraktionen, in erster Linie ein Panorama von Geschmacksmilieus: "Der Geschmack paart die Dinge und Menschen, die zueinander passen, die aufeinander abgestimmt sind, und macht sie einander verwandt"[65]. Bourdieu analysiert nun diese kulturelle Topologie, den "Raum der Lebensstile", dieses "Ensemble von *Ständen*"[66], über ein Psychogramm und Soziogramm, indem er jeweils charakteristische Wertesysteme und Geschmackskulturen ausmacht und ausführlich spezifische, habitusabhängige Praxisformen beschreibt. Diese sollen und können an dieser Stelle nur angedeutet werden:

- Die *Bourgeoisie*, respektive das Besitz- und Bildungsbürgertum, verfügt über den *legitimen*, den "reinen", den sicheren Geschmack, der alle groben sinnlichen Reize, alles Leichte, Oberflächliche, Triviale und Vulgäre ablehnt. Es ist die kulturelle Elite mit dem Anspruch auf das "Heilige der Kultur"[67], d.h. die legitimen Werte und Normen, vor denen die Bewertungsmaßstäbe der anderen Milieus in abgestufter Form als ästhetisch und moralisch minderwertig erscheinen. Abgesichert durch einen mehr oder minder hohen Besitz an ökonomischem Kapital bzw. Bildung streben sie nach stilistischer Exklusivität – dies alles macht sich in der sozialen Praxis bemerkbar: Dem distinguierten Lebensstil ("Luxusgeschmack") wird durch demonstratives Absetzen ("Distinktion") vom "Massengeschmack" der Anstrich kultureller Höherwertigkeit verliehen (der Besuch von Konzerten, Kunstausstellungen, die Teilnahme an Kreuzfahrten, der Konsum hochwertiger Güter wie etwa Champagner), gute Aussprache, ruhiges Benehmen, eine Sprache der Andeutungen und Anspielungen, Selbstsicherheit, das spielerische Umgehen mit Vorschriften, Vertrautheit mit kulturellen Dingen, das Bestreben, die eigenen Maßstäbe durchzusetzen und sich nicht an fremden zu orientieren – dies alles kennzeichnet den Habitus der Bourgeoisie. Bei der stilgerechten Auswahl und Bewertung von Handlungen, Aktivitäten und Gütern gehört dazu vor allem, über "das richtige Auge" zu verfügen, den "reinen Blick", das "empfindliche Ohr" und – so möchte man im Vorausgriff und bezogen auf unser Thema hinzufügen – die 'feine Nase'.
- Das *Kleinbügertum* verfügt über einen *mittleren* Geschmack: Der Lebensstil liegt zwischen der "legitimen Kultur" der kulturellen Elite und dem "barbarischen Geschmack" der "Massenkultur", was sich einerseits in der Ablehnung des populären und vulgären Notwendigkeitsgeschmacks und andererseits in der Übernahme von Elementen aus der legitimen Kultur ("Prätention") zeigt, wobei die Trennung nicht immer ganz gelingt: "»leichte« oder »überholte«, aus der Mode geratene, deklassierte und also abgewertete Produkte der legitimen Kultur paaren sie mit den edelsten Früchten des Feldes der Mas-

[63] Bourdieu, 1987, S.172f.; Hervorhebungen im Original.
[64] Bourdieu, 1987, S.25.
[65] Bourdieu, 1987, S.374.
[66] Bourdieu, 1985, S.21; Hervorhebung im Original deutsch.
[67] Bourdieu, 1987, S27.

senproduktion"[68]. Dabei zielt die Ästhetik auf Altbewertes und scheut jede riskante kulturelle Investition. Der Habitus des Kleinbürgertums ist gekennzeichnet durch Fleiß, Disziplin, Sparsamkeit, Bildungsbeflissenheit (Besuch von Schlössern, historischen Stätten, Lektüre populärwissenschaftlicher und geschichtskundlicher Zeitschriften usw.), aber zugleich auch geprägt durch fehlende monetäre und kulturelle Ressourcen. Bourdieu unterscheidet zwischen dem "neuen, aufstrebenden Kleinbürgertum" (Werbefachleute, Erzieher, Journalisten usw.) und dem "absteigenden, traditionellen Kleinbürgertum" (Handwerker, Händler usw.). Letztere kämpfen angestrengt um die Erfüllung der vorgegebenen Normen (Anstand, Schicklichkeit, Gepflegtheit, Gewissenhaftigkeit, "Pflicht zur Pflicht"), erstere hingegen ersetzen den Konformismus, der sich an Autoritäten und Verhaltensmuster klammert, durch eine idealistische Ausrichtung am Individualismus und Privatismus der Bourgeoisie, sie verkörpern eine neue hedonistische, innengeleitete Genuß- und Konsumethik und haben eine Tendenz zur erlebnisorientierten Selbstentfaltung ("Pflicht zum Genuß", "to have fun"[69]). Insgesamt aber bleiben im Vergleich zu den anderen Lebensstilbeschreibungen die Ausführungen zum Habitus des Kleinbürgertums merkwürdig indifferent.

– Das *Arbeitermilieu*, das Bourdieu nicht weiter differtenziert, verfügt über einen *populären* Geschmack: Es existiert ein praktischer Ethos, der jenseits aller feinen Ästhetisierungen liegt. Die kulturellen Produkte und Präferenzen werden nach ihrer Zweckmäßigkeit, ihrer Funktionalität oder einem naturalistischen Schönheitsideal folgend bewertet: "Der Geschmack ist *amor fati*, Wahl des Schicksals, freilich eine unfreiwillige Wahl, durch Lebensumstände geschaffen, die alles außer der Entscheidung für den »Notwendigkeits-Geschmack« als pure Träumerei ausschließen"[70]. Zum geringen Bildungskapital kommen die ökonomisch beengten Verhältnisse, daher werden lebenspraktische (realitätsnahe, funktionalistische) Güter konsumiert. Es herrscht ein selbstgenügsamer "Massengeschmack", den Bourdieu in Anlehnung an Kant auch als "barbarischen Geschmack" bezeichnet. Kennzeichnend ist die Abwesenheit von Luxuskonsum und der billige Ersatz für die erlesenen Güter ("Schaumwein statt Champagner, Kunstleder anstelle von Leder, Kitschbilder statt Gemälde"). Es existiert "eine Vorliebe für modischen Nippes und bunten Kitsch, die Wohnzimmer und Dielen füllen", es gilt die "Absicht, mit dem geringsten Einsatz die größte Wirkung zu erzielen (»das wird Eindruck machen«)", sie schätzen das reichhaltige, nahrhafte und kostengünstige Essen und Trinken, hören Musik mit "einfacher und repetitiver Struktur", geben sich "vorgestanzten Freizeitvergnügungen" hin, an denen sie "passiv und abwesend teilnehmen", ebenso wie an den Unterhaltungssendungen im Fernsehen – insgesamt alles "Entwürfe von Ingenieuren der kulturellen Massenproduktion". Zu den Merkmalen dieses, vor allem durch das "Diktat der Notwendigkeit" und durch Resignation gekennzeichneten Lebensstils gehört auch ein spezifisches Konformitätsgebaren: das "Gefühl von Inkompetenz, Scheitern und kultureller Unwürdigkeit" schließt "eine Anerkennung der herrschenden Werte", wie sie von der kulturellen Oberschicht vorgelebt werden, ein[71].

Bourdieu geht nun davon aus, daß neben der sozialen Praxis, die charakteristisch für den jeweiligen Lebensstil ist, auch ein Verhältnis zwischen den Lebensstilen existiert. Dieses Verhältnis äußert sich in einer relativ stabilen Ordnung der Lebensstile, deren Bedingungen weitestgehend von 'oben' nach 'unten' durchgesetzt werden. Hierbei handelt es sich um den fortgesetzten Klassenkampf, um "eine vergessene Dimension der Klassenkämpfe"[72], die jen-

[68] Bourdieu, 1987, S.510f.
[69] Bourdieu, 1987, S.576.
[70] Bourdieu, 1987, S.290.
[71] Bourdieu, 1987, S.595-602.
[72] Bourdieu, 1987, S.755.

seits der 'alten', materiellen Klassenkämpfe, d.h. jenseits der Verteilung von Gütern und Dienstleistungen, angesiedelt ist. Grundlegend wird dabei, daß es eine klare und fortdauernde Unterscheidung zwischen dem gesellschaftlichen 'Oben' und 'Unten' gibt, was für Bourdieu bedeutet, daß die eindeutigen kulturellen Grenzen zwischen dem 'guten' und dem 'schlechten' Geschmack Beständigkeit haben. Dieser "symbolische Klassenkampf" stellt sich also im wesentlichen dar als ein 'verdeckter' Definitionskampf um die grundlegenden dualistischen Taxonomien, die die soziale Welt strukturieren (hoch/tief, distinguiert/vulgär, fein/grob, Kultur/Natur, heilig/profan usw.), und als ein 'offenes', bewußtes oder unbewußtes Streben nach *Distinktion*.
An der Spitze der Gesellschaft wird in der Bourgeoisie mit ihren Klassenfraktionen der Definitionskampf um die Normen des legitimen Geschmacks geführt, während in der Kultur des Arbeitermilieus und im alten und neuen Kleinbürgertum die sich so herauskristallisierenden bürgerlichen Kulturmaßstäbe nur auf unterschiedliche Weise akzeptiert und adaptiert werden: Die Ästhetik der unteren und kulturell benachteiligten Schichten der Mittelklassen vollzieht im Grund nur nach, was bereits existent ist; es ist der Versuch der Angleichung und Erfüllung, des Gehorsams gegenüber den kulturellen Geboten der für legitim erklärten Symbolordnung, der legitimen Werte und Normen. Absicht und Wille zur Distinktion, zur Absetzung, tauchen erst in der kleinbürgerlichen Ästhetik auf, und richten sich dann gegen die "kitschige" und imitierende Ästhetik der Unterklassen (Berglandschaft, Sonnenuntergang am Meer und Wald, Erinnerungsfotos, Volksmusik, deftiges Essen, Konsum von Imitaten und vormals elitärer, prestigereicher Konsumgüter usw.). Insofern repräsentieren alle nicht-bürgerlichen Habitusprofile letztlich nur die Kehrseite der distinktiven Symbolsprache bürgerliche Kreise, wobei die sozialen Unterschichten den absoluten kulturellen Nullpunkt darstellen: Sie "spielen in diesem System ästhetischer Positionen wohl kaum eine andere Rolle als die einer Art Kontrastfolie, eines negativen Bezugspunkts, von dem sich alle Ästhetiken in fortschreitender Negation absetzen"[73]. In diesem Zusammenhang spricht Bourdieu auch von einem "Verfolgungsrennen", in dem sozusagen der Motor des sozialen Wandels implizit enthalten ist:

> "Die allen Arten sozialer Prozesse zugrundeliegende Dialektik von »déclassement« und »reclassement«, von Abstufung und Umstufung, impliziert zwingend, daß alle beteiligten Gruppen in dieselbe Richtung rennen, den Blick auf dieselben Ziele und dieselben Eigenschaften und Merkmale gerichtet – nämlich jene, die durch Gruppen an der Spitze der Gesellschaft vorgegeben werden, den nachfolgenden Gruppen aber per definitionem unerreichbar sind, insofern sie, was sie an und für sich auch immer sein mögen, durch ihre distinktive Seltenheit ausgezeichnet und umgewandelt sind und sie, einmal vermehrt, *nicht mehr das sind, was sie unter Voraussetzung ihrer Seltenheit sind*"[74].

Auf diese Weise wird die Aufrechterhaltung der gesellschaftlichen Ordnung gewährleistet, "d.h. die Wahrung aller *Abstände*, Differenzen, Ränge, Prioritäten, Exklusivitäten, Distinktionen, ordinalen Merkmale und dadurch der Ordnungsrelationen, die einer gesellschaftlichen Formation ihre jeweilige Struktur verleihen"[75]. Die signifikanten *feinen Unterschiede*, die *Distinktionen*[76], also die Unterschiede setzenden Verhaltensweisen, zeigen sich dabei –

---

[73] Bourdieu, 1987, S.62.
[74] Bourdieu, 1987, S.270; Hervorhebungen im Original. Erneut läßt sich in dieser Argumentation eine Parallele zu Elias erkennen, der diese Differenzierungstendenzen als "eine der merkwürdigsten Erscheinungen im Prozeß der Zivilisation" umschrieb; vgl. hierzu die Ausführungen in Kapitel VII.1.
[75] Bourdieu, 1987, S.270; Hervorhebungen im Original.
[76] Nach Hans-Peter Müller umschließt Bourdieus Distinktions-Begriff drei Bedeutungsebenen: In *kognitiver* Hinsicht verweist Distinktion auf die Differenz oder den Unterschied zwischen Geschmäckern. In *evaluativer* Hinsicht zielt sie auf das strategische Abgrenzungsbedürfnis nach Andersartigkeit, Höherwertigkeit oder Überlegenheit, das sich vor allem im Kleinbürgertum beobachten läßt (»Mehr Schein als Sein«). In *expressiver* Hinsicht existiert sie als nicht-intendierter Effekt schlichter Andersartigkeit und kommt im Lebensstil der

und hier bezieht sich Bourdieu explizit auf Veblen –, gleich ob intendiert oder nicht, in der gesamten sozialen Praxis, d.h. in auch noch so unbedeutend erscheinenden Alltagshandlungen der Individuen:

> "Jeder Konsumakt und allgemeiner: jede Praxis ist *conspicious*, ist sichtbar, gleichviel ob sie vollzogen wurde, *um gesehen zu werden*, oder nicht; sie ist distinktiv, Unterschied setzend, gleichviel ob jemand mit ihr die Absicht verfolgt oder nicht, sich bemerkbar zu machen, sich auffällig zu benehmen (*to make oneself conspicious*), sich abzusetzen, distinguiert zu handeln"[77].

Die Kritik an Bourdieu umfaßt neben logischen und normativen Einwänden (z.B.: ökonomischer Determinismus, Vorstellung eines hierarchischen Aufbaus der Gesellschaft, Habitus als zu sperriges und starres Analysekonzept, Genese und interne Operationsweise des Habitus bleiben im Dunkeln) vor allem eine empirische Kritik[78].
Grundlegend ist wohl der Vorwurf, Bourdieus Beschreibungen sind zu sehr an die inzwischen überholten Bedingungen in Frankreich der 60er und 70er Jahre gebunden und damit auf aktuelle und schon gar nicht auf die bundesrepublikanische Gesellschaft übertragbar. Verwiesen wird in diesem Zusammenhang auf Ulrich Becks Metapher vom "Fahrstuhl-Effekt" (1986), die mithin das Ende im Kampf um das Notwendige beinhaltet, und der prognostizierten Tendenz zur Individualisierung und Pluralisierung der Lebensstile, die einheitliche Lebens- und Erfahrungswelten empirisch immer weniger auffindbar machen. Die auf diesen Vorüberlegungen aufbauende, elf Argumentationen umfassende, empirische Bourdieu-Kritik von Stefan Hradil (1989) läßt sich insgesamt wie folgt auf den Punkt bringen: Einerseits sieht er die Kategorien bzw. die Klassenfraktionen Bourdieus empirisch in der Gefahr, immer zu groß zu geraten, also subtile Unterschiede und Differenzierungen, d.h. habitus- und verhaltensprägende Einflüsse und Risiken zu übersehen (z.B. Freizeit- und Arbeitsbedingungen, Arbeitsplatzrisiken, Belastungen durch familiäre Pflichten). Andererseits aber wertet er sie wiederum als zu klein, um ungleiche strukturelle, d.h. übergreifende habitusrelevante Lebensbedingungen (z.B. Umwelteinflüsse und -gefahren, Drogen- und Alkoholrisiken) zu berücksichtigen[79].

1.4.2 Deutschlands feine Unterschiede – Lebensweltliche Sozialmilieus nach der Typologie des Sinus-Institutes

Zeigt die Aufarbeitung der Theorie Bourdieus für die Lebensstilsoziologie bis heute – trotz aller Kritik – eine nicht zu übersehende theoretische Wirkung, so ist für die empirische Lebensstilforschung die Rezeption der vom Heidelberger Forschungsinstitut Sinus durchgeführten Milieustudien richtungsweisend. In diesen kommerziellen Konsum- und Marketingstudien mit den vorrangingen Zielen der Prognose von Kaufneigungen und der Klärung des

---

Oberschichten zum Ausdruck (»Mehr Sein als Schein«), in denen man sein kann wie man will, man wird immer Distinktionsgewinne verbuchen, einfach weil man die Spitze der gesellschaftlichen Hierarchie repräsentiert. Vgl. Müller, Hans-Peter: Differenz und Distinktion. Über Kultur und Lebensstile. In: Merkur. Heft 9/10, 49. Jahrgang, Sept./Okt. 1995, S.927-936; hier: S.934.

[77] Bourdieu, 1985, S.21; Hervorhebungen im Original.

[78] Vgl. hierzu den Sammelband: Eder, Klaus (Hg.): Klassenlage, Lebensstil und kulturelle Praxis. Theoretische und empirische Beiträge zu Pierre Bourdieus Klassentheorie. Suhrkamp, Frankfurt am Main: 1989; und darin insbesondere: Hradil, Stefan: System und Akteur. Eine empirische Kritik der soziologischen Kulturtheorie Pierre Bourdieus, S.111-141.

[79] Vgl. Hradil, 1989, S.120ff.

'Schicksals' bestimmter Produkte, wird der Versuch unternommen, die Gesellschaft nach sozialen Mileus zu gliedern, die,

> "[...] um es sehr vereinfacht auszudrücken, Menschen zusammenfassen, die sich in Lebensführung und Lebensweise ähneln, die also subkulturelle Einheiten innerhalb der Gesellschaft bilden"[80].

Ausgangspunkt der Untergliederung bildet das 'subjektive' Bewußtsein und die Lebensweise der Menschen: Zuerst wird nach Wertorientierungen (Familie und Partnerschaft, Arbeit, Freizeit, Konsum) und Alltagsbewußtsein (Lebensziele, Wunsch-, Leit-, Gesellschaftsbilder, Einstellungen zum technischen Fortschritt und zur Politik) gefragt. Für diesen "Milieu-Indikator" werden komplexe Fragebatterien verwendet, die in repräsentativen Umfragen mit großen Stichproben erhoben werden. Anschließend wird danach gesucht, in welchen 'sozialen Schichten' die Milieus auftauchen. Unter Verwendung von Ähnlichkeitsmessungen, d.h. in erster Linie von Cluster-Analysen, ergeben sich so voneinander zu unterscheidende soziale Milieus, auf deren komplexe inhaltliche Umschreibung an dieser Stelle nicht mehr eingegangen werden soll.
Die graphische Darstellung der Milieus erfolgt entweder in Kuchenform nach Prozentanteilen oder als unterschiedlich große Flächen in einem zweidimensionalen 'sozialen Raum'. Wie in Abbildung 1 ersichtlich, sind auf der vertikalen Achse in aufsteigender, hierarchischer Folge die sozialen Schichten mit ihrem unterschiedlich hohem "sozialen Prestige" angeordnet. Bei den hierfür verwendeten Variablen (z.B. Einkommen, Stellung im Berufsleben, formale Bildung) ist noch deutlich das Erbe der traditionellen Schichtungsforschung und ihrer Klassifizierungen zu erkennen, wie etwa auch die Achse dem Schichtenaufbau entspricht, wie ihn schon Moore/Kleining (1960) vorgeschlagen haben. Auf der horizontalen Achse sind die Grundorientierungen (traditionell: "Bewahren" bzw. materiell: "Haben" – z.B. Erfolg, Sicherheit, Wohlstand; und postmateriell: "Sein", "Haben" und "Genuß" – z.B. Selbstverwirklichung, Integration, Partizipation) nach dem Grad des vollzogenen Wertewandels dargestellt, worin sich zumindest eine ansatzweise Adaption der Gedanken Bourdieus andeutet.
Auffällig aber ist die nur schwache theoretische Fundierung und Ausarbeitung des Sinus-Milieuansatzes, was sich schon daran zeigt, daß nicht wie bei Bourdieu versucht wird, Erläuterungen für die Ordnung der Lebensstile zu geben, d.h. daß nicht nach einer Begründung für die spezifische Struktur der Gesellschaftsformation gefragt wird. Vielmehr entsteht bei der Betrachtung der zweidimensionalen Schaubilder der Eindruck, daß die Milieus relativ abgeschottet und unabhängig voneinander existent sind und die gegenseitige Wahrnehmung im sozialen Alltag keinen Einfluß auf die Wertorientierungen und das Alltagsbewußtsein hat. Weiterhin wird kein Aufschluß darüber gegeben, wie sich die Individuen in den aus qualitativen und quantitativen Merkmalsähnlichkeiten entwickelten Positionierungen tatsächlich vergemeinschaften, d.h. wie sie in den vermeintlich kohärenten Milieus praktisch miteinander umgehen. Es ist aber davon auszugehen, daß all diese Überlegungen die eher an einer pragmatischen Verwertungslogik ausgerichteten Vorgehensweise der Konsum- und Marketingforschung erschweren würden.
Auf den so konstruierten 'sozialen Raum' werden nun in der Forschungspraxis die Gewohnheiten, Verhaltensweisen und Praktiken in den sozialen Milieus quasi aufprojiziert. Abbildung 2 exemplifiziert diese Vorgehensweise an einem Beispiel aus der Mediaforschung – in diesem Fall der Positionierung von Fernsehsendern im Modell der sozialen Milieus nach den Sehpräferenzen.

---

[80] Becker, Ulrich/Nowak, Horst: "Es kommt der neue Konsument". In: Form. Zeitschrift für Gestaltung, Nr. 111, 1985, S.13-17; hier: S.14.

Explizit angelehnt an diese empirische Vorgehensweise haben sich eine Reihe von Lebensweltstudien, wie z.B. die von Gluchowski (1987) zu politischen Einstellungen und Wahlverhalten, die Outfit-Studien des Spiegel (1986, 1990) zum Bekleidungs- und Modeverhalten und die Wohnwelt-Studien von Burda (1988, 1991) zur Erhebung von Wohnstilen[81]. Zu den Versuchen, die kommerzielle Milieuforschung auch für die Erforschung sozialer Ungleichheit fruchtbar zu machen und vor allem auf theoretischer Ebene weiterzuentwickeln, gehört u.a. die Arbeit von Hradil (1987), in der er eine Verbindung zwischen sozialen Milieus und seinem Konzept sozialer Lagen[82] herstellt. In die gleiche Richtung weisen die Ansätze von Vester et al. (1993) bzw. Vester (1995), in denen "soziale Landkarten" für den Vergleich von Sozialmilieus in West- und Ostdeutschland entworfen werden und die dabei versuchen, die – inzwischen dem sozialen Wandel angepaßten und im Detail veränderten – Sinus-Milieus mit dem Habitus-Konzept von Bourdieu zu verbinden[83].

[81] Gluchowski, Peter: Lebensstile und Wandel der Wählerschaft in der Bundesrepublik Deutschland. In: Aus Politik und Zeitgeschichte. Beilage zur Wochenzeitung Das Parlament. B12/87, 1987, S.18-32. Spiegel, Der: Outfit 1. Hamburg: 1986. Spiegel, Der: Outfit 2. Hamburg: 1990. Burda: Wohnwelten in Deutschland 1. München: 1988. Burda: Wohnwelten in Deutschland 2. 3.Aufl. München: 1991.

[82] Hradil definiert die sozialen Lagen als "typische Kontexte ungleicher Handlungsbedingungen" und versteht sie als Kurzformeln für häufig vorkommende Konglomerate von Ressourcen, Lebensverhältnissen und Risiken, somit als summarische Begriffe für Chancen zur Befriedigung allgemein anerkannter Bedürfnisse (vgl. Hradil, 1987, S.151f.)

[83] Vester, Michael/v. Oertzen, Peter/Geiling, Heiko/Hermann, Thomas/Müller, Dagmar: Soziale Milieus im gesellschaftlichen Strukturwandel. Zwischen Integration undAusgrenzung. Bund, Köln: 1993. Vester, Michael: Deutschlands feine Unterschiede. Mentalitäten und Modernisierung in Ost- und Westdeutschland. In: Aus Politik und Zeitgeschichte. Beilage zur Wochenzeitung Das Parlament. B20/95, 1995, S.16-30.

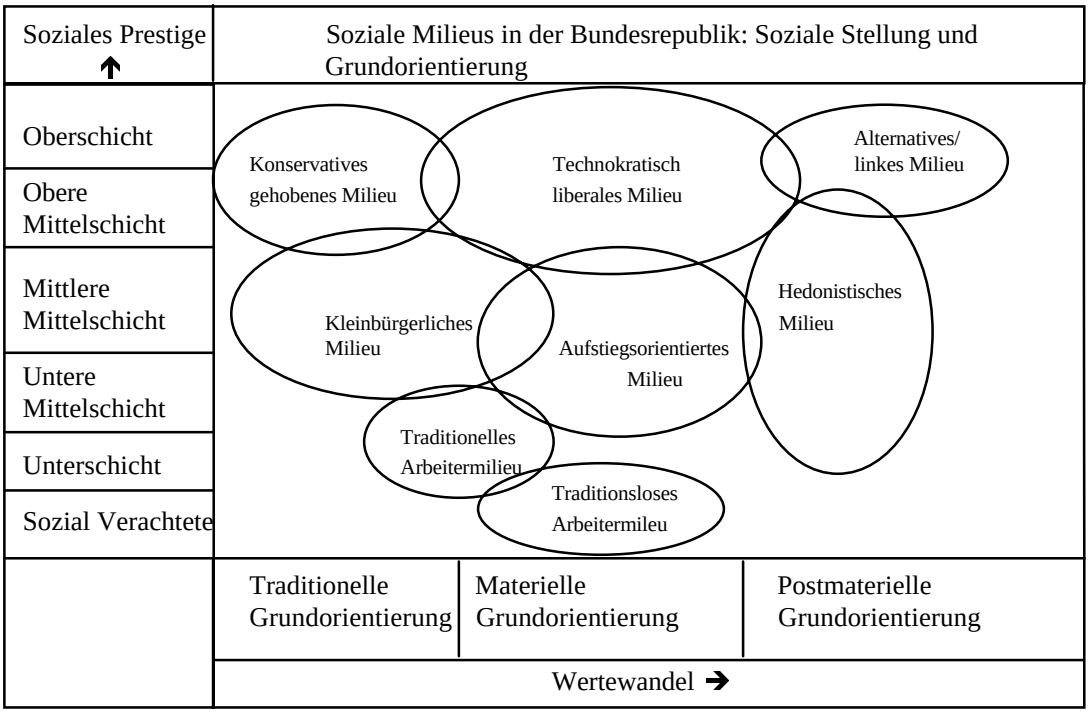


Abbildung1: Das Milieumodell des Sinus-Instituts (Becker/Nowak, 1985, S.14.)

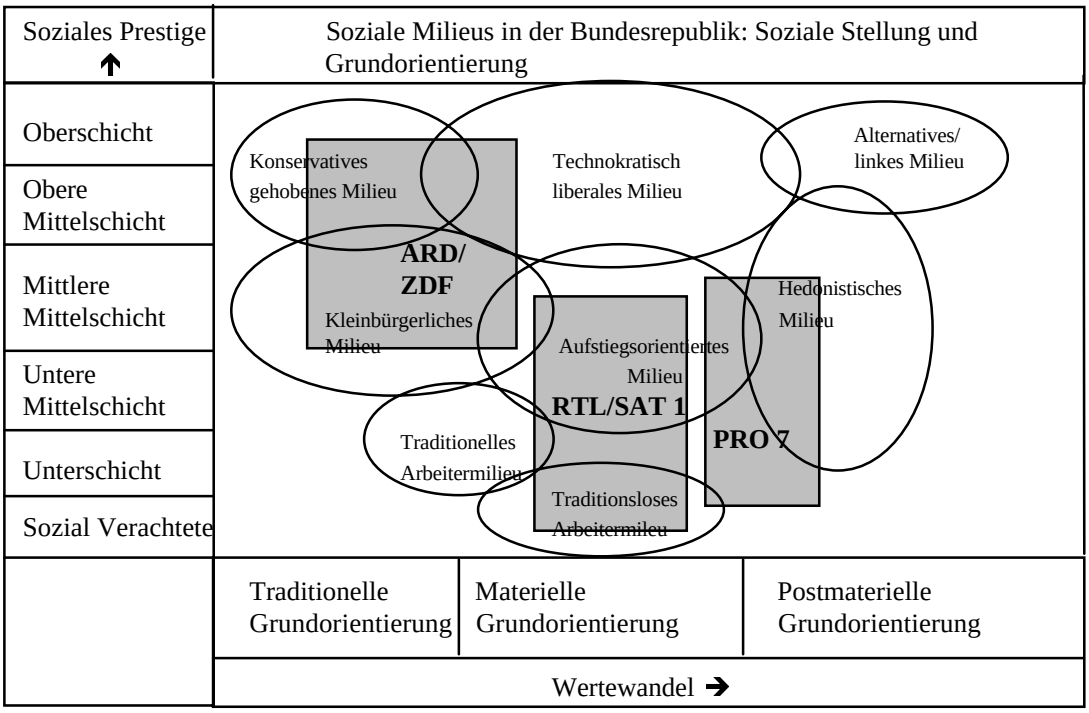


Abbildung 2: Positionierung von Fernsehsendern (ARD/ZDF, RTL/SAT 1, PRO 7) im Modell der sozialen Milieus (Quelle: Werben und Verkaufen Background, 5/1995, S.108)

1.4.3 Die Ästhetisierung der Lebenswelt in der Erlebnisgesellschaft – Gerhard Schulzes Milieutheorie

Einen neueren, äußerst kontrovers diskutierten und heftig umstrittenen Ansatz innerhalb der Lebensstilsoziologie stellt die Milieutheorie von Gerhard Schulze dar[84]. Dies nicht zuletzt deshalb, weil Schulze neben der Hervorhebung des innovativen Charakters seines theoretischen und empirischen Modells auch das Ziel der Herausarbeitung eines neuen Gesellschaftstypus verfolgt und somit insgesamt einen umfassenden Anspruch innerhalb der Lebensstildiskussion erhebt. Dabei ist Schulze bemüht, seine zentralen Behauptungen detailliert an den Ergebnissen seiner empirischen Studie auszuweisen, und er legt auch über jeden Schritt in seiner theoretischen Argumentation umfassend und differenziert Rechenschaft ab. Nachfolgend können und sollen jedoch nur die tragenden Kategorien der Theorie von der Erlebnisgesellschaft und die Eckpfeiler der empirischen Umsetzung dieses theoretischen Modells erläutert werden. Gleich zu Beginn sei aber soviel schon vorweggenommen: Es wird sich zeigen, daß die theoretische Ausrichtung Schulzes stark an der Konzeption Bourdieus orientiert ist und die empirische Vorgehensweise viele Berührungspunkte mit den Sinus-Milieustudien aufweist.

Schulze schließt mit seinen Überlegungen an die Thesen zur soziologischen Zeitdiagnose der Gegenwart an, wie sie weiter oben bereits beschrieben wurden, und die allgemein mit folgenden Stichworten grob umrissen werden können: *Individualisierung* der Bevölkerung, *Differenzierung* von Lebensformen und *Entkoppelung* der alltäglichen Lebensführung von traditionellen Sozialzusammenhängen und klassenspezifischen Kulturmustern.
Unter den Bedingungen von kollektiver Wohlstandszunahme, einem kollektiven Mehr an Bildung, wachsender Freizeit und vor allem der Optionenvielfalt ("Vermehrung der Möglichkeiten", "unendlich großer Möglichkeitsraum"[85]) haben sich nach der Überzeugung Schulzes in den vergangenen vierzig Jahren nicht nur die allgemeine Lebensorientierung und die Handlungsrationalität der Menschen grundlegend verändert, sondern auch die bis dahin existenten sozioökonomisch strukturieren Klassenmilieus aufgelöst. In diesem Zusammenhang spricht Schulze von einem fundamentalen *semantischen Paradigmenwechsel*, in dem die bis dahin existente *ökonomische Semantik* von einer *psychophysischen Semantik* zwar nicht gänzlich abgelöst, aber doch in zunehmendem Maße überlagert wird. Bis zu diesem gesellschaftlichen Umbruch waren die Bedingungen der Lebensführung in der traditionellen Industriegesellschaft, der sogenannten "Knappheitsgesellschaft", von der Bewältigung *äußerer* Lebenslagen gekennzeichnet, d.h. vor allem von der Eingebundenheit in ökonomische Zwänge (Überleben, Sicherung des Besitzstandes, Mehrung der Ressourcen) und der Abhängigkeit von Verwandtschaftsbeziehungen (Beziehungsvorgaben). Es herrschte ein ungleicher Zugang zu den allgemein geschätzten Werten; die Gesellschaft war nicht nur ökonomisch, sondern – damit unmittelbar verbunden – auch kulturell hierarchisch strukturiert, was sich an den bis dahin bedeutsamen Dualismen der Klassifikation erkennen läßt: mehr/weniger, oben/unten, kultiviert/unkultiviert, Kunst/Kitsch usw. In dieser "Milieustruktur sozioökonomischer Schichten"[86] galten auch noch jene Modalitäten sozialer Ungleichheit, wie sie für *kompetitive Gesellschaften* kennzeichnend sind und wie sie von den Klassikern der Lebensstilforschung erkannt und beschrieben wurden: "Hier sind wir in

[84] Schulze, Gerhard: Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart. Campus, Frankfurt am Main: 1992.
[85] Schulze, 1992, S.54 bzw.140.
[86] Schulze, 1992, S.251.

der Welt von Veblen und Bourdieu"[87], und bei der Schilderung dieser Welt bezieht sich Schulze – vor allem zum Zwecke der Kontrastierung – fast ausschließlich auf letzteren:

> "Was Bourdieu in ökonomisches Kapital, Bildungskapital und Beziehungskapital auseinanderdividiert, wird im Begriff der ökonomischen Semantik zusammengefaßt. Bis in die sechziger Jahre hinein war diese Zusammenfassung sozialhistorisch angemessen [...] Zu dieser Zeit, aber nur zu dieser, finden wir in der Bundesrepublik Deutschland Verhältnisse vor, die sich gut durch die Theorie Bourdieus beschreiben lassen"[88].

Insbesondere aber seit dem Anfang der 70er Jahre begannen sich die Bedingungen der Lebensführung in der sich herausbildenden "Überflußgesellschaft" zu verändern: "Jenseits der Überlebensfrage" und angesichts des "unendlich großen Möglichkeitsraums" tritt an die Stelle *außenorientierter* Lebenssauffassungen eine gänzlich auf das eigene Selbst bezogene, *innenorientierte* Handlungsorientierung der Individuen. Nun liegt das primäre Handlungsziel und die rationale Handlungsplanung der Akteure nicht mehr in der Erlangung *äußerer*, sondern in der Herstellung *innerer* Zustände und Erfolge, d.h. in der Verfolgung und Steigerung positiver, *psychophysischer Erlebnisse*. Damit ergibt sich auch eine andersgelagerte Problemdefinition, denn nicht mehr die Sicherung des Überlebens oder das Überwinden von Knappheitsproblemen bzw. das Streben nach Rang, Prestige oder Geld, die allesamt noch zum Programm der aufstiegsorientierten Klassen- und Schichtungsgesellschaften gehörten, sondern "Erlebe dein Leben!" ist das existentielle Grundproblem bzw. der kategorische Imperativ dieser Gesellschaft. Die eigene relative Stellung des einzelnen in der Ungleichheitsstruktur wird damit ebenso nebensächlich wie überhaupt die Außenwelt und die sozialen Anderen für die Handlungsorientierung an Relevanz verlieren: "Wo Erlebnisse zum beherrschenden Thema werden, beginnt man, sich vor allem mit sich selbst zu beschäftigen"[89]. Diese Aufmerksamkeitsverlagerung auf das eigene Selbst der Individuen ist der fundamentale qualitative Unterschied zwischen der *kompetitiven Gesellschaft* und der *Erlebnisgesellschaft* – einer Gesellschaft, "die (im historischen und kulturellen Vergleich) relativ stark durch innenorientierte Lebensauffassungen geprägt ist"[90] – und verlangt nach Schulzes Überzeugung auch nach einer neuen soziologisch-analytischen Perspektive, die sich nur noch partiell an alten Modellen – wie dem von Bourdieu[91] – orientieren kann:

> "Mit der Ausbreitung der Innenorientierung wird es notwendig, dem emotionalen und somatischen Aspekt der menschlichen Existenz höheren Rang einzuräumen, als es soziologischer Tradition entspricht"[92].

Die Theoriebildung findet ihren Ausgangspunkt konsequenterweise nicht die Frage nach dem Gefüge sozialer Beziehungen, in das die Individuen schon immer eingebunden sind, sondern auf der Ebene der subjektiven Sinnstrukturen und Deutungsschemata. Von den Handelnden selbst und ihrer psychophysischen Erlebnisorientierung arbeitet sich Schulze dann schrittweise bis zur Konstruktion des Sozialen in Gestalt von *Erlebnismilieus* vor.

---

[87] Schulze, 1992, S.139.
[88] Schulze, 1992, S. 251 bzw. 544.
[89] Schulze, 1992, S.541.
[90] Schulze, 1992, S.54.
[91] "Bei einer Theorie unserer eigenen Kultur ist es sinnvoll, Bourdieu nicht nur systematisch einzubeziehen [...], sondern ihn an bestimmten Stellen auch systematisch zu vergessen. Von dem Modell, mit dem Bourdieu Frankreich in den sechziger und siebziger Jahren poträtiert, kann man bei der Analyse der Bundesrepublik in den achtziger und neunziger Jahren einige analytische Mittel übernehmen, nicht aber auch nur eines der damit erzielten Ergebnisse. Das bedeutet nicht, daß er widerlegt wäre. Bourdieu hat sich mit einem anderen Sachverhalt beschäftigt" (Schulze, 1992, S.16).
[92] Schulze, 1992, S.89.

Das Handlungsmodell der Erlebnisorientierung, d.h. das Produzieren und Provozieren innerer Erlebnisse und die Hingabe an "das Projekt des schönen Lebens", zielt unmittelbar ab auf eine "Ästhetisierung des Alltagslebens". Jedes Individuum hat nach Schulze ein eigenes Ordnungsschema des Erlebens, in dem es sich auf eine bestimmte Art der Wunscherfüllung, auf bestimmte Formen von Erlebnisreizen festlegt. Damit wird der *Geschmack*, der in *alltagsästhetischen Episoden* zur Auswahl befähigt, zu einer zentralen Kategorie: "Im Entscheidungssog der Möglichkeiten (Angebotsexplosion, Ausweitung der Konsumpotentiale, Wegfall von Zugangsbarrieren, Umwandlung von vorgegebener in gestaltbare Wirklichkeit, Anm. J.R.) wird der Mensch immer wieder auf seinen Geschmack verwiesen"[93]. Dieses relativ stabile Muster an Neigungen und Vorlieben in Form von Geschmacksempfindungen wird zur Ausgangsbasis des *persönlichen Stils* einer Person, der innerhalb der Stilhermeneutik von Schulze letztlich über drei Komponenten definiert wird:

- *Genuß*: Eine ganz besondere Bedeutungsebene für den persönlichen Stil stellt der Genuß dar. Es ist das, "was der Erlebende selbst als Hauptsache empfindet": "Vergnügen und Mißvergnügen, Faszination und Langeweile, Anziehung und Angewidertsein, bildet eine wichtige Schicht der Erfahrung, durch die wir uns in der Welt ästhetisch orientieren können". Dabei stellt der Genuß immer die positiven, die angenehmen Seiten von sinnlichen Erfahrungen dar: Es ist "ein psychophysischer Zustand positiver Valenz", "eine psychophysische Reaktion, die als angenehm erlebt oder als angenehme Vorstellung Ziel der Handlungsplanung ist". Ausschlaggebend für Schulze ist nun, daß der Genuß immer zugleich somatisch und kognitiv erlebt wird, wobei er die Komponente der körperlichen Wahrnehmung bzw. des körperlichen Erlebens besonders heraushebt, da sie in den Theorien ästhetischer Rezeption bislang ausgeblendet blieb. Welche Sinneswahrnehmungen nun als Genuß empfunden werden, hängt von vielen subjektiven Faktoren ab (Intensität, Assoziationen, Wertvorstellungen, Wissen usw.) und ist vom Individuum oft nicht verbalisierbar; immer aber ist die Art der Genußempfindung ein konstitutiver Bestandteil des persönlichen Stils. In Bezug auf unsere Thematik ist in diesem Zusammenhang Schulzes häufige Erwähnung von Geruchseindrücken von Interesse[94].
- *Distinktion*: Der persönliche Stil bezieht sich jedoch nicht nur auf die Schemata des nach innen hin spürbaren Genießens, sondern wird auch nach außen hin (z.B. über die Kleidung, die Art zu Essen, den bevorzugten Musikstil usw.) wahrnehmbar vermittelt. Damit wird über die alltagsästhetische Praxis auch soziale Zuordnung symbolisiert: Die gesetzten Zeichen dienen als soziale Erkennungsmerkmale, zur Unterscheidung des Subjekts von anderen, zur Symbolisierung von sozialen Unterschieden. So hat auch die Definition des Schönen und des Häßlichen eine distinktive Komponente: Man gibt zu erkennen, wer man ist, wem man sich zurechnen möchte und mit wem man nichts zu tun haben will[95].
- *Lebensphilosophie*: Auf der letzten Bedeutungsebene des persönlichen Stils wird davon ausgegangen, daß zur Distinktion und ihrem in erster Linie trennenden, negativen Charakter mit der Lebensphilosophie ein positives Element rückt. In den alltagsästhetischen Praktiken (Wohnungeinrichtung, Wahl der Kleidung, der Musik, des Fernsehsenders usw.) sind normative Botschaften enthalten, die Auskunft geben über "grundlegende Wertvorstellungen, zentrale Problemdefinitionen, handlungsleitende Wissensmuster über Natur und Jenseits, Mensch und Gesellschaft". Diese Ebene der Identifikation und Eingrenzung ist sowohl nach außen sichtbar, wirkt ab er auch auf des Selbstverständnis des Individuums: "Der Mensch findet sich selbst und ist von dem ergriffen, womit er sich identifiziert"[96].

---

[93] Schulze, 1992, S.58.
[94] Schulze, 1992, S.105-108.
[95] Schulze, 1992, S.108-111.
[96] Schulze, 1992, S.112-114.

Entscheidend für die soziologische Analyse ist nun, daß das Individuum bei der Ausbildung derartiger Erlebnismuster nicht auf sich allein gestellt bleiben kann. Zwar bedeutet schon die Ausbildung eines persönlichen Stils eine Entlastung, eine Ordnungsleistung im Sinne einer Reduktion von Komplexität im potentiellen Zeichenchaos, doch die umfassenden Wahl- und Handlungsfreiheiten in der "Überflußgesellschaft" überfordern den einzelnen weiterhin und produzieren systematisch Unsicherheiten und Enttäuschungen. Dies führt bei den Individuen zum Ansteigen ihres Bedürfnisses nach Orientierung und nach Abwehr von Unsicherheiten und läßt sie an kollektive Schematisierungen erlebnisorientierten Handelns anlehnen. Diese können dann wiederholt zitiert werden: Aus individuellen *alltagsästhetischen Episoden* werden so auf der kollektiven Ebene *alltagsästhetische Schemata*, d.h. Zeichenmengen mit standardisierten, intersubjektiv bekannten Bedeutungsmustern. Konstituierend für diese kollektiven Muster des Erlebens sind dann wiederum jene oben genannten Bedeutungsebenen, aus denen Schulze drei *alltagsästhetische Schemata* konstruiert:

1. Hochkulturschema
- *Genuß*: Kontemplation. Physisch: Zurücknahme des Körpers (Zustand der Ruhe). Psychisch: Vergnügen des Dekodierens (Entdecken, Erkennen, Wiedererkennen von Mustern).
- *Distinktion*: Antibarbarisch. Kulturelle Feindbilder: biertrinkende Vielfernseher, Massentouristen, Bildzeitungsleser. Alles, was die körperliche Existenz besonders deutlich wahrnehmbar macht: Lautstärke, Schwitzen, Riechen(!), Korpulenz.
- *Lebensphilosophie*: Perfektion. Positiv: Idee der Vereinigung mit dem Göttlichen. Negativ: Abgesang auf Gott, die Menschen, die Gesellschaft.
- Beispiele für typische Zeichen sind klassische Musik, Museumsbesuch, Lektüre »guter Literatur«.

2. Trivialschema
- *Genuß*: Gemütlichkeit. Physisch: moderate Dynamik ohne Anstrengung. Psychisch: Suche nach Sicherheit, Geborgenheit und Anlehnung.
- *Distinktion*: Antiexzentrisch. Abgelehnt werden: Fremde, Individualisten, Exzentriker.
- *Lebensphilosophie*: Harmonie. Zentrale positive Botschaft: Alles wird gut. Negativ: Angst vor allem Neuen, Unbekannten und Konflikthaften.
- Beispiele für typische Zeichen sind deutscher Schlager, Fernsehquiz, Arztroman.

3. Spannungsschema
- *Genuß*: Action. Psychophysisch: Unruhe, erhöhtes Aktionspotential, Spannung als konstanter Zustand.
- *Distinktion*: Antikonventionell. Abgelehnt werden: Spießer, Etablierte, Konservative.
- *Lebensphilosophie*: Narzißmus. Das Ich ist nur mit sich selbst konfrontiert (Selbstwahrnehmung als interessant, aufregend, faszinierend), ohne aber im Vergleich mit den anderen ein besonderes Privileg zu besitzen (es gibt nichts Größeres als einen selbst, andererseits gibt es dies vielfach).
- Beispiele für typische Zeichen sind Rockmusik, Thriller, Ausgehen (Kneipe, Disco, Kino usw.)[97].

Trotz der zeitdiagnostischen und strukturanalytischen Diagnosen von Individualisierung, Differenzierung und Entkoppelung bzw. der starken Selbstbezogenheit des Subjekts besteht nach Schulze also keine Tendenz zur Auflösung des Sozialen. Vielmehr bilden sich unter anderen Vorzeichen neue Formen der Vergesellschaftung: "Es gibt sie noch, aller Individua-

[97] Vgl. zusammenfassend: Schulze, 1992, S.163.

lisierungstendenzen zum Trotz, die großen sozialen Gruppen; allerdings bilden sie sich jetzt nach neuen Prinzipien"[98].
Um jedoch zu den neuen Vergesellschaftungsformen und zur eigentlichen Milieusegmentierung zu kommen, muß Schulze zur Offenlegung dieser Prinzipien noch zwei theoretische Arbeitsschritte zwischenschieben, mit denen er zugleich das Ziel verfolgt, seiner bislang doch allzu offensichtlich an Bourdieus Habituskonzept orientierten Argumentation die nötige Distanz zur Vorlage zu verschaffen.

Wie oben ausgeführt, wird davon ausgegangen, daß sich die Individuen an alltagsästhetische Schemata anlehnen. Diese drei Schemata bilden aber, im Vergleich zu Bourdieus Gegenüberstellung von Hoch- und Trivialkultur, keine polaren Gegensätze, sondern sind – als je unabhängige Dimensionen gedacht – nach freier Wahl miteinander kombinierbar. Solche Kombinationsmuster bestimmter Ausprägungen der alltagsästhetischen Schemata werden dann als *Stiltypen* bezeichnet, die sich wiederum zu *milieuspezifischen Existenzformen* verdichten. Eine Besonderheit der Erlebnisgesellschaft besteht nun darin, daß für die Manifestation der Stiltypen immer weniger die Bedeutungsebenen der Distinktion und der Lebensphilosophie bestimmend sind, sondern vielmehr die Bedeutungsebene des Genusses: "Im selben Maße, wie schöne Erlebnisse zur Hauptsache aufsteigen, werden Distinktion und Lebensphilosophie sekundär"[99].
Obwohl sich Schulze ausdrücklich auf den von Veblen und Bourdieu verwendeten Distinktionsbegriff bezieht, d.h. Distinktion im engen Zusammenhang mit Konsum – von Kultur, Informationen, Dienstleistungen und Waren – versteht, hat seiner Meinung nach im Zuge des semantischen Paradigmenwechsels eine qualitative Veränderung insbesondere dieser Bedeutungsebene stattgefunden. Waren in der kompetitiven Gesellschaft Konsum und Distinktion demonstrativ und damit außenorientiert, d.h. in erster Linie ein Ausdruck des Abstands von und der Zugehörigkeit zu ökonomischen Klassen, so hat sich mit der Auflösung der Klassengesellschaft und der zunehmend innenorientieten Lebensauffassung ein Bedeutungswandel vollzogen:

> "Das Bedeutungsfeld der sozioökonomischen Distinktion verliert in dem Maße an Gewicht, wie die traditionelle »geschichtete« Gesellschaft ihre Konturen einbüßt". Und: "Mit dem Niedergang der ökonomischen Semantik enthierarchisiert sich die Distinktion. War Distinktion alten Typs noch gekennzeichnet durch eine Beziehung von Arroganz und Respekt, so gilt für Distinktion neuen Typs ein Verhältnis gegenseitiger Abgrenzung"[100].

War Distinktion bei Bourdieu noch *die* zentrale Kategorie, die der gesellschaftlichen Formation ihre hierarchische Struktur verlieh, so hat sie bei Schulze ihre kompetitive, strukturgenerierende 'Ernsthaftigkeit' verloren: "Distinktion ist Nebenprodukt"[101]. Aus Distinktion als verdecktem Klassenkampf wird Distinktion als bloße Differenz oder Distanz, allenfalls als kulturelle Entfremdung[102]. Dies hat auch Auswirkungen auf das Verhältnis der Milieus zueinander bzw. auf die Struktur der Gesellschaftsformation: Die Geschmacksgruppen bzw. die manifesten Stiltypen existieren friedlich nebeneinander und nehmen zugleich einander nicht mehr wahr:

---

[98] Schulze, 1992, S.23.
[99] Schulze, 1992, S.166.
[100] Schulze, Gerhard: Alltagsästhetik und Lebenssituation. Eine Analyse kultureller Segmentierung in der Bundesrepublik Deutschland. In: Soeffner, Hans-Georg (Hg.): Kultur und Alltag. Soziale Welt, Sonderband 6, 1988, S.71-92; hier: S.73. bzw. Schulze, 1992, S.545.
[101] Schulze, 1992, S.545.
[102] Vgl. hierzu: Müller, 1995, S.927-936.

> "Erst in der Erlebnisgesellschaft existieren Geschmacksgruppen nebeneinander, ohne sich in ihrem Denken aufeinander zu beziehen". Denn: "Im Bann des eigenen normativen Gravitationsfeldes vergleichen sich die Menschen vorwiegend mit denen, die sie als ähnlich empfinden, und achten hauptsächlich auf den Eindruck, den sie im eigenen Milieu machen"[103].

Außer diesem sehr eingeengten Spektrum sozialer Wahrnehmung, in dem nur noch das eigene Selbst und allenfalls noch das unmittelbare Umfeld des eigenen Geschmacksmilieus von Bedeutung sind, schweben die Milieus zudem auf gleicher Höhe im sozialen Raum. Die Lebensstile entziehen sich bei Schulze der klassischen Oben-Unten-Einteilung; es gibt keine sozialen Hierarchien mehr:

> "Zwischen den Milieus herrscht ein Klima von Indifferenz oder achselzuckender Verächtlichkeit, nicht geregelt und hierarchisiert durch eine umfassende Semantik des Oben und Unten". Daraus folgt: "Statt auf einer gemeinsamen Leiter stehen die sozialen Gruppen auf einem Podest, jeder für sich, und jede stellt sich auf die Zehenspitzen, um auf die anderen herabschauen zu können"[104].

In Verbindung mit der Distinktion hat auch der Konsum seine nach außen orientierte, statusindizierende Funktion eingebüßt:

> "Konsum kann nur dann demonstrativ sein, wenn man der angeeigneten Ware ihren Preis ungefähr ansieht (Evidenz). Diese Bedeutung ist meist erfüllt. [...] Aber die ökonomisch-hierarchische Indikatorfunktion der Konsumgüter ist weitgehend verloren gegangen (Signifikanz)". Denn: "Zu hoch ist der allgemeine Lebensstandard, zu erschwinglich die Angebote, als daß der offensichtliche Kaufwert noch als Symbol taugen könnte. So ist der an Gütern ablesbare Lebensstandard zwar immer noch evident, aber kaum noch signifikant"[105].

Hat der außenorientierte Konsum seine ursprüngliche Bedeutung für die Entstehung sozialer Milieus verloren, ist in dieser Hinsicht der innenorientierte Konsum umso wichtiger geworden, denn er läßt die sich herausbildenden Erlebnis- bzw. Geschmacksmilieus sogar als Konsumentenmilieus erkennen, auf deren unterschiedliche Geschmacksprofile die Erlebnisanbieter ihre Produkte zuschneiden bzw. den Erlebnismarkt untereinander aufteilen. Hieraus entsteht eine permanente Wechselwirkung zwischen Konsumentenmilieu und Anbieter, die sich einerseits auf die Erscheinungsweise der Produkte (Verpackung, Werbung, atmosphärische Details der Angebotssituation usw.) auswirkt und andererseits die Milieuzugehörigkeit des Konsumenten erkennen läßt:

> "Es bilden sich gemeinsame Vorstellungen über die Segmentierung des Publikums heraus, die allenthalben in das ökonomische Wissen integriert werden. Daraus folgt eine bestimmte Gestaltung von Produkten, die massiv auf das Publikum im Sinne derselben marktsoziologischen Theorie zurückwirkt, auf der sie beruht"[106].

An die Stelle von außenorientierter Distinktion und Konsum, die immer auf eine soziale Position in der Hierarchie der Gesellschaft verwiesen, treten in der enthierarchisierten Erlebnisgesellschaft Konsum und Distinktion unter die Vorzeichen von innenorientiertem Geschmack und Genuß und werden nicht mehr als Indikatoren für eine soziale Position oder

---

[103] Schulze,1992, S.541 bzw. 405.
[104] Schulze, 1992, S.405 bzw. 167. Mit dieser Diagnose schafft Schulze sogar eine theoretische Fundierung für die Darstellung der Milieus in den Sinus-Studien, die – wie oben angemerkt – ebenfalls kontakt- und beziehungslos im sozialen Raum schweben.
[105] Schulze, 1992, S.401 bzw. 194.
[106] Schulze, 1992, S.456. Ebenso wie Bourdieu sieht auch Schulze nur wenige Produkte von diesem 'Mechanismus' ausgenommen.

einen Lebensstandard, sondern nur noch als *Stil* interpretierbar, d.h. als eine gesellschaftlich evidente, besondere Form des Geschmacks und des Genusses, die in den vielen, oft beiläufigen ästhetischen Wahlen des Alltags wiederholt zum Ausdruck kommt (z.B. Konsum oder Nicht-Konsum von Waren, Medien, Dienstleistungen usw.):

> "Ästhetische Fragen sind von der Peripherie ins Zentrum der Lebenswirklichkeit gerückt. [...] Die ganze Ausstattung unseres Lebens mit Gebrauchsgegenständen und Dienstleistungen ist eine unablässige Provokation uns ästhetisch zu entscheiden." Denn: "Jenseits der Überlebensfrage, stimuliert durch unausgesetzten alltagsästhetischen Wahlzwang haben die Individuen das existentielle Grundproblem ihr Leben zu erleben. Damit beginnt die Herrschaft der Bedeutungsebene des Genusses"[107].

Die sich unter diesen Bedingungen (Relevanzminderung der Bedeutungsebenen von Distinktion und Lebensphilosophie bei gleichzeitiger Relevanzsteigerung der Bedeutungsebene Genuß) herausbildenden manifesten Stiltypen – "in deren Schwerefeld hohe ästhetische Homogenität herrscht"[108] – stellen somit den ersten Schritt in der Argumentation hin zur Entstehung gegeneinander abgrenzbarer Milieus dar.
Der zweite theoretische Schritt auf dem Wege zur Milieusegmentierung hängt eng mit der ersten Vorüberlegung zusammen: Haben mit den ökonomischen Einflußgrößen die klassischen sozialen Ungleichheitslagen ihre Evidenz und Signifikanz weitestgehend verloren und ist alles, was für die Individuen noch zählt, die Steigerung innerer Erlebnisse, so ist es für Schulze nur konsequent, daß weder die Stellung im Produktionsprozeß noch die Höhe des individuellen Einkommens, die soziale Herkunft oder lokale Gegebenheiten darüber entscheiden, welcher sozialen Gruppe bzw. welchem manifesten Stiltypus sich ein Individuum zugehörig fühlt. Diese Variablen haben ihre prädiktive Kraft eingebüßt und können folglich auch nicht mehr für die soziologische Bestimmung bzw. die Analyse von Milieus oder Lebensstilen herangezogen werden, sondern müssen Variablen weichen, die den erlebnisorientierten Bedingungen angemessenen sind. Für Schulze sind dies die beiden Variablen *Lebensalter* und *Bildungshöhe*. Sie stellen *nun* die Grundlage der empirischen Gruppenbildung bzw. den definitorischen Kern der Erlebnismilieus dar und entscheiden – neben dem Kriterium geschmacklicher Ähnlichkeit – über die fundamentalen Fragen in der Erlebnisgesellschaft: Welche Reservoirs an alltagsästhetischen Schemata lege ich mir zurecht? Welchen manifesten Stiltypus lege ich mir zu? Welchem sozialen Milieu schließe ich mich an?
Zur Begründung der Wahl dieser beiden, doch relativ einfach zu operationalisierenden sozialstrukturellen Standardvariablen, führt Schulze deren hohe Signifikanz, d.h. die Integration einer großen Menge inhaltlich aussagekräftiger milieurelevanter Informationen und deren hohe Evidenz, d.h. ihre leichte Dekodierbarkeit in sozialen Alltagsinteraktionen, an[109]:

> "Beide gehören zur Oberflächenschicht unmittelbarer Wahrnehmbarkeit, aber sie verweisen auf viele unsichtbare Attribute. Um ungefähr zu wissen, welchen Bildungsgrad der andere hat, muß man nur ein paar Sätze mit ihm wechseln; für die Zuordnung zu groben Altersklassen ist nicht einmal dies erforderlich"[110].

---

[107] Schulze, 1988, S.73 bzw. 1992, S.140.
[108] Schulze, 1992, S.122.
[109] Ähnlich wie bei Goffman sind damit Alter und Bildung wie auch das Geschlecht, grundlegende Indikatoren für die kategoriale Identifikation von Individuen in sozialen Interaktionen. Vgl. hierzu Kapitel VIII.2.1.
[110] Schulze, 1992, S.188. Insgesamt haben für Schulze die Wahrnehmungen im sozialen Alltag und allgemein die Alltagsinteraktionen eine große Bedeutung für die Milieusegmentierung und für die soziologische Analyse von Lebensstilen. Eine zentrale Rolle bei der sozialen Orientierung der Individuen nach dem Kriterium der Ähnlichkeit nimmt die erhöhte *Binnenkommunikation* in sozialen Milieus ein. Schulze geht hierbei davon aus, daß sich innerhalb von Lebensstilkollektiven die Interaktionen, Kontakte und Erwartungen von Individuen verdichten, und sich dementsprechend relativ stabile, segmentierte Wissensgemeinschaften herausbilden; hier gilt: "Jeder schaut vom anderen ab, was normal ist, alle gleichen sich immer wieder neu einander an". Über die

Wie schon beim Geschmack, ist das dominante Kriterium bei der Beziehungswahl das der Ähnlichkeit. So sind – unter den Bedingungen der Erlebnisrationalität und der Ästhetisierung des Alltags – *Stiltypus, Alter* und *Bildung* wahrnehmbare Zeichen, an denen sich Ähnlichkeit und Unähnlichkeit in sozialen Interaktionen ablesen läßt; sie fungieren als Indikatoren für das Interesse am anderen und für die Milieuzugehörigkeiten:

> "Bildung und Lebensalter disponieren psychisch und physisch für bestimmte Positionen in der fundamentalen Semantik und damit auch im dimensionalen Raum der Alltagsästhetik. Zusammen mit dem Stiltypus (der Position im dimensionalen Raum) verbinden sich Bildung und Alter zu einer signifikanten und evidenten Zeichenkonfiguration, an der sich Menschen bei der Konstitution sozialer Milieus orientieren"[111].

Mit der Beschreibung von *Stil, Alter* und *Bildung* als den relevanten Dimensionen zur Milieusegmentierung hat Schulze die wesentlichen Schritte für seine theoretische Begründung vollzogen und gelangt nun zur Restrukturierung der Gesellschaft in Form einer makrosoziologischen Milieustruktur.
Die sich auf der empirischen Ebene über die Kombination der Merkmale Alter und Bildung ergebenden fünf Milieus mit ihren jeweils manifesten Stiltypen stellt er dann schematisch, wie in Abbildung 3 am Ende dieses Kapitels ersichtlich, dar. Bei der inhaltlichen Umschreibung und der empirischen Verifikation seiner fünf Milieus orientiert sich Schulze explizit an anderen empirischen Lebensstilarbeiten, die etwa im gleichen Zeitraum – Mitte bis Ende der 80er Jahre – zu ähnlichen Ergebnissen über die Großgruppenstruktur in der Bundesrepublik gelangt sind: Dies ist einerseits die Arbeit von Gluchowski (1987) und es sind andererseits drei Untersuchungen, die alle mit dem Milieumodell des Sinus-Instituts durchgeführt wurden (Nowak/Becker, 1985; Outfit, 1986; Wohnwelt-Studie, 1988), gegen deren sehr viel differenziertere Einteilungen er sich aber gleichzeitig verwehrt[112].
Aus dem Vergleich dieser Untersuchungen mit seiner eigenen Studie[113] ergibt sich für Schulze die Möglichkeit zur Parallelisierung, wie sie Abbildung 4 – ebenfalls am Ende dieses Kapitels – für das Sinus-Modell veranschaulicht:

Komponente der Binnenkommunikation wird die Qualität sozialer Interaktionen zum Milieucharakteristikum: "Soziale Milieus seien demnach definiert als Personengruppen, die sich durch gruppenspezifische Existenzformen und erhöhte Binnenkommunikation voneinander abheben" (1992, S.174).

[111] Schulze, 1992, S.166.

[112] Die sich aus der Vielzahl von empirischen Lebensstiltypologien ergebende, scheinbare Inkompatibilität verringert sich aus einer Perspektive, die Schulze als *Segmentierungshierarchie* bzw. – in Anlehnung an physikalische Fragestellungen – als das *Unschärfeproblem* diskutiert: "Das Problem der *Segmentierungshierarchie* besteht darin, daß es nahezu beliebig viele morphologische Modelle gibt, weil jedes Milieu sowohl in Submilieus, wie einem übergeordnetem Milieu zugeordnet werden kann. Für welches Modell wir uns auch immer entscheiden, wir kommen um die (zumindest implizite) Festlegung eines Differenzierungsniveaus nicht herum. Zur Begründung dieser Festlegung kann man sich nicht auf die Natur der Sache berufen, sondern allein auf das Erkenntnisinteresse. Das der *Unschärfe* besteht darin, daß milieudefinierte Existenzformen, Milieugrenzen und Milieuzugehörigkeiten nicht exakt anzugeben sind" (1992, S.210). Für Schulze ergibt sich daraus, daß scheinbar beziehungslose Lebensstiltypen häufig nur unterschiedliche Niveaus der Differenzierung und Variation ähnlicher Grundstrukturen sind, womit er wiederum seine Reduktion auf fünf Lebensstilgruppen begründet: "Jede noch einfachere Lösung würde die Heterogenität innerhalb der Gruppen sprunghaft ansteigen lassen, während umgekehrt die weitere Unterteilung von Gruppen keine besonders klar voneinander abgehobenen Teilgruppen erbringen würde" (1992, S.389).

[113] Die empirische Untersuchung Schulzes basiert zum überwiegenden Teil auf einer 1985 durchgeführten umfangreichen Befragung von 1014 Nürnberger Bürgern zwischen 18 und 70 Jahren, bei deren Auswahl auf eine "möglichst gleichmäßige Streuung über das ganze Stadtgebiet geachtet" wurde (1992, S.591f.). Insbesondere an der kleinen Basis und der regionalen Begrenztheit der empirischen Untersuchung wurde Kritik geübt

"Beim genauen Studium der Milieubeschreibungen in den Forschungsberichten ergibt sich der Gesamteindruck verblüffend weitgehender Zuordnungsmöglichkeiten zwischen den verschiedenen Analysen. Während sich Benennung und theoretische Klassifikationsansätze unterscheiden, handelt es sich doch um ähnliche Personengruppen"[114].

Die Beschreibungen der Milieus zur Charakterisierung der Gesamtkonfiguration Westdeutschlands Mitte der 80er Jahre fällt dann – stark komprimiert – wie folgt aus:

- Das *Niveaumilieu*: Ältere Personen (jenseits der 40) mit höherer Bildung. Es ist das Milieu der Intellektuellen, der Akademiker und Bildungsbürger, die vom Stiltypus her an einer qualitativ exponierten Hochkultur interessiert sind. Sie pflegen sich mit gehobenem Stil und Geschmack einzurichten, hören klassische Musik oder Jazz. Medienkonsum (überregionale Tageszeitungen, Romane, politische Diskussionen, Zeitgeschichte, Wirtschaft usw.) und kulturelle Aktivitäten (Theater, Konzert, Museum, Oper usw.) haben einen hochkulturellen Einschlag ("Ideal der Perfektion"). Die Überzeugung ist eher konservativ, man fällt durch ausgeprägtes Hierarchiedenken auf, das sich neben der hierachisierten Wahrnehmung der Berufe auch auf weitere hierarchisierbare Aspekte – wie Bildung, Sprachkompetenz und Kunst – bezieht. Die existentelle Problemdefinition liegt demnach in einem "Streben nach Rang" in der Hierarchie der Gesellschaft. Erwartungsgemäß besteht eine hohe Distanz gegenüber dem Trivial- und dem Spannungsschema; es ist ein antibarbarischer Distinktionstypus, "an dem erkenntlich wird, was man nicht sein möchte: stillos, unkultiviert, ohne Selbstkontrolle, inkompetent", allesamt Merkmale oder Eigenschaften die – wie auch alles Praktische, Triviale und Unruhige – "antibarbarischen Ekel" auslösen können.
- Das *Harmoniemilieu*: Ältere Personen (über 40 Jahre) mit niederer Schulbildung. In diesem Milieu ist die Selbstzurechnung zur »Unterschicht« oder zur »Arbeiterschicht« besonders auffällig; außerdem ist der Anteil von Hausfrauen, Rentnern und Rentnerinnen sehr hoch. Mit seinem Hang zur Schlichtheit und Korrektheit, zum Preiswerten und Anspruchslosen, mit seiner Neigung zum Praktischen, seiner Vorliebe für Blasmusik und deutschem Schlager verrät das Milieu seine Nähe zum Trivialschema. Der Medienkonsum liegt bevorzugt beim Fernsehen (Heimatfilm, Familienserie, Fernsehquiz usw.), in der Lektüre von trivialen Unterhaltungsromanen, Regenbogenblättern (Goldenes Blatt, Neue Post) und der Boulevardpresse (Bildzeitung); ein starker Bezug besteht aber zugleich zu den Lokal- und Regionalmedien, in denen man liest, hört und sieht, was für das eigene Leben nützlich ist: Werbung, Kleinanzeigen, Sonderangebote, lokale Nachrichten. Die Gemütlichkeit als Genußform und die Harmonie als Lebensphilosophie kommen vor allem in der Tendenz zum Rückzug in die eigenen vier Wände, in der Verengung und Verdichtung der Wohnatmosphäre ("Streben nach Geborgenheit", nach einem stabilen und bequemen Paradies, in dem man von der als bedrohlich empfundenen Außenwelt geschützt ist), und in körperlicher Inaktivität (Ablehnung sportlicher Betätigungen, Neigung zur Fettleibigkeit) zum Ausdruck. Distanz wird vor allem zum exzentrischen Selbstverwirklichungsmilieu gehalten.
- Das *Integrationsmilieu*: Ältere Personen (über 40 Jahre) mit mittlerer Schulbildung. Dieses Milieu der mittleren und unteren Angestellten bzw. Beamten ist ein Durchschnittsmi-

---

(Vgl. u.a. Müller, Hans-Peter: Literaturbesprechung zu Gerhard Schulzes Erlebnisgesellschaft. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Heft 4, Jg.45, 1993, S.778-780).

[114] Schulze, 1992, S. 392. Zur Diskussion um die Frage der Parallelisierbarkeit von Milieumodellen vgl. auch: Schnierer, Thomas: Von der kompetitiven Gesellschaft zur Erlebnisgesellschaft? Der »Fahrstuhl-Effekt«, die subjektive Relevanz der sozialen Ungleichheit und die Ventilfunktion des Wertewandels. In: Zeitschrift für Soziologie, Jg.25, Heft1, 1996, S.71-82.

lieu par excellence. In ihm verbinden sich die beiden alltagsästhetischen Schemata der Hochkultur und des Trivialen zu einem Mischtyp, der wie die beiden anderen älteren Milieus eine moderate Distanz zum Spannungsschema hält. Es zeichnet sich durch keine spezifische Alltagsästhetik aus, sondern übernimmt aus dem Harmoniemilieu vor allem die Vorlieben für das Häusliche und den Regionalismus; dem Niveaumilieu ähnelt es durch seine intellektuelle Orientierung bei der Medien-, Musik- und Kulturauswahl; ansonsten nimmt es eine unauffällige Mittelposition zwischen beiden ein. Diese Unauffälligkeit beherrscht auch das Alltagsverhalten und die Lebensphilosophie: Als existentielle Problemdefinition beschreibt Schulze das "Streben nach Konformität" und den Wunsch, die bestehende Ordnung aufrechtzuerhalten ("Ideal der Ordnung"); die primäre Perspektive ist das sozial Erwartete, die Normentsprechung ("das, was sich gehört, was man soll, was legitim ist, was kein Aufsehen erregt").

In diesen drei – in doppeltem Sinne – 'älteren' Milieus findet Schulze noch deutliche Spuren der nach außen orientierten ökonomischen Semantik, "so daß man zunächst versucht ist, ohne Abstriche das Fortbestehen der ökonomischen Semantik zumindest in diesen Teilgruppen anzunehmen". Rang, Konformität und Geborgenheit als existentielle Problemdefinitionen sind Motive, bei denen sich der Blick des Individuums nach außen richtet, sich an anderen orientiert und damit noch eine gewisse Aufmerksamkeit für milieuspezifische Unterschiede der sozialen Lagen erkennen läßt. Zugleich können diese Motive in ökonomische Kriterien übersetzt werden: "Rangstreben bedeutet in dieser Semantik »viel«, Konformitätsstreben »Sicherung der Mittellage«, Geborgenheitsstreben »genug zum Leben«". Doch mit der Vermehrung der Möglichkeiten und in der "Flut der Angebote" beginnt sich die psychophysische Semantik – als "innenorientierte Subversion" – in Konturen allmählich abzuzeichnen; sie wird auch für diese Milieus zunehmend wichtiger und offeriert Rang, Konformität und Geborgenheit immer wieder als Erlebnis[115].
Den eigentlichen Kern der Erlebnisgesellschaft aber stellen die beiden jüngeren Milieus dar. In ihnen sind Innenorientierung und Erlebnisrationalität bereits zu *den* bestimmenden Vorzeichen geworden, die den existentiellen Problemdefinitionen die Richtung weisen. Der Blick beschränkt sich auf das eigene Selbst, vielleicht wird noch das eigene Milieu wahrgenommen, doch die Bedeutung anderer sozialer Großgruppen für das eigene 'soziale' (Er-) Leben ist gering.

– Das *Selbstverwirklichungsmilieu*: Jüngere Personen (unter 40 Jahren) mit mittlerer und hoher Bildung. Idealtypische Protagonisten dieses Milieus sind der Student – auch nach dem Studium – und der Künstler; es ist das Milieu der Szenen, Cafés, Bistros und Bars. Obwohl Schulze auf die hohe innere Segmentierung des Milieus hinweist, sind aufgrund der erhöhten Binnenkommunikation Übergänge und soziale Beziehungen zwischen den Untermilieus leicht möglich und es bestehen relative Ähnlichkeiten in den alltagsästhetischen Grundorientierungen, den Werthaltungen, den Mustern der Informationsaufnahme usw., was für Schulze deren Zusammenfassung zu einem Großmilieu rechtfertigt. Wie die gewählte Milieubezeichnung verrät, liegt die existentielle Problemdefinition der Individuen in der experimentellen Entfaltung des inneren Persönlichkeitskerns, im "Streben nach Selbstverwirklichung". Entsprechend groß ist das Interesse an psychologischen Themen und die Offenheit gegenüber neuen Codes, Sportarten, Moden oder Bildungszielen (Yoga, Tanztherapie, kreatives Malen usw.). Die Alltagsästhetik liegt im Schnittbereich zwischen dem Hochkulturschema (Kontemplation, Abgrenzung gegen das Niedere, Gemeine und Unentwickelte, Ideal der Perfektion) und dem Spannungsschema

[115] Schulze, 1992, S.256f.

(Action, Abgrenzung gegen alles Schematisierte und Genormte, Neigung zur Selbstdarstellung) mit einer deutlichen Distanz zum Trivialschema. Sowohl bei der kulturellen Orientierung, dem Interesse an öffentlichen Themen, als auch im Medienkonsum drückt sich die Nähe zum Niveaumilieu aus, während die gleichzeitige Verbindung zum Spannungsschema, die sich z.B. im Besuch von Nachtlokalen, Kneipen, Rockkonzerten, Kinofilmen usw. zeigt, für Schulze darauf verweist, daß es sich hierbei nicht bloß um eine jüngere Ausgabe des Niveaumilieus handelt.

– Das *Unterhaltungsmilieu*: Jüngere Personen (unter 40 Jahren) mit geringer Bildung. Es ist das Milieu der Fließbandarbeiter, Kfz-Mechaniker, der ungelernten Verkäuferinnen, Kassiererinnen usw. – für Schulze allesamt Protagonisten des Spannungsschemas. Kennzeichnend für die Alltagsästhetik des Milieus ist die Suche nach Action als Genußform, was sich in einer permanenten Nachfrage nach Erlebnisreizen und Unterhaltung verdeutlicht ("Streben nach Stimulation"). Typischerweise anzutreffen ist das Milieu deshalb in Spielhallen, auf Fußballplätzen, in Videotheken, auf Volksfesten, in Bodybuilding- und Bräunungsstudios oder es fährt einfach mit dem auf Action gestylten Auto bzw. Motorrad durch die Gegend. Abstand wird zu den beiden anderen alltagsästhetischen Schemata genommen, die aber dennoch einen gewissen Einfluß auf das Milieu ausüben: Die Nähe zum ebenfalls jüngeren Selbstverwirklichungsmilieu zeigt sich in der antikonventionellen Distinktion, wenn auch ohne Distanzierung gegenüber dem Barbarischen, und der narzißtischen Lebensphilosophie, allerdings ohne einen Anspruch auf Selbstvervollkommnung; auch werden Zeichen und Stilelemente des Selbstverwirklichungsmilieus vom Unterhaltungsmilieu teilweise massenhaft kopiert und damit 'vulgarisiert', was sie wiederum in ersterem verschwinden läßt. Eine deutliche Affinität besteht andererseits zum Harmoniemilieu, in dem in der Regel die Eltern beheimatet sind, und aus dem Elemente der traditionellen Unterschichtenkultur entnommen werden: Der Hang zum Praktischen, Häuslichkeit, Regionalismus, die Medienpräferenzen (Fernsehen, Boulevardblätter, Trivialliteratur), das Desinteresse an öffentlichen Angelegenheiten und an Politik[116].

Stellt man nun die theoretischen Überlegungen und Schlußfolgerungen Schulzes denen Bourdieus gegenüber, so lassen sich – trotz aller Versuche der Distanzierung und Kontrastierung – über weite Strecken frappierende Ähnlichkeiten in der Argumentation erkennen. Diese blieben selbstverständlich auch Schulze nicht verborgen, denn schon gegen Ende einer frühen Fassung der *Erlebnisgesellschaft* merkte er an: "Man ist angesichts solcher Ergebnisse versucht, das kultursoziologische Modell Bourdieu's zu zitieren." Und wie zur Entschuldigung fügt er hinzu: "Mag sein, aber dieses Modell ist auf keinen Fall ausreichend zur Beschreibung kultureller Basisdifferenzierungen in der Bundesrepublik"[117]. Trotz dieses bekannten Standardarguments Schulzes wird der Anti-Bourdieu-Gestus über weite Strecken als verstecktes Plagiat dechiffrierbar und der innovative Charakter der Ausführungen bleibt auf wenige Aspekte beschränkt.
In einer überblicksartigen und zusammenfassenden Gegenüberstellung sollen die augenscheinlichsten Gemeinsamkeiten, die jeweiligen Unterschiede im Detail und die wesentlichen, über Bourdieu hinausgehenden Argumente, kurz angesprochen werden:
Eine kaum zu übersehende Ähnlichkeit besteht zunächst zwischen dem *sozialen Habitus* und den *alltagsästhetischen Schemata*. Die in diesen Konzepten eingeschlossenen Denk-, Wahrnehmungs- und Handlungsschemata, an denen sich die Individuen orientieren und die sie schließlich ihren sozialen Platz in der Gesellschaft finden lassen, beruhen in beiden Fällen im wesentlichen auf Geschmackspräferenzen. Bourdieus soziale Klassen und auch Schulzes

[116] Schulze, 1992, S.283-330.
[117] Schulze, 1988, S.84.

Erlebnismilieus sind in erster Linie gesellschaftliche Geschmackssegmentierungen: In beiden Modellen ist der Geschmack, der in alle Bereiche des Alltagslebens hineinspielt, Gradmesser und Indikator für die Grenzen zwischen den Lebensstilen. Der eigentliche Unterschied aber besteht darin, daß Bourdieu den Habitus als ansozialisierte, von existentiellen Bedingungen geprägte und damit relativ dauerhafte Disposition begreift, aus der heraus sich auch die Geschmackspräferenzen generieren und wiederum verankern, und die unbewußt – quasi im Rücken der Akteure – wirkt. Demgegenüber geht Schulze von einer unmittelbaren Erlebbarkeit und Steuerbarkeit von Geschmacksempfindungen durch die Handelnden aus, ja wird die von der 'Biographie' der Individuen völlig losgelöste Verfolgung und Steigerung positiver Erlebnisse zum eigentlichen Kern seiner Kultursoziologie. Er übernimmt zwar in weiten Teilen das Bourdieu'sche Habituskonzept, vergißt aber bzw. leugnet den für Bourdieu ganz elementaren Aspekt der Entstehungsbedingungen des Habitus und geht von einer freien, bewußten, individuellen und optionalen Auswahl und von einer 'freischwebenden' Kombinierbarkeit alltagsästhetischer Stilkomponenten aus. Dennoch sind – wie weiter unten noch zu zeigen sein wird – diesem vermeintlich großem Handlungspotential in der Folge aber doch relativ enge Grenzen gesteckt.

Eine zweite offensichtliche Parallele ist in der Vorgehensweise bei der Konstruktion des sozialen Raums und in der Beschreibung der Lebensstile zu erkennen. Beide Autoren erstellen im weitesten Sinne Psychogramme und Soziogramme zur Milieusegmentierung: Während Bourdieu die Konzeption sozialer Positionen theoretisch mit Klassen bzw. Klassenfraktionen und empirisch mit Berufsgruppen identifiziert, rücken bei Schulze – basierend auf der theoretischen Annahme zunehmender innenorientierter Erlebnisrationalität – an die Stelle ökonomischer und regionaler Faktoren, die Variablen Altersstufe und Bildungshöhe[118]. Dennoch ergeben sich zumindest für drei, aus diesen unterschiedlichen Schnittmustern abgeleiteten Lebensstilen, erstaunliche Übereinstimmungen: Der Linie Niveau-, Integrations- und Harmoniemilieu bei Schulze entspricht fast bis ins Detail die Linie Bourgeoisie, Kleinbügertum und Arbeitermilieu bei Bourdieu.

In drei Punkten allerdings weicht Schulze in seiner Argumentation von seinem Vorbild ab und entwickelt eigenständige Konzeptionen:

- Er spricht allen Menschen und Gruppen in der Gesellschaft eine souveräne ästhetische Orientierung zu, während Bourdieu nur den höheren Schichten ästhetische Kompetenz zubilligt und alle anderen Gruppen zu Epigonen dieser Ästhetik macht.
- Sein Modell umfaßt mit den beiden jüngeren Milieus, in denen die neue psychopyhsische Semantik bereits umgreifend Fuß gefaßt hat, zwei Lebensstile mehr als Bourdieus Ansatz.

  Hier ist nicht der Ort, Schulzes Modell einer umfassenden theoretischen Kritik zu unterziehen. Es muß jedoch die Frage aufgeworfen werden, ob das Selbstverwirklichungs- und das Unterhaltungsmilieu wirklich mehr sind, als nur die generationsbedingten jugendlichen Abweichungen der älteren Milieus. In diesem Zusammenhang müßte auch diskutiert werden, ob die in diesen Milieus festgestellten und zweifelsohne auch vorhandenen Symptome der Innenorientierung und der Erlebnisrationalität tatsächlich die Prognose einer völlig neuen kulturellen Semantik rechtfertigen oder ob man nicht viel tref-

[118] Gerade durch das Ausblenden ökonomischer Faktoren aber muß sich Schulze vorhalten lassen, daß auf elementarer Stufe Aspekte der sozialen Ungleichheit unberücksichtigt bleiben. So z.B., daß auch heute noch große Teile der Bevölkerung in den hochentwickelten Gesellschaften mit Problemen des sozialen und ökonomischen Überlebens zu kämpfen haben. In diesem Zusammenhang stellt sich die Frage, ob die Berufswahl und die Berufsausübung – angesichts der sich schon seit Ende der 80er Jahre abzeichnenden Verhältnisse, wie drohender Arbeitslosigkeit und sinkender Realeinkommen – tatsächlich als rein erlebnisorientiert interpretiert werden können.

fender von den 'Erlebnismilieus' sprechen sollte, ohne gleich die Gesamtgesellschaft als 'Erlebnisgesellschaft' zu charakterisieren.

– Der dritte von Bourdieu abweichende Gedankengang betrifft das Verhältnis der Milieus zueinander. Anders als Bourdieu, der von einer relativ stabilen, hierarchischen Ordnung der Lebensstile ausging, die durch ein bewußtes oder unbewußtes Streben nach Distinktion – d.h. durch einen fortgesetzten Definitionskampf um die Normen des legitimen Geschmacks – aufrechterhalten und in der Gesellschaft von Oben nach Unten durchgesetzt wird, sieht Schulze keinerlei Kontakte oder Verbindungen und mehr zwischen den Lebensstilen. Dies hat zweierlei Konsequenzen:

  a) Es bedeutet, daß für das erlebnisrationale Handeln des Individuums nur noch die Geschmacksnormen des eigenen Milieus Relevanz besitzen.
  Hier aber erweist sich Schulzes Argumentation nicht als stringent: Einerseits postuliert er, daß die Handelnden in der Entwicklung ihrer Geschmackspräferzen keine 'Tradition', keine 'Geschichte', im Sinne einer sie sozial prägenden Erziehung mehr haben, sondern, völlig losgelöst und unbeeinflußt von ihrer sozialen Herkunft, Geschmack und persönlicher Stil auf individueller Ebene einfach vorhanden sind bzw. auf kollektiver Ebene frei gewählt werden. Andererseits verweisen die Milieubeschreibungen aber auf eine generationsspezifische Prägung – z.B. des Unterhaltungsmilieus durch das Harmoniemilieu bzw. des Selbstverwirklichzungsmilieus durch das Niveaumilieu – und explizit geschildert wird auch die Übernahme von Zeichen und Stilmerkmalen – z.B. aus dem Selbstverwirklichungsmilieu in das Unterhaltungsmilieu –, was der von Schulze behaupteten Verbindungs- und Kontaktlosigkeit der Milieus widerspricht, jedoch mit der Beschreibung des Vorgangs sozialer Reproduktion bei Bourdieu konform geht.
  b) Hat mit der verminderten gegenseitigen Wahrnehumg der Milieus die Distinktion ihre 'kämpferische' Komponente verloren und ist nun nur noch reine ästhetische Andersartigkeit, so hat sie auch keine Auswirkungen mehr auf bestehende oder neue Formen sozialer Ungleichheit. Nach Schulzes Vorstellung befinden sich die sozialen Hierarchien in der Erlebnisgesellschaft sogar in einem Auflösungsprozeß und ein gesellschaftliches Oben und Unten ist nicht mehr erkennbar; vielmehr schweben die Milieus auf einer Höhe im sozialen Raum.
  Doch auch die Diagnose der Hierarchielosigkeit erfährt in den Milieubeschreibungen ihre Relativierung: So spricht Schulze bei der Charakterisierung des Niveaumilieus von einem "Denken in Hierachien", vom "Rang als dominierendem Wirklichkeitsaspekt" und von einem "von oben nach unten geordnetem Weltbild"[119] und er grenzt weiterhin zur Differenzierung der Milieus hohe, mittlerer und niedere Bildungsabschlüsse voneinander ab.
  Außerdem ist die Schlußfolgerung Schulzes über die Auflösung gesellschaftlichen Hierarchien m.E. die fragwürdigste in seiner ganzen Argumention und resultiert u.U. aus einer verengten Perspektive auf die Gesellschaft. Zwar ist sich Schulze durchaus bewußt, daß seine Beschreibung der Erlebnisgesellschaft als ein "Versuch, fremde Subjektivität zu verstehen [...] mit dem Medium der eigenen Subjektivität operieren" muß[120], doch ist die von Thomas Schnierer (1996) aufgeworfene Frage berechtigt: "Schlägt hier die Subjektivität eines vom Einkommen und und Prestige her hoch angesiedelten, verbeamteten (also in dieser Position auf Dauer abgesicherten) deutschen Hochschulprofessors allzu stark durch?"[121].

---

[119] Schulze, 1992, S.284f.
[120] Schulze, 1992, S.281.
[121] Schnierer, Thomas: Von der kompetitiven Gesellschaft zur Erlebnisgesellschaft? Der »Fahrstuhl-Effekt«, die subjektive Relevanz der sozialen Ungleichheit und die Ventilfunktion des Wertewandels. In: Zeitschrift für Soziologie, Jg.25, Heft1, 1996, S.71-82; hier: S.74.

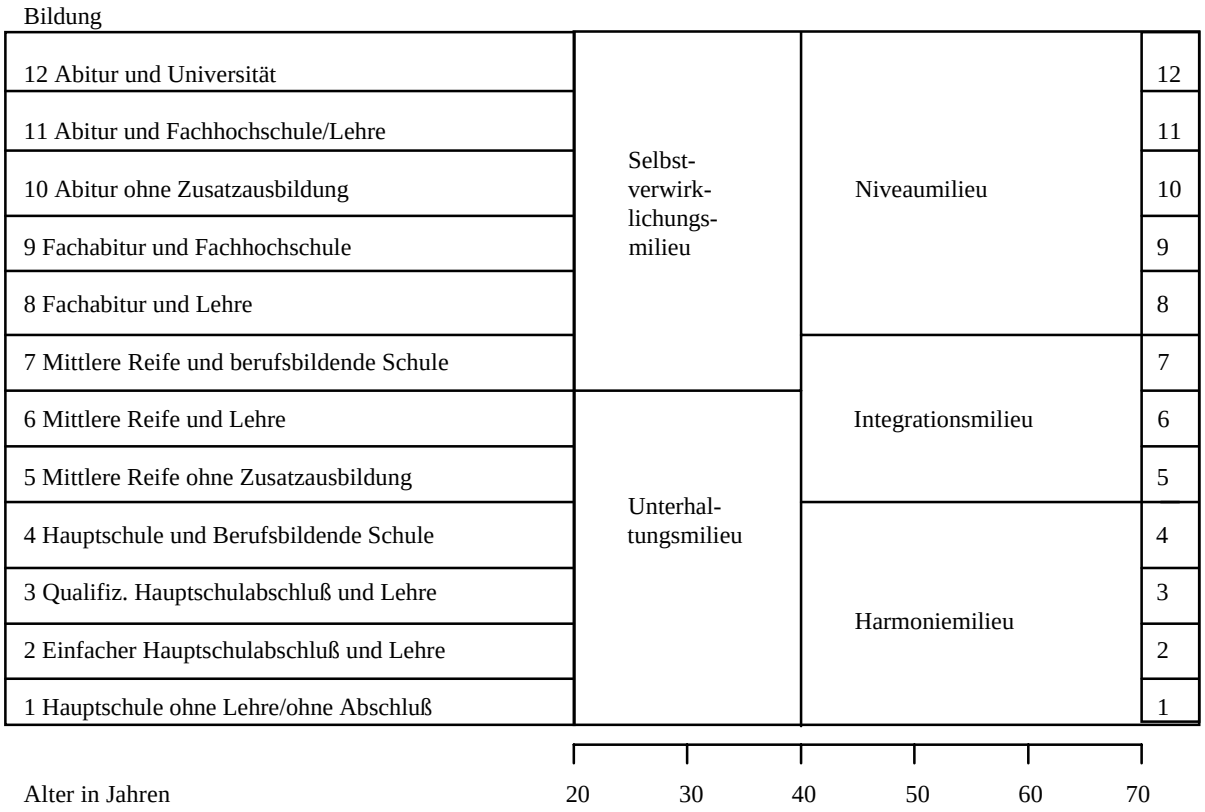


Abbildung 3: Das Milieumodell von Gerhard Schulze (nach: Schulze, 1992, S.279)

Auf den generellen Zusammenhang von Subjektivität und Erkenntnischance verweist auch Nicolaus Sombart: "Erst wenn er (der Soziologie, J.R.) seinen eigenen sozialen Standpunkt definiert hat, kann er ein kritisches Bewußtsein davon gewinnen, was er von der Wirklichkeit zu sehen und zu erkennen vermag. Seine Perspektive mit ihren Verzerrungen und Verkürzungen, sein Gesichtskreis, sein Horizont bestimmen quantitativ und qualitativ seine Erkenntnischance. Er muß davon ausgehen, daß wichtiger als alles, was er sieht, das ist, was er nicht sieht. Und einfach nicht sehen kann." [...] Und weiter: "Das Unglück der Soziologie ist ja, daß sie weitestgehend von Menschen betrieben wird, die von der Gesellschaft nur eine sehr unvollkommene Anschauung haben. Sie ignorieren einfach das elementare axiomatische Grundfaktum, daß *jede* Gesellschaft hierarchisch stratifiziert ist, einen Boden und eine Spitze hat, ein Unten und ein Oben. Darüber kann es gar keinen Zweifel geben, nur Täuschungen. Optische Täuschungen, Selbsttäuschungen, die vom Standpunkt des Beobachters abhängen" (1994, S.30; Hervorhebung im Original).

Schulze	Sinus- Institut
Niveaumilieu	Konservativ-gehobenes Milieu
Selbstverwirklichungs-milieu	Technokratisch-liberales Milieu Hedonistisches Milieu Alternatives Milieu
Integrationsmilieu	Aufstiegsorientiertes Milieu
Harmoniemilieu	Kleinbürgerliches Milieu Traditionelles Arbeitermilieu
Unterhaltungsmilieu	Traditionsloses Arbeitermilieu

Abbildung 4: Schulzes Parallelisierung seines Milieumodells mit dem des Sinus-Instituts (nach Schulze, 1992, S.393)

2. Ansätze zur Lokalisierung des Olfaktorischen im sozialen Raum

Aus der weitgreifenden Auseinandersetzung mit der Entwicklung und dem aktuellen Stand der Theorien zur Sozialstrukturanalyse möchte ich zusammenfassend folgende, für unsere Thematik bedeutsamen Erkenntnisse festhalten:
Zunächst zeigte sich auf unserem Gang von der Klassen- und Schichtungs- zur Lebensstilsemantik, daß zur Beschreibung von sozialen Großgruppen und ihrer Gesamtstruktur andere Daten als die rein ökonomischen herangezogen werden müssen. Auf diese, aus den gesellschaftlichen Strukturveränderungen bzw. dem sozialen Wandel entstandene, Notwendigkeit zur Modifikation und Differenzierung der Sozialstrukturanalyse hatte bereits Max Weber hingewiesen. Schon er kritisierte – wie nach ihm vor allem Pierre Bourdieu in seiner 'modernen' Gesellschaftsanalyse – die Alltagsferne und Konstruiertheit der Klassen- und Schichtungsanalysen und machte auf das Gewicht kultureller, symbolischer und expressiver Dimensionen sozialer Ungleichheit aufmerksam.
Weiterhin wurde dargelegt, daß die neueren Lebensstilforschungen entweder theoretisch schwach fundiert sind (Sinus) oder aber – trotz aller angestrebten theoretischen Tiefe und ungeachtet des Versuchs der Abgrenzung und dem Postulat theoretischer Innovationen (Schulze) – in weiten Teilen auf den Annahmen und Erkenntnissen der Klassiker der Lebensstilforschung – hier in erster Linie auf Max Weber, Thorstein Veblen und Pierre Bourdieu – aufbauen.
Schließlich haben sich die Bedeutungsebenen, die sich innerhalb der Lebensstilforschung als zentrale Kategorien für die Sozialstrukturanalyse erwiesen, herauskristallisiert. Überblickt man die Ansätze, so lassen sich – neben den neueren, zeitgemäßen sozialstrukturellen Standardkategorien (Geschlecht, Alter, Bildung, Generation, Familienverhältnisse usw.) als unabhängigen Variablen – vor allen Dingen *Geschmack*, *Distinktion* und *Stil* als solche, davon abhängigen Variablen erkennen, die sich zudem über den *Konsum* – von Kultur, Informationen, Dienstleistungen und Waren – ableiten und beschreiben lassen[1]. Was in den Anfängen der Lebensstilsoziologie noch relativ grob umrissen blieb – Simmels "Distanzierung" und "Stil"; Webers "ständische Differenzierung" und "Art der Lebensführung"; Veblens "Differenzierung im Güterkonsum" und die "Normen des Geschmacks" – wird bei den modernen Lebensstilforschern zur ausdifferenzierten Grundlage ihrer Stratifikationstheorien: Von der "ästhetischen Einstellung" bzw. dem "Geschmack" als Teildisposition des sozialen Habitus über die in der sozialen Praxis eingeschlossene und Distinktionen setzende "Art der konsumierten Güter und ihrer besonderen Konsumweise" bis hin zu den Lebensstilen als "Geschmackskulturen" bei Bourdieu; von den "Geschmacksempfindungen" und dem – über Genuß, Distinktion und Lebensphilosophie definierten – "persönlichen Stil" über die sich daraus entwickelnden "alltagsästhetischen Schemata" bis hin zu den erlebnisorientierten Geschmacks- bzw. Konsumentenmilieus Gerhard Schulzes[2].

---

[1] Wie Werner Georg anmerkt, können "aus einer Art globalen Perspektive zwei Arten von Studien unterschieden werden": Einerseits die Linie von Bourdieu, Lüdtke und Schulze, die "einer Konzeptionalisierung von Lebensstilen auf der manifesten Ebene von Alltagsästhetik und Geschmack" folgt, und andererseits jene Linie, für die stellvertretend die Arbeiten von Gluchowski und Sinus stehen, und die "vor allem Werte, Einstellungen und allgemeine Lebensorientierungen (erfaßt) und das Lebensstilkonzept damit theoretisch in die Nähe des Wertewandels (plaziert)". Georg, 1995, S.108.

[2] Weitere Ansätze, in denen Lebensstile in erste Linie als Konsummuster aufgefaßt werden sind z.B. zu finden bei Lipset und Zetterberg (A Theory of Social Mobility. In: ISA (ed.): Transactions of the Third World Congress of Sociology. Vol.3, London: 1956), die von Konsumschichten sprechen, die sich im Stil und in der Lebensweise voneinander unterscheiden, ohne auf ökonomische Größen (z.B. Einkommen) direkt rückführbar zu sein. In ähnlicher Weise erfaßt Sobel (Lifestyle and Social Structure. New York: 1981) Lebensstile über Konsum, wobei bestimmte idealtypische Lebensstile – visible success, maintenance, high-life, home life – an Kon-

Geschmack, *Distinktion*, *Stil* und *Konsum* sind die zentralen Kategorien, über die sich die soziale bzw. die kategoriale Identität von Individuen herstellt bzw. ableiten und erkennen läßt. Alle angeführten Lebensstiltheoretiker teilen eine Konzeptualisierung, die Lebensstile auf die expressive Ebene manifesten und klassifizierbaren Verhaltens bezieht. Hier geht es um Vorgänge der Abgrenzung, die sowohl im Alltagsverhalten der Individuen Bedeutung haben wie auch in der soziologischen Strukturanalyse berücksichtigt werden müssen: Lebensstile werden unterschiedlich wahrgenommen und diese Unterschiedlichkeit wird auch im Alltag als wichtig erachtet. Mit der Ausbildung kultureller Handlungskompetenz gehen gegenseitige Bewertungen und Relationierungen einher, werden Strategien der Distanzwahrung und Distinktion zur die Herstellung und Demonstration sozialer Grenzen entwickelt. Zugleich geht es aber auch um die Markierung sozialer Zugehörigkeit, um die Sicherung kollektiver Identität und das Signalisieren kultureller bzw. sozialer Verortung.
Eine besondere Bedeutung als Indikator kommt hierbei in allen Theorien dem *Geschmack* zu, weil er direkt auf die symbolische Ebene sozialer Zuordnungen Bezug nimmt. Die ästhetischen Wahlen und Einschätzungen, was angenehm und schön bzw. was abstoßend und häßlich ist, werden zum Gradmesser und Designat für die Grenzen zwischen den kulturellen Territorien, den 'Geschmacksfraktionen', und fungieren als eine Art sozialer Orientierungssinn: Sie zielen auf die Erzeugung von Kohärenz und die Vereinheitlichung von Wahrnehmungs- und Bewertungsmaßstäben.

Für uns stellt sich nun die Frage, ob in diesem Zusammenhang auch eine Verbindung oder ein Verhältnis zwischen dem Geschmack, den Gerüchen und der sozialen Stratifikation der Gesellschaft angenommen werden kann.
Zunächst ist in diesem Zusammenhang auf die semantische Mehrfachbedeutung des Wortes 'Geschmack' hinzuweisen. Wie in einem der einleitenden Kapitel dargestellt, besteht auf einer ersten, ganz fundamentalen Bedeutungsebene, nämlich schon bei der rein körperlichen gustatorischen und olfaktorischen Wahrnehmung, ein synästhetisches Zusammenwirken beider Sinne: Eine differenzierte Geschmackswahrnehmung, die über die vier Grundgeschmacksrichtungen (bitter, salzig, sauer, süß) hinausgeht, ist ohne den Geruchssinn nicht möglich.
Auf einer zweiten Bedeutungsebene verweisen bestimmte, nun sowohl physisch als auch psychisch erlebbare Geruchsvorlieben bzw. -abneigungen immer auf eine spezifische Form der Genußempfindung, d.h. auf einen individuellen Geschmack, auf ein spezifisches Geschmacksurteil und letztlich auf einen persönlichen Stil. Auf dieser Stufe beginnen Geschmack und Geruch ihre distinktive Qualität auszuspielen, indem sie helfen, persönliche Territorien abzugrenzen.
Die Vermutung liegt deshalb nahe, daß auch auf einer dritten Bedeutungsebene, die über den persönlichen Geschmack und den persönlichen Stil hinausgeht bzw. diese in einer übergeordneten sozialen Kategorie aufgehen läßt – nämlich zwischen den Gerüchen und den gesellschaftlichen Geschmacksmilieus als kulturellen Territorien –, sich eine solche Korrelation nachweisen läßt.

---

sumpräferenzen festgemacht werden. Featherstone (Lifestyle and Consumer Culture. In. Culture and Society, 4, 1987) betrachtet Lebensstile als Aspekt der Konsumkultur und betont – ähnlich wie Ulrich Beck – auf der Basis der Individualisierungstendenz die Pluralisierung von Lebensstilen, die homogene Konsumschichten immer unwahrscheinlicher werden lassen.

2.1 "Geborgenheit braucht Stallgeruch" – Auf der Fährte des Geruchs in den Theorien zur Sozialstruktur

> *"Getsemani roch manchmal stark, und dieser Geruch war um so unangenehmer, als er sich mit dem Duft von Eau de Toilette mischte, den er auf die Haare schüttete, wahrscheinlich, – so vermute ich – um die Zeichen eines starken Schwitzens zu überdecken. Diese Eigenart meines Patienten führte ich einmal auf seine biologische Konstitution, dann auf seine soziale Herkunft zurück".*
> Didier Anzieu: Die Geruchshülle, S.233.

Gibt es Aussagen in den Milieutheorien Bourdieus und Schulzes, die direkt oder indirekt auf den gesellschaftlichen Umgang mit den Gerüchen verweisen? Nur sehr schemenhaft sind die Spuren des Geruchs in der Gesellschaftstheorie Bourdieus vorhanden. Zunächst lassen sich solche Spuren dort erkennen, wo Bourdieu den sozialen Klassenhabitus über das Ausführen von Praktiken und das Aneignen von Gegenständen beschreibt und in diesem Zusammenhang auch die unterschiedliche Haltung der Lebensstile gegenüber dem Kauf und der Verwendung von Kosmetika und Parfüms anspricht[3]. Eine direkte Erwähnung finden die Gerüche aber in einem Verweis auf die offensichtlich auch durch Tasten und Riechen sinnlich wahrnehmbaren Unterschiede zwischen den Lebensstilen:

> "Läßt sich der gesamte Lebensstil einer Klasse bereits aus deren Mobiliar und Kleidungsstil ablesen, dann nicht allein deshalb, weil in diesen Merkmalen sich die ihre Auswahl beherrschenden ökonomischen und kulturellen Zwänge objektivieren; vielmehr auch, weil die *gesellschaftlichen Verhältnisse, die in diesen vertrauten Dingen gegenständliche Gestalt gewinnen* – in deren Luxus wie Ärmlichkeit, deren »Ausgesuchtheit« wie »Gewöhnlichkeit«, »Schönheit« wie »Häßlichkeit« – sich vermittels zutiefst unbewußter körperlicher Empfindungen und Erfahrungen aufzwingen: dem beruhigenden und diskreten Gleiten über den beigefarbenen Teppichboden ebenso wie dem kalten, nüchternen Kontakt mit grellfarbenem Linoleum, dem durchdringenden, scharfbeißenden Geruch von Putzmitteln wie dem unmerklichen Duft von Parfum"[4].

Schließlich verweist Bourdieu in Anlehnung an Piaget noch auf die Verbindung zwischen körperlicher Wahrnehmung, kognitiver Verarbeitung und der Herausbildung von Geschmack: Über den Geschmack nämlich wird dort entschieden, wo Organisches und Psychisches ineinander übergehen[5].
Diese Bemerkung ist deshalb bedeutsam, weil genau in diesem Zusammenhang die Gerüche ihre erste explizite Erwähnung in der Milieutheorie Gerhard Schulzes erfahren. Ihm geht es darum, den Geschmack bzw. den Genuß als "psychophysisches Erlebnis positiver Valenz" über das gleichzeitige Erleben angenehmer körperlicher Reaktionen und psychischer Repräsentationen zu definieren. Im Kapitel über den *Genuß* erwähnt er so auch die Gerüche an mehrfacher Stelle: Wie alle anderen sinnlichen Wahrnehmungen wird der Geruch körperlich gespürt und kognitiv mit Erinnerungen, Phantasien, Interpretationen, Wissen usw. ver-

[3] Vgl. Bourdieu, 1987, S.277ff. und S.322ff.
[4] Bourdieu, 1987, S.137; Hervorhebungen im Original.
[5] Vgl. Bourdieu, 1987, S.142.

knüpft. Welcher Geruch dann als ästhetisches Erlebnis empfunden wird und welcher negative Assoziationen hervorruft, wird letztlich zu einer Frage des persönlichen Stils.
Schulze verbleibt in Bezug auf den Geruch allerdings auf dieser Ebene alltagsästhetischer Episoden und fragt nicht danach, ob vielleicht – ähnlich wie bei der Wohnungseinrichtung, dem Kleidungsstil, den Medienpräferenzen, dem Musikgeschmack usw. – auch in der Bewertung und im Umgang mit den Gerüchen kollektive alltagsästhetische Schemata existieren, die im sozialen Alltag individuell zitiert werden.
Daß gerade in dieser Hinsicht aber kollektive Schemata bestehen können, darauf läßt zumindest die Beschreibung eines seiner fünf Milieus schließen: Bei der Charakterisierung des Harmoniemilieus, ist der Verweis auf die Gerüche um so auffälliger, als er bei den anderen Milieubeschreibungen gänzlich fehlt. Schulze spricht vom Geborgenheits- und Gemütlichkeitsstreben dieses Milieus, das sich u.a. in einer "milieuspezifischen Tendenz zum Rückzug in die eigenen vier Wände", sowie in einer "Verengung und Verdichtung der Wohnatmosphäre" zeigt. Zur Ausgestaltung dieses "stabilen und bequemen Paradieses" gehört offensichtlich auch die "Erzeugung einer unverkennbaren *Wolke von Stallgeruch*, die aus einem heterogenen Materiallager der Gemütlichkeit erzeugt wird"[6].
Dieser 'Stallgeruch' kann im übertragenen Sinne als Umschreibung einer sprachlich ansonsten nur schwer faßbaren Gesamtatmosphäre der Wohnungen gelesen werden; er kann aber auch unmittelbar als olfaktorisch wahrnehmbarer Sinneseindruck verstanden werden, der von den Angehörigen dieses Milieus u.U. bewußt erzeugt wird. Fest steht für Schulze in jedem Falle: "Geborgenheit braucht Stallgeruch"[7]. Ein Motiv für diese, unter den Vorzeichen von Harmonie und Gemütlichkeit möglicherweise evozierte, Geruchsatmosphäre mögen auch die von Schulze genannten, an den Arbeitsstellen der Milieuangehörigen vorherrschenden Bedingungen sein ("Lärm, schlechte Luft, Schmutz"), denen in den eigenen vier Wänden ein zumindest olfaktorisch idealisiertes und harmonisierendes Ambiente gegenüberstehen soll. Relativ direkt dagegen wird sich der von Schulze ebenfalls festgestellte – im Verhältnis zu den anderen älteren Milieus – erhöhte Zigarettenkonsum auf die Geruchsverhältnisse im Heim auswirken[8]. Ähnliche Arbeitsbedingungen und einen noch höheren Zigarettenkonsum findet Schulze nur noch im "komplementären jüngeren Milieu der weniger Gebildeten", dem Unterhaltungsmilieu[9]. So kommt die Vermutung auf, daß in diesem Milieu eine Haltung gegenüber dem Olfaktorischen existent ist, die eine ähnliche Tendenz zum 'Stallgeruch' und eine vergleichbare Praxis im Umgang mit den Gerüchen wie das Harmoniemilieu aufweist. Dies sind aber allesamt Aspekte, die von Schulze in den Milieubeschreibungen (verständlicherweise) nicht weiter thematisiert werden.

Faßt man die 'Spurensuche' nach dem Geruch in den Theorien zur Sozialstruktur zusammen, so läßt sich festhalten, daß in den traditionellen Klassen- und Schichtungstheorien mit ihrer durchgängigen Vernachlässigung kultureller, symbolischer und expressiver Dimensionen sozialer Stratifikation erwartungsgemäß auch das Olfaktorische keinerlei Berücksichtigung findet. Demgegenüber sind in den beiden von mir eingehender behandelten Lebensstiluntersuchungen zumindest vage Hinweise auf milieuspezifische Wahrnehmungs- und Umgangsformen bezüglich der Gerüche vorhanden.
Viele Indikatoren wurden in die Sozialstrukturanalyse eingebracht, auch solche, bei denen die ästhetische, körperlich-sinnliche Wahrnehmung eine ähnliche oder sogar noch größere Rolle spielt als die ästhetisch kognitive Verarbeitung oder Einordnung sinnlicher Wahrneh-

[6] Vgl. Schulze, 1992, S.105-108; Hervorhebung J.R.
[7] Schulze, 1992, S.295.
[8] Vgl. Schulze, 1992, S.658.
[9] Vgl. Schulze, 1992, S.328f.

mungen (z.B. beim Musikgeschmack[10]). Die Gerüche und der Geruchssinn blieben jedoch bislang von einer solchen Einbeziehung ausgespart. Noch also ist der Geruch – anders als es die visuellen, auditiven oder gustatorischen Gewohnheiten, Vorlieben oder Abneigungen von Menschen inzwischen vielfach sind – kein Thema für die Sozialstrukturanalyse. Die bisherigen Ausführungen lassen jedoch eine dahingehende Korrelation vermuten und lenken den Blick auf ein aus dieser soziologischen Perspektive bislang gänzlich unerforschtes Feld.

2.2. Der Geruch ordnet und markiert die Territorien – Von der Verdichtung der Argumentation zur Fragestellung der Untersuchung

Es soll an dieser Stelle die Gelegenheit genutzt werden, nochmals eine Verdichtung der zentralen Argumente aus den bisher besprochenen Analyseebenen vorzunehmen, um so in Richtung des eigentlichen Bedeutungkerns des Olfaktorischen vorzudringen – welcher mehr oder minder verdeckt in den oben beschriebenen soziologischen Geruchsdimensionen enthalten ist – und um schließlich zur eigentlichen Fragestellung der Untersuchung zu kommen. Was also läßt sich bis zu diesem Punkt als Resümee festhalten? Was hat sich als zentrale Erkenntnis, als grundlegender soziologischer Gehalt des Geruchs herauskristallisiert? Welches ist die alle Analyseebenen übergreifende und miteinander verbindende, soziologische Bedeutung bzw. Komponente des Geruchs?
Schon im Literaturüberblick über die bisherige soziologische Auseinandersetzung mit dem Olfaktorischen – insbesondere bei Georg Simmel – ist diese basale soziologische Komponente angeklungen. Innerhalb unserer eingehenderen und differenzierteren Betrachtung – wie sie bisher zumindest auf den ersten beiden Analyseebenen stattgefunden hat – konnte dieser, sich bislang erst in Konturen abzeichnende, soziologische Bedeutungskern noch klarer herausgeschält werden. Als Quintessenz läßt sich demnach festhalten: Der Geruch ist zuallererst und grundlegend ein Ordnungs- und Orientierungsmedium. Für die Individuen und für die sozialen Gruppen setzt er Orientierungskoordinaten in ihrer Lebenswelt, indem er eine zwar grobe, dafür aber um so effektivere Einteilung aller transzendentalen, natürlichen, kulturellen und sozialen Phänomene in ein rein dichotomes Klassifikationsschema erlaubt. So beschränkt sich das Geruchsurteil zwar immer auf einen binären Gegensatz: Abstoßung und Anziehung, Ablehnung und Akzeptanz stehen einander diametral gegenüber. Gleichzeitig aber gehört es zur Eigentümlichkeit der Geruchswahrnehmung, ihrer emotionalen und kognitiven Verarbeitung, daß der von einem Individuum oder einem Objekt ausgehende, ihm anhaftende oder lediglich zugeschriebene Geruch offensichtlich als ein tiefschürfendes und untrügliches Kriterium zu seiner Einschätzung und Beurteilung gewertet wird. Als ein Kriterium, das über den wahren Gehalt, die wahren Absichten und den wahren Zustand des zu Beurteilenden Auskunft gibt und das nicht etwa wie die anderen Sinne leicht Täuschungen unterliegt. Mit dem Geruch verbleibt man nicht – wie der Literat Italo Svevo bemerkt – auf den "trügerischen Oberflächen, er analysiert vielmehr das Wesen der Dinge"[11]. Auf diese "innig einnehmende Weise" (Kant) markiert, ordnet und systematisiert der Geruch. Aus den daraus hervorgehenden Urteilen und Wertungen, die im zwischenmenschlichen Bereich letztlich als sozialer Code fungieren, entsteht ein 'Konzept für Grenzziehun-

[10] Ein frühes Beispiel für die Untersuchung auditiver Geschmacksunterschiede zwischen Arbeitern und dem Bildungsbürgertum ist Theodor Geigers "Radiotest des musikalischen Geschmacks". Vgl. Geiger, Theodor: Ein Radiotest des musikalischen Geschmacks. In : Medium, 1, 1994, S.64-67 (Original in: Public Opinion Quarterly, 1950).
[11] Svevo, 1984, S.17.

gen': Über den Geruch – als soziale Konstruktion von Nähe und Ferne, von Intimität und Fremdheit – wird getrennt, was auseinandergehalten werden muß, aber auch verbunden, was zusammengehört.
Das Geruchsurteil – davon gehe ich im folgenden aus – ist mehr als reine Distinktion. Damit verstehe ich den Geruchssinn nicht, wie es noch Kant und Simmel taten, ausschließlich als antisozialen, dissoziierenden und sozial ausschließenden Sinn, sondern der Geruchssinn hat – und diese These soll nachfolgend anhand empirischer Daten untersucht werden – in der modernen Gesellschaft auch einen soziologisch bedeutsamen, assoziierenden, sozial verbindenden Charakter. Die soziologische Bedeutung des Geruchs ist nicht allein in der Trennung, Unterscheidung und Distanzierung der Individuen und der sozialen Kategorien zu suchen. Der Geruch bringt nicht einzig, wie Simmel anmerkte "unvermeidlich [...] eine größere Isolierung, eine schärfere Umgrenzung der personalen Sphäre mit sich"[12]. Aus Simmels Perspektive ging es nur um Akzeptanz oder Ablehnung *zwischen* den sozialen Kategorien; daß sich die sozialen Kategorien über das Olfaktorische aber auch erst konstituieren und die Individuen sich dabei an 'inneren', schicht- oder milieuspezifischen 'Geruchsvorgaben', 'Geruchsentwürfen' oder 'Geruchsstilen' orientieren, blieb bei den bisherigen theoretischen Betrachtungen unberücksichtigt. Indem wir davon ausgehen, daß über den Geruchssinn zugleich soziale Exklusionen *und* soziale Inklusionen stattfinden, können wir ihn sowohl als trennend bzw. antisozial wie als verbindend bzw. sozial bezeichnen. So gesehen kann auch der Geruchssinn – um nochmals mit Simmels Worten zu sprechen – wie "die anderen Sinne tausend Brücken zwischen den Menschen schlagen"; er ist, wie der visuelle und der auditive Sinn auch, ein Wahrnehmungsinstrument, über das soziale Ordnungsvorstellungen aufgestellt und durchgesetzt bzw. aufrechterhalten werden können.
Indem der Geruch die Territorien ordnet und markiert, werden einerseits nicht zueinandergehörende Elemente abgetrennt und andererseits bestimmte Teile zu einem einheitlichen, unterscheidbaren Ganzen verbunden. Damit ist die Setzung und die Wahrnehmung von Gerüchen ein ganz wesentlicher Faktor für die Herausbildung, Stabilisierung und Signalisierung sowohl von persönlicher als auch von sozialer Identität. Beide Komponenten sollen also nachfolgend im Auge behalten werden: Die Rolle des Geruchs als Distinktions- *und* Assoziationsmedium, d.h. insbesondere seine identitätsgenerierende Funktion.

Auf den ersten beiden von uns zu Ende behandelten Analyseebenen ließen sich olfaktorisch untermauerte Grenzziehungsprozesse und 'Territoriumskämpfe' nachweisen, die immer zur Generierung einer Ordnung bzw. zur Durchsetzung und Aufrechterhaltung einer Ordnungsvorstellung dienen und damit zugleich Ausschließungen und Schließungen bzw. die Herstellung von Einheit und die Kenntlichmachung von Differenz beinhalten.
Dies betrifft, wie auf der ersten, der sozio-historischen Analyseebene dargestellt, in ganz fundamentaler Hinsicht zunächst die transzendentalen Phänomene und damit die *Ordnung symbolischer Territorien*. Hier, wo es um die Trennung von Profanem und Heiligem, von Unreinem und Reinem geht, lösen sich die Gerüche erstmals aus dem primär auf das physische Überleben gerichteten Kontext und hat die sozial-kulturelle Bedeutung des Geruchs ihren Ursprung. Indem das Olfaktorische hilft, die Grenzen zu ziehen und die Sphären zu trennen, ermöglicht bzw. unterstützt es gleiche gemeinschaftliche Vorstellungen vom Heiligen und vom Profanen. Bestimmte Duftstoffe bleiben so den jeweiligen Sphären vorbehalten und verdeutlichen deren distinktiven Charakter. Andererseits stellt der intentionale Einsatz der Gerüche in den religiösen und magischen Ritualen aber auch eine Verbindung zwischen dem Profanen und dem Sakralen her, indem er als eine Art Kommunikationsmittel dient. Weiterhin ist z.B. die Verwendung von Weihrauch bei religiösen Zeremonien ein Mittel zur

[12] Simmel, 1908, S.657f.

Herstellung der Gruppenzusammengehörigkeit, eines Wir-Gefühls. Der Geruch steht also schon auf dieser Ebene immer als ein Symbol sowohl für soziale Integration wie für soziale Segregation.
Desweiteren dient der Geruch auch innerhalb des profanen Bereichs als ein Mittel zur symbolischen Identifizierung, Klassifizierung und Etikettierung von Individuen und sozialen Gruppen bzw. sozialen Kategorien (Altersgruppen, Geschlechter, Rassen, Schichten, ethnische Zugehörigkeiten, Berufsgruppen usw.). Hier fungiert er als Mittel zu gegenseitigen Positionszuweisung: Durch olfaktorische Beurteilungen und Zuschreibungen wird die Wertschätzung und Ehrerbietung gegenüber den einen bekundet und die Diskriminierung anderer erreicht bzw. untermauert. Zugehörigkeit und Nähe wird vor allem durch das Aufzeigen von entsprechenden Verhaltensritualen und das Beherrschen von sozialen Umgangsformen signalisiert. Die sozialen Standards zu beherrschen, ihrer fähig zu sein und sie beständig zu üben, ist Nachweis und Ausdruck für die legitime Zugehörigkeit zu einer bestimmten Gesellschaftsschicht, den man in jedem Fall vor Gleich- und Höherstehenden zu erbringen hat. Im Hinblick auf Personen niederer Herkunft aber wird ihr Aufzeigen zu einem Ausdruck sozialer Distinktion und zu einem Mittel der Festschreibung sozialer Unterschiede, zur Ausgrenzung des Ungeordneten und Schmutzigen, des Gemeinen, Niederen und Unreinen, des Tierischen, Unzivilisierten und Stinkenden. Bis in die moderne Gesellschaft hinein kann der Geruch des anderen ein moralisches, ethisches und soziales Beurteilungskriterium sein; über die verschiedenen Geruchsattribute werden die sozialen Kategorien identifiziert, ihr sozialer Status wird manifestiert und es werden insgesamt die symbolischen Territorien, d.h. die sozialen Ordnungsvorstellungen bzw. das soziale Ordnungssystem stabilisiert.

Auf der zweiten, der sozial-interaktiven Analyseebene wurde die *Ordnung persönlicher Territorien* über die Gerüche behandelt. Den Ausgangspunkt der Analyse bildete hier das Individuum und seine 'lokalen' räumlichen Territorien. Es wurden drei lebensweltliche Geruchsräume voneinander unterschieden, die sich quasi wie konzentrische Kreise um das Individuum ziehen und als olfaktorische Abtastungs- und Kontrollbereiche hinsichtlich ihrer Qualität und Relevanz bemessen und mittels spezifischer 'Geruchstechniken' gemanagt werden: der Körper, die Territorien des Selbst und der – bis zur Grenze der Leistungsfähigkeit des sinnlichen Apparates reichende – öffentliche Raum. Bei den Grenzziehungs- und Grenzüberwachungsvorgängen in diesem Ordnungssystem der olfaktorischen Wahrnehmung geht es vor allen Dingen um die Herausbildung und Stabilisierung der persönlichen Identität von Individuen und den Erhalt ihres Status als 'geheiligte Objekte'. Durch die Markierung und die Verteidigung ihrer sozialen Mikro-Territorien versuchen die Handelnden in sozialen Situationen ein stabiles und sozial geachtetes, ein 'geheiligtes Selbst' zu entwickeln. Gleichzeitig ist das durch interpersonale Rituale geregelte Aufzeigen von Respekt und Achtung vor den Territorien der anderen ein Zeichen von Ehrerbietung und Benehmen und damit ein Ausdruck für die Wertschätzung auch der Interaktionspartner.
Insgesamt zeigte sich auch auf dieser Ebene, daß das olfaktorische Management der Territorien und ihre dahingehende Überwachung zur Stabilisierung individueller und gesellschaftlicher Ordnungsvorstellungen bzw. -systeme beiträgt. Die Beweggründe für die entsprechenden Praktiken und Verhaltensweisen sind in einem Zusammenspiel aus individuellen und sozialen Motiven zu suchen. In Anlehnung an Mary Douglas wurde argumentiert, daß durch das Ankämpfen gegen den Gestank bzw. durch die Hervorbringung einer neuen, positiven olfaktorischen Ordnung, die Handelnden versuchen, eine Vereinheitlichung der Erfahrung zu schaffen, die einerseits den eigenen, subjektiven Vorstellungen von Sauberkeit, Reinlichkeit und eines 'angenehmen Geruchs' entspricht und die andererseits auch sozial akzeptiert ist, d.h. sich mit den gesellschaftlich geforderten Sauberkeits- und Reinlichkeitsstandards bzw. Geruchsvorstellungen deckt. Insbesondere die vielfachen und variantenrei-

chen Desodorisierungs- und Reodorisierungsbemühungen müssen in diesem Lichte gesehen werden.

Auf der dritten Reflexionslinie schließlich wurde die *Ordnung kultureller Territorien* angesprochen. Die Trennung, insbesondere aber die Aufrechterhaltung oder Verbindung sozialer Makro-Territorien über das Olfaktorische kann bis zu dieser Stelle nur vermutet und als These formuliert werden. Auf dieser dritten Linie, so die Annahme, stellt der Geruch die Koordinaten für Grenzziehungen im System der sozialen Gesellschaftstopographie. Nicht nur in bezug auf die persönliche Identität und die persönlichen Mikro-Territorien, sondern auch hinsichtlich der sozialen bzw. kategorialen Identität spielt die Wahrnehmung, die Hervorbringung und die Vermeidung von Gerüchen eine Rolle.
Auf die Unterscheidung sozialer Kategorien (Geschlecht, Rasse, Schicht, ethnische Zugehörigkeit, Berufsgruppe usw.) über Geruchsurteile wurde im Zusammenhang mit der Ordnung symbolischer Territorien bereits hingewiesen. Hier waren es die Diskurse der Differenz und Distinktion, der bewußten und gezielten Kenntlichmachung sozialer Unterschiede, der Stigmatisierung, Abgrenzung und Ausschließung über abwertende Geruchsurteile, der Definition der 'geheiligten Werte', der Kennzeichnung und Festschreibung des gesellschaftlichen Oben und Unten.
Innerhalb der kulturellen Territorien jedoch haben die Gerüche eine zusätzliche Qualität: Ging es bislang nur um die Manifestation sozialer Unterschiede *zwischen* den Makro-Territorien, so soll in der nachfolgenden Untersuchung der schicht- oder milieuspezifische Habitus, die soziale Praxis und die alltagsästhetischen Schemata einbezogen werden, die sozusagen im Rücken der Handelnden wirken, an denen sie sich z.T. unbewußt orientieren, und auf diese Weise selbst auch Geruchswelten schaffen bzw. gestalten, die *innerhalb* ihres kollektiven Territoriums, d.h. ihrer 'Geschmacksfraktion', ihrer Lebenswelt, ihres Milieus typisch und damit auch sozial gefordert sind und über die sie ihre soziale Identität generieren, stabilisieren und signalisieren. Die sozialen Praktiken bzw. die alltagsästhetischen Schemata, die in einem langwierigen Prozeß über Sozialisationsinstanzen vermittelt werden, stellen hierbei den Orientierungsrahmen für die olfaktorischen Bewertungen und Umgangsweisen. Die kulturellen Kompetenzen bzw. Techniken und die ästhetischen Feinheiten – d.h. in unserem Fall die Tolerierung, die Evokation oder die Unterdrückung bestimmter Geruchsverhältnisse und die geschmackliche bzw. ästhetische Einschätzung, welcher Geruch angenehm bzw. abstoßend ist – all dies wird zum Gradmesser und Indikator für die Grenzen zwischen den kulturellen Territorien und fungiert zugleich auf dieser Linie als eine Art soziales Orientierungs- und Ordnungsmedium, nämlich als Inszenierungsmittel von Sozialraumähnlichkeiten.

Meine forschungsleitende Hypothese lautet deshalb: Die riechende Sozialordnung ist sozialstruktuerell differenziert, d.h. der Geruch fungiert im sozialen Alltag als Indikator für die Milieuzugehörigkeit und kann auch in der soziologischen Strukturanalyse als solcher gelesen werden.
Ich gehe davon aus, daß die Wahrnehmung, die Interpretation, die Vermeidung und die Hervorbringung von Gerüchen in der modernen Gesellschaft auch sozial-strukturell differiert, d.h. abhängig ist von einem Lebensstil bzw. von der Zugehörigkeit zu einem bestimmten sozialen Milieu. Damit müssen diese unterschiedlichen ästhetischen Haltungen und Umgangsweisen mit dem Olfaktorischen, die Geschmacks- bzw. Geruchsstile, auch empirisch bestimmbar und anhand einer beschreibbaren sozialen Matrix nachvollziehbar sein.
Die Vermutung geht also dahin, daß eine Beziehung sowohl zwischen dem Olfaktorischen und speziellen Konstellationen von Alter, Bildung, Einkommensverhältnissen usw. wie zwischen dem Olfaktorischen und den milieuspezifischen Bedeutungsebenen von Geschmack,

Stil, Distinktion und Konsum besteht. Der Lebensstil, die Zugehörigkeit zu einem bestimmten sozialen Milieu, hat Einfluß auch auf die Wahrnehmung und die ästhetische Bewertung von Gerüchen und läßt sich erkennen, z.B. im praktischen Umgang mit diesen, d.h. konkret: in der milieuspezifischen Hervorbringung bestimmter bzw. in der Vermeidung anderer Gerüche.

Eine offensichtliche Problematik stellt die Vorgehensweise bei der Operationalisierung des Olfaktorischen dar: Wie kann Geruch gemessen werden? Wie lassen sich ästhetische Geruchsbewertungen, geschmackliche olfaktorische Vorlieben und Abneigungen übersetzen und vergleichbar erheben? Wie und wo lassen sich letztlich Zusammenhänge zwischen Lebensstil und Geruch erkennen, beschreiben und erklären?
Eine grundsätzliche Schwierigkeit besteht darin, daß die Gerüche und der Umgang mit ihnen schwerlich direkt gemessen und erhoben werden können; dies gilt insbesondere für ästhetische Werturteile und Aussagen zu wahrgenommenen oder verwendeten Gerüchen. Auf diesen Sachverhalt verweist auch Gerhard Schulze in seiner Milieutheorie, wenn er anmerkt, daß kaum jemand sprachlich ausdrücken kann, worin das Angenehme oder Abstoßende von 'psychophysischen Erlebnissen', d.h. von Genußempfindungen und damit letztlich auch von ästhetischen Geruchsurteilen besteht[13]. Erschwerend kommen die ganz zu Beginn der Arbeit geschilderten prinzipiellen Probleme der wissenschaftlichen Meßbarkeit und Klassifizierbarkeit von Geruchseindrücken hinzu[14]. Um nun den Geruch für die soziologische Analyse zu operationalisieren und den von uns thematisierten Zusammenhang zwischen Geruch und sozialem Milieu untersuchen zu können, muß deshalb ein Umweg gewählt, muß sozusagen eine analytische bzw. methodische 'Krücke' verwendet werden. Als Designat für die unterschiedlichen Geruchspräferenzen in den sozialen Milieus soll deshalb die Verwendung von bzw. die ästhetische Einstellung gegenüber Geruchsprodukten dienen.

Innerhalb der Diskussion der Ansätze der Lebensstilsoziologie konnten – siehe oben – *Geschmack*, *Distinktion*, *Stil* und *Konsum* als die zentralen Kategorien für die moderne Sozialstrukturanalyse abgeleitet werden. Weiterhin wird in den Theorien von Bourdieu und Schulze davon ausgegangen, daß Geschmack, Stil und Distinktion auch und gerade durch äußere Attribute kenntlich gemacht und vermittelt werden, nämlich durch den Konsum u.a. von Waren und durch die 'individuelle' Ausstattung mit Gegenständen sowie den spezifischen Formen ihres Gebrauchs. Somit gehe ich für unser Vorhaben davon aus, daß auch 'Geruchsprodukte' als Indikatoren dienen können, über deren Konsum bzw. Nicht-Konsum, über deren ästhetische Favorisierung bzw. Ablehnung und deren spezifische Anwendungsformen und -kontexte – z.B. in den verschiedenen Formen und Techniken der Desodorisierung und Reodorisierung – Geschmack, Stil, kulturelle Handlungskompetenz und letztlich Lebensstil und Milieuzugehörigkeit zum Ausdruck kommen.
Die Einstellung gegenüber den Gerüchen, wie sie im praktischen Umgang mit ihnen, d.h. insbesondere im Konsum und in der Anwendung von Geruchsprodukten zum Ausdruck kommt, wird also als Indikator verstanden, der nicht nur auf den persönlichen Geschmack und den persönlichen Stil einer Person verweist – bzw. in der Umkehrrelation auf der persönlichen Ebene zur Distinktionsgebärde werden kann –, sondern letztlich auch kollektive, d.h. milieugenerierende und -unterscheidende Relevanz besitzt: Hier geht es um die Markierung sozialer Zugehörigkeit und die Signalisierung sozialer Verortung. Damit verstehe ich den Umgang mit dem Geruch als einen Maßstab von Werten und Verhaltensmustern, in dem die sozialen Unterschiede und Unterscheidungen, die verschiedenen gesellschaftlichen 'Ge-

[13] Schulze, 1992, S.105ff.
[14] Vgl. Kapitel III.

schmackssegmente' ebenso deutlich sichtbar werden wie etwa beim Theaterbesuch, bei den Tischsitten, im Kleidungsstil, im Musikgeschmack, bei den Medienpräferenzen usw.[15]

Zwar hat die industrielle Massenproduktion von Konsum- und Luxusgütern und der damit verbundene Preisverfall zu einer massenhaften Verbreitung und zu einer erhöhten Zugänglichkeit, zu einer weitreichenden Profanierung, Popularisierung, wenn man so will, sogar zu einer 'Demokratisierung' der Duftstoffe geführt. Es stellt sich aber die Frage, ob sich dadurch allgemein eine Vereinheitlichung der sozialen und kulturellen Umgangsweisen ergeben hat bzw. ob sich eine dahingehende Egalität der Schichten oder Milieus eingestellt hat. Gibt es die olfaktorisch 'klassenlose', enthierarchisierte, egalisierte Gesellschaft? Oder existieren im Umgang mit dem Geruch respektive den Geruchsprodukten nicht auch Milieu- bzw. Klassenstile? Lassen sich im Bezug auf das Olfaktorische vielleicht scharfe Profile eines jeweils eigenen kulturellen Praxissystems ausmachen? Lassen sich etwa kollektive Schematisierungen erkennen, d.h. gibt es auch olfaktorische Implikationen in den alltagsästhetischen Schemata, die individuell zitiert werden? Welche Einstellungen und Verhaltensmuster sind es, die in Bezug auf die Gerüche im Kontext eines Lebensstils 'gedeihen' bzw. von ihm erzeugt werden?

Ich gehe von der Annahme aus, daß sich in den sozialen Milieus durchaus ganz bestimmte 'Geruchsästhetiken', 'Geruchsordnungen' oder 'Geruchsstile' entwickelt haben und jeweils auch ganz bestimmte Erwartungen und Vorstellungen zum praktischen Umgang mit den Gerüchen existieren. Die Fragen, die es diesbezüglich zu beantworten gilt, lauten: Entsprechen bzw. widersprechen die Geruchsprodukte und die spezifischen Modi ihrer Anwendung den unterschiedlichen milieutypischen Erwartungen? Und: Läßt sich mit der Erfassung der ästhetischen Einstellung gegenüber diesen Produkten, über ihren Konsum und ihre Verwendung zur Desodorisierung und Reodorisierung, auch ein sozial-strukturell differierender Umgang mit dem Olfaktorischen – und damit eben solche unterschiedlichen 'Geruchsordnungen' – nachweisen?
Ziel des Projektes ist es, zur Aufdeckung und Beschreibung zumindest eines Teilbereichs des aktuellen gesellschaftlich-olfaktorischen Diskurses beizutragen. Hierzu wird der Versuch unternommen, auf der Grundlage der Lebensstilforschung bzw. auf der Grundlage der Theorie sozialer Milieus eine Typologie respektive eine Typisierung dieses Umgangs zu erstellen, nicht zuletzt mit der Intention, auf diesem Weg auch zur Beschreibung von gesellschaftlichen Geschmacks- bzw. Geruchsstilen und vielleicht sogar von 'Geruchsmilieus' zu gelangen.

[15] Ich meine hiermit, in Anlehnung an Bourdieu, jene "Art *Sinn für Homologie, zwischen Gütern und Gruppen*, die den Geschmack ausmacht. Handle es sich um Filme oder Theaterstücke, Comic Strips oder Romane, Möbel oder Kleidung: Seinem Geschmack folgen, heißt, die Güter *orten*, die miteinander harmonieren, weil sie ungefähr gleichrangig sind" (1987, S.366; Hervorhebungen im Original).

3. Geruchskultur und soziale Struktur

Zur Überprüfung meiner Forschungshypothese stehen zwei empirische Datensätze zur Verfügung: Beim ersten handelt es sich um einen über quantitative Methoden zustandegekommenen Datensatz mit fast 3000 relativ umfangreichen standardisierten Interviews. Das zweite Datensample wurde nach qualitativen Kriterien erhoben und besteht aus Videobandaufzeichnungen von Focus-Gruppensitzungen, die mit Hilfe von Leitfadeninterviews durchgeführt wurden.
Beide Datensätze sind keine eigenen, von mir selbst durchgeführten Erhebungen, sondern Untersuchungen, die von der 'Geruchsindustrie', d.h. von einem Hersteller von Geruchsprodukten, bei Forschungsinstituten in Auftrag gegeben wurden.
Bevor jedoch dieses Datenmaterial näher beschrieben wird (3.2) und seine Analyse ansteht (3.3), soll der eigentliche Untersuchungsgegenstand mit seinen Spezifika und damit das zentrale Objekt dieser beiden Marktforschungen, vorgestellt werden (3.1).

3.1 "Diskrete und exklusive Düfte für jeden Raum des Heimes"[1]: Der Untersuchungsgegenstand – die Lufterfrischerprodukte

3.1.1 Die Luft als Objekt der Beduftung

Bei den Lufterfrischerprodukten, die den thematischen Kern der zur Verfügung stehenden Datensamples darstellen, handelt es sich um von der Industrie speziell konzipierte und massenhaft hergestellte Konsumgüter, die im Haushalt – d.h. in den Räumen des privaten Wohnbereichs – oder am Arbeitsplatz von den Benutzern als 'Geruchstechniken' eingesetzt werden können, um an diesen Orten ein 'dauerhaftes' olfaktorisches Management durchzuführen. Innerhalb des von uns weiter oben beschriebenen olfaktorischen Abtastungs- und Kontrollbereichs von Individuen, sind die Einsatzgebiete der Lufterfrischer also jene Sphären oder lebensweltlichen 'Geruchsräume', die mit Erving Goffman als *Boxen* bezeichnet wurden und damit zu den *Territorien des Selbst* zu rechnen sind[2].
Im Zusammenhang mit der Diskussion dieser Territorien habe ich auf die starken Analogien in den olfaktorischen Abtastungs- und Kontrollbereichen, die direkt den Einflußmöglichkeiten des Individuums unterliegen – Körper, privater (Wohn-)Raum – hingewiesen: Beide sind sehr eng mit dem Individuum und seinem Image verbunden und in beiden sind die sich 'natürlich' entwickelnden oder existenten Geruchsverhältnisse in den allermeisten sozialen Situationen nicht akzeptiert.
An dieser Stelle wird es jedoch notwendig, zwei Spezifika des Untersuchungsgegenstandes herauszuheben, die die beiden, in den *Territorien des Selbst* einsetzbaren Techniken zur dauerhaften und imagegenerierenden Geruchsmanipulation – Körper: Parfüm; (Wohn-) Raum: Lufterfrischer – nicht nur im Detail voneinander unterscheiden, sondern als gänzlich eigenständige Praktiken des Geruchsmanagements erkennbar werden lassen.
Das erste Spezifikum der *Luft*erfrischer ist, daß – anders als beim Körperparfüm – über ihren Einsatz nicht ein konkreter Objektbereich oder 'Gegenstand' parfümiert wird, an dem der Geruch dann haftet bzw. von dem er ausgeht und dem er u.U. direkt zurechenbar ist

[1] Werbespruch auf der Umverpackung eines Lufterfrischerproduktes.
[2] Vgl. Kapitel VIII.2.2.

(Körper, bestimmte Körperstellen), sondern, daß als – ein in jeglicher Hinsicht – unspezifisches Objekt, die *Luft* eines oder mehrerer (Wohn-)Räume der Geruchsmanipulation unterliegt. Dies ist um so bemerkenswerter, als mit der Luft als solcher das eigentliche Medium der Geruchsübertragung und -wahrnehmung parfümiert wird. Durch diese Manipulation respektive Okkupation des ursprünglich olfaktorisch neutralen Mediums mittels eines mitunter sehr dominanten Geruchs wird es möglich, alle von konkreten Objekten im Territorium ausgehenden, und damit mehr oder minder klar identifizierbaren, Gerüche zu unterminieren oder zu camouflieren und so den Geruchseindruck insgesamt zu nivellieren – ohne, daß dabei die verschiedenen zu maskierenden Geruchsquellen selbst, mit ihrer offensichtlich als negativ bewerteten olfaktorischen Präsenz, angegangen – d.h. abgetrennt, vermieden, verändert – werden müßten.
Damit zusammenhängend ist ein zweites Spezifikum der Luft*erfrischer* angesprochen: Anders als bei der Praxis des Parfümierens des menschlichen Körpers, der in modernen Gesellschaften keinerlei reinigende Funktion mehr zugeschrieben wird, soll die Luft eines Raumes bzw. einer Wohnung durch den in sie infiltrierten bzw. ihr aufoktroyierten, künstlichen Geruch – expressis verbis – *erfrischt*, d.h. von allem 'Unfrischen', Alten, Unsauberen, Verdorbenem und somit Belastendem befreit werden. *Erfrischte Luft* erscheint somit auch nicht als etwas Geruchsneutrales – sie ist nicht gleich 'Frischluft' –, sondern *erfrischte Luft* 'riecht', sie ist mit einem – wie auch immer – idealisierten Geruch versetzt, der Frische und Sauberkeit transportiert bzw. symbolisiert und damit erst hervorbringt.

3.1.2 Kleine Produktgeschichte und Produktkontext

Die Lufterfrischerprodukte erschienen – unter dieser Bezeichnung und in den meisten der auch aktuell erhältlichen Typen – in den 60er Jahren auf dem Markt. Während sie schon zu dieser Zeit etwa in Großbritannien, Frankreich und Italien durch Fernsehspots beworben wurden und auch entsprechenden Absatz fanden, führten diese Produkte in Deutschland lange eine Nischenexistenz. Erst seit Ende der 80er bzw. Anfang der 90er-Jahre erhielten die Lufterfrischer auch hierzulande eine größere öffentliche Aufmerksamkeit. Die Gründe hierfür sind einerseits in der – zu diesem Zeitpunkt schon – (wieder-)erwachten Popularität der Gerüche und des Geruchsssinn zu suchen; andererseits fallen in diesen Zeitraum weitreichende Produktinnovationen, die die Hersteller auch mit einem verhältnismäßig großen Aufwand bewarben – insgesamt alles Anstrengungen, die das Ziel verfolgten, auch auf dem deutschen Markt ähnlich erfolgreich zu operieren wie in anderen europäischen Ländern.
Als Hersteller dieser Produkte agieren Firmen, deren Angebot grob als Haushaltspflegemittel umrissen werden kann: Neben den Lufterfrischern, die nur einen Teilbereich des Gesamtangebots darstellen, werden so – als 'kleine praktische Alltagshelfer' – u.a. Mittel zur Möbel- und Kleidungspflege, zum Pflanzen- und Insektenschutz erzeugt und vertrieben.

Interessant ist aber nicht nur der Herstellungskontext, aus dem die Lufterfrischer entstammen, sondern auch der Verkaufskontext, in dem sie in den Regalen der Geschäfte angeboten werden: Es sind die Supermärkte und Drogerien, innerhalb derer man wiederum eben bei den Haushaltspflegemitteln – in der Regel zwischen Fußboden- und Toilettenreinigern – auf unsere Duftspender stößt. Allein schon diese Tatsache verweist auf den ursprünglichen, 'traditionellen' Anwendungsort bzw. die Modalitäten der Anwendung: Die Lufterfrischer sollen den Eindruck von Sauberkeit und Reinlichkeit olfaktorisch unterstützen; ein Effekt, der zwar durch die parfümierten Putzmittel erreicht wird, der aber wegen der Flüchtigkeit

dieser Geruchsstoffe nur sehr kurzfristig erhalten bleibt. Als Anwendungsorte rücken dabei vor allem solche Räume ins Blickfeld, an denen unerwünschte bzw. aufdringliche Gerüche immer wieder entstehen, deren sofortige und wirksame Beseitigung aber zeitweilig nicht gelingt – die Toilette, das Bad und die Küche[3].

3.1.3 Produktkategorien, Produktformen und Konsumententypologie

Das primäre Kriterium der Produzenten zur Differenzierung ihrer Produkttypen ist der Modus der Produktanwendung. Unterschieden wird grundsätzlich zwischen Lufterfrischern, die vom Verwender:

- situativ bzw. 'zielgerichtet' angewandt und beim Einsatz über einen entsprechenden Auslösemechanismus dosiert werden können (*IAAF = Instant Applicable Air Freshener*); und
- sogenannten *Dauerlufterfrischern* (*CAAF = Constant Applicable Air Freshener*), bei denen – ist der Behälter einmal geöffnet – der Duft so lange verströmt, bis die Füllung aufgebraucht ist. Eine Dosierung ist hier entweder gar nicht möglich bzw. wird grob über eine entsprechende Vorrichtung zur Variation der Öffnung, durch die der Duft aus dem Spender entweicht, erreicht.

Eine weitergehende Differenzierung dieser beiden Produktkategorien geschieht nach einem Kriterium, das die Lufterfrischer entweder als *funktional* oder als *dekorativ* einordnet. Entscheidend für die Zuteilung ist die äußere Formgebung bzw. insgesamt die optische Ausgestaltung der Produkte:

- Die als *dekorativ* bezeichneten Lufterfrischer sind so gestaltet, daß sie während ihrer gesamten Nutzungsdauer offen sichtbar im (Wohn-)Raum plaziert und dort sogar als Dekorationsobjekt eingesetzt werden können – sie behalten diesen 'schmückenden' Effekt auch bei, wenn sie ihre Primärfunktion nicht mehr erfüllen, d.h. die Duftfüllung aufgebraucht ist.
- Demgegenüber ist die optische Aufmachung der *funktionalen* Lufterfrischer eher als schlicht, schmucklos und zweckmäßig – eben als funktional – zu bezeichnen. Sie werden nach ihrer Anwendung weggeräumt, sind im Raum versteckt untergebracht und/oder werden mehr oder minder unverdeckt an solchen Orten plaziert, die gleichfalls durch eine hohe Funktionalität gekennzeichnet sind: Toilette, Bad, Küche.

In die nach diesen beiden Kriterien (Anwendungsmodus, optische Ausgestaltung) gebildeten Produktkategorien reihen sich nun die verschiedenen Lufterfrischer mit ihren unterschiedlichen Anwendungsmodi und Formgebungen ein. Sie sollen nachfolgend kurz vorgestellt werden:

1. *Funktionale Lufterfrischer*
IAAF:

- Produkt 1 (P1): Bei diesem Produkt handelt es sich um eine Spraydose aus Metall, wie sie in ihrer klassischen Form auch in vielen anderen Bereichen Anwendung findet (Farben, Putz- und Reinigungsmittel, Insektenschutz usw.). Bei jeder Betätigung des

[3] Der Vollständigkeit halber kann noch angemerkt werden, daß die Verkaufspreise der Lufterfrischer bzw. ihrer Nachfüllpackungen deutlich unter zehn Mark liegen.

Sprühkopfes entweicht ein Duftnebel, der dosiert und zielgerichtet im Raum verteilt werden kann. Der Behälter ist überwiegend einfarbig (weiß); auf der Vorderseite, d.h. in der Richtung, in der auch der Sprühnebel austritt, sind – neben dem Markennamen und der Typenbezeichnung – mit wenigen, kräftigen Farben und Strichen stilisierte Landschaftsszenen abgebildet. Sie versinnbildlichen die drei erhältlichen Duftvarianten: Berglandschaft, Blumenwiese und Meeruferlandschaft. Diese Produktform stellt den Urtyp aller von der Industrie angebotenen Lufterfrischerprodukte dar.

CAAF:

- Produkt 2 (P2): Dieser Typus von funktionalen Dauerlufterfrischern gehört ebenso wie die Spraydose zu den 'Klassikern' unter den Lufterfrischerprodukten. Es handelt sich hierbei um ein farbiges Duft-Gel, das in einem 'schmucklosen', aus einem Stück gefertigten Behälter aus weißem Weichplastik untergebracht ist. Durch Abziehen der Deckfolie wird die Gelmasse unter einer Gitterkonstruktion sichtbar offengelegt und löst sich, einen Duft freisetzend, in der Folgezeit allmählich auf. Die enge Verwandtschaft zu Produkt P1 zeigt sich darin, daß die drei erhältlichen Duftnoten und ihre Bezeichnungen ebenso identisch sind wie die auf den Behältern angebrachten Motive: Berglandschaft, Blumenwiese und Meeruferlandschaft.
- Produkt 3 (P3): Bei dieser zweiten Variante funktionaler Dauerlufterfrischer handelt es sich um ein elektrisches Kleingerät, das direkt in die Steckdose eingebracht und mit Gel-Duft-Streifen bestückt wird. Die Duftabgabe erfolgt dann permanent über die aus dem Strom erzeugte Wärme. In seiner Anwendungsform und funktionalen optischen Ausgestaltung erinnert das Produkt stark an ebenfalls auf dem Markt befindliche Erzeugnisse zum Insektenschutz.

2. *Dekorative Lufterfrischer*

IAAF:

- Produkt 4 (P4): Dieses Produkt ist sozusagen die Weiterentwicklung bzw. die dekorative Variante der Spraydose (Produkt P1). Es ist wesentlich kleiner gehalten, erinnert in der optischen Ausgestaltung (aufrecht stehende Muschel) an einen etwas überdimensionierten Parfümflacon, ist aus buntem, marmoriertem Hartplastik hergestellt und enthält eine Duftkartusche, die ausgetauscht werden kann. Das Prinzip der Duftausbringung gleicht dem der Spraydose.

CAAF:

- Produkt 5 (P5): Diese Produktvariante kann als dekorative Weiterentwicklung von Produkt 2 gesehen werden. Die Basis von Produkt P5 stellt ebenfalls eine Duftmasse aus farbigem Gel dar, das sich beim Kontakt mit der Raumluft langsam und duftend aufzulösen beginnt. Es bestehen aber wesentliche Unterschiede zum Vorbild. Dies betrifft am offensichtlichsten die äußere Formgebung des Produktes, die sich an den klaren Linien geometrischer Körper orientiert (Kegel, Pyramide). Weiterhin ist das verwendete Material 'hochwertiger' Kunststoff, versehen mit einer leicht angerauhten Oberflächenstruktur, der auch in der Farbgebung eher dezent (schwarz, weiß, dunkelblau) gehalten ist. Insgesamt erinnert die Formgebung an das Design moderner Parfümflacons. Schließlich bleibt die (sobald in Auflösung befindlich) doch etwas unansehliche Gelmasse im Verborgenen und ist allenfalls durch die für die Verdunstung und Dosierbarkeit vorgesehene Öffnung sichtbar.
- Produkt 6 (P6): Den letzten Typus innerhalb der Produktpalette stellt ein kleines Keramikgefäß dar, das mit einem speziellen, mitgelieferten Duftöl gefüllt wird. Auch dieses Produkt ist zu den dekorativen Dauerlufterfrischern zu zählen. Zur Befüllung wird ein

kleiner Deckel vom Duftbehälter abgehoben und das Duftöl eingebracht, der Ton nimmt die Flüssigkeit auf und gibt anschließend den Duft über die Poren frei. Die äußere Form der Produkte erinnert an kleine Vasen oder Amphoren. Um das Ausströmen des Duftes nicht zu blockieren, bleibt der Ton über die größte Fläche unbehandelt – z.T. sind kleine Verzierungen aufgemalt –, nur auf dem Tondeckelchen und entlang der Bodenfläche ist eine mintgrüne bzw. rosafarbene Glasur aufgebracht, die verhindern soll, daß das Öl Standflächen angreift.

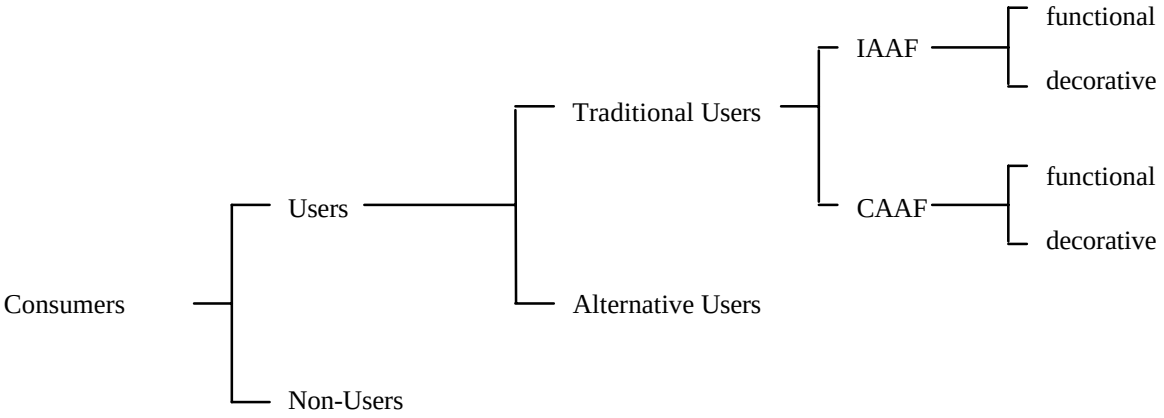
Allgemein ist zu den oben beschriebenen Lufterfrischerprodukten folgendes festzuhalten:

- Ein übergreifendes Merkmal aller Produkte ist, daß sie immer in mehreren, d.h. in zwei (Produkt P3 und P6) bzw. drei verschiedenen Geruchsnoten (Produkt P1, P2, P4 und P5) erhältlich sind, was durch eine jeweils unterschiedliche Variantenbenennung und eine differierende farbliche Produktgestaltung unterstrichen wird.
- Im Verlauf der Produktgeschichte unterliegen die jeweiligen Geruchsnoten sowie die optische Produktaufmachung (Farbgebung, Umverpackung, Produktbeschreibung, Schrifttypen etc.) einem stetigen Wandel, während die äußere Form des Duftspenders selbst nur marginal verändert wird und die 'Dufttechnik', d.h. die Art und Weise in der der Geruch aus dem Behälter entweicht bzw. ausgebracht wird, über die Zeit sehr stabil bleibt.
- Innovationen in der Dufttechnik ebenso wie in der chemischen Zusammensetzung der Duftstoffe sind eher selten und werden nur vorgenommen, um z.B. dem gestiegenen Gesundheits- und Umweltbewußtsein der Verbraucher oder den sich wandelnden gesetzlichen Bestimmungen Rechnung zu tragen; so etwa die Verwendung 'natürlicher' Ingredienzen, die Entwicklung von Nachfüllpackungen, der Einsatz von FCKW-Ersatzstoffen usw.
- Umverpackungen sind nur bei den dekorativen Lufterfrischern in Gebrauch (Produkt P4, P5, P6). Die 'klassischen' Lufterfrischer (Produkt P1 und P2) sind ohne Umverpackung; eine Ausnahme bilden die elektrischen Lufterfrischer (Produkt P3), die auch in einer Umverpackung angeboten werden.
- Auffällig ist, daß nach dem Anwendungsmodus und den optischen Kriterien eine Unterscheidung der Lufterfrischer nach olfaktorischen Kriterien eine relativ untergeordnete Stellung einnimmt. Die Hersteller unternehmen eine Differenzierung über die Qualität der in den Produkten verwendeten Duftstoffe.
- So stehen bei den funktionalen Lufterfrischern – hier insbesondere bei Produkt P1 und P2 – die maskierenden Eigenschaften der Geruchsstoffe im Vordergrund, was sich dahingehend bemerkbar macht, daß der verströmte Geruch relativ intensiv ist und einen ähnlichen, nur stärkeren und anhaltenderen Geruchseindruck vermittelt als die im Haushalt verwendeten Putz- und Reinigungsmittel. Es dominieren einfache Zitrus- bzw. Blumendüfte, die auf der Umverpackung des Lufterfrischers bzw. auf dem Produkt selbst genannt und/oder beschrieben werden. Mit den Namensgebungen der Produkte soll die reine, frische, saubere und intakte Natur (das Meer, der Wald, der Garten, die Wiese etc.), aus der alles Bedrückende, Schwüle und Gefährliche herausredigiert wurde, offensichtlich zusätzlich symbolisiert werden: *Marine, Flora, Alpine, Floral, Flower Fresh, Lemon Fresh* usw.
- Demgegenüber wird versucht, die dekorativen Lufterfrischerprodukte nicht nur über die optische Ausgestaltung des Duftspenders, sondern auch über die Qualität der verwendeten Geruchsstoffe abzusetzten und diese Produktkategorie insgesamt in die Nähe anderer, 'prestigeträchtigerer' Anwendungskontexte von Düften zu bringen, deren Intention nicht primär in der Maskierung unerwünschter Gerüche liegt, sondern vielmehr in der Schaffung eines besonderen (Wohn-)Ambientes. So wird einerseits versucht, eine visuelle und olfaktorische Verbindung zu (Körper-)Parfüms herzustellen (dies betrifft insbesonde-

re die Produkte P4 und P5, die 'hochwertigere' Duftstoffe enthalten, in flaconähnlichen Behältern angeboten und vom Hersteller – innerhalb des Produkttypus Lufterfrischer – auch als *Raumparfüms* bezeichnet und vermarktet werden). Oder es wird die Nähe zu sogenannten 'alternativen Techniken' der Raumbeduftung[4] gesucht (Produkt P6). Bei diesen 'alternativen' Produkten erinnern die visuellen Merkmale und die vermittelten Geruchseindrücke nur noch entfernt an Putz- und Reinigungsmittel (vor allem bei P4 und P5) – und damit an die funktionalen Lufterfrischerprodukte. Ein Effekt, der wiederum über die Namensgebung eine zusätzliche symbolische Unterstützung findet: *Fleurs de nuit, Fleurs blanches, Fleurs d´eau, Siena, Madeira, Côte d' Azur, Fruchtbouquet* usw.

Zusätzlich zu den Produktkategorien und Produktformen werden von der Produzentenseite auch die Konsumenten klassifiziert und anhand der Produktpalette nach folgendem Schema typisiert:

[4] Die sogenannten 'alternativen Raumbedufter' – Duftlampen, Duftkerzen, Blumenpotpourries und Pomander – unterscheiden sich von den traditionellen Lufterfrischern zunächst dadurch, daß sie nicht einer in diesem Umfang massenhaften industriellen Fertigung unterliegen und in der Regel aus hochwertigeren Materialien (Duftbehälter: Glas, Ton, Metall oder Wachs; Duftstoffe: reine natürliche Öle, Blütenblätter) hergestellt sind. Es handelt sich bei diesen Produkten entweder um solche, die sich an historischen europäischen Modellen orientieren – Potpourri, Pomander – oder die sich in einer fernöstlichen Tradition sehen: Duftlampe, Duftkerze und – als deren Vorläufer – das Räucherstäbchen (Letzteres wurde in den westlichen Ländern vor allem in den 70er Jahren, durch die Hippiebewegung mit ihrer starken Verbindung zur fernöstlichen Lebenswelt, bekannt. Es blieb aber schon zu dieser Zeit eher das Attribut dieser alternativen Subkultur und führt auch noch heute, im Vergleich zu den anderen Produkten, nur ein Schattendasein). Der wesentliche Unterschied aber liegt darin, daß die Anwendungsmotive, die Anwendungsmodi und der Konsumkontext bei diesen Produkten andere sind als bei den von der Industrie vertriebenen Lufterfrischern. So ist die Intention dieser Raumbedufter weniger in der unmittelbaren oder dauerhaften Maskierung unerwünschter Gerüche zu suchen, noch sollen sie in irgendeiner Form den Eindruck von Reinlichkeit und Sauberkeit im Heim unterstützen. Dafür sind sie in ihrer Duftintensität entweder zu schwach und zu flüchtig – wie der Duft der Blütenblätter in den Pomandern oder Potpourris – oder ihre Anwendung bedarf – wie bei der Duftlampe oder Duftkerze – eines Verbrennungsprozesses und ist daher nur unter Anwesenheit und Aufsicht möglich bzw. läßt in bestimmten Umfang u.U. unerwünschte Verbrennungsgerüche entstehen. Die Motive für ihren Gebrauch sind vielmehr a) in ihren visuell-dekorativen und schmückenden Eigenschaften für den Wohnbereich zu suchen; und b) in ihrer medizinisch-therapeutischen Verwendung z.B. in der – im Zuge der New-Age-Bewegung wiederbelebten – Aromatherapie, bei der davon ausgegangen wird, daß die gezielte Auswahl, Dosierung und Mixtur ätherischer Öle in ihrer Anwendung heilenden Einfluß auf die menschliche Psyche und den Organismus hat. Als ein weiteres, mit a) und b) verbundenes Motiv, kann schließlich c) der Spaß am Wohlgeruch, d.h. die rein ästhetische und narzißtische Lust, sich mit einem angenehmen, hochwertigen und reinen Duft zu umgeben, gesehen werden. Ähnlich wie bei den Körperparfüms kann also bei diesen Produkten ein Anwendungsmotiv in der Steigerung innerer Erlebnisse (z.B. das Schwelgen in Geruchserinnerungen, das Hervorbringen gewisser Stimmungen) angenommen werden, wozu ihre durch die entsprechende Literatur zugeschriebenen und vermittelten drogenhaften Eigenschaften – insbesondere die der Duftöle – einen erheblichen Beitrag leisten. Die Annahme für diese Anwendungsmotive wird dadurch gestützt, daß Produkte dieser Art ursprünglich und vorwiegend in Blumengeschäften, Reformhäusern, Drogerien, Teeläden, Marktständen und allgemein in Geschäften und Märkten, die man eher der 'alternativen Szene' zurechnen kann, erhältlich sind. Die Palette der angebotenen Düfte beschränkt sich daher auch nicht auf einfache Blumen- und Zitrusgerüche, sondern umfaßt den gesamten Bereich der Wohlgerüche, die dann vom Anwender selbst, wiederum nach Geschmack und Intention ausgewählt, dosiert und untereinander gemischt werden können. Schließlich sind noch die bereits als Duftmischungen angebotenen Öle zu nennen, bei denen wiederum die Namensgebung auf spezifische Anwendungsmotive und -kontexte verweisen soll, z.B.: Inspiration, Relax, Morgenstimmung, Winterfreude usw.



Grundsätzlich wird auf der Produzentenseite zunächst die Gesamtheit aller Konsumenten in Anwender (Users) und Nicht-Anwender (Non-users) von Raumdüften unterschieden. Die Anwender untergliedern sich dann in solche, die die sogenannten 'traditionellen Lufterfrischerprodukte' (Traditional Users) benutzen, und solche, die 'alternative Techniken' bzw. Produkte zur Raumbeduftung bevorzugen, die nicht von den Herstellern traditioneller Lufterfrischer angeboten werden (Alternative Users). Schließlich werden die Traditional Users – der Produkttypik folgend – noch dahingehend differenziert, inwieweit sie Dauerlufterfrischern bzw. situativ einsetzbaren Produkten den Vorzug geben und ob sie eher funktionale oder dekorative Lufterfrischer favorisieren.
Obwohl weder die Anwender alternativer Raumdüfte noch die Non-User – die in keiner Form Raumbedufter benutzen – weiter spezifiziert werden, sind doch beide Konsumententypen für die Hersteller traditioneller Lufterfrischer von Bedeutung, da sie vor allem in diesen Gruppen Potentiale sehen, um ihr Marktsegment auszudehnen. Nicht zuletzt aus diesem Grunde wird der oben dargestellte Konsumentenentwurf bzw. die Konsumententypologie für uns weiterhin von Bedeutung sein, denn sie liegt den von dem Unternehmen durchgeführten empirischen Untersuchungen und damit dem zur Verfügung stehenden Datenmaterial zugrunde: Implizit spielte sie eine Rolle für die Anlage des quantitativen Datensamples, explizit kam sie in der Auswahl der Personen für die Zusammensetzung der Focus-Gruppen zum Einsatz, bei dem der Hersteller genau nach diesem Typisierungsschema vorging.

3.2 Das Datenmaterial – Intention, Anlage und Inhalte der Primärerhebungen

Wie bereits angesprochen, resultiert das zur Verfügung stehende Datenmaterial nicht aus eigenen Erhebungen, sondern soll im Rahmen einer Sekundäranalyse ausgewertet werden. Die Primärerhebungen entstammen der Marktforschung eines Herstellers von Lufterfrischerprodukten; dieser Hersteller und zugleich Auftraggeber der Untersuchung war die Firma *Johnson Wax GmbH*, Düsseldorf. Die Konzeption des quantitativen Datensatzes erfolgte in Zusammenarbeit mit dem Forschungsinstitut *Burke*, Frankfurt am Main, das auch die Durchführung und die anschließende Datenaufbereitung[5] übernahm. Die Focus-

[5] Die Datenaufbereitung wurde durch eine Übertragung der erhobenen Werte in das Rechnerprogramm *Quanvert* (Version 1.1) geleistet, über das dann einzelne Informationen abgerufen werden konnten, das aber auch für eine weitere Datenverarbeitung und -auswertung konzipiert war. Es ermöglichte das Abrufen der jeweiligen Fragestellungen mit ihren dazugehörigen Items und den entsprechenden Häufigkeiten der Nennungen. Weiter-

Gruppensitzungen wurden vom *Ernest Dichter Institute,* Frankfurt am Main durchgeführt und auf Videoband aufgezeichnet. Die Daten aus beiden Erhebungen sind nicht öffentlich zugänglich.

Von seiten des Auftraggebers lag die Intention der Studien in folgenden Punkten:

a) Es galt zunächst die gesamte Angebotspalette des Unternehmens hinsichtlich der ästhetischen Bewertung und des potentiellen bzw. faktischen Kaufverhaltens in der Zielgruppe, d.h. in einer repräsentativen Auswahl der weiblichen Bevölkerung im Alter zwischen 20 und 69 Jahren, testen. Die Schwerpunktsetzung lag dabei auf den dekorativen Lufterfrischern und den Produktneuentwicklungen, wohingegen die bereits seit langem in nahezu unveränderter Form auf dem Markt etablierten funktionalen Lufterfrischer einem weniger detaillierten Konsumententest unterzogen wurden.
b) Weiterhin sollten die Anwendungsgewohnheiten der Zielgruppe gegenüber den vom Unternehmen produzierten Lufterfrischerprodukten, aber auch von Komplementärprodukten der Konkurrenz, bzw. allgemein von Duftprodukten für Wohnräume eruiert werden.
c) Schließlich sollten aufgrund der aus a) und b) gewonnenen Erkenntnisse Schlüsse für zukünftige Produktgestaltungen und Marketingstrategien abgeleitet werden.

Vor dem Hintergrund der o.g. Zielsetzungen wurde die quantitative Studie in zwei Teilerhebungen – *Haupterhebung* und *Nacherhebung* – gegliedert:

– Die Stichprobe zur *Haupterhebung* umfaßt 2879 standardisierte Einzelinterviews, die in face-to-face-Situationen realisiert wurden. Interviewpartner waren Frauen im Alter von 20 bis 69 Jahren – was, siehe oben, der erklärten Zielgruppe des Unternehmens entspricht –, die nach repräsentativen Kriterien aus der Grundgesamtheit der weiblichen Bevölkerung der alten Bundesländer ausgewählt wurden. Die Feldphase zur Untersuchung wurde vom 09. Mai 1994 bis zum 09. Juni 1994 in den Städten Bremen, Düsseldorf, Frankfurt am Main und Nürnberg durchgeführt.
  Zur Spezifik der Studie gehört, daß die Testanlage nach Produkten, in sogenannte 'Testzellen', aufgeteilt wurde. Jede Befragte wurde einer Testzelle zugeordnet und schwerpunktmäßig zu dem entsprechenden Produkt befragt; eine Ausnahme bildet die Testzelle 1, in der die gesamte Produktpalette abgefragt wurde[6]. Zu Beginn des Interviews erfolgte die Vorstellung der Lufterfrischerprodukte durch die Vorlage von Schautafeln, sogenannter 'Concept-Boards'[7]. Dies bedeutet, daß die Produkte selbst im Interview nicht zur Verfügung standen, sondern für die Befragten nur über die Schilderungen und Photographien auf den Schautafeln identifizierbar wurden. Eine Ausnahme bildete wiederum die Testzelle 1: Hier konnte die Interviewpartnerin während des Gesprächs zusätzlich zum 'Concept-Board' auch die gesamte Produktpalette unmittelbar begutachten und damit auch den Geruchseindruck bewerten.
  Die sich an die Vorlage der Schautafeln anschließende Hauptbefragung läßt sich grob zusammengefaßt in drei übergeordnete Bereiche einteilen:

---

hin konnten einzelne Items extrahiert und miteinander kreuztabelliert werden; ablesbar waren dann die absoluten Werte, die Prozentangaben, die Mittelwerte und Standardabweichungen. Für unsere, weiter unten geschilderte Vorgehensweise erwies sich *Quanvert* allerdings für die allermeisten Berechnungsschritte – und insbesondere für die Datendarstellung – als unzureichend, weshalb unsere Auswertung 'extern' erfolgen mußte.

[6] Zur Identifikation der einzelnen Produkte vgl. Kapitel IX.3.1.3.

[7] Zum Aufbau und Inhalt der gemäß dem Testdesign insgesamt sechs 'Concept-Boards' siehe Anhang A 1.2.

1. Produktbezogene Fragen.
2. Fragen zu den allgemeinen Konsum- und Verwendungsgewohnheiten von Raumdüften.
3. Fragen zur Sozialstatistik[8].

– Im Anschluß an die Haupterhebung wurden alle Interviewpartnerinnen gefragt, ob sie bereit wären, das Produkt, das sie gemäß der Testzellenzuweisung zuvor im Interview schon kennengelernt und beurteilt hatten, drei Wochen lang zu Hause zu verwenden. Anschließend sollten sie in einer zweiten, per Telefon durchgeführten *Nachbefragung*, erneut Stellung zum Produkt nehmen. 638 der befragten Personen erklärten sich bereit, an diesem sogenannten 'Home-Use-Test' teilzunehmen bzw. machten innerhalb der Nachbefragung Aussagen zu ihren Erfahrungen. Auf diese Weise sollten eventuelle Einstellungsänderungen erfaßt werden[9].
  In der Nachbefragung zur quantitativen Studie wurden ausschließlich produktbezogene Fragen gestellt.

Fast zeitgleich mit der quantitativen Studie wurden Focus-Gruppensitzungen durchgeführt und auf Videoband aufgezeichnet. Die Zielsetzung dieser zweiten, eher qualitativ ausgerichteten Untersuchung lag darin, vor allem die emotionalen Motivationen für die Benutzung bzw. Ablehnung von Lufterfrischerprodukten zu ermitteln:

> "Qualitative oriented basic research at issue should on the one hand illustrate motivational factors for using air fresheners. On the other hand possible barriers for using them should be exposed"[10].

Hierzu wurden zwischen dem 21.01.94 und dem 27.01.94 fünf Gruppeninterviews – drei in Frankfurt am Main, zwei in Düsseldorf – in Sitzungsräumen des Forschungsinstitutes durchgeführt.
Die Größe der Gruppen war auf 8 bis 10 Personen festgesetzt. Die Auswahl der Personen für die Interviews erfolgte nicht auf der Grundlage einer Zufallsstichprobe, sondern bewußt: Es sollten jeweils zur Hälfte Hausfrauen und berufstätige Frauen im Alter zwischen 25 und 50 Jahren sein, deren Haushaltsnettoeinkommen mindestens DM 2500.- betrug.
Außer diesen Daten waren für die Personenauswahl Informationen zu den Konsum- bzw. Verwendungsgewohnheiten von Lufterfrischern notwendig, denn der Zusammensetzung der Focus-Gruppen lag die im vorangegangenen Kapitel dargelegte Konsumententypologie des Unternehmens zugrunde[11].
Die Befragung war teil-standardisiert, der Interviewerin stand ein Leitfaden zur Verfügung; die Dauer der Gruppeninterviews lag zwischen jeweils zwei und drei Stunden[12]. Der gesamte Verlauf der Sitzungen wurde auf Videoband aufgezeichnet; hierzu war das Aufzeichnungsgerät für die Befragten sichtbar in einer Ecke des Raumes plaziert. Die Kamera war so positioniert, daß alle Interviewteilnehmerinnen zugleich durch das Objektiv erfasst wurden, wobei die Interviewerin die einzige Person war, die der Kamera den Rücken zuwandte. Ein Mikrophon war in der Mitte des Tisches aufgestellt, um den herum alle Teilnehmerinnen Platz nahmen.

---

[8] Zur Beschreibung der Inhalte von Haupt- und Nachbefragung siehe im Anhang A 1.3 bzw. 1.4.
[9] Zur Verteilung der gezogenen Stichprobe auf die einzelnen Testzellen bzw. zu deren Identifikation vgl. Anhang A 1.1: Testdesign der Erhebung.
[10] Aus den 'research objectives' für diese Marktforschung.
[11] Gruppe 1: Non-Users; Gruppe 2: Alternative Users; Gruppe 3: Traditional Users, IAAF; Gruppe 4: Traditional Users, CAAF, functional; Gruppe 5: Traditional Users, CAAF, decorative.
[12] Zum Ablauf der Gruppeninterviews bzw. zum Inhalt des Leitfadens vgl. Anhang A 2.1.

Da beide Datensammlungen der kommerziellen Marktforschung entstammen, handelt es sich um Untersuchungen, die in erster Linie auf einen 'praktischen' und letztlich marktstrategisch verwertbaren Erfolg abzielen. Trotz der primären Verwertungslogik dieser Studien soll aber der Versuch unternommen werden, die Daten unter unserer bisherigen theoriegeleiteten Fragestellung in einer Sekundäranalyse zu bearbeiten und auszuwerten. Die Intention unserer Untersuchung liegt nun aber keineswegs darin, einen nachträglichen Zuträgerdienst für die Werbe- und Konsumentenforschung des ursprünglichen Auftraggebers zu leisten. Es wird vielmehr angestrebt – unabhängig von dem ursprünglichen Zweck und Bezugsrahmen der Primärerhebungen – den Zusammenhang zwischen der Konsumentenforschung und der soziologischen (Struktur-) Analyse im Auge zu behalten, d.h. – wie gesagt – eine theoriefocusierte Auswertung durchzuführen.
Neben den positiven finanziellen, zeitlichen und forschungstechnischen Aspekten, die sich für mich durch die Übernahme der bestehenden Datensamples ergaben, lagen weitere Vorteile für das Vorhaben auf der Hand: Für die Untersuchung eines wissenschaftlich-empirisch weitestgehend unerforschten und dabei doch relativ komplexen Phänomens konnten zwei Datensätze, die unabhängig voneinander, zum fast gleichen Zeitpunkt, mit verhältnismäßig großem Aufwand und mit jeweils unterschiedlichen Erhebungsmethoden durchgeführt wurden, neu geordnet und ausgewertet werden. Zudem handelte es sich hierbei um Material, auf das gewöhnlich keinerlei Zugriff durch Dritte besteht.

3.3 Die sozialstrukturelle Ausprägung des Geruchs – Auf dem Weg zur Beschreibung gesellschaftlicher Geruchsstile

"Die Zwiebel: »Puh, wie es hier stinkt!«
Der Knoblauch: »Ich wette, es ist wieder die Nelke!«"
Jules Renard: Im Garten.

Gegenstand der nachfolgenden Kapitel ist die Analyse der beiden zur Verfügung stehenden Datensammlungen. Zunächst wird das quantitative Datensample beschrieben, nach unseren Erfordernissen neu geordnet und ausgewertet (3.3.1). Aufgrund der hieraus gezogenen Ergebnisse soll dann eine Auswahl aus dem qualitativen Datensample gezogen werden (3.3.2). Ziel der Vorgehensweise ist die Differenzierung und Beschreibung von gesellschaftlichen Geschmacksfraktionen resp. Geruchsstilen und deren letztendliche Verortung in den Theorien zur Sozialstrukturanalyse und zur Milieusegmentierung. Somit beinhaltet das abschließende Kapitel (3.3.3.) den Versuch, die Ergebnisse beider Analysen zusammenzufassen, sie miteinander zu verknüpfen und aus diesem Blickwinkel heraus zu interpretieren, um damit eine olfaktorische Strukturierung der Sozialstruktur – und damit letztlich auch die Strukturierung gesellschaftlicher Geruchsstile – zu beschreiben.

3.3.1 Geruchsästhetik und Indikatoren sozialer Segmentierung – Theoretische Grundlinien, Auswertungsverfahren und Analyseschritte

Erkenntnischancen, Analysemöglichkeiten und Einschränkungen durch das quantitative Material

Schon aufgrund der oben geschilderten Intention und Anlage der quantitativen Studie ergeben sich spezifische Möglichkeiten, aber auch Einschränkungen und Grenzen für die Untersuchung unserer Forschungshypothese.
Zunächst muß bezüglich der methodischen Anlage der Untersuchung die grundlegende Frage nach der Erkenntnischance und Verallgemeinerbarkeit, d.h. die Frage nach der Stichprobenkonstruktion und damit zusammenhängend nach der Repräsentativität, aufgeworfen und geklärt werden.
Die Studie erhebt den Anspruch, repräsentativ auf die Grundgesamtheit der weiblichen Bevölkerung der alten Bundesländer im Alter zwischen 20 und 69 Jahren zu sein. Eine Durchsicht des Samples hinsichtlich dieser Aspekte ergab, daß der Auswahl der befragten Personen Quotierungsvorgaben zugrunde lagen. Soweit über eigene Berechnungen eruierbar, wurden folgende Kriterien zur Stichprobenauswahl (Quotierungsmerkmale) bzw. zur Wahrung der Repräsentativität angelegt[13]:

Variablen und Werte	Quota-Stichprobe in %
Alter:	
jüngere Personen 20-39 Jahre	43
ältere Personen 40-69 Jahre	57
Bildungsabschluß:	
Hoch (Universität/Hochschule; Weiterführende Schule ohne/mit Abitur/Hochschulreife)	74
Niedrig (Hauptschule mit/ohne abgeschlossener Lehre)	26
Nettoeinkommen:	
über DM 4000 monatlich	55
unter DM 4000 monatlich	41

Diese Merkmale und die daraus abgeleiteten Merkmalskombinationen wurden in einer kurzen Vorbefragung (Screener) festgestellt. Schon an dieser Quoten-Auswahl lassen sich Kritikpunkte anbringen: Es stellt sich z.B. die grundsätzliche Frage, ob durch dieses Instrument Repräsentativität gewährleistet ist, wenn die Stichprobe ausschließlich innerhalb von Großstädten bzw. Ballungszentren der alten Bundesrepublik gezogen wurde und damit ländliche Regionen sowie die fünf neuen Bundesländer unberücksichtigt blieben[14].

[13] Die Vermutung, daß genau diese Quoten für die Auswahl relevant waren, stützt sich auf die Tatsache, daß diese Werte über alle Testzellen hinweg identisch waren oder nur ganz geringfügige Schwankungen aufwiesen.
[14] Zur allgemeinen Problematik der Repräsentativität von Stichproben vgl.: Quatember, Andreas: Das Problem mit dem Begriff der Repräsentativität. In: Allgemeines Statistisches Archiv, 80, 1996, S.236-241.

Da gemäß unserer theoretischen Überlegungen davon ausgegangen wird, daß *Geschmack*, *Stil*, *Distinktion* und *Konsum* die zentralen Kategorien von Lebensstilanalysen darstellen, d.h. Lebensstile letztlich auf der Ebene manifester ästhetischer Wahlen angesiedelt sind, müssen aus den oben angeführten drei Bereichen (Produktbezogene Fragen, Fragen zu den allgemeinen Konsum- und Verwendungsgewohnheiten von Raumdüften, Fragen zur Sozialstatistik) diejenigen Fragestellungen ausgewählt werden, die dieser Konzeptualisierung am nächsten liegen. Da die zur Verfügung stehende Studie nicht zur Erforschung von Lebensstilen bzw. von Geschmacksmustern konzipiert wurde, können sich die von der Untersuchung erfaßten, in dieser Hinsicht für uns relevanten Lebensstildimensionen, grundsätzlich nur auf zwei Komponenten beziehen:

- die *ästhetischen Produktbewertungen* und die damit verbundene *Konsummotivation*.
- die Interessen und Präferenzen beim *Medienkonsum*.

Zusätzlich können Aspekte der z.T. recht umfangreich erhobenen Sozialdaten (Stellung im Beruf, Familienstand, Haushaltszusammensetzung, Anzahl der Kinder) zur Differenzierung bzw. Beschreibung von Gruppen mit spezifischen Geschmacksstilen herangezogen werden.

Eine erste, schon im Vorfeld konkret feststellbare Einschränkung bezieht sich auf die Komponente der ästhetischen Produktbewertung und ergibt sich durch die Unterrepräsentiertheit von Produkt 1 und 2: Beide Produkte wurden gemäß des Testdesigns nur innerhalb der gesamten Produktpalette (Testzelle 1) getestet und es war nicht die Möglichkeit eines 'Home-Use-Tests' vorgesehen. Daraus ergibt sich, daß die Aussagen zur ästhetischen Bewertung dieser Produkte schon in der Hauptbefragung – im Vergleich zu den anderen Testzellen – hinsichtlich des Umfangs und damit auch in bezug auf ihre Aussagekraft zurückfallen.
Eine zweite Einschränkung betrifft die Qualität der erhobenen Präferenzen beim Medienkonsum. Hier wirkt sich negativ aus, daß diese Angaben ausschließlich unter marketingstrategischen Aspekten, nämlich im Hinblick auf die Lancierung von Werbeschaltungen in den Medien, erfaßt wurden. Für uns bedeutsame Geschmacksunterschiede lassen sich deshalb nur beim Fernsehkonsum (favorisierter Sender, favorisierte Gattung) in umfangreicherer Form ableiten und sind allenfalls begrenzt aus den Angaben zu den konsumierten Frauenzeitschriften ablesbar.
Eine dritte Einschränkung betrifft die Aussagekraft des erhobenen Berufsstatus der befragten Person ("Welchen Beruf üben Sie selbst zur Zeit aus?"). Wie aus dem Fragebogen und der Interviewerанweisung ersichtlich, wurde zunächst die Angabe der Befragten notiert und anschließend vom Interviewer nach eigener Einschätzung in ein für die Befragte nicht einsehbares Schema zugeordnet, wobei nur noch letzteres im aufbereitenten Datensample ersichtlich war. Die Kategorien waren folgende: Inhaber(in) und Leiter(in) großer Unternehmen/Freie Berufe; Kleine und mittlere Selbständige; Leitende Angestellte und Beamte (Beamtinnen); Sonstige Angestellte und Beamte (Beamtinnen); Facharbeiter(innen)/Sonstige Arbeiter(innen); Landwirt(in); In Ausbildung/Schüler(in)/Student(in); Rentner(in)/Pensionär(in); z.Zt. arbeitslos; Hausfrau/Hausmann. Auf der Grundlage eigener Berechnungen ergab sich nun, daß fast die Hälfte aller Befragten (1286 = 44,6%) von den Interviewern der nicht mehr weiter differenzierbaren Kategorie "Sonstige Angestellte und

---

Bezüglich der Nachteile der von kommerziellen Forschungsinstituten häufig angewandten Quotensamples hält jedoch Helmut Kromrey relativierend fest: "Dennoch haben die Institute, die Umfrageforschung betreiben, aufgrund langjähriger Erfahrungen offenbar Quotenpläne erstellt, die zumindest für Routinebefragungen hinreichend repräsentative Ergebnisse liefern" (Kromrey, Helmut: Empirische Sozialforschung. Modelle und Methoden der Datenerhebung und Auswertung. 3. Aufl. Leske und Budrich, Opladen: 1986, S.145). Vgl. weiterhin: Friedrichs, Jürgen: Methoden empirischer Sozialforschung. 13. Aufl. Westdeutscher Verlag, Opladen: 1985, S.130ff.

Beamte/Beamtinnen" zugerechnet wurde. Eine Tatsache, die in der vorliegenden Untersuchung die Aussagekraft des Merkmals 'Stellung im Beruf' auf ein Minimum reduziert[15].

Theoretische Grundlinien der weiteren Vorgehensweise

Der eigentlichen Neuordnung und Analyse des quantitativen Datensatzes seien an dieser Stelle zunächst einige theoretische Vorüberlegungen vorangestellt; sie sollen die Auswahl der Merkmale bzw. Daten für die nachfolgenden Analyseschritte begründen und veranschaulichen.
Es wurde darauf hingewiesen, daß bei den modernen Lebensstiltheoretikern die *ästhetische Einstellung* bzw. der *Geschmack*, die sich beide im wesentlichen über den *Konsum* insbesondere von Waren, aber auch von Dienstleistungen, von Kultur, Informationen usw. ableiten und beschreiben lassen, eine zentrale Rolle innerhalb der Theorien einnehmen[16].
In der vorliegenden Arbeit stehen nicht die politischen Dimensionen sozialer Ungleichheit im Vordergrund, sondern vielmehr die Fragen nach der Bildung und Zusammensetzung gesellschaftlicher Geschmacksfraktionen. Weniger geht es also darum, die Herrschaftsverhältnisse zwischen den sozialen Milieus bzw. die Mechanismen deren sozialer Reproduktion zu beleuchten, als um die Untersuchung der Milieubildung auf der Grundlage von Geschmacksentscheidungen.
Pierre Bourdieus und Gerhard Schulzes Lebensstilfraktionen heben sich in erster Linie durch unterschiedliche Geschmackspräferenzen voneinander ab: In beiden Modellen ist der Geschmack, der in alle Bereiche des Alltagslebens – bei Bourdieu in den sozialen Habitus, bei Schulze in die alltagsästhetischen Schemata – hineinspielt und sich im *Konsum* manifestiert, Gradmesser und Indikator für die Grenzen zwischen den Lebensstilen, zwischen den kulturellen Territorien. Bourdieus Geschmacksklassen und Schulzes Erlebnismilieus präsentieren sich somit vor allen Dingen auch als ein Panorama von Konsumstilen. Hierzu schreibt Bourdieu:

> "Der Geschmack ist die Grundlage all dessen, was man hat – Personen und *Sachen* –, wie dessen, was man für die anderen ist, dessen, womit man sich selbst einordnet und von den anderen eingeordnet wird. [...] Die im objektiven wie im subjektiven Sinn ästhetischen Positionen, die ebenso in *Kosmetik*, *Kleidung* oder *Wohnungsausstattung* zum Ausdruck kommen, beweisen und bekräftigen den eigenen Rang und die Distanz zu anderen im sozialen Raum". Und: "Der Geschmack [lenkt] die Individuen mit einer jeweiligen sozialen Stellung sowohl auf die auf ihre Eigenschaften zugeschnittenen sozialen Positionen als auch auf die praktischen Handlungen, Aktivitäten und *Güter*, die ihnen als Inhaber derartiger Positionen entsprechen, zu ihnen »passen«"[17].

Und in ähnlicher Weise Gerhard Schulze:

> "Das Publikum gleicht einem riesigen Feld von Lichtpunkten, die dann aufleuchten, wenn ein Angebot einen Konsumenten erreicht hat. Die Folge der Angebotswellen manifestieren sich als Folge von Impulsen, die über das Feld hinweghuschen und bestimmte Konfigurationen von Leuchtpunkten zum Aufblitzen bringen. Bei längerer Betrachtung stellt sich nun heraus, daß sich bestimmte Muster wiederholen, zwar nicht exakt, aber unverkennbar: stabile Konsumentenmilieus, die für eine Vielzahl verschiedener Produkte Relevanz besitzen. Nehmen wir nun weiter an, bestimmte Kombinationen von Lebensalter und Bildungsgrad wären durch bestimmte Farben markiert. Dies würde zur Entdeckung führen, daß die Mu-

[15] Vgl. hierzu Tanhang C, Tabelle 3.1.
[16] Vgl. Kapitel IX.1.4.
[17] Bourdieu, 1987, S.104, 107 und 728; Hervorhebungen J.R.

ster eine deutliche Tendenz zur Einfarbigkeit aufweisen. Die Gruppierung der Menschen nach ihren Konsumstilen entspricht ungefähr ihrer Gruppierung nach Lebensalter und Bildungsgrad"[18].

Es wurde weiterhin darauf eingegangen, daß die Autoren über die unterschiedlichen Geschmacksstile im weitesten Sinne Psychogramme und Soziogramme zur Milieusegmentierung erstellen. Nachfolgend sollen aber nochmals die sozialen Kontextmerkmale, die in den Theorien die Grundlage der empirischen Gruppenbildung ausmachen, angesprochen werden.

Bourdieu identifiziert die Konzeption sozialer Positionen theoretisch mit Klassen bzw. Klassenfraktionen und unterscheidet bei den relevanten empirischen Dimensionen, über die sich Individuen zu sozialen Klassen zusammenfassen lassen, zwischen "Hauptvariablen" respektive "primären Verteilungsprinzipien" und "sekundären Variablen"[19]. Das Hauptmerkmal zur Definition einer sozialen Klasse bzw. zur Zuweisung eines Individuums zu einer solchen, ist die *Berufsbezeichnung* bzw. die daraus ableitbare *Stellung im Produktionsprozess*; sie operationalisiert Bourdieu über die Variablen *Ausbildungsniveau*, *Beruf* und *Einkommen*. Diese Variablen erachtet er zwar für die wesentlichen, sie allein sind jedoch nicht ausreichend, man muß vielmehr "bewußt dem Netz sekundärer Merkmale Rechnung tragen [...] auf deren Grundlage die Akteure mit größter Wahrscheinlichkeit in ihrer alltäglichen Praxis sich real ebenso voneinander trennen wie eine Gruppe bilden"[20]. Zu diesem "Komplex von Nebenmerkmalen" rechnet er die Variablen *Geschlecht*, *Alter*, *Ehestatus*, *soziale Herkunft* (erfaßt anhand des Berufs des Vaters), *Wohnort* und *Religion*[21].

Auf der anderen Seite treten bei Schulze, basierend auf seiner theoretischen Annahme von der zunehmenden Überlagerung der ökonomischen Semantik durch eine innenorientierte Erlebnisrationalität – von uns entsprechend dargelegt in Kapitel IX.1.4.3 und nicht zuletzt durch das oben angeführte Zitat nochmals verdeutlicht –, die Variablen *Lebensalter* und *Bildungshöhe* in den Vordergrund. Sie sind zwar in ihrer Relevanz für die Milieusegmentierung gleichrangig, es sind zugleich aber auch die einzig bedeutsamen Merkmale, denn die Stellung im Produktionsprozeß – und das heißt für Schulze im wesentlichen der Beruf und das Einkommen – sowie die soziale Herkunft, der Wohnort oder gar die Religion, haben in der Erlebnisgesellschaft jegliche Evidenz und Signifikanz verloren.

Vergleicht man nun die Theorien hinsichtlich der den Merkmalen jeweils zugemessenen Relevanz, so läßt sich festhalten, daß sich trotz aller Differenzen bei der Einschätzung ökonomischer und regionaler Merkmale eine Reihe von Gemeinsamkeiten erkennen lassen[22]:
So ist das Merkmal *Bildung* aus beiden Theorien direkt ableitbar, und es wird ihm in beiden Ansätzen ein ganz zentraler Stellenwert zugeschrieben; eine Einschätzung, die durch neuere Lebensstiluntersuchungen zusätzlich gestützt wird[23]: So kommt etwa Georg (1995) bei dem empirisch-statistischen Versuch, die Bedeutsamkeit unterschiedlicher Merkmale der sozialen Lage für die Lebensstilzugehörigkeit zu ermitteln, zu dem Befund,

[18] Schulze, 1992, S.455f.
[19] Bourdieu, 1987, S.176.
[20] Bourdieu, 1987, S.183.
[21] Bourdieu, 1987. S.185f.
[22] Gerade in diesem Punkt verdeutlicht sich wieder die Praxis Schulzes, bei der es sich, trotz aller Versuche der Kontrastierung, in weiten Teilen um eine verdeckte Übernahme der Theorie Bourdieus handelt, die lediglich unter der Setzung umgekehrter Vorzeichen präsentiert wird.
[23] Vgl. z.B.: Georg, 1995, S.107-118. Spellerberg, Annette: Lebensstile in West- und Ostdeutschland. Verteilung und Differenzierung nach sozialstrukturellen Merkmalen. Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung. Arbeitsgruppe Sozialberichterstattung. Papier P94-105, 1994.

> "... daß strukturelle Vorgaben die Lebensstilzugehörigkeit nach wie vor in substantieller Weise mitbestimmen. Von den drei klassischen Schichtungsvariablen übt die Bildung den deutlichsten Effekt aus, gefolgt von Einkommen und Berufsstatus"[24].

Eine weitere, unübersehbar zentrale Bedeutung kommt bei Bourdieu, vor allem aber bei Schulze, der Variable *Alter* zu; und auch hier sei wiederum ein unterstützendes Ergebnis der Untersuchung Georgs angeführt:

> "Andererseits zeigt der dominierende Einfluß von Alter, Geschlecht und Lebenszyklus, daß Lebensstile auch, jenseits rein struktureller Begrenzungen, von Determinaten der sozialen Lage und des Lebenslaufs beeinflußt werden". Und weiter: "[Es] kann angenommen werden, daß sich hinter dem starken Alterseffekt eine generationsspezifische Kodierung von Ästhetik verbirgt"[25].

Zusammenfassend kann demnach festgehalten werden:

> "Im Ergebnis differenzieren die [...] Lebensstilgruppen sich vor allem nach dem Lebensalter, dem Geschlecht und dem Lebenszyklus, aber auch nach »vertikalen« Lagemerkmalen, wie der Schulbildung, dem Einkommen und dem Berufsstatus"[26].

Für unsere weitere Verfahrensweise auf dem Weg zur Beschreibung von Geruchsstilen bzw. von sozialen Geruchsmilieus wurde deshalb ein Vorgehen gewählt, das sich zunächst – und augenscheinlich weitreichend – an dem empirischen Modell Schulzes orientiert. D.h. eine erste Differenzierung zur Zusammenfassung bzw. zur Zuteilung der befragten Frauen geschieht über die Merkmale *Alter* und *Bildungshöhe* (Erster Analyseschritt). Neben den oben angeführten Gründen sprachen vor allen Dingen folgende Aspekte für diese Vorgehensweise: Die im Vergleich zu anderen Lebensstilstudien starke Reduktion auf eine geringe Anzahl von Lebensstilgruppen und auf zwei relativ einfache Milieuindikatoren, die letztlich zur Darstellung einer "kulturellen Einfachstruktur" (Schulze, 1988) führen, kamen meiner empirischen Arbeit in pragmatischer Hinsicht – es mußte in relativ kurzer Zeit ein umfangreiches Datensample analysiert werden – entgegen. Zugute kam weiterhin, daß es sich beim Alter und der Bildungshöhe um Kriterien handelt, die in der Regel bei jeder Feldforschung relativ differenziert und eindeutig miterhoben werden. Somit entstand die Hoffnung, schon auf der Basis weniger zuverlässig erhobener Indikatoren zumindest eine Tendenz für die ästhetische Bewertung der Duftprodukte in den gebildeten Gruppen ausmachen zu können. Eine gewisse Distanz zu Schulzes Milieuansatz aber wird dadurch gehalten, daß bei den gebildeten Gruppen (noch) nicht von Milieus gesprochen wird, die Milieugrenzen der Erlebnisgesellschaft nicht eingehalten werden und nicht zuletzt – siehe unten – neben der Bildungshöhe weitere 'vertikale' Merkmale Berücksichtigung finden.
Ich habe bereits darauf hingewiesen, daß der Lufterfrischerhersteller die Käuferschaft seiner Produkte in der weiblichen Bevölkerung sucht, weshalb in den Marktforschungen auch ausschließlich Frauen befragt wurden. Somit ist es für unsere Untersuchung nicht möglich die Frage nach dem Einfluß des Merkmals *Geschlecht* auf den Lebensstil zu beantworten. Es kann durchaus davon ausgegangen werden, daß die geschmackliche Ausgestaltung der Wohnung geschlechtsspezifisch aufgeteilt ist: Während der Mann bei der Auswahl langlebiger und teurer Konsumgüter (Möbel, elektronische Geräte etc.) maßgeblich beteiligt ist, obliegt die Reinhaltung, Pflege und Ausschmückung der Wohnung sowie die Anschaffung der

---

[24] Georg, 1995, S.117.
[25] ebenda. Beim Lebens- bzw. Familienzyklus differenziert Georg zwischen drei Kategorien: alleinlebend, ledig (Familienzyklus 1); mit Partner zusammenlebend oder verheiratet ohne Kind (Familienzyklus 2); mit Partner zusammenlebend oder verheiratet mit Kind (Familiezyklus 3).
[26] ebenda.

hierfür notwendigen und angemessenen – in der Regel kostengünstigen – (Verbrauchs-) Güter (Putzmittel, Pflanzen, kleinere Dekorationsobjekte etc.) eher der Frau. Dennoch läßt sich die Vermutung aufstellen, daß in partnerschaftlichen Beziehungen neben dieser geschlechtsspezifischen Definitionsmacht ein 'übergeordneter', für den Lebensstil typischer Geschmack 'wirkt', der sich auch in den scheinbar voneinander unabhängigen ästhetischen Wahlen beider Geschlechter wiederspiegelt.
In einem weiteren Schritt des Analysefahrplans wird das *Einkommen* als relevante Komponente eingeführt. Es soll der Frage nachgegangen werden, ob sich anhand dieser Variable – verknüpft mit dem Merkmal Bildung – Unterschiede in den Geschmacksausprägungen erkennen lassen (Zweiter Analyseschritt).
Zusätzlich zu diesen unmittelbar an den getesteten Produkten festgemachten ästhetischen Beurteilungen soll mit der *Teilnahmebereitschaft am 'Home-Use-Test'* sowie anhand der Aussagen zum *Kaufverhalten gegenüber Raumduftprodukten* nach Deckungen mit dem bisherigen Antwortverhalten gesucht werden. Es wird das Ziel verfolgt, auf diesem Wege zu einem noch eindeutigeren Bild über die ästhetische Bewertung dieser spezifischen Produktkategorie zu kommen (Dritter Analyseschritt).
Alle oben angeführten sozio-demographischen Merkmale zur Milieusegmentierung können aus dem vorliegenden quantitativen Datensample extrahiert werden. Geprüft werden soll, ob es bestimmte Merkmalskombinationen gibt, die als 'Stile' interpretiert werden können. Es besteht die Hoffnung, schon auf dieser Basis zu einer relativ differenzierten Beschreibung gesellschaftlicher Geschmacksfraktionen zu gelangen, noch bevor die qualitativen Daten zur Auswertung herangezogen werden.

Auswertungsverfahren und Analyseschritte

Als statistische Hilfsmittel zur Erforschung von Lebensstilen und Geschmacksmustern stehen in erster Linie die Faktorenanalsye, die Clusteranalyse und die Korrespondenzanalyse zur Verfügung[27]. Für die Untersuchung unserer Daten wurde das Verfahren der Korrespondenzanalyse gewählt und damit eine Vorgehensweise, wie sie auch in den Arbeiten von Pierre Bourdieu und Gerhard Schulze Anwendung fand[28]. Es handelt sich hierbei um ein explorativ, multivariates Analyseverfahren, das in seinen frühesten Ansätzen bis in die 30er-Jahre zurückverfolgt werden kann, das aber im wesentlichen in den Arbeiten von J.P. Benzérci (1969), Ludoiv Lebart et al. (1984) und Michael J. Greenacre (1984) ausgearbeitet und weiterentwickelt wurde[29].
Die Eingabe der Ausgangsdaten erfolgt in Matrizenform, gewöhnlich als eine zweidimensionale Kontingenztabelle; es ist aber auch die Berechnung höherdimensionaler Kontingenztabellen möglich. Wichtigstes Ausgabedatum und zugleich charakteristisches Merkmal dieser Methode ist eine graphische Darstellung, in der die Beziehungen zwischen den Elementen der Eingabematrix aufgezeigt werden. Dabei sind zugleich die Zeilen und Spalten

[27] Vgl. Blasius, Jörg/Georg, Werner: Clusteranalyse und Korrespondenzanalyse in der Lebensstilforschung: Ein Vergleich am Beispiel der Wohnungseinrichtung. In: Zentralarchiv für empirische Sozialforschung (Hg.): ZA-Information, 30, 1992, S.112-133; hier: S.116.
[28] Vgl. Bourdieu. 1987, S.405ff.; Schulze, 1992, S.351f. und 578ff.
[29] Benzérci, J.P.: Statistical Analysis as a Tool to make Patterns Emerge from Data. In: Watanabe, S. (ed.): Methodologies of Pattern Recognition. Academic Press, New York: 1969. Lebart, Ludovic/Morineau, Alain/Warwick, Kenneth M.: Multivariate Descriptive Statistical Analysis. Correspondence Analysis and Related Techniques for Large Matrices. Wiley and Sons, New York: 1984. Greenacre, Michael: Theory and Applications of Correspondence Analysis. Academic Press, London: 1984.

des Eingabematerials – jeweils als Punkte – in einem Koordinatenkreuz mit unabhängigen Achsen dargestellt.
Mit Hilfe der einfachen Korrespondenzanalyse[30] soll nun im folgenden die Zustimmung bzw. die Ablehnung zu den Geruchsprodukten untersucht werden. D.h. es soll herausgefunden werden, ob es – in unserer Untersuchung zunächst ausschließlich über soziodemographische Merkmale charakterisierte – Personengruppen gibt, die bestimmte Lufterfrischerprodukte favorisieren bzw. zurückweisen. Weiterhin soll geprüft werden, ob sich Ähnlichkeiten bzw. Unähnlichkeiten im Antwortverhalten der Gruppen – und damit so etwas wie Grundraster von Geschmacksmustern – erkennen lassen.

Erster Analyseschritt

Gemäß unserem empirischen Analysefahrplan wird im Zuge einer Neuordnung des Datenmaterials zuerst eine Differenzierung der befragten Personen nach den Merkmalen *Alter* und *Bildungshöhe* vorgenommen und über die Kombination dieser Variablen entsprechende Gruppen gebildet. Daraufhin werden – anhand einer Auswahl von für unsere Untersuchung relevanten Fragestellungen aus dem Sample – die in den Fraktionen jeweilig existenten ästhetischen Produktbewertungen bzw. Konsummotivationen, d.h. die jeweiligen Geschmackspräferenzen, eruiert.

In der Primärerhebung wurde das *Alter* und die *Bildungshöhe* der befragten Personen in folgenden Kategorien erfaßt:
- das *Alter* in fünf Stufen: 20-29 Jahre; 30-39 Jahre; 40-49 Jahre; 50-59 Jahre; 60-69 Jahre.
- die *Bildungshöhe* in fünf Stufen: Hauptschule ohne Lehre; Hauptschule mit Lehre; Weiterführende Schule ohne Abitur; Weiterführende Schule mit Abitur; Universität/Hochschule.

Durch Kreuztabellierung der beiden Merkmale zu einer kombinierten Variablen (Gruppe A bis P) entstand – unter Beibehaltung der fünfstufigen Altersdifferenzierung und der Zusammenfassung der Bildungshöhe zu einer dreistufigen Gliederung – das untenstehende, 15 Gruppen umfassende Schema:

[30] Zur Unterscheidung zwischen einfacher und multipler Korrespondenzanalyse vgl. Blasius/Georg, 1992, S.118f.

Bildungshöhe

	E	**F**	**N**	**O**	**P**	Universität/ Hochschule Weiterführende Schule mit Abitur
	C	**D**	**K**	**L**	**M**	Weiterführende Schule ohne Abitur
	A	**B**	**G**	**H**	**I**	Hauptschule mit Lehre Hauptschule ohne Lehre
Altersstufe	20-29	30-39	40-49	50-59	60-69	

Abbildung 1.1 Vorgehensweise bei der Gruppendifferenzierung nach den Merkmalen Alterstufe und Bildungshöhe.

Als primäres Kriterium für die Gruppenunterteilungen bzw. -bezeichnungen wurde die Bildungshöhe gewählt, sekundäres Kriterium war die Altersstufe. Somit ergibt sich, daß – gestaffelt vom geringsten zum höchsten erzielten Bildungsabschluß – die ersten beiden Altersstufen mit den Gruppen A bis F die jüngeren Personen umfassen, während sich die älteren Personen – wiederum primär nach Bildungsabschluß und sekundär nach Altersstufe – auf die Gruppen G bis P verteilen[31].

Aus den Interviewbögen zur Haupt- und Nachbefragung wurden die entsprechenden Fragenstellungen zu den nachfolgenden Aspekten ausgewählt. Anhand dieser Auswahl (bei der ich davon ausgehe, daß sich aus ihr noch am ehesten Rückschlüsse auf die ästhetische Haltung bzw. die grundsätzliche Einstellung gegenüber den Lufterfrischerprodukten ziehen lassen) soll anschließend untersucht werden, ob und inwieweit sich ein unterschiedlicher Umgang bzw. eine differierende Bewertung und Einstellung in den Gruppen abzeichnet[32].

a) Hauptbefragung:
- *Kaufbereitschaft*
- *Preisbewertung*
- *Pauschale ästhetische Produktbewertung*
- *Ästhetische Bewertung der Form des Produktes*
- *Bewertung des Neuigkeitscharakters des Produktes*

[31] Die etwas eigenwillig anmutende alphabetische Reihenfolge in der Gruppenkennzeichnung beruht auf einer starken Anlehnung an das Milieumodell Gerhard Schulzes in einer frühen Arbeitsphase und konnte später – aufgrund der dann schon sehr weit vorangeschrittenen Datenauswertung – leider nicht mehr korrigiert werden. Ein Beispiel für die Lesart von Abbildung 1: In Gruppe N sind all jene Personen erfasst, die über den Bildungsabschluß 'Universität/Hochschule' verfügen und in der Altersverteilung zwischen 40 und 49 Jahren liegen. Zur Verteilung der auf diese Weise gebildeten Gruppen auf die einzelnen Testzellen bzw. auf die gezogene Stichprobe vgl. Anhang A.1.5, Tabelle 1.

[32] Zu den genauen Wortlauten der jeweiligen Fragestellungen vgl. Anhang A.1.8.

b) Telefon-Nachbefragung:
- *Kaufbereitschaft*
- *Preisbewertung*
- *Pauschale ästhetische Produktbewertung*
- *Ästhetische Bewertung des Duftes*
- *Bewertung des Neuigkeitscharakters des Produktes*
- *Produkteinschätzung im Vergleich zur Haltung vor der Anwendung*

Die Antwortmöglichkeiten zu den gestellten Fragen waren durch eine fünf- bzw. sechsstufige Skala vorgegeben[33], wobei die ersten beiden Antwortkategorien immer eine positive Einschätzung zum Ausdruck brachten, die letzten beiden Kategorien immer eine negative Wertung; der 'mittlere Bereich' – mal durch eine, mal durch zwei Kategorien besetzt – bekundete immer eine unentschlossene Haltung. Dementsprechend wurde die Skala für unsere Analyse in Zustimmung (Kategorie 1 und 2) und Ablehnung (Kategorie 4 und 5 bzw. 5 und 6) dichotomisiert. Da es sich bei unserem Vorhaben um eine Untersuchung von Stilausprägungen handelt, sind aber lediglich die Zustimmungen bzw. die positiven Wertungen inhaltlich relevant. Dieses Antwortverhalten (Kategorie 1 und 2) betreffend der sechs getesteten Lufterfrischerprodukten habe ich dann mit der aus Alter und Bildungshöhe kombinierten Variable (Gruppe A bis P) kreuztabelliert, wobei die für uns relevanten positiven Nennungen, wie für das Verfahren notwendig, als absolute Werte angegeben sind[34]. Aufsummiert ergeben diese Werte die im Anhang B ersichtliche Matrix 1.16: sie stellt die Ausgangsinformation bzw. das Eingabematerial für die Korrespondenzanalyse dar[35].

Im Verfahren der Korrespondenzanalyse wird nun nach Dimensionen der Ähnlichkeit von Verteilungsprofilen gesucht. Es wird ein mehrdimensionaler Raum konstruiert, in dem die Merkmale nach dem Gesichtspunkt von Ähnlichkeit oder Unähnlichkeit angeordnet sind. Dementsprechend liegen dann Merkmale mit ähnlichen Verteilungsprofilen, respektive mit ähnlichem Antwortverhalten, nahe beieinander, während solche mit einander entgegengesetzten Verteilungsprofilen weiter voneinander entfernt liegen. Je stärker dabei die Verteilungen profiliert sind, und je höher die Korrespondenzen zwischen den Verteilungsprofilen auftreten, desto eindeutiger stellt sich der mehrdimensionale Raum dar, den das Verfahren liefert.

Als ein Ergebnis unseres ersten Analyseschrittes ergibt sich die unten abgebildete graphische Darstellung (Abbildung 1.2 Correspondence Analysis Map. Hauptbefragung. Alter/Bildungshöhe). In diesem zweidimensionalen Modell ist die gleichzeitige Wiedergabe der Zeilen- und Spaltenmerkmale enthalten[36]. Bei der Interpretation dieses graphischen Outputs ist zu beachten, daß die Abstände zwischen den Zeilen- und Spaltenmerkmalen nicht als Distanzen interpretiert werden dürfen: Da beide nicht auf der gleichen Berechnungsgrundlage beruhen, ist es nur erlaubt, die Abstände zwischen den Zeilenmerkmalen einerseits bzw. jene zwischen den Spaltenmerkmalen andererseits als Distanzen zu beschreiben, um daran anschließend deren gemeinsame Entfernung vom Ursprung des Koordinatenkreuzes zu inter-

[33] Eine Ausnahme bildet die dreistufige Skala zur Beantwortung der Frage nach der Produkteinschätzung im Vergleich zur Haltung vor der Anwendung. Zu den Wortlauten der entsprechenden Antwortkategorien vgl. ebenfalls Anhang A.1.8.

[34] Vgl. hierzu Anhang B, die Matrizen 1.1 bis 1.5. In ihnen ist dargelegt, wie häufig in den Gruppen positive Antworten auf die entsprechenden Fragen zur Beurteilung der jeweiligen Produkte gegeben wurden.

[35] Vgl. Anhang B, Matrix 1.6. Die folgenden Matrizen und Tabellen umfassen die gesamte rechnerische Umsetzung dieser Eingabedaten.

[36] Zu den Zahlenwerten der Zeilen- und Spaltenmerkmale vgl. Anhang B, die Matrizen 1.7 und 1.8.

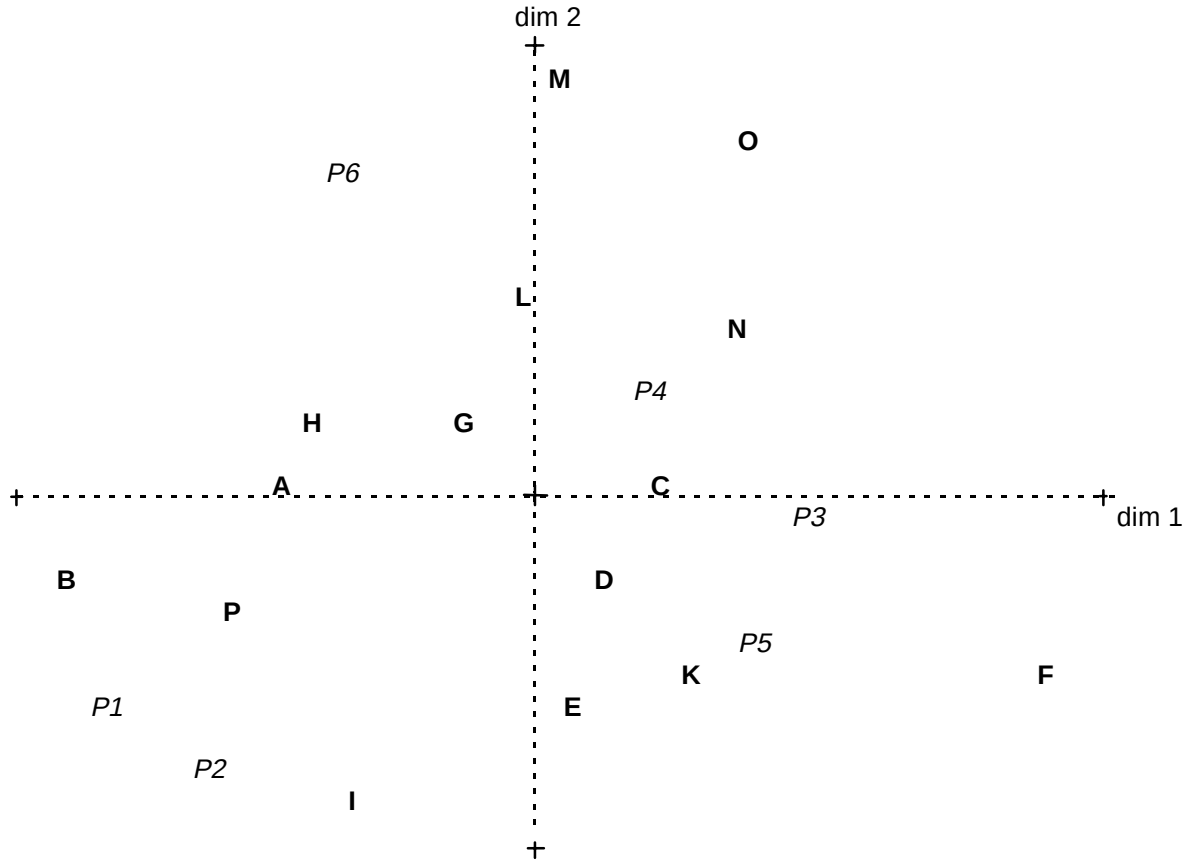
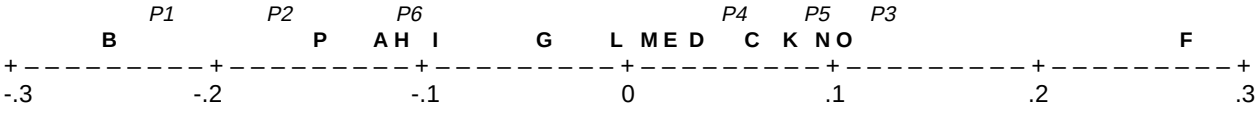


Abbildung 1.2 Correspondence Analysis Map. Hauptbefragung. Alter/Bildungshöhe.
Joint plot of rows and columns. Horizontal axis is dimension 1 with inertia = 0,0153 (43,1%). Vertical axis is dimension 2 with inertia = 0,0080 (22,6%). 65,7% of total inertia is represented in the above map.



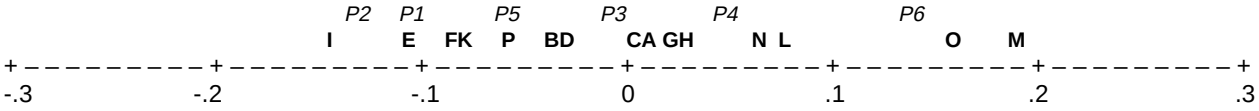


Abbildung 1.3 Eindimensionale Darstellungen. Hauptbefragung. Alter/Bildungshöhe.

pretieren[37]. Sollen dennoch die Ähnlichkeiten zwischen den Zeilen- und Spaltenmerkmalen direkt aus der graphischen Darstellung abgelesen werden, so muß dieser Vergleich anhand der Winkel der Cosinusse erfolgen. Überhaupt verweisen Blasius und Georg (1992) darauf, daß – um Fehlspezifikationen zu vermeiden – in jedem Fall die numerischen Ergebnisse zur Interpretation hinzugezogen werden sollten[38].

Zunächst ist es von Bedeutung zu prüfen, ob ausreichend Variation in den Daten vorhanden ist und somit eine weitergehende Interpretation überhaupt sinnvoll ist. Da die Korrespondenzanalyse auf einer Chi-Quadrat-Metrik basiert, wird der Chi-Quadrat-Wert für die Eingabematrix berechnet: Für unsere erste Berechnung ist $chi^2 = 858.23$, was darauf schließen läßt, daß es zwischen den Zeilen- und Spaltenmerkmalen Zusammenhänge gibt, die nicht als Zufallsvariation interpretiert werden können[39].

Bevor wir innerhalb unserer Auslegung die weiteren numerischen Ergebnisse miteinbeziehen, soll in der graphischen Abbildung nach ersten auffälligen Ähnlichkeiten und Unähnlichkeiten der Merkmale gesucht werden. Hierzu ist es hilfreich, von der zweidimensionalen Graphik einen Schritt zurück zu tun und die Achsen einzeln abzubilden, um sich so die Verteilung der Merkmale auf die beiden Dimensionen getrennt vor Augen zu führen (Vgl. Abbildung 1.3 Eindimensionale Darstellungen).

Betrachtet man sich zunächst die Verteilung der Spaltenmerkmale auf der ersten Achse (Abbildung 1.3, dim. 1) – mit der 43,1% der Gesamtvarianz erklärt werden –, so wird ein Gegensatz in den unterschiedlichen Bildungsabschlüssen deutlich: Alle Gruppen mit den Abschlüssen "Hauptschule mit Lehre" und "Hauptschule ohne Lehre" (A, B, G, H, I) laden im negativen Bereich, während – mit Ausnahme von Gruppe L und P – die anderen Bildungsabschlüsse im positiven Bereich laden. Somit ist die erste Achse also durch die unterschiedlichen Bildungsabschlüsse gekennzeichnet. Bei einer Zuordnung der Lufterfrischerprodukte auf dieser Achse sind es die Produkte P1, P2 und P6, die im negativen Bereich zu finden sind und damit eine gewisse Nähe zu den Gruppen mit niedriger Bildungshöhe (A, B, G, H, I) aufweisen. Demgegenüber laden im positiven Bereich – und damit mit einer gewissen Nähe zu den übrigen Bildungsabschlüssen – die Produkte P3, P4, und P5. Die augenfälligste Polarität ist die zwischen den Gruppen B und F bzw. jene zwischen den Produkten P1 und P3.
Ist, wie gesagt, die erste Achse durch die unterschiedlichen Bildungsabschlüsse gekennzeichnet, so kann die zweite Achse (Abbildung 1.3, dim. 2) zumindest ansatzweise mit Hilfe altersspezifischer Geschmacksausprägungen beschrieben werden. Zwar ist diese Achse mit einem Varianzanteil von 22,6% rein rechnerisch nicht bedeutungslos und es läßt sich auch eine gewisse Verteilung feststellen, doch die inhaltliche Interpretation liefert nur ein schwaches Ergebnis: Allenfalls läßt sich erkennen, daß im negativen Bereich mit den Gruppen F, D, und B die Altersgruppe der 30 bis 39-Jährigen sowie mit den Gruppen I und P ein Teil der Altersgruppe der 60 bis 69-Jährigen vertreten ist; ebenfalls negativ laden die Produkte P1, P2 und P5. Im positiven Bereich lädt mit den Gruppen O, L, und H die geschlossene Alterklasse der 50 bis 59-Jährigen, sowie die Produkte P4 und P6.

---

[37] Zur Interpretation der graphischen Ergebnisse von Korrespondenzanalysen vgl.: Greenacre, Michael/Hastie, Trevor: The Geometric Interpretation of Correspondence Analysis. In: Journal of the American Statistical Association, 82, 1987, 437-447.
[38] Vgl. Blasius/Georg, 1992, S.119.
[39] Vgl. Anhang B, Matrix 1.9.

Werden nun zur graphischen Interpretation die numerischen Ergebnisse hinzugezogen (Vgl. die untenstehenden Tabellen 1.1 und 1.2), so bestätigt sich zunächst die Abbildung der unterschiedlichen Bildungsabschlüsse auf der ersten Achse (Vgl. Tabelle 1.2, Spalte k = 1). Während aber die meisten Variablenausprägungen nur schwach auf dieser Achse laden (Vgl. Tabelle 1.2, Spalte COR[40]), besteht ein deutlicher Gegensatz zwischen den Gruppen B, H, P einerseits und der Gruppe F andererseits. Wird als willkürlich gewählter Schwellenwert für die Zuordnung der Lufterfrischerprodukte zu diesen Gruppen der Wert COR = .40 gesetzt[41], so können dem negativen Abschnitt und damit den Gruppen B, H und P die Produkte P1 und P2 zugeordnet werden und dem positiven Bereich, respektive der Gruppe F, die Produkte P3 und P5 (Vgl. Tabelle 1.1, Spalte k = 1 und Spalte COR).
Auf der zweiten Achse sind es die Gruppen D und I, die mit entsprechend hohen Korrelationswerten im negativen Bereich laden, ihnen kann aber keines der Produkte zugewiesen werden; im positiven Abschnitt laden die Gruppen M und O, denen das Produkt P6 zugeordnet werden kann.

I	NAME	QLT	MAS	INR	k=1	COR	CTR	k=2	COR	CTR	k=3	COR	CTR	k=4	COR	CTR	k=5	COR	CTR
1	P1	1000	81	192	-225	600	268	-101	120	102	-61	44	48	139	229	483	-24	7	18
2	P2	1000	103	177	-171	481	197	-131	283	221	15	4	4	-105	181	350	56	52	124
3	P3	1000	190	191	126	441	195	-5	1	1	-140	549	592	-10	3	6	15	6	17
4	P4	1000	190	103	55	160	38	48	119	54	78	314	182	44	100	112	77	307	424
5	P5	1000	237	145	98	440	148	-63	181	116	68	212	174	-6	2	2	-60	165	322
6	P6	1000	199	192	-109	345	153	143	595	505	-4	1	1	-27	22	46	-36	37	95

Tabelle 1.1 Row contributions. Hauptbefragung. Alter/Bildungshöhe.

J	NAME	QLT	MAS	INR	k=1	COR	CTR	k=2	COR	CTR	k=3	COR	CTR	k=4	COR	CTR	k=5	COR	CTR
1	A	1000	21	79	-128	120	22	5	0	0	292	623	278	32	7	6	185	250	265
2	B	1000	62	129	-248	824	247	-38	20	11	32	14	10	-97	126	178	36	17	29
3	C	1000	46	15	61	310	11	2	0	0	-40	137	12	60	303	51	55	250	51
4	D	1000	71	5	30	368	4	-36	545	12	-4	7	0	12	56	3	-8	24	2
5	E	1000	80	75	16	7	1	-107	339	113	111	368	157	6	1	1	-98	285	288
6	F	1000	81	206	274	831	398	-87	84	77	-67	49	57	-50	28	63	27	8	22
7	G	1000	92	23	-40	183	10	28	91	9	-10	12	2	-16	29	7	-78	686	212
8	H	1000	117	99	-115	444	102	29	27	12	-120	483	270	-36	43	46	10	3	4
9	I	1000	56	49	-95	288	33	-148	701	154	-15	8	2	-1	0	0	-9	3	2
10	K	1000	70	37	83	368	32	-85	381	62	-2	0	0	47	116	47	50	134	66
11	L	1000	89	50	-4	1	0	77	297	66	-40	80	22	111	616	336	-11	6	4
12	M	1000	56	61	6	1	0	189	919	249	40	42	15	27	19	13	-27	19	15
13	N	1000	65	59	98	296	40	67	141	37	130	522	173	-36	40	26	5	1	1
14	O	1000	57	70	103	244	40	159	582	181	4	0	0	-83	158	121	25	14	13
15	P	1000	38	42	-157	631	61	-61	96	18	-19	9	2	93	221	101	41	44	25

Tabelle 1.2 Column contributions. Hauptbefragung. Alter/Bildungshöhe.

[40] Die Werte der Spalte COR (correlation) zeigen an, wie eng das Merkmal mit der Achse zusammenhängt. Die Werte der Spalte CTR (contribution) zeigen an, wie wichtig die Variable für die Achse ist.
[41] Das heißt, durch die erste Achse werden 40% der Gesamtvariation dieser Zeilenausprägung erklärt. Auch für die Interpretation der nachfolgenden Auswertungen wurde der Schwellenwert auf cor = .40 festgelegt.

Wie weiter oben bereits erwähnt, standen in der Hauptbefragung nur für eine geringe Anzahl der interviewten Frauen die Produkte direkt zur Beurteilung zur Verfügung (Testzelle 1). Somit konnte auch eine entscheidende Frage bezüglich der ästhetischen Bewertung, nämlich jene nach dem Geruchseindruck des Produktes, nicht über diese Erhebung beantwortet werden. Deshalb ist es für uns wichtig, nun auch die Ergebnisse der Nachbefragung bzw. des 'Home-Use-Tests', in dem die Produkte drei Wochen lang von einem Teil der Befragten angewandt wurden, in die Auswertung miteinzubeziehen[42].
Wiederum habe ich die positiven Wertungen gegenüber den vier in dieser Erhebung getesteten Lufterfrischerprodukte übernommen[43], diese aufsummiert und mit der aus Alter und Bildungshöhe kombinierten Variable (Gruppe A bis P) kreuztabelliert. Die graphische Darstellung der Ergebnisse zeigen die Abbildungen 1.4 bzw. 1.5[44].

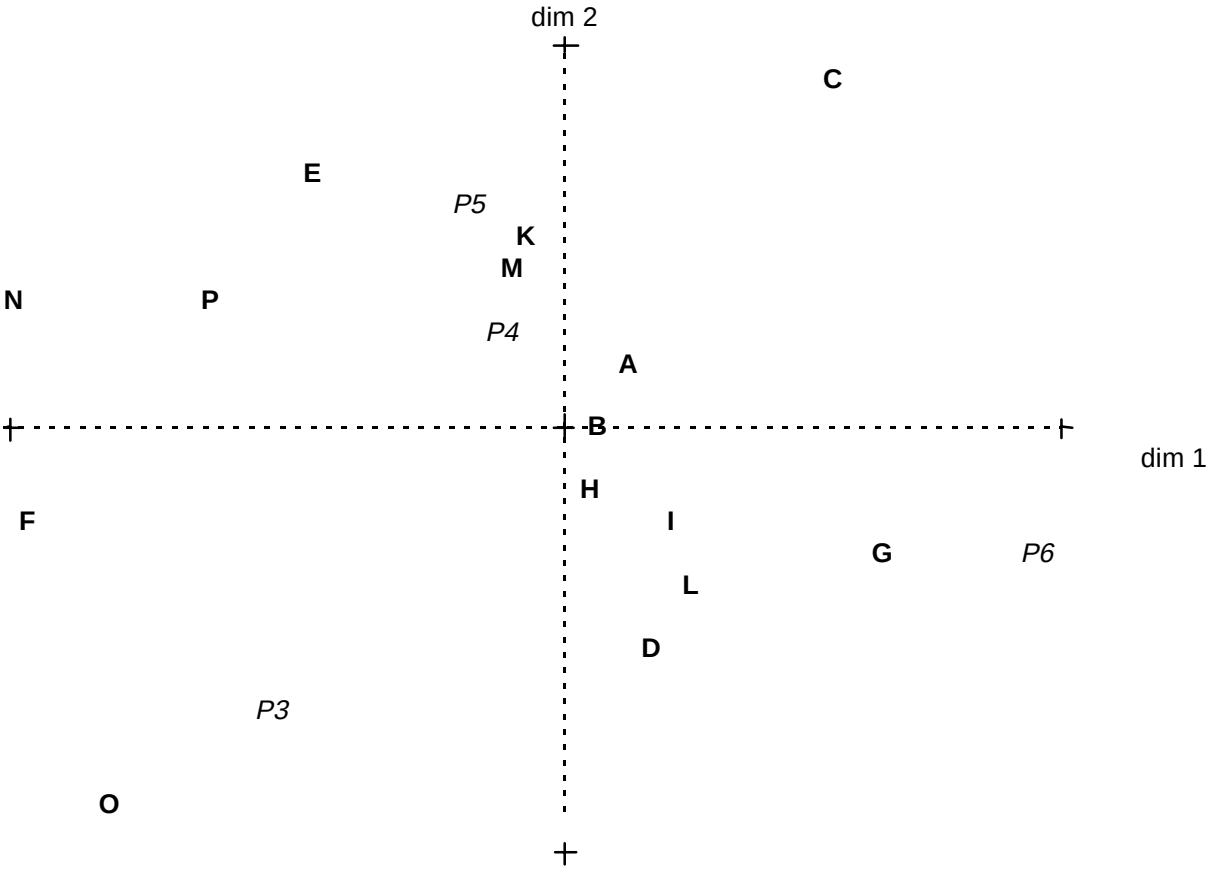


Abbildung 1.4 Correspondence Analysis Map. Nachbefragung. Alter/Bildungshöhe.
Joint plot of rows and columns. Horizontal axis is dimension 1 with inertia = 0,0211 (67,7%). Vertical axis is dimension 2 with inertia = 0,0073 (23,2%). 90,9% of total inertia is represented in the above map.

[42] Zur Verteilung der bezüglich der Nachbefragung nach den Kriterien Alter und Bildung gebildeten Personengruppen auf die Testzellen vgl. Anhang A.1.5.
[43] Vgl. Anhang B, die Matrizen 1.10 bis 1.15.
[44] Zu den vollständigen Eingabedaten und Ergebnissen der Korrespondenzanalyse vgl. Anhang B, die Matrizen 1.16 bis 1.19 sowie die Tabellen 1.3 und 1.4.

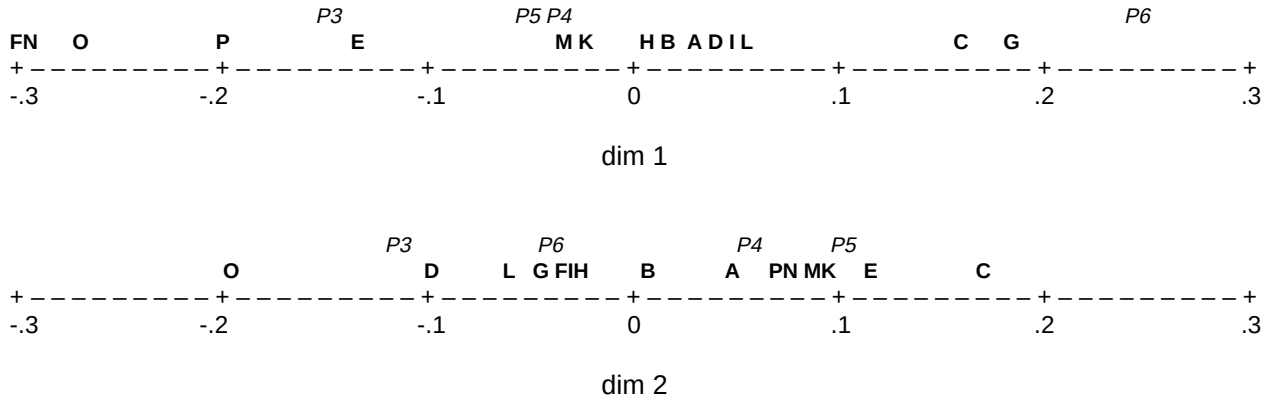


Abbildung 1.5 Eindimensionale Darstellungen. Nachbefragung. Alter/Bildungshöhe.

Bildet man, wie in Abbildung 1.5 dargestellt, die Achsen getrennt voneinander ab, so zeigt sich auf der ersten Achse (dim. 1) erneut eine Verteilung der Spaltenmerkmale nach der Bildungshöhe: Alle Gruppen mit hohen Bildungsabschlüssen (E, F, N, O, P –"Weiterführende Schule mit Abitur", "Universität/Hochschule") laden deutlich im negativen Bereich. Diesen Eindruck unterstützen auch die numerischen Ergebnisse, d.h. diese fünf Gruppen weisen einen hohen Korrelationswert auf, der über dem gewählten Schwellenwert von COR = .40 liegt. Gleichzeitig ist zu erkennen, daß die Gruppen F und N in ihrer ästhetischen Einschätzung sehr nahe beieinander liegen[45]. Insgesamt kann den Gruppen mit hohen Bildungsabschlüssen das Produkt P3 zugeordnet werden[46].
Im positiven Bereich laden, wenn auch mit erkennbar schwächerer Ausprägung, alle Gruppen mit niedriger Bildungshöhe (A, B, G, H, I) sowie ein Teil der Gruppen mit mittleren Bildungsabschlüssen (C, D, L). Die stärkste Ausprägung – und zugleich eine relative Nähe zueinander – zeigen die Gruppen C und G; ihnen kann auch das Produkt P6 zugewiesen werden.
Wie auch aus den rechnerischen Ergebnissen ablesbar, ist damit der größte Kontrast in der ästhetischen Einschätzung bei den Gruppen F und N gegenüber der Gruppe G festzustellen, bzw. liegt zwischen dem Produkt P3 einerseits und P6 andererseits.
Wird die zweite Achse interpretiert, so zeigt sich wiederum kein eindeutiges Bild einer Gruppierung oder Kontrastierung der projizierten Zeilen- und Spaltenmerkmale. Es läßt sich lediglich erkennen, daß mit den Gruppen A, C und E die gesamte jüngste Altersklasse im positiven Bereich liegt und in dieser Gemeinsamkeit auch eine relative Nähe zu Produkt P5 aufweist.

Als Resümee des ersten Analyseschrittes, in dem die ästhetische Produktbewertung in den nach den Merkmalen *Alter* und *Bildungshöhe* differenzierten Gruppen untersucht wurde, läßt sich folgendes festhalten:
Gemeinsamkeiten und Differenzen in der ästhetischen Bewertung der Lufterfrischerprodukte sind vor allem anhand der unterschiedlichen Bildungshöhe ablesbar. Zwar laden die meisten Variablenausprägungen nur schwach, doch läßt die Verteilung der Merkmale auf

[45] Vgl. Anhang B, Tabelle 1.4, Spalte k = 1 und Spalte COR.
[46] Vgl. Anhang B, Tabelle 1.3, Spalte k = 1 und Spalte COR.

der ersten Achse diese Interpretation zu. Demgegenüber scheint die Zugehörigkeit zu einer bestimmten Altersstufe keinen erkennbaren Einfluß auf die Geschmackspräferenz zu haben.
So ist eine relative Nähe der Gruppen mit geringer Bildungshöhe (A, B, G, H, I – "Hauptschule ohne Lehre", "Hauptschule mit Lehre") zueinander festzustellen, insbesondere aber liegen die Gruppen B, G und H in ihrer ästhetischen Einschätzung nahe beieinander. Demgegenüber stehen mit einer gänzlich anderen ästhetischen Einschätzung die Gruppen mit hohen Bildungsabschlüssen (E, F, N, O, P – "Weiterführende Schule mit Abitur", "Universität/Hochschule"): hier weisen insbesondere die Gruppen F, N und O eine relative Nähe in den Geschmacksurteilen auf.
Die stärkste Differenz in der ästhetischen Einschätzung der Lufterfrischerprodukte liegt zwischen den Gruppen B und G einerseits und den Gruppen F und N andererseits: Deutlich ist in dieser Kontrastierung wiederum die übergeordnete Bedeutung des Merkmals Bildung erkennbar, denn beides sind Gruppen mit jeweils gleicher Altersstufe, aber mit unterschiedlicher Bildungshöhe.
Die Zuordnung der getesteten Produkt kann letztlich wie folgt vorgenommen werden: Die Lufterfrischer P1, P2 und P6 lassen sich den Gruppen mit geringer Bildungshöhe (A, B, G, H, I) zuweisen, die Lufterfrischer P3 und P5 den Gruppen mit hohen Bildungsabschlüssen (E, F, N, O, P).
Schließlich sind jene Gruppen, die über mittlere Bildungsabschlüsse verfügen (C, D, K, L, M – "Weiterführende Schule ohne Abitur") mit ihren ästhetischen Beurteilungen zwischen diesen beiden Geschmacksfraktionen angesiedelt. Bei ihnen ist – mit Ausnahme von Gruppe C – nicht zu erkennen, daß sie sich überdurchschnittlich oft positiv zu bestimmten Produkten geäußert hätten, was auch aus ihrer Positionierung in den Schaubildern deutlich wird: insbesondere die eindimensionalen Darstellungen der Achsen zeigen die Nähe dieser Gruppen zum Nullpunkt der Verteilung. Somit bleibt ihr ästhetisches Urteil nicht eindeutig bestimmbar.

Zweiter Analyseschritt

Im zweiten Analyseschritt soll nun geprüft werden, ob und inwieweit das *Einkommen* eine relevante Größe bei der ästhetischen Einschätzung der Lufterfrischer ist. Hierzu wurde zunächst eine Differenzierung des Samples nach den Variablen *Einkommen* und *Bildungshöhe*[47] unternommen. Über die Kombination der beiden Variablen wurden dann aufs neue entsprechende Gruppen (Gruppe 1 bis 12) gebildet, woraus sich das unten abgebildetet Schema ergab[48]:

[47] In der Primärerhebung wurde das Netto-Einkommen des Gesamthaushaltes in vier Stufen erhoben: bis 1999 DM; 2000 bis 2999 DM; 3000 bis 3999 DM; 4000 DM und mehr.
[48] Zur Verteilung der nach den Kriterien Einkommen und Bildung gebildeten Personengruppen auf die Testzellen vgl. Anhang A.1.7.

			Bildungshöhe		
	1	**2**	**3**	**4**	Universität/ Hochschule Weiterf. Schule m. Abitur
	5	**6**	**7**	**8**	Weiterf. Schule o. Abitur
	9	**10**	**11**	**12**	Hauptschule mit Lehre Hauptschule ohne Lehre
Einkommen	bis 1999	2000 bis 2999	3000 bis 3999	4000 und mehr	

Abbildung 2.1 Vorgehensweise bei der Gruppendifferenzierung nach den Merkmalen Einkommen und Bildungshöhe.

Grundlage für die Messung der ästhetischen Produktbewertung waren wiederum die Fragestellungen aus der Hauptbefragung zu folgenden Aspekten[49]:

- *Kaufbereitschaft*
- *Preisbewertung*
- *Pauschale ästhetische Produktbewertung*
- *Ästhetische Bewertung der Form des Produktes*
- *Bewertung des Neuigkeitscharakters des Produktes*

Wiederum wurde nur das positive Antwortverhalten berücksichtigt[50] und die entsprechenden Häufigkeiten aufsummiert, woraus die Eingabematix für die Daten resultierte. Nach der Berechnung durch das Verfahren der Korrespondenzanalyse ergaben sich als graphischer Output die unten dargestellten Abbildungen 2.2 und 2.3[51]:

[49] Zu den genauen Wortlauten der jeweiligen Fragestellungen vgl. Anhang A.1.8.
[50] Vgl. Anhang B, die Matrizen 2.1 bis 2.5.
[51] Zu den vollständigen Eingabedaten und Ergebnissen dieses Verfahrens vgl. Anhang B, die Matrizen 2.6 bis 2.9 sowie die Tabellen 2.1 und 2.2.

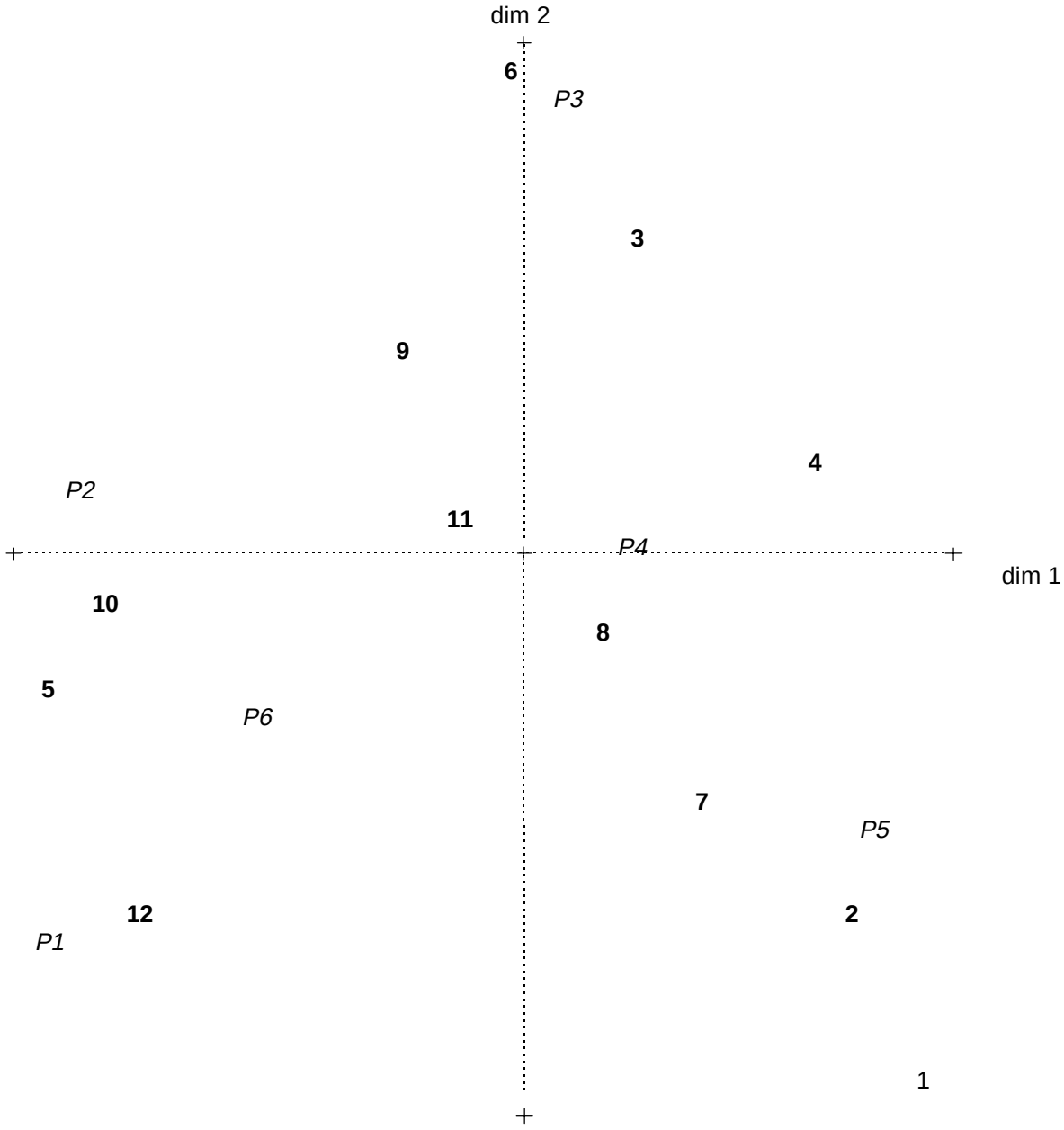


Abbildung 2.2 Correspondence Analysis Map. Hauptbefragung. Einkommen/Bildungshöhe.
Joint plot of rows and columns. Horizontal axis is dimension 1 with inertia = 0,0115 (45,6%). Vertical axis is dimension 2 with inertia = 0,0065 (25,8%). 71,4% of total inertia is represented in the above map.

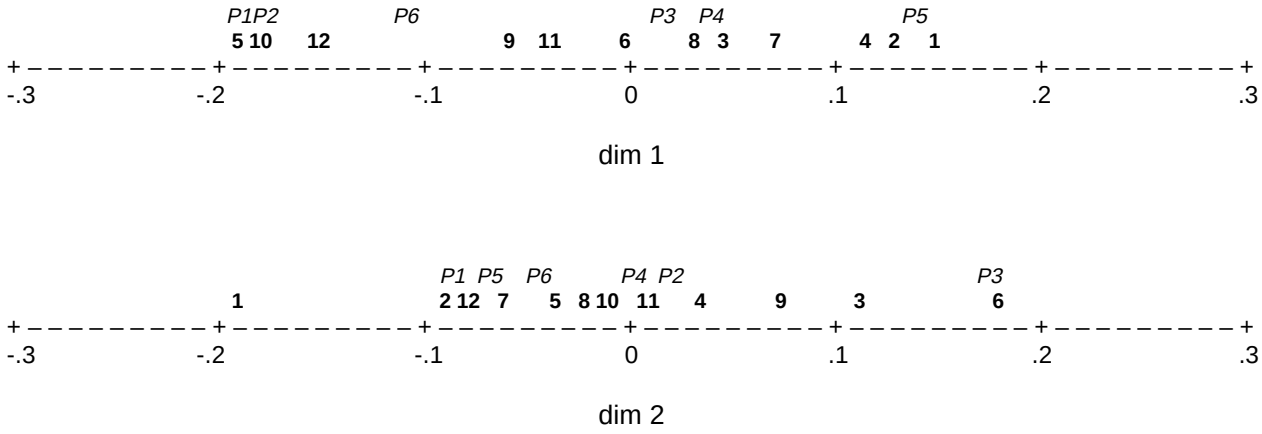


Abbildung 2.3 Eindimensionale Darstellungen. Hauptbefragung. Einkommen/Bildungshöhe.

Wird zunächst die Verteilung der Spaltenmerkmale auf der ersten Achse (Abbildung 2.3, dim. 1) interpretiert, so zeigt sich, daß folgende Gruppen deutlich im negativen Bereich laden: 5, 9, 10, 11, 12. Es handelt sich hierbei – neben der Gruppe 5 – um das geschlossene Spektrum der Gruppen mit geringer Bildungshöhe; dabei weisen die Gruppen 5, 10 und 12 sowie die Gruppen 9 und 11 eine auffällige Nähe zueinander auf. Demgegenüber laden im positiven Bereich der Achse – mit einer erkennbaren Kontrastierung zu den eben genannten Gruppen und ebenfalls in einer nicht zu übersehenden Nähe zueinander liegend – die Gruppierungen mit hohen Bildungsabschlüssen: 1, 2 und 4. Den deutlichsten Gegensatz bei der ästhetischen Bewertung der Lufterfrischerprodukte zeigen die Gruppen 5, 10 und 12 zu den Gruppen 1, 2 und 4. Somit ist auch in diesem Falle die Ausprägung der Spaltenmerkmale auf der ersten Achse durch die unterschiedlich hohen Bildungsabschlüsse gekennzeichnet.
Ordnet man der Verteilung der Spaltenmerkmale jene der Zeilenmerkmale zu, so zeigt sich, daß die Produkte P1, P2 und P6 im negativen Bereich laden, wobei eine relative Nähe zwischen den Gruppen 5, 10 und den Produkten P1, P2 besteht. Im positiven Bereich sind die Produkte P4 und P5 zu finden, wobei sich aus der graphischen Darstellung ein enges Beieinanderliegen der Gruppen 1 und 2 mit dem Produkt P5 ablesen läßt. Eine augenfällige Kontrastierung der ästhetischen Bewertung ist zwischen den Produkten P1 bzw. P2 einerseits und dem Produkt P5 andererseits festzustellen.
Zieht man zur Interpretation der Graphiken die numerischen Ergebnisse hinzu, ergibt sich ein differenzierteres Bild über die Ähnlichkeiten und Unähnlichkeiten in den ästhetischen Geschmacksurteilen: so können mit Unterstützung der numerischen Daten – festgelegt wurde wiederum ein Schwellenwert von COR = .40 – im negativen Bereich den Gruppen 5, 10 und 12 die Produkte P1, P2 und P6 zugeordnet werden, während im positiven Bereich die Zahlenwerte eine Zuordnung der Gruppen 2 und 4 zum Produkt P4, insbesondere aber zum Produkt P5, erlauben[52].
Versucht man, die Positionen der Gruppen aus dem Segment der mittleren Bildungsabschlüsse auf der ersten Achse zu interpretieren, so läßt sich mit Ausnahme der Gruppe 5, die

[52] Vgl. Anhang B, Tabelle 2.1 und 2.2, die Spalten k = 1 und COR.

sich überdurchschnittlich oft positiv zu den Produkten P1, P2 und P6 äußerte, bei keiner der Gruppen aus dem gleichen Segment ein in gleicher Weise eindeutiges ästhetisches Geschmacksurteil ablesen: Weder kann ihnen eines der Produkte unmittelbar zugerechnet werden, noch weisen sie eine erkennbare Nähe zu den beiden relativ deutlich identifizierbaren und konträr zueinanderstehenden Geschmacksfraktionen auf. Allenfalls läßt sich anführen, daß die Gruppen 7 und 8 mit äußerst schwachen Korrelationswerten im positiven Bereich laden.
Ist die erste Achse also, wie beschrieben, durch den Gegensatz unterschiedlich hoher Bildungsabschlüsse gekennzeichnet, so kann man versuchen, die zweite Achse über die unterschiedliche Höhe des Einkommens zu interpretieren. Ähnlich wie im vorangegangenen ersten Analyseschritt aber, bei dem keine eindeutige altersspezifische Geschmacksausprägung festgestellt werden konnte, zeigt sich auch bei den differierenden Einkommensklassen keine klar sich abzeichnende Verteilung (Vgl. Abbildung 2.3, dim. 2). Es läßt sich lediglich eine deutliche Kontrastierung zwischen den Gruppen 1 und 6 erkennen, wobei aber – wie die numerischen Ergebnisse zeigen – nur der Gruppe 6 das Produkt P3 direkt zugeordnet werden kann[53].

Als Ergebnis dieses Analyseschritts läßt sich demnach festhalten, daß anhand des Merkmals Einkommen keine Übereinstimmungen bzw. Kontrastierungen in den ästhetischen Urteilen feststellbar sind. Wiederum ist es die Variable Bildungshöhe, über die sich unterschiedliche Produkteinschätzungen erkennen lassen, was letztlich zu den aus dem ersten Analyseschritt bekannten Ergebnissen führt: Eine relative Nähe im Geschmacksurteil besteht jeweils innerhalb der Gruppen mit gleicher Bildungshöhe. Wiederum sind dabei die Produkte P1, P2 und P6 Gruppen mit niedrigen Bildungsabschlüssen (10 und 12) zurechenbar bzw. wird andererseits das Produkt P5 von den Gruppen mit hohen Bildungsabschlüssen (2 und 4) positiv bewertet.

Dritter Analyseschritt

Wurde bislang ausschließlich über die direkte ästhetische Bewertung der Produkte selbst argumentiert, soll in diesem letzten Analyseschritt mittels zweier weiterer Momente die grundsätzliche Haltung der Gruppen gegenüber der Produktkategorie Lufterfrischer geprüft werden:

a) In welchen der von uns gebildeten Gruppen besteht eine Bereitschaft, die Produkte zuhause zu benutzen?
b) In welchen Gruppen werden überhaupt Raumdüfte angewandt, welche Arten von Produkten sind dies und in welchem Umfang werden sie verwendet?

Zur Klärung dieser Fragen werden die einfachen Prozentwerte a) über die *Teilnahmebereitschaft am 'Home-Use-Test'* und b) über das *allgemeine Kaufverhalten gegenüber Raumdüften* herangezogen.
a) Von den 2580 für den 'Home-Use-Test' in Frage kommenden Personen, erklärten sich 638 (= 24,73%) dazu bereit, das von ihnen zuvor in der Hauptbefragung bewertete Produkt drei Wochen lang zuhause zu verwenden, um daran anschließend in einer Telefon-Nachbefragung Auskunft über ihre Erfahrungen und ihre Bewertung zu geben.
Differenziert man nun diesen Personenkreis gemäß unserer bekannten Vorgehensweise nach den Merkmalen *Alter* und *Bildungshöhe* (Gruppe A bis P), so zeigt sich eine überdurch-

[53] Vgl. Anhang B, Tabelle 2.1 und 2.2, die Spalten k = 2 und COR.

schnittlich hohe Beteiligung an der Nachbefragung bei folgenden Gruppen: A, C, G, H, I; demgegenüber liegt die Teilnahmebereitschaft bei den Gruppen D, E, F, N, O deutlich unter der durchschnittlichen Teilnahmebereitschaft von 28,23%; die verbleibenden Gruppen B, K, L, M und P über- bzw. unterschreiten diesen Wert nur mehr oder minder geringfügig[54].

b) Bezüglich der Frage "Welche Art von Lufterfrischern/Duftprodukten für Räume haben Sie in den letzten sechs Monaten am häufigsten gekauft?" habe ich eine Differenzierung der Befragten anhand der Konsumenten- bzw. Produkttypologie der Hersteller vorgenommen:

- 'Traditionelle' Lufterfrischer:
  Als Käufer dieser Produkte lassen sich klar die Gruppen A, B, C, G, H, I identifizieren; wie aus der Tabelle und der Graphik[55] ersichtlich, liegen sie deutlich über dem Durchschnittswert von 14,5% und weisen somit eine umfassendere Kaufmotivation gegenüber Sprays, Gels, dekorativen und funktionalen Lufterfrischern auf. Erkennbar unterhalb des Durchschnittswertes rangieren die Gruppen D, E, F, N, und O, die damit als Nicht-Käufer dieser Produktkategorie bezeichnet werden können. Die verbleibenden Gruppen K, L, M und P weichen in ihrem Kaufverhalten nur geringfügig vom Durchschnittswert ab und sind damit nicht eindeutig als Käufer oder Nicht-Käufer von traditionellen Lufterfrischern zu bestimmen.
- 'Alternative' Raumduftprodukte:
  Beim Kaufverhalten gegenüber den alternativen Raumduftprodukten zeigen die Zahlenwerte und die dazugehörende Graphik[56], daß Duftöle, Potpourris und Duftkerzen – unabhängig von der Bildungshöhe – vor allem von den jüngeren Gruppen favorisiert werden (Gruppen A bis F, G, K und N). Demgegenüber liegt der Anteil älterer Personen – aus den Gruppen H, I, L, M, N und P – an den Käufern dieser Produkte auffällig unter dem Durchschnittswert von 25,9%.
- Nicht-Käufer von Lufterfrischern/Raumduftprodukten:
  Die Betrachtung der Daten zeigt, daß der Anteil von Nicht-Käufern, d.h. denjenigen Befragten, die angaben, Raumdüfte in keinerlei Form zu verwenden, in den Gruppen A (45,8%), B (48,7%), und G (50,2%) am geringsten ist; sie liegen mit ihren Angaben damit sichtbar unter dem Durchschnittswert von 59,6%[57]. Demgegenüber sind die meisten Nicht-Käufer in den Gruppen F (69,5%), L (63,4%), M (67,0%) und O (71,2%) zu finden.
  Zwar schwach aber dennoch erkennbar, zeichnet sich eine Tendenz innerhalb der jüngeren Gruppen (A bis F) ab: je geringer das Alter und je niedriger die Bildungshöhe in den Gruppen, desto geringer ist der Anteil an Nicht-Käufern in ihnen.

Die Auswertung und der Vergleich dieser einfachen Prozentwerte hat also vor allem gezeigt, daß die eigentlichen Käufer der 'traditionellen' Lufterfrischerprodukte in den Gruppen mit niedrigem Bildungsniveau zu finden sind (A, B, G, H, I). In diesem Segment ist auch der Anteil derjenigen am größten, die sich für den 'Home-Use-Test' bereit erklärten (A, G, H, I); zugleich fällt hier der Prozentsatz derjenigen, die weder 'traditionelle' noch 'alternative' Raumdüfte verwenden, am geringsten aus (A, B und G).
Die wenigsten Käufern haben die traditionellen Lufterfrischer innerhalb des Segments der hohen Bildungsabschlüsse (E, F, N, O); hier sind auch die Gruppen mit den meisten Nicht-Käufern von Raumdüften angesiedelt (Gruppe F und O) und es besteht weiterhin die gering-

[54] Vgl. hierzu die Zahlenwerte bzw. deren graphische Darstellung in Anhang C, Tabelle 1.1 und Abbildung 1.1.
[55] Vgl. Anhang C, Tabelle 2.1 und Abbildung 2.1.
[56] Vgl. Anhang C, Tabelle 2.1 und Abbildung 2.2.
[57] Vgl. Anhang C, Tabelle 2.2 und Abbildung 2.3.

ste Bereitschaft, die Lufterfrischerprodukte mit nach Hause zu nehmen und dort über einen gewissen Zeitraum zu verwenden (E, F, N, O).

Zusammenfassende Darstellung und Interpretation der Ergebnisse

Als zusammenfassendes Ergebnis der korrespondenzanalytischen Auswertung und Interpretation (erster und zweiter Analyseschritt) sowie der erweiterten Datenauslegung (dritter Analyseschritt) läßt sich folgendes festhalten:

1. Deutliche Ähnlichkeiten bzw. Unterschiede in der ästhetischen Bewertung der getesteten 'traditionellen' Lufterfrischerprodukte lassen sich bei den von uns auf die oben beschriebene Weise gebildeten Gruppen vor allem anhand der differierenden *Bildungshöhe* ablesen. Demgegenüber hat das Merkmal *Altersstufe* nur einen geringen[58] bzw. die Höhe des monatlich zur Verfügung stehenden *Einkommens* keinen eindeutig erkennbaren Einfluß auf die geschmacklichen Werturteile.

2. Entsprechend unserer Auswertung kann somit einerseits innerhalb der Gruppen mit niedrigen Bildungsabschlüssen (A, B, G, H, I bzw. 9, 10, 11, 12 – "Hauptschule ohne Lehre", Hauptschule mit Lehre") eine Ähnlichkeit in der geschmacklichen Einschätzung festgestellt werden; hier insbesondere zwischen den Gruppen B, G und H bzw. zwischen 10 und 12. Andererseits besteht eine relative Nähe in der ästhetischen Einstellung gegenüber den Geruchsprodukten unter den Gruppen mit hohen Bildungsabschlüssen (E, F, N, O, P bzw. 1, 2, 3, 4 – "Weiterführende Schule mit Abitur", "Universität/Hochschule"); hier insbesondere bei Gruppe F, N und O bzw. 2 und 4.
   Die beiden sich so mit relativer Deutlichkeit abzeichnenden Geschmackssegmente stehen sich in ihrem ästhetischen Urteil diametral gegenüber, wobei exakt jene Gruppen, die innerhalb ihres Segments die größte Ähnlichkeit in der geschmacklichen Bewertung erkennen lassen, in dieser Gemeinsamkeit zugleich die größte Distanz zu den entsprechenden Gruppen im anderen Segment aufweisen. Diese Gruppen bzw. Gruppierungen – also B, G und H einerseits sowie F, N und O andererseits – können somit als klar voneinander abgrenzbare Geschmacksfraktionen beschrieben werden.
   Zwischen diesen beiden Fraktionen liegt das Segment der Gruppen mit mittlerer Bildungshöhe (C, D, K, L, M bzw. 5, 6, 7, 8 – "Weiterführende Schule ohne Abitur"): Ihnen kann – mit Ausnahme von Gruppe C – weder eines der bewerteten Produkte direkt zugeordnet werden noch läßt sich eine das gesamte Segment charakterisierende Tendenz der ästhetischen Beurteilung feststellen. Ihr Geschmack läßt sich deshalb nicht mit der gleichen Eindeutigkeit wie bei den anderen Bildungssegmenten beschreiben.

3. Den beiden sich so herauskristallisierenden Geschmacksfraktionen können die getesteten Produkte wie folgt zugewiesen werden:
   Die Gruppen mit niedriger Bildungshöhe (B, G, H) äußerten überdurchschnittlich oft eine Präferenz insbesondere für die Produkte P1 und P2, aber auch für Produkt P6. Bei P1 und P2 handelt es sich um zwei funktionale Lufterfrischer, die man als die 'Klassiker' die-

[58] Eine altersabhängige Differenzierung zeichnete sich nur beim Kaufverhalten gegenüber den sogenannten 'alternativen' Raumduftprodukten ab: Duftöle/Duftlampen, Blumenpotpourries und Duftkerzen werden – unabhängig von der Bildungshöhe – bevorzugt von jüngeren Personen (bis 49 Jahren) konsumiert, während sich die älteren Konsumenten – bei allen Bildungsstufen in fast gleicher Weise – offenbar weniger von diesen Produkten angesprochen fühlen.

ser Produktgattung bezeichnen kann: gekennzeichnet sie sind vor allem durch ihre schmucklose, rein funktionale optische Erscheinung – Spraydose bzw. Weichplastikbehälter – und durch die bei beiden Produkten identischen Duftnoten – sofort erkennbar an den gleichen Duftbezeichnungen wie auch anhand der auf den Behältern beider Produkte angebrachten Motive: Blumenwiese, Berglandschaft, Meeruferlandschaft –, die in ihrem intensiven olfaktorischen Eindruck und dem damit unverkennbar indizierten Anwendungszweck der Camouflage unerwünschter Gerüche stark an Putz- und Reinigungsmittel erinnern.
Das ebenfalls dieser Geschmacksfraktion zurechenbare Produkt P6 ist ein kleines, mit einem mitgelieferten Duftöl zu befüllendes Tontöpfchen, womit es innerhalb der Produkttypologie zu den dekorativen Lufterfrischern zählt: Der Duftbehälter ist mit Blumenabbildungen verziert, er ist vom Boden an etwa zu einem Drittel entweder mintgrün oder rosa glasiert und wird nach der Befüllung mit einem im gleichen Farbton gehaltenen Tondeckelchen verschlossen. Innerhalb der dekorativen Produktsparte kann Produkt P6 ebenfalls als 'Klassiker' bezeichnet werden, denn genauso wie die Produkte P1 und P2 ist es schon seit Jahren in nahezu unveränderter Erscheinungsform und mit den gleichen Duftrichtungen (*Sommergarten, Fruchtbouquet*) auf dem Markt erhältlich und wird – ebenso wie P1 und P2 – in fast identischer Machart auch von anderen Lufterfrischer-Herstellern angeboten.
Insgesamt kann festgehalten werden, daß sich diese drei 'klassischen' Lufterfrischer in ihrem ästhetischen Gesamteindruck darin ähneln, daß sie alle eine eigenartige Melange aus (olfaktorischer) Funktionalität und (optischem) Kitsch eingehen: Funktional sind sie vor allem dahingehend, daß der von ihnen verströmte Geruch verhältnismäßig intensiv ist und mit seinen einfachen Zitrus- und Blumendüften stark den gleichfalls im Haushalt verwendeten Reinigungsmittel ähnelt; womit auch der Haupteffekt der Funktionalität offengelegt ist, nämlich die Maskierung bzw. die Nivellierung von in der Wohnung herrschenden Geruchsverhältnissen. Daß insbesondere bei diesen Produkten schon rein optisch der Eindruck einer gewissen Kitschigkeit entsteht, läßt sich anhand dreier Merkmale nachvollziehen: Erstens, in der Dekoration der Produkte (das aufgemalte Blümchendekor und die rosa-farbene Lasur bei P6, die mit kräftigen Farben und wenigen, 'naiven' Strichen stilisierten Meeruferlandschaften, Blumenwiesen und Berglandschaften bei P1 und P2). Zweitens, in der Formgebung des Duftbehälters bei P6 (verniedlichte Nachbildung einer Vase oder Amphore). Und drittens in der Namensgebung der Duftnoten, die allesamt die Vorstellung einer sauberen, frischen, intakten und ungefährlichen Natur unterstützen sollen (z.B. Sommergarten bei P6).

Die Gruppen mit hohen Bildungsabschlüssen (F, N, O) zeigten überdurchschnittlich oft eine positive ästhetische Einschätzung gegenüber dem Produkt P3 und insbesondere gegenüber P5. Bei P3 handelt es sich um einen funktionalen Lufterfrischer, der sich allerdings von den beiden anderen, diesem Lufterfrischertypus zurechenbaren, Produkten P1 und P2 in mehrfacher Hinsicht unterscheidet. Es ist ein elektrisches Kleingerät und verfügt daher, im Vergleich zu den anderen beiden Produkten, über die aufwendigste Technik zur Duftausbringung. Mit dieser 'Dufttechnik' verbunden sind die Einsatzbedingungen des Lufterfrischers verhältnismäßig stark eingeschränkt; zudem weist der ausgebrachte Duft die geringste Intensität aller funktionalen Produkte auf. Es handelt sich somit – sowohl optisch, als auch olfaktorisch – um den unscheinbarsten und 'dezentesten' Lufterfrischer dieses Typus. Eigenschaften, die offensichtlich von den eigentlichen Käufern der Lufterfrischerprodukte nicht geschätzt werden, denn das Produkt führte innerhalb der Angebotspalette immer schon eine Nischenexistenz und wurde inzwischen, d.h. nach der

vom Unternehmen durchgeführten und von uns hier analysierten Marktforschung, aus der Produktion genommen.
Noch stärker wurde allerdings das Produkt P5 positiv bewertet. Dieser dekorative Lufterfrischer unterscheidet sich am stärksten von den oben als 'Klassikern' der Kategorie bezeichneten Produkten[59]. Ebenso wie Produkt P4, das in seiner ästhetischen Beurteilung aber keinem der von uns gebildeten Gruppen zugerechnet werden konnte, wird es vom Hersteller als *Raumparfüm* vermarktet und weist somit schon von seiner Konzeptualisierung her Besonderheiten auf: sowohl die äußere Gestaltung (relativ klare geometrische Form; strukturierte Oberfläche; durchgängige, matte Farbgebung) wie auch die Namensgebung der Duftrichtungen (*Siena, Fleurs de nuit* etc.) und die Zusammensetzung der Duftstoffe (Hinweis auf der Umverpackung: "hochwertige Parfümessenzen") sollen auf die Nähe dieses Produktes zu Körperparfüms hindeuten. Nebenbei ist P5 auch das einzige traditionelle Lufterfrischerprodukt, bei dem sich ein schwaches altersspezifisches Geschmacksurteil erkennen ließ: Unabhängig von der Bildungshöhe wurde es von den jüngsten Befragten (20-29 Jahre) positiv bewertet, was sich u.U. damit erklären läßt, daß P5 in seiner äußeren Formgebung (Pyramide) stark an die von diesem Personenkreis ebenfalls favorisierten 'alternativen' Produktformen (z.B. Halter für Räucherstäbchen) erinnert und zudem auf aktuelle, populäre mystische bzw. esoterische Symboliken anspielt.
Sowohl P3 als auch P5 sind demnach Produkte, die man allein schon aufgrund ihrer optischen Aufmachung – der man die Primärfunktion als Lufterfrischer nicht ansieht – als unauffällig und 'dezent' bezeichnen kann. Zwar ist auch ihnen eine gewisse Kitschigkeit im Erscheinungsbild nicht abzustreiten (z.B. die auch hier anzutreffende Gestaltung der Umverpackung im Blümchendekor), doch sie verzichten auf jedes weitergehende, für die oben beschriebenen 'klassischen' Produkte charakteristische Ornamentdekor und dem stereotypen Verweis auf die heile Natur[60]. Bezüglich des olfaktorischen Eindrucks kann festgehalten werden, daß sich der Geruch – trotz der "hochwertigen" Ingredienzen und der gesuchten Nähe zu Körperparfüms – nicht unbedingt von dem der Produkte P1, P2 und P6 unterscheidet, dafür aber als weitaus weniger intensiv beschrieben werden kann und sich damit weniger zur unmittelbaren Camouflage unerwünschter Geruchseindrücke eignet.

4. Das Ergebnis einer dichotomen Trennung der Geschmacksfraktionen entlang dem Merkmal der Bildungshöhe, wie es sich aus den Daten über die unmittelbare ästhetische Bewertung der getesteten Produkte ergibt, wird durch die Momente *Teilnahmebereitschaft am Home-Use-Test* und *Kaufverhalten gegenüber Lufterfrischern* noch gestützt. So waren exakt jene Gruppen, die sich zuvor schon überwiegend positiv zu den Produkten geäußert hatten (A, B, G, H, I), dazu bereit, diese auch zu Hause zu benutzen; gleichzeitig weisen die Daten sie auch als die eigentlichen Käufer dieser Produktkategorie aus. Genau entgegengesetzt zeigt sich das Verhalten der Gruppen mit hohen Bildungsabschlüssen (E, F, N, O): Wurden die Produkte in der unmittelbaren ästhetischen Bewertung schon deutlich weniger oft positiv beurteilt, so fiel die Teilnahmebereitschaft am Home-Use-Test in diesen Gruppen am geringsten aus; weiterhin ist auch der Anteil von Nicht-Käufern dieser Produktkategorie hier am größten.

[59] Verwiesen sei nochmals auf die aus der Korrespondenzanalyse sehr deutlich gewordenen starken Kontrastierungen in der ästhetischen Einschätzung zwischen den Produkten P1 und P2 einerseits und dem Produkt P5 andererseits.
[60] Stilisierte Blumendarstellungen sind bei P3, P4 und P5 nur noch auf den Umverpackungen der Produkte zu finden.

Versucht man die Ergebnisse der Analyseschritte in einer Quintessenz zusammenzufassen, so ergibt sich folgendes Bild:

Erstes Geschmackssegment:

Bildungshöhe

	E	**F**	**N**	**O**	**P**	Universität/ Hochschule Weiterführende Schule mit Abitur
	C	**D**	**K**	**L**	**M**	Weiterführende Schule ohne Abitur
	A	**B**	**G**	**H**	**I**	Hauptschule mit Lehre Hauptschule ohne Lehre
Altersstufe	20-29	30-39	40-49	50-59	60-69	

Charakteristika des ersten Geschmackssegments:

- *Kern des Segments* (Gruppen mit deutlich erkennbaren und sich dabei stark ähnelnden Geschmackspräferenzen): B, G und H.
  Bildungshöhe: Hauptschule ohne Lehre, Hauptschule mit Lehre.
  Altersstufe: 30 bis 59 Jahre.
- *Rand des Segments* (Gruppen mit einer dem Kern des Segments vergleichbaren Teilnahmebereitschaft und Kaufverhalten sowie einem ähnlichen aber weniger stark ausgeprägten Geschmacksurteil): A, C und I.
- *Tendenziell positiv bewertete Lufterfrischerprodukte*: P1, P2 und P6.
  Es sind diejenigen Produkte, die als 'klassische' Lufterfrischer bezeichnet werden können: Sie sind seit Jahren auf dem Markt vertreten und unterliegen keinen oder nur ganz geringfügigen Veränderungen bzw. Innovationen. Der mit diesen Produkten evozierte Geruch kann als intensiv und dominant, von seiner Struktur her aber auch als 'einfach' umschrieben werden; er erinnert stark an die gleichfalls im Haushalt zur Anwendung kommenden Reinigungsmittel, ist aber ungleich 'kräftiger' und langanhaltender. Die äußere Formgebung der Produkte kann zugleich als funktional (die Primärfunktion der Produkte wird nicht kaschiert) und kitschig (in wenigen, kräftigen, fast schon grellen Farben aufgemalte Landschaften und Blümchenornamente; verniedlichende Formgebung der Duftspender; Typen- und Duftbezeichnungen, die eine heile Welt suggerieren) bezeichnet werden.
- *Tendenziell negativ bewertete Lufterfrischerprodukte*: P3 und P5.
- *Teilnahmebereitschaft am Home-Use-Test*: Bei allen Gruppen über der durchschnittlichen Teilnahmebereitschaft von 28,2%: B 31,4%; G 51,5%; H 34,2% (A 38,7%; C 37,0%; I 32,4%).
- *Kaufverhalten gegenüber traditionellen Lufterfrischern*: der Anteil von Käufern liegt in diesen Gruppen über dem gruppenübergreifenden Durchschnittswert von 14,5%: B 20,6%; G 21,1%; H 24,5% (A 31,2%; C 21,7%; I 23,2%).

- *Nicht-Käufer von Raumdüften*: der Anteil derjenigen Personen, die angaben keinerlei Raumbedufter zu verwenden, liegt bei diesen Gruppen unter dem Durchschnittswert von 59,6%: B 48,7%; G 50,2%; H 55,0% (A 45,8%; C 53,3%; I 56,8%).
- *Fazit*: Es läßt sich in diesem Geschmackssegment eine grundsätzlich positive und aufgeschlossene Haltung gegenüber den von der Industrie angebotenen Lufterfrischern feststellen; dies belegen die Zahlen zur Teilnahmebereitschaft am Home-Use-Test und dem Kaufverhalten gegenüber traditionellen Lufterfrischern bzw. Raumdüften allgemein. Innerhalb der Palette der traditionellen Lufterfrischer ist jedoch eine eindeutige Geschmackspräferenz für die klassischen Vertreter der Disziplin – mit ihren oben beschriebenen Merkmalen – zu erkennen.

Zweites Geschmackssegment:

Bildungshöhe

	E	**F**	**N**	**O**	**P**	Universität/ Hochschule
						Weiterführende Schule mit Abitur
	C	**D**	**K**	**L**	**M**	Weiterführende Schule ohne Abitur
	A	**B**	**G**	**H**	**I**	Hauptschule mit Lehre
						Hauptschule ohne Lehre
Altersstufe	20-29	30-39	40-49	50-59	60-69	

Charakteristika des zweiten Geschmackssegments:

- *Kern des Segments* (Gruppen mit deutlich erkennbaren und sich dabei sehr stark ähnelnden Geschmackspräferenzen): F, N und O.
  Bildungshöhe: Weiterführende Schule mit Abitur, Universität/Hochschule.
  Altersstufe: 30 bis 59 Jahre.
- *Rand des Segments* (Gruppen mit einer dem Kern des Segments vergleichbaren Teilnahmebereitschaft und Kaufverhalten sowie einem ähnlichen aber weniger stark ausgeprägten Geschmacksurteil): E und D.
- *Tendenziell positiv bewertete Lufterfrischerprodukte*: P3, P5.
  Es handelt sich dabei um Lufterfrischer, die – immer im Vergleich zu den 'klassischen' Produkten – konzeptionelle Innovationen auf dem traditionellen Lufterfrischermarkt darstellen. Kennzeichnend für beide Produkte ist einerseits ihre olfaktorische 'Unauffälligkeit': Obwohl sie sich bezüglich der Geruchsstruktur kaum von den 'Klassikern' unterscheiden, ist der Geruchseindruck weit weniger intensiv und dementsprechend auch weniger dominant. Andererseits können diese Produkte auch optisch eher als 'dezent' umschrieben werden: Nichts in der äußeren Aufmachung der Duftspender verweist auf ihre Primärfunktion; diese wird vielmehr dadurch kaschiert, daß man weitestgehend auf die für die klassischen Lufterfrischer charakteristischen Typen- und Duftbezeichnungen mit ihrem Bezug zur 'heilen Welt', auf Blümchendekors, auffällige bunte Farben etc. und da-

mit auf die oben beschriebene typische Verbindung von Funktionalität und Kitsch verzichtet.

- *Tendenziell negativ bewertete Lufterfrischerprodukte*: P1, P2 und P6.
- *Teilnahmebereitschaft am Home-Use-Test*: unter der durchschnittlichen Teilnahmebereitschaft von 28,2%: F 11,3%; N 18,3%, O 20,1% (E 10,1%; D 21,3%).
- *Kaufverhalten gegenüber traditionellen Lufterfrischern*: der Anteil von Käufern liegt in diesen Gruppen unter dem gruppenübergreifenden Durchschnittswert von 14,5%: F 6,1%; N 10,0%; O 9,8% (E 11,1%; D 10,4%).
- *Nicht-Käufer von Raumdüften*: der Anteil derjenigen Personen, die angaben keinerlei Raumbedufter zu verwenden, liegt bei diesen Gruppen nahe am Durchschnittswert (59,6%) bzw. deutlich darüber: F 69,5%; N 59,5%; O 71,2% (E 58,4%; D 56,5%).
- *Fazit*: Wie die Zahlen zur Teilnahmebereitschaft am Home-Use-Test und dem Kaufverhalten gegenüber traditionellen Lufterfrischern bzw. Raumdüften allgemein zeigen, sind die Gruppen dieses Segments den Lufterfrischerprodukten gegenüber insgesamt eher zurückhaltend bis abweisend eingestellt. Dies gilt aber nicht für die Kategorie Raumduft in toto, denn die Konsumbereitschaft gegenüber alternativen Techniken zur Raumbeduftung unterscheidet sich nicht von den Gruppen aus anderen Segmenten. Bei der ästhetischen Bewertung der getesteten traditionellen Lufterfrischer schneiden diejenigen Produkte noch am besten ab, die sich sowohl vom Geruch wie von der optischen Aufmachung am stärksten von den klassischen und damit typischen Lufterfrischerprodukten unterscheiden.

Die verbleibenden Gruppen K, L, M und P können aufgrund ihrer ästhetischen Werturteile, ihrer Angaben über das Kaufverhalten und der Teilnahmebereitschaft am 'Home-Use-Test' weder den Rändern dieser beiden Geschmacksfraktionen zugeordnet werden noch können sie gar als mit einem eigenen klar erkennbaren und sie zugleich miteinander verbindenen Geschmack beschrieben werden.

3.3.2 Lebensweltliche Praxis und soziale Semantik des Geruchs

> *Mit Ausnahme weniger extra für einen ganz bestimmten Verwendungszweck hergestellter oder durch Tradition und Preis eng mit einer bestimmten Schicht oder Klasse assoziierter Erzeugnisse, gewinnen die meisten Produkte ihren gesellschaftlichen Wert erst über den sozialen Gebrauch, der von ihnen gemacht wird".*
> Pierre Bourdieu: Die feinen Unterschiede, S.45.

Erkenntnischancen und Analysemöglichkeiten aus dem qualitativen Datensatz

Die ursprüngliche Intention der Focus-Gruppensitzungen lag – wie weiter oben beschrieben – darin, bei den Verwenderinnen unterschiedlicher Lufterfrischerprodukte bzw. den Nicht-Verwenderinnen nach Motiven für deren Benutzung bzw. Ablehnung zu suchen. Das primäre Ziel unserer Datenauswertung ist es jedoch, die aus der Analyse des quantitativen Datensatzes abgeleiteten und oben beschriebenen Geschmacksfraktionen noch differenzierter zu charakterisieren, d.h. weitere Indizes aufzudecken und über diese die beiden Kategorien zusätzlich inhaltlich aufzufüllen. Im Mittelpunkt des Interesses stehen hierbei die folgenden Fragen, die sich in vier Komplexe zusammenfassen lassen; auf sie soll das Material Antworten geben:

1. Welche Rolle spielen die Gerüche überhaupt in den Geschmacksfraktionen? Gibt es unterschiedliche Auffassungen von Gestank und Wohlgeruch? Welche Geruchsnuancen sind existent? Und damit zusammenhängend: Lassen sich so etwas wie 'Geruchsalltagstheorien' erkennen, die sich in ihrer Unterschiedlichkeit auch in der sozialen Praxis der Geschmacksfraktionen niederschlagen?
2. Welche Vorstellungen von Sauberkeit und Verunreinigung lassen sich erkennen? Welche dahingehenden Normen gelten als sozial vorbildlich und sozial verbindlich? Und: In welchem Zusammenhang stehen letztere mit den angeführten Anwendungsmotiven und den Modi der Produktanwendung?
3. Gibt es eine spezifische Semantik des Geruchs innnerhalb der Geschmacksfraktionen? D.h. gibt es typische Bedeutungen, Inhalte und Zuschreibungen, typische Wendungen und Topoi? Weiterhin: Was bedeutet bzw. beinhaltet überhaupt die Kommunikation über den Geruch? Lassen sich auch hier typische Unterschiede in den Einstellungen und den Argumenten erkennen?
4. Was sind schließlich die Sichtweisen der eigenen Person, des eigenen Geschmacks bzw. der eigenen Geschmacksfraktion und wie korrespondieren diese mit der Konzeption und Gestaltung der verwendeten Produkte? Welche Sichtweise der 'anderen' und der von ihnen verwendeten Produkte ist existent? Wo liegen die Unterschiede bzw. wo werden sie gesetzt; d.h. wo und wie grenzt man sich voneinander ab bzw. wie verlaufen konkret die Prozesse der geschmacklichen Grenzziehung?

Entsprechend unserer bisherigen Erkenntnisse wurden von den fünf zur Verfügung stehenden Gruppensitzungen zwei zur weiteren Auswertung ausgewählt. Es handelt sich zum einen um ein Gruppeninterview mit Lufterfrischer-Verwenderinnen; und zwar solchen, die in erster Linie Raumsprays – wie z.B. das von uns beschriebene Produkt P1 – zu Hause ein-

setzen (Erster Analyseschritt). Die zweite Gruppe setzt sich aus Frauen zusammen, die keine von der Industrie hergestellten Lufterfrischerprodukte kaufen bzw. anwenden (Zweiter Analyseschritt). Aufgrund unserer Ergebnisse aus der Auswertung des quantitativen Materials kann davon ausgegangen werden, daß die Raumspray-Verwenderinnen im ersten von uns beschriebenen Geschmackssegment beheimatet sind, während sich die Nicht-Verwenderinnen eher im zweiten Segment wiederfinden lassen; letztlich aber wird sich die Frage nach der Deckung der Ergebnisse aus beiden Datensätzen erst am Ende unserer Untersuchung beantworten.

Erster Analyseschritt: Verwenderinnen von Raumsprays

Die stickigen Gerüche, die Normalität ihrer Entstehung und die Selbstverständlichkeit ihrer Bekämpfung

Völlig unvoreingenommen könnte man zunächst einmal meinen, daß ein grundlegendes Motiv für die Anwendung von Lufterfrischerprodukten darin zu suchen ist, daß die Verwenderinnen die Luft bzw. den Geruch in ihrer Wohnung als unangenehm und störend empfinden. Und tatsächlich scheinen schon die Aussagen in der Eröffnungssequenz des Interviews diese Vermutung zu bestätigen: Bereits auf die erste, sehr allgemein gehaltene Frage, was ihnen denn alles zum Thema Raumluft einfalle, wird von den Frauen ein unmittelbarer Bezug zu den Geruchsverhältnissen in der eigenen Wohnung hergestellt bzw. werden Geruchserfahrungen aus der eigenen Lebenswelt geschildert, die einhellig als negativ empfunden werden. So wird die Raumluft als "selten gut in geschlossenen Räumen" beschrieben, sie "ist oft stickig", wird als "schlecht" und "verpestet" charakterisiert, es herrscht manchmal sogar ein "ekelhafter, furchtbarer Gestank", weshalb offensichtlich auch die dringende Notwendigkeit besteht, "sie wieder gut zu machen" (V 002-008, 095-096[61]).
Angesichts dieser derart drastischen Formulierungen stellt sich natürlich sofort die Frage, wie solche Geruchsverhältnisse im Wohnraum überhaupt entstehen können. Überblickt man das gesamte Interview und faßt die verstreuten Aussagen der Befragten zusammen, so werden von ihnen vier Quellen angeführt, die sie für die als bekämpfungswürdig empfundenen Gerüche verantwortlich machen.

Als erste und zugleich heftigste Geruchsquelle wird der *Zigarettenrauch* genannt, er kann die Raumluft regelrecht "verpesten" (V 002). In der Wohnung sind aber immer mehrere Raucher anwesend und zudem wird stark konsumiert: "Ich bin Raucher, mein Mann ist Raucher. Und wenn man viel raucht ... also ich denk' mir ... bei mehreren Rauchern ... und wenn dann noch Besuch kommt" (V 064-066). Im Augenblick des Konsums wird der Zigarettenrauch der anwesenden Personen aber nicht als störend empfunden, im Gegenteil, er kann sogar zur Aufwertung anderer negativer Gerüche im Wohnraum beitragen: "Da muß man dann halt 'ne Zigarette anzünden, das riecht dann besser" (V 144). Zu einer echten Belastung wird der Rauch erst als *kalter Rauch*: "Also ich mag das auch nicht ... also dieser kalte Rauch ... wenn es so nach kaltem Rauch riecht" (V 064-068). In der Regel wird er zwar erst zeitversetzt, am nächsten Morgen wahrgenommen ("Daß in meiner Wohnung ...

[61] Von den für uns bedeutsamen Gesprächssequenzen aus den Gruppensitzungen habe ich Transkripte angefertigt. Sie sind in Anhang D der Arbeit niedergelegt. Die den Zitationen in Klammern angefügten Kürzel identifizieren einerseits die Focus-Gruppe (V = Verwenderinnen von Raumsprays, NV = Nicht-Verwenderinnen von Raumsprays) und verweisen andererseits auf die entsprechende Stelle im Transkript, aus der das Zitat entnommen wurde.

daß es morgens so nach kaltem Rauch gerochen hat", V 146), doch man ist sich darüber einig, daß er der schlimmste aller störenden Gerüche ist: "Aber kalter Rauch ist schlimmer als Essengeruch". "Ja ... kalter Rauch" (V 141-142).
An zweiter Stelle der lästigen Dünste nämlich rangieren die *Essensgerüche*: Kohl, Gebratenes und immer wieder Knoblauch und Fisch (V 042, 051, 054, 076, 091) werden als unliebsame Geruchsquellen genannt. Ebenso wie beim Zigarettenrauch stellt sich das Geruchsproblem nicht im Augenblick der Entstehung, d.h. der Zubereitung respektive des Konsums, sondern erst, wenn der körperliche Genuß schon einige Zeit zurückliegt und der einmal kurzfristig als passend empfundene Geruch nachhaltig zu stören beginnt. Das vorrangige Problem bei diesen beiden Geruchsquellen liegt also – sind sie erst einmal aufgetan – nicht in dem momentanen olfaktorischen Eindruck, den sie vermitteln und der durchaus auch sozial erwünscht sein kann, sondern in ihrer Beständigkeit und Resistenz: "Ich hab' seit zwei Tagen Fischgeruch bei mir in der Küche, ich krieg 's net raus, ja" (V 041-042); "Bratdünste kriegt man ja nur schwer raus, das dauert dann immer eins, zwei Tage" (V 054-055); "also dieser kalte Rauch ... dieser Rauch ist da dann ... also das kriegt man auch nur schwer raus" (V 065-067); "das hängt nämlich überall drin" (V 136).

Von etwas anderer Qualität sind Gerüche, die sich in der Wohnung aufgrund der *Körperlichkeit* der anwesenden Personen bemerkbar machen: sie wirken schon bei ihrer Entstehung störend. Gemeint sind die in enger Verbindung mit den Essensgewohnheiten sich entwikkelnden Ausdünstungen des Körpers, die Verdauungs- und Fäkalgerüche: "Ich mein' jeder Körper ... auch wenn man Knoblauch ist" und "auch wenn er nur ein bißchen Luft von hinten rausläßt" (V 074-076). In der Wohnung relativ exakt zu lokalisieren, da räumlich begrenzt, ist diese "schlechte Luft in den Toilettenräumen", denn "da ist es ja, wo es nicht immer so gut riecht".

Schließlich wird als letzte Quelle unangenehmer und zu bekämpfender Gerüche die *Außenluft*, d.h. der aufgrund der Wohnsituation und des Wohnumfeldes von Außen in die Wohnung eindringende Geruch genannt. Hier sind es insbesondere die vom Verkehr ausgehenden Abgase sowie die Nachbarn und die aus deren Gewohnheiten in der Nahrungszubereitung resultierenden Gerüche, die durch die zum Hausflur geöffnete Türe oder die geöffneten Fenster eindringen und die Raumluft stickig werden lassen.

Auffällig ist, daß der überwiegende Teil der negativ bewerteten Gerüche, nämlich jene, die sich auf das Rauchen, das Kochen und die Körperlichkeit zurückführen lassen, von den Befragten dieser Gruppe als *normal* beschrieben werden. Es sind alles Gerüche, die – weil selbst produziert – auch in ihrer Intensität, als Äußerungen normaler d.h. zugehöriger, akzeptierter und letztlich unabänderlicher Lebensumstände gewertet werden: "Da riecht es dann auch nach Essen und so. Aber das ist was ganz Normales". "Jeder Mensch ... belastet seine Umwelt irgendwie mit unangenehmen Gerüchen ... ist ganz normal." (V 073-076, 138-139).
Zugleich erstaunt, daß die Notwendigkeit zur Bekämpfung dieser Gerüche als ebenso normal und selbstverständlich eingestuft wird: "Das sind alles so Düfte ... ha, die möchte man überspielen" (V 076); "ich denk' mal, das überdeckt man dann schon mal" (V 067); "man möchte, daß die Gerüche übertönt, also überdeckt werden, die man Zuhause hat. Wollen wir ja alle im Grunde genommen" (V 050, 187-188). Schon aus diesen Äußerungen läßt sich auf die vorherrschende Praxis der olfaktorischen Einflußnahme schließen. Bevor wir jedoch auf sie zu sprechen kommen, wollen wir zunächst nach Praktiken suchen, die die Gruppe außerdem diskutiert, und fragen, warum sie letztlich alle zugunsten des Einsatzes von Lufterfrischern zurückgestellt bzw. verworfen werden.

"Ich krieg 's net raus! Was machste denn jetzt?" – Möglichkeiten und Praktiken der Geruchsbekämpfung

Bei den von den Befragten genannten Techniken zur Geruchsbekämpfung rangiert an erster Stelle das *Lüften*: "Fenster aufmachen" (V 014). "Voraussetzung ist immer, daß man mehrere Fenster aufmacht. Gegenzug erstmal. Immer versucht also Luft reinzulassen" (V 069-070); "ich mach' dann auch wirklich im Badezimmer, im Wohnzimmer die Fenster auf und es wird total durchgelüftet" (V 147-148). Auch das *Putzen* der Wohnung und das Abwaschen der Einrichtungsgegenstände (Möbel, Gardinen, Polster und Teppichböden, V 133-136) werden als praktikable Lösung vorgeschlagen, denn die Hausfrau "möchte doch einen sauberen oder gepflegten Haushalt ... oder den Eindruck übermitteln" (V 52). Schließlich wird auch eine *Umstellung der Gewohnheiten* in Erwägung gezogen, in erster Linie des Rauchens, ansatzweise aber auch des Kochens: Man müßte "aufhören zu Rauchen", denn "wenn man jetzt Nichtraucher wäre, ja dann" (V 015, 137-138), dann – möchte man ergänzen – würde es auch weniger in der Wohnung riechen, etwa wie bei jenen Leuten, "die wirklich entweder also kaum was essen oder kaum rauchen" (V 077-078).

Doch alle die angeführten Praktiken bergen Risiken, sie erweisen sich als nur mäßig effektiv oder sind schlichtweg nicht durchsetzbar. So ist z.B. das Lüften auch mit Gefahren verbunden, weshalb es in der Regel besser ist, nicht "die Fenster aufzureißen". Gesundheitsschädigende Autoabgase können in die Wohnung gelangen und generell ist die Luft, die von außen in die Wohnung dringt, krankheitserregend: "Reißt die Fenster auf ... ständig krank ... jedes Jahr im Winter ... nur noch krank" (V 004-005).

Auch ausgiebiges Putzen kann die unliebsamen Dünste nicht restlos beseitigen, denn "es kann ja auch sauber sein, aber trotzdem riecht 's" (V 052-053). Außerdem müßte der gesamte Hausrat, die Wohnungseinrichtung, in der der Geruch "drinhängt", die Gardinen, die Polster, die Teppichböden usw. "täglich" geputzt und gewaschen werden (V 135-136), was aber nicht praktikabel ist und auch gar nichts nützen würde, da dieselben Gerüche laufend wieder evoziert werden. Der Zigarettenrauch, die Bratdünste und der Fischgeruch, alles das, was man aus den Möbeln und der Wohnung nur noch schwer oder "nicht mehr rauskriegt", das ist offensichtlich keine einmalige Angelegenheit, sondern dieser Geruch "ist da dann"; es ist ein hartnäckiger und dazu noch ständig wiedererzeugter und damit letztlich dauerhafter Zustand, denn: "Einmal richtig gekocht, dann ist der Geruch auch wieder drin" (V 299) und "wenn man Raucher ... wenn man Raucher ist, dann kann man das nicht so hin- und hermachen. Weil der Rauch usw., der hängt immer drin. Das ist es ja. Ich mein' auch wenn man lüftet, das ist immer irgendwie ..." (V 120-122). Daher auch der nur folgerichtige Schluß: "Ich wasch' doch net jeden Tag die Möbel ab" (V 134).

Gänzlich unmöglich in seiner Umsetzbarkeit erscheint die dritte genannte Variante, nämlich die Veränderung in den Lebensgewohnheiten, d.h. konkret in der Nahrungszubereitung und dem Zigarettenkonsum. Olfaktorische Vermeidungsstrategien wie "kaum was essen oder kaum rauchen" muten als undenkbar an und werden nur im Zusammenhang mit der Schilderung von Verhaltensweisen der Angehörigen anderer Lebensstile thematisiert und dienen damit ausschließlich als Mittel der Kontrastierung und Distanzierung (V 077-078).
Angesichts der Unzulänglichkeit bzw. Undurchführbarkeit aller genannten Vorschläge und Praktiken stellt sich bei den Befragten zunächst einmal Ratlosigkeit ein: "Aber ich glaub' das kann man auch irgendwie ... was soll ich sagen?" (V 143). Doch offenbar bietet sich für solche Situationen eine praktikable Lösung an.

"Ich denk' mal, das überdeckt man dann schon mal"

Daß es in der Wohnung riecht, ist also unabänderlich. Die Gerüche lassen sich weder vermeiden noch lassen sie sich eliminieren; sie sind eben *normal*, d.h. sie gehören zur Lebenswelt dazu. Deshalb müssen auch nicht die Lebensgewohnheiten geändert werden, sondern es wird zu 'Wundermitteln' gegriffen, die sofort Abhilfe schaffen[62]: Lange wird ein Zustand ertragen bzw. als 'normal' empfunden, dann aber müssen die plötzlich störenden Gerüche schnell durch einen anderen Geruch "überspielt", "übertönt","übertüncht" oder "überdeckt" werden (V 050, 067, 076, 119, 187). Wie das Lüften, kann das Putzen dabei bestenfalls als zusätzliche und unterstützende Technik eingesetzt werden, die jedoch alleine niemals ausreichend ist, weil sie keinen nachhaltigen Einfluß auf die Geruchsverhältnisse hat. Somit bleibt der anschließende Sprüheinsatz unausweichlich: "Aber dann: Fenster zu und mal sprühen. Und wenn man merkt, es ist immer noch nicht ... wieder Fenster auf, ja" (V 070-071); "Ja (Lüften, Anm. J.R.) mach' ich doch vorher ... aber dann soll 's trotzdem gut riechen"(V 129); "Also die frische Luft kann 's nicht ersetzen, aber es gehört schon irgendwie dazu" (V 072). Andererseits ist es durch den Einsatz der Lufterfrischer aber auch möglich, auf die beiden unterstützenden Techniken gänzlich zu verzichten: "Gerüche werden vertrieben oder sogar vermieden, indem ich z.B. so 'n Pilz aufstelle ... der nimmt ja gleich den Geruch weg" (V 297-298) und "der Raum fängt auch gar nicht erst an zu riechen ... oder an zu stinken ... sondern er riecht von Grund auf schon rein und frisch" (V 174-175).

Aufgrund der als notwendig und selbstverständlich empfundenen Praxis des Maskierens von *normalen* Gerüchen werden an die Leistungsfähigkeit der Lufterfrischer hohe Anforderungen gestellt. Insbesondere die Dauerhaftigkeit der Camouflage, die Intensität der ausgebrachten Düfte und die Ergiebigkeit der Produkte geben bei den Verwenderinnen Anlaß zur Kritik und lassen sie Verbesserungswünsche vorbringen.
So sind die Produkte nicht ausreichend stark, sie wirken nicht lange genug und überdecken bzw. vertreiben daher auch nur temporär: "Ich hab' noch kein Spray, kein Stein, kein gar nichts gefunden, was lang anhält ... immer nur kurzfristig ... so 'n paar Minuten oder 'ne halbe Stunde" (V 196-197, 261, 301). Überhaupt ist das Verhältnis bzw. die Balance zwischen der Dauerhaftigkeit und der Intensität des ausgebrachten Duftes diffizil: "Wenn etwas zu stark riecht, ist es auch widerlich. Riecht 's weniger stark, verflüchtigt sich 's wieder zu schnell und das ist eigentlich ziemlich problematisch" (V 189-190). Ein genereller Kritikpunkt aber ist die Ergiebigkeit, d.h. die begrenzte Ausschöpfung des Produktinhaltes: So ist offenbar ein "Verbrauch nur bis zur Hälfte" möglich; "sie halten nur die Hälfte von dem was sie versprechen" (V 156-157, 185), denn: "die Hälfte davon vertrocknet" (V 186, 198). Konsequenterweise müßte deshalb der ideale Lufterfrischer einen dauerhaften und gleichmäßig starken "guten Duft" abgeben und zugleich "bestimmt so riesig sein ... weil daß er ein ganzes Jahr anhält" (V 155-156, 163-164, 183, 195).

Ganz am Rande wird von den Verwenderinnen ein Diskurs geführt, dessen Relevanz aber verhältnismäßig unbedeutend erscheint und der teilweise sogar gezielt in seiner Bedeutung beschnitten wird: die Gesundheitsschädlichkeit der Produkte. Zwar ist eine Verwenderin "da

[62] Gerade bei der Umschreibung der Lufterfrischer kommt dieser 'Wundermittel'-Status zum Ausdruck. Die von den Verwenderinnen gewählten Vokabeln lassen das Bild von kleinen wundersamen Helfern entstehen, wie sie aus der Märchen- und Fabelliteratur bekannt sind (Kobolde, Wichte, Zwerge, Heinzelmännchen usw.) und die immer dann auftauchen und bereit sind, wenn die Hausfrau dringender Hilfe bedarf: "Es sind die kleinen Kraftpakete", sie sind "ständig einsatzbereit", "hilfsbereit", "aktiv" und dabei doch immer "naturverbun-den" und obgleich sie "unsichtbar" sind, werden sie als "genußfreudig", "liebenswürdig" und "gesellig" beschrieben (V 160-166, 176-180).

sehr skeptisch", sie hat bei der Anwendung "immer ein eigenartiges Gefühl" und sie "weiß nicht ob ich uns was Gutes mit antue oder nicht" (V 034-036). Aufgrund dieser Vermutungen werden aber nicht etwa nähere Informationen über die Inhaltsstoffe der Produkte verlangt oder eingeholt bzw. der Verbrauch gänzlich eingestellt, sondern er wird, wenn überhaupt, nur in seiner Exzessivität etwas zurückgeschraubt: "Ich hab 's früher in höherem Maße benutzt, da hatt' ich also wirklich überall in jedem Raum ... aber ich weiß nicht inwieweit die ganzen Lufterfrischer usw. gesundheitsschädlich sind" (V 087-089, 092-093). Doch letztlich ist eine schädigende Wirkung nicht erwiesen, was sie auch nur "höchst wahrscheinlich, eventuell gesundheitsschädlich" macht (V 301-302).
In jedem Falle aber scheint sich die aus der Selbstverständlichkeit und Notwendigkeit ergebende Gewohnheit und damit die Normalität des Einsatzes der Produkte über alle gesundheitsschädigenden Befürchtungen hinwegzusetzen.

"Das sind ganz normale Leute, die halt ein bißchen Duft um sich haben wollen"

Wie sehen nun die Verwenderinnen von Lufterfrischerprodukten sich selbst und wie bewerten sie ihre Praxis der Geruchsbekämpfung? Welche Motive für die Camouflage führen sie an? Und: Welchen Entwurf haben sie von denjenigen Personen, die Lufterfrischerprodukte ablehnen, von deren Einstellungen und Motiven?

Wie angesprochen, ist der Gebrauch von Lufterfrischern etwas Selbstverständliches und Notwendiges, das sich aus normalen Lebensumständen ergibt. Genauso sehen sich auch die Verwenderinnen dieser Produkte als ganz *normale* Menschen: Es sind "ganz normale Leute, die halt ein bißchen Duft um sich haben wollen"; "ganz normale Frauen"; "Hausfrauen"; "ganz normale Durchschnittsmenschen eigentlich", also letztlich "Leute wie wir" (V 045-048, 060-061). Wie gesagt, wird das Bestreben, Gerüche im Wohnraum zu kaschieren, als genauso natürlich empfunden wie die eigentliche Entstehung der Dünste und somit kommt für diese Praxis potentiell sogar "jeder Mensch" in Frage: "Sagen wir mal so, das sind also Leute, die halt jetzt in dem Sinne auch ihre Umwelt irgendwie mit unangenehmen Gerüchen belasten. Das ist ja jeder Mensch in dem Sinne." (V 073-074). Diese Umschreibung scheint der befragten Verwenderin doch etwas zu weitgreifend zu sein, was eine sofortige Einschränkung nach sich zieht, in der ein bestimmter Personenkreis ausgenommen wird, der offenbar andere Lebensgewohnheiten hat und von dem man sich distanziert: "Das ist eigentlich im Prinzip jeder Mensch, außer die Leute, die wirklich entweder also kaum was essen oder kaum rauchen oder was weiß ich?" (V 077-078). Wiederum sind es die schon genannten Nichtraucher, nun aber kommen weitere Gruppierungen, bis hin zu sozialen Großgruppen, hinzu: "So grüne Alternative"; "so Ökos"; "ältere Menschen"; "so klapprige Alte" und Personen, "die nicht so offen sind" (V 081-082, 089).
Erstaunlich ist, daß relativ differenzierte Vermutungen über die Ablehnungsmotive in diesen Gruppen angestellt werden. Es werden Gründe antizipiert, die – siehe unten – von den Nichtverwenderinnen in deren Argumentation auch tatsächlich vorgebracht werden: Die Unbekanntheit der Produktkategorie ("Die Gerüche nicht unbedingt ...nee, die mit so was gar nichts am Hut haben also ... die kennen das gar nicht" V 083-084), die Einschätzung der Produkte als zu teuer ("Ja, und die sagen auch »So was kommt gar nicht ins Haus«, weil es auch vielleicht zu teuer ist" V 085-086) und deren Gesundheitsschädlichkeit (V 089). Schließlich, so läßt sich herauslesen, ist dieser Personenkreis in seinen Gewohnheiten und seinem Geschmack fundamental anders, als diejenige Gruppe von "normalen Frauen" und "normalen Durchschnittsmenschen", zu der sich die Verwenderinnen zählen.

"Wenn man das Bedürfnis hat ... jetzt machste mal"

Was sind die Motive, die die Verwenderinnen selbst für ihren Gebrauch der Lufterfrischer anführen?
Aus den Aussagen der Frauen lassen sich zwei Argumentationsstränge herauslesen. Die erste Motivation ist 'nach Innen', also auf das eigene Empfinden, auf den selbstgenügsamen Genuß und dessen Steigerung gerichtet: "Ist mir angenehmer"; "ich mag auch gern' 'nen guten Duft, 'nen guten Geruch in der Wohnung" (V 064, 033-034). Neben dem ästhetischen Genuß werden Entspannung, Gemütlichkeit und Harmonie über den hervorgebrachten Duft gesucht: "Also wenn ich mir 's Zuhause gemütlich mache abends, dann leg' ich mich so in die Couch rein und les' n' Buch. Also da möcht' ich schon 'nen angenehmen Duft da in der Wohnung haben. Da hab' ich so mein' ... Blümchenduft ... und das ist dann schon schön, wenn man das ..." (V 291-293). Alle diese positiven Empfindungen bewirken auch eine Steigerung des körperlichen Wohlbefindens: "Mir tut's gut. Und beim Raumspray ist 's ja auch so, es tut uns auch gut, wenn 's auf einmal schön duftet" (V 040-041).

Zugleich sind die schönen Düfte auch 'nach Außen', in erster Linie auf den immer wieder genannten, oft überraschend sich einstellenden Besuch gerichtet: "Das ist, wenn kurz mich jemand anruft und sagt »Ich komm' jetzt« und ich hab' gerade mit Knoblauch, Fisch oder sonst was, dann geh' ich auch hin ..." (V 090-091). Problematisch erweist sich hier wiederum das Verhältnis zwischen Normalität und Peinlichkeit der Gerüche. Jeder Geruch kann vom Besuch entweder als normal, d.h. als dazugehöriger Ausdruck bestimmter Lebensumstände und -gewohnheiten akzeptiert und hingenommen werden; er steht jedoch auch in der Gefahr, sich in den Vordergrund der Wahrnehmung zu drängen, auffällig zu werden und damit Scham und Peinlichkeit auszulösen: "Und dann denkt man vielleicht: »Wie riecht 's denn bei der?«" (V 053-054).
Die Unsicherheit über den Stand der Feinheiten in den geltenden Normen bzw. die Unsicherheit über die Erwartungen, die der Besuch an den Gastgeber stellt, lassen die Verwenderinnen zu einer Technik greifen, die verspricht, alle potentiell unliebsamen Gerüche in einer kurzen und wirkungsvollen Aktion durch einen idealisierten Duft zu ersetzen: "Und ich kann mir vorstellen, daß die dann sprüht und sagt: »Na, jetzt riechts doch 'n bißchen frischer und angenehmer«" (V 055-056), denn der Besuch "wird es sicher als angenehm empfinden, wenn der Gastgeber ihn in eine Wohnung führt, die frisch riecht" (V 111-112). Der Einsatz der Lufterfrischer wird damit zu einem sozialen Akt. Der idealisierte – "frische und angenehme" – Duft unterstützt die Außendarstellung; er hilft, Auffälligkeit und Peinlichkeit zu vermeiden und seine Anwendung ist außerdem eine Geste der Gastlichkeit: "Ich servier' dann was ... Sommerbrise ... oder sonst was" (V 132). Es ist aber zugleich auch ein banalisierter Duft, denn der Geruch, der am Ort der Anwendung verbleibt, ist im optimalen Fall von jeglicher Individualität befreit, es ist ein in bestimmtem Umfang verallgemeinerter Geruch, der nicht nur dem Geschmack der eigenen Person entspricht, sondern bei dem davon ausgegangen wird, daß er insbesondere dem Geschmack aller möglichen Gäste – in der Regel also den Bekannten und Verwandten, d.h. den Angehörigen des eigenen Lebensstils und Milieus – nahekommt.

In diesem Zusammenhang ist schließlich eine letzte Steigerung in der olfaktorischen Außendarstellung zu sehen, indem sich der Gast explizit vom inszenierten Duft beeindruckt zeigt: "Hmm, riecht 's hier gut". Dabei gehen die Verwenderinnen davon aus, daß der Besuch den Akt der Gastlichkeit in jedem Falle wahrnimmt und honoriert, und daß dabei der Duft sogar als der eines Lufterfrischers identifiziert wird, wenn nicht sogar – nämlich dann, wenn es "besonders gut riecht" – eine Verwechslung bzw. Gleichsetzung mit dem am höchsten posi-

tiv bewerteten Duft, den man künstlich erzeugen kann, geschieht, nämlich dem Körperparfüm: "Ich muß mal fragen, was die für 'n Raumspray benutzt"; "Oder was ... nee ... »Was benutzen Sie für ein Parfüm?« Wenn er 's nicht weiß, daß es Raumspray ist". In diesem Fall ist die Anwenderin zufrieden und mit Stolz erfüllt, denn sie hat mit dem favorisierten Geruch einen bestimmten Geschmackstypus imitiert bzw. reproduziert. Und es dann kann sogar passieren, "daß die mich dann fragt: »Was hat du denn jetzt für eins? Zeig mal her, was das für eine Richtung ist«" (V 101-109), woraus sich ablesen läßt, daß der Duft den Gast nicht nur beeindruckt hat und einen gewissen Neid bei ihm auslöste, sondern dieser auch den Wunsch verspürt, eine gleich gelagerte Geruchsatmosphäre in seiner Wohnung zu evozieren.

Die frischen, die angenehmen und die aufdringlichen Düfte

Über den Einsatz der Lufterfrischer stellen die Anwenderinnen 'Sauberkeit' in ihrem Territorium her, d.h. sie versuchen, eine bestimmte Ordnungskategorie durchzusetzen. Auf der Grundlage einer spezifischen Ordnungsvorstellung wird die vorhandene bzw. die zu generierende Geruchswelt in der Wohnung klassifiziert und typisiert, was letztlich so etwas wie eine olfaktorische Topographie des Wohnraumes erkennen läßt. Weiterhin ist eine Taxonomie existent, innerhalb der zunächst grob zwischen positiven und negativen Gerüchen unterschieden wird, die aber dann, in Anlehnung an die verschiedenen Geruchszonen, sehr nuanciert Düfte differenziert und benennt, die an der einen Stelle als passend empfunden werden, d.h. hervorgebracht werden dürfen, die in einem anderen Raum jedoch unpassend sind, dort aufdringlich wirken können und deshalb zu vermeiden sind.

In die Klasse der "guten und schönen Gerüche" fallen zwei Arten von Düften, die von den Frauen zwar nicht explizit auseinandergehalten werden, die sich jedoch bei der Textauslegung als unterschiedliche Kategorien zu erkennen geben.
Zunächst *die frischen Düfte*: Es sind die Gerüche der "Zitrone" (V 043, 307-308), von "Fichtennadeln" und "Tannennadeln" oder allgemein die aus dem "Wald", nämlich die "Waldfrische" (V 178, 274); es ist weiterhin der Duft der "Wiese" und der "Rose" (V 178) oder es riecht einfach "sehr schön nach Meer" (V 309-312). Auffällig ist, daß sich die genannten Düfte wiederfinden in den Bezeichnungen bzw. Beschreibungen der klassischen Lufterfrischertypen Spray und Gel (P1 und P2). Ihre Semantik verweist auf bekannte und zugleich naturverbundene Gerüche, bei denen aber jegliche Exotik und Extravaganz ausgeschlossen ist. Es sind die einfachen und vertrauten Düfte der Heimat bzw. der in greifbarer Nähe liegenden Umgebung (Wald) oder vom auch nicht allzu weit entfernten Urlaubsort (Alpenwiese, Meer).
Diese Form der Naturnachahmung, der Symbolisierung, Simulation, Substitution und simplifizierten Idealisierung der Natur soll auf Intaktheit, Sauberkeit, Ungefährlichkeit, Wohlbefinden und Zufriedenheit verweisen; und es ist die Möglichkeit zur fortlaufenden Realisierung und damit die unmittelbare Nähe dieser hochgradig verdichteten Ideale, die ein Geborgenheits- und Harmonieangebot transportieren. Die heile und saubere Welt, die hier erträumt und gesucht wird, kann offensichtlich auch über einen als Massenware konzipierten Phantasiegeruch inszeniert werden – hier lebt dann die "Familie Sommerwind" (V 176, 179), die Sonne scheint auf die Alpenwiese, die blühenden Blumen duften, der Wald ist frisch und vom Meer her weht eine leichte Brise.
Das Anforderungspotential an den frischen Duft umfaßt vor allen Dingen die Eigenschaften von Kraft und Stärke: der Duft muß "intensiv" und "langanhaltend" sein (V 193, 196), denn

er hat seinen Einsatzort dort, "wo man einen dauerhaften Duft haben möchte. Z.B. ins Bad oder Toilette. Wo man also immer einen guten Geruch haben möchte" (V163-165). Seine Aufgabe ist es, "den stickigen Geruch", "den ekelhaften, furchtbaren Gestank" zu vertreiben, so daß Sauberkeit und Ordnung wieder hergestellt sind: "Jetzt riecht 's wieder frisch" (V 095-097). So ist der frische Duft sowohl gut und schön wie auch solide und funktional, was ihn als "hilfsbereit", "charmant" und "liebenswürdig" erscheinen läßt (V 177-179), worauf auch die fast schon als liebevoll zu bezeichnende lautmalerische Umschreibung seiner mechanischen Ausbringung ("Psch Psch", V 173, 279) verweist: "Und auf der Toilette, da haben wir halt auch unser Psch Psch und so. Und mein Freund ist da ganz heiß drauf, da drauf zu drücken" (032-033). Trotz aller Herzlichkeit und Liebenswürdigkeit ist es aber kein schmückender Geruch; diese Aufgabe kommt vielmehr den guten und schönen Düften der zweiten Kategorie zu.

Diese zweite Kategorie kann man als *die angenehmen Düfte* umschreiben. Zu ihnen rechnen die Verwenderinnen in erster Linie Blumendüfte: "In einer Schale so Duftblumen ... oder ins Wasser so Tropfen reingeben, um das ... um die Luft ein bißchen angenehmer zu machen" (V 016-017); "also da möcht' ich schon 'nen angenehmen Duft da in der Wohnung haben. Da hab' ich so mein' Blümchenduft und das ist dann schon schön" (V 292-293). Genannt wird weiterhin der Duft von Früchten, konkret der von "Aprikose oder Pfirsich" (V 230). Insgesamt sind es alles Düfte, bei denen die Verwenderinnen Verbindungen zu dem Geruch von Deodorants oder Parfüms herstellen (V 207, 268) bzw. bei denen schon die Konzeption der Produkte durch den Hersteller eine solche Verortung nahelegt.
Kennzeichnend für diese Art Düfte ist, daß sie in der Terminologie der Befragten niemals als *frisch*, sondern immer als *angenehm* bezeichnet werden (V 222, 227-228, 247, 257), womit offenbar unterstrichen wird, daß es sich hierbei nicht nur um gute und schöne, sondern vielmehr um "besonders gute" und "sehr schöne" Gerüche handelt, d.h um Gerüche, in denen die Natur nicht nur zum Zwecke einer idealisierten Reproduktion quasi eingefangen wurde, sondern vielmehr ein Veredelungsprozeß stattfand, der den Duft weitestgehend aus seinem naturbezogenen Kontext herausgelöst hat.
Der grundlegende Unterschied zwischen den angenehmen und den frischen Gerüchen aber besteht darin, daß letztere immer in der Gefahr stehen, aus der Klasse der guten Gerüche herauszufallen und als negativ, als "zu stark" oder "unheimlich stark", als "aufdringlich" und "unangenehm" oder gar als "widerlich" riechend (V 189, 192, 205, 207, 257-258) etikettiert zu werden; ein Sachverhalt, der auf die als angenehm titulierten, parfümnahen Düfte nicht zutrifft.

Grundsätzlich gehören in die Klasse der negativ bewerteten Wohnungsdünste zunächst einmal – siehe oben – alle *normalen* Gerüche. Sie sollen kaschiert werden, doch gerade durch den Einsatz der frischen Düfte kann es auch zu negativen Effekten kommen: dem Anwender selbst sind sie im ersten Moment unangenehm, weil zu intensiv, außerdem empfindet sie der Besuch möglicherweise als aufdringlich: "Man kommt rein und riecht, da hat jemand Raumspray verwendet. Sei 's jetzt eben Waldduft oder Flieder" (V 205-206), dann nämlich riecht es "so aufdringlich nach Wald" (V 258).
Auch bei Anwendung der Lufterfrischer besteht also die Gefahr der Peinlichkeit: Der frische Geruch ist eventuell falsch plaziert, denn "Waldduft oder Flieder, das ist ja kein normaler Duft, der normalerweise im Haus ist" (V 206-207); außerdem verweist der Geruch unter Umständen auf Unsauberkeit, darauf, daß nicht geputzt wurde (V 113-119); nur in diesem Zusammenhang meldet sich bei den Verwenderinnen auch Kritik an der Praxis der Geruchscamouflage (V 020-021, 029-030, 118-119). Deshalb soll der Gast nicht merken, daß ge-

sprüht wurde (V 205-207, 265-269) und auch der peinliche Anblick der Lufterfrischer soll ihm erspart bleiben (V 161-166, 184).
In diesem Zusammenhang ist auch die Abgrenzung gegenüber den frischen Düften mit ihren klassischen Duftnoten, die alle "so typisch nach Raumspray riechen" am größten, was sich im schlimmsten Falle darin äußert, daß der Geruch dieser Produkte körperliches Unwohlsein und sogar Übelkeit auslösen kann (V 273-274). Somit bleibt der Gebrauch der frischen Düfte auf die Toilettenräume begrenzt, was den "Badezimmergeruch" von dem anderer Räumlichkeiten trennt: "Also ich geh' wirklich ... Badezimmergeruch und Wohnzimmergeruch ... also ich würd' niemals mit der Ente so im Wohnzimmer rumsprühen. Also da brauch' ich was anderes" (V 249-251).

Hier kommen nun die angenehmen Düfte zum Einsatz, wobei die Schönheit des Geruchs zusammenfällt mit einem emotionalen Wert des Häuslich-Behaglichen, denn auch sie haben ihren festgelegten Ort. Aufgrund des Charakteristikums, daß sie nicht so aufdringlich nach Raumspray riechen, tragen sie im wesentlichen zum "Wohnzimmergeruch" und zum "Flurgeruch" bei: "Das riecht auch net so typisch wie 'n Raumspray. Es riecht auch so 'n bißchen nach Parfüm"; "Das muß ich auch sagen ... es fällt nicht gleich auf wenn ... man da wahrscheinlich zur Wohnungstür reinkommt. Aber es riecht wie 'n Deo oder wie 'n Parfüm oder so was ... es riecht wirklich nicht nach Raumspray"; "Mehr so im Flur, denk' ich mal. So ... Flurgeruch ... wenn man reinkommt. Da denkt selbst auch nicht jeder gleich an Raumspray oder so was" (V 255-256, 265-270).
Zum Küchengeruch jedoch gehört dieser Duft nicht: "Des riecht net schlecht. Aber ich würd' das z.B. nicht in die Küche ... nicht in der Küche verwenden. Das wär' mir zu blumig. Das wär' mir zu ... ich finde das paßt nicht" (V 252-254). Und auch bei der Einflußnahme auf den Badezimmergeruch ist er nur bedingt vorstellbar: "Weil der Duft würde eigentlich überall ... na im Bad vielleicht net so, aber ... den Duft kann ich mir in 'nem Schlafzimmer vorstellen, in 'nem Wohnzimmer vorstellen, in 'nem Korridor vorstellen ... Küche natürlich nicht und ... im Bad kann man sich 's auch vorstellen, aber dann hat man ... da denkt man eher so an die frische Brise" (V 275-278).
Weitestgehend ausgenommen von der geruchsmanipulierenden Zurichtung bleibt das Schlafzimmer und dies aus zwei Gründen: Erstens entstehen in diesem Raum offensichtlich keine Gerüche, die kaschiert werden müssen: "Schlafzimmer ist klar ... da wird weder geraucht ... und es ist auch gut gelüftet" (V 294). Dieser Raum wird also tagsüber nicht für andere Aktivitäten genutzt, er wird auch kaum – und vom Besuch schon gar nicht – betreten, die Türe bleibt geschlossen, was im Zimmer selbst keine unangenehmen Gerüche entstehen läßt und zudem das Eindringen von Dünsten aus anderen Räumen verhindert. Und es ist diese Abgeschiedenheit und Abgeschlossenheit des Schlafzimmers, die auch das ansonsten als gesundheitsgefährdend verpönte Lüften zuläßt. Beim zweiten Motiv, das das Schlafzimmer zu einem Sonderfall olfaktorischer Neutralität werden läßt, spielt der Gesundheitsdiskurs seine bedeutendste Rolle und kann in diesem Raum sogar die Anwendung von Lufterfrischern gänzlich unterdrücken: "Aber das Schlafzimmer läßt man eh aus, weil nachts will man seinen Kopf ja nicht mit so was belasten, ne" (V 295-296). Anders als im wachen Zustand, ist der ruhende Körper gegenüber den Gerüchen hilflos; unbemerkt und ungehindert schleicht sich etwas ein, von dem man doch zumindest die schwache Befürchtung hat, es könnte für den Körper eine schädigende Wirkung haben. Ausgenommen von diesem Verdacht können wiederum Düfte sein, die als "ganz angenehm" oder als "sehr schön" empfunden werden, sodaß gilt: "das würd' ich mir sogar ins Schlafzimmer stellen" (V 247-248).
An ihren hauptsächlichen Anwendungsorten Flur und Wohnzimmer sollen die angenehmen Düfte zwar auch "aktiv" sein, in erster Linie sollen sie jedoch zu einer Atmosphäre beitragen

und außerdem repräsentieren und beeindrucken. Deshalb ist auch die optische Gestaltung des Duftbehälters von nicht zu unterschätzender Bedeutung. Noch eindeutiger als der Geruch entscheidet oft die Optik über die richtige Plazierung im Wohnraum: "denn man geht ja nach dem Aussehen und dem Duft" (V 284). Ein grundsätzlicher Anspruch an die angenehmen Düfte ist, daß man sie schon aufgrund ihrer Behältnisse nicht als Raumspray bzw. Lufterfrischer identifizieren kann. Der Besuch soll das Produkt vielmehr mit einem Parfümflakon oder einem Einrichtungsgegenstand verwechseln. Hierzu ist es notwendig, daß die Lufterfrischer "gut aussehen", daß man sie "überall hinstellen kann", z.B. "auf der Fensterbank" oder auf der "Frisierkommode" (V 168, 218, 237): "Dekorativ sollte er sein. Das hier gefällt mit gut (Produkt P5, Anm. J.R.). Absolut toll. Sieht aus wie ein Einrichtungsgegenstand. Das andere sieht immer so nach Lufterfrischer eben aus. Und da: »Ach guck' mal, was haste da denn, ne?« Also, daß das ein Lufterfrischer ist, darauf kommt man gar nicht", denn "das könnte auch ein neues Parfüm sein" (V 199-202, 209).

Zusammengefaßt läßt sich festhalten, daß die Verwendung von Lufterfrischern in dieser Gruppe ein selbstverständliches, notwendiges und letztlich als 'normal' empfundenes Unterfangen darstellt, das nur in zwei, lediglich am Rande diskutierten Fällen einer kritischen Betrachtung unterzogen wird: Erstens kann der Einsatz der Lufterfrischer in der Außendarstellung auf Unsauberkeit schließen lassen und damit potentiell Peinlichkeit und Scham auslösen; zweitens wird eine gesundheitsgefährdende Wirkung der Produkte in Betracht gezogen. Beide Einwände führen aber keineswegs zur Einstellung des Konsums oder der Anwendung, sondern können offensichtlich durch eine wohlorganisierte Geruchspraxis gemanagt werden: Lüften und Nicht-Lüften, Putzen und Nicht-Putzen, die Trennung von Badezimmer-, Küchen-, Schlafzimmer-, Flur- und Wohnzimmergerüchen und schließlich der definierte Einsatz der Lufterfrischer in den Räumen.
Die größte Schwierigkeit bereitet den Verwenderinnen dabei die Plazierung der Produkte in den Räumen der Wohnung. Sowohl über den Geruch als auch über den optischen Eindruck bestehen zwar grobe Zuordungsmöglichkeiten, im Detail jedoch zeigt sich, daß letztlich alle Anwendungsorte für alle Produkte offenbleiben. Deshalb ist man sich unter den Verwenderinnen auch nicht ganz einig darüber, wie einzelne Räume bzw. die Wohnung insgesamt riechen soll, ob nun nach einem angenehmen Parfümgeruch oder nicht, ob nach einem frischen Geruch oder nicht, oder vielleicht nach einer Mischung aus beidem: "Also so einen Parfümgeruch möcht' ich eigentlich nicht in der Wohnung haben, also dann eher so 'n angenehm frischer Geruch, vielleicht so was blumiges" (V 289-290).
In jedem Fall aber riecht es in der Wohnung der Verwenderinnen, denn der 'normale' Geruch von Rauch und Essen, den Ausscheidungen und Ausdünstungen des Körpers, der Nachbarn und der Autoabgase ist aus der Wohnung nicht zu eliminieren, weil er permanent wiedererzeugt wird bzw. eindringt. Deshalb steht im Mittelpunkt des Interviews auch die Schilderung der Geruchsverhältnisse in der eigenen Lebenssphäre; und es sind weiterhin die eigenen Praktiken der Geruchsmanipulation, die ein zentrales Problem und Diskussionsthema darstellen. Der neutrale Geruch der Frischluft – die Praxis des Lüftens – reicht ebensowenig zu einer Veränderung der Geruchszustandes aus wie das Putzen, schließlich ist eine Änderung der Lebensgewohnheiten gänzlich undenkbar. In jedem Fall muß es deshalb in der Wohnung auch riechen: Entweder nach den 'normalen' Gerüchen oder frisch bzw. angenehm, oder es riecht unangenehm und aufdringlich. Die Wohnung insgesamt präsentiert sich niemals geruchslos – wie unter Umständen das Schlafzimmer –, vielmehr herrscht ein wie auch immer gearteter olfaktorischer Dauerzustand, zu dem der Duft der Lufterfrischer wie selbstverständlich dazugehört, indem er zu einer Geruchsatmosphäre beiträgt, die letztlich eine Melange ist, eine Mixtur aus eben jenen normalen, frischen, angenehmen und aufdringlichen Gerüchen.

Zweiter Analyseschritt: Nicht-Verwenderinnen von Lufterfrischerprodukten

"Ich bilde mir ein, daß es bei mir nicht mieft"

Vergleicht man die Anfangssequenzen der Interviews, so fällt sofort ein grundsätzlicher Unterschied bei den Assoziationen der Gruppen zum zunächst kontextfreien Terminus 'Raumluft' auf. Stellte die Gruppe der Verwenderinnen von Lufterfrischern umgehend eine Verbindung zu der als geruchlich negativ bewerteten Luft in der eigenen Wohnung her, so verortet die Gruppe der Nicht-Verwenderinnen das Phänomen in einem sehr allgemeinen Kontext und thematisiert zunächst die Qualität der Luft in Räumen bezüglich ihrer Luftfeuchte bzw. zitiert außerdem, mit dem gezielten und manipulativen Einsatz von Düften, ein beliebtes Motiv aus dem in den Medien geführten Geruchsdiskurs (NV 002-006). Bei beiden Aspekten spielt also der *Geruch der Raumluft* noch keine Rolle, zudem wird kein direkter Bezug zur eigenen, privaten Lebenssphäre hergestellt und auch keine Bewertung der dortigen olfaktorischen Verhältnisse vorgenommen. Erst über eine Eingrenzung des Kontexts durch die Interviewerin werden die Lufterfrischer angesprochen, worauf eine sofortige Abwertung dieser Produkte und eine Distanznahme zur Kategorie insgesamt geschieht, indem sie als "grauenhafte Dinger", als "unerträglich", "geschmacklos", "abstoßend" und "unnötig" tituliert werden (NV 013-015, 019, 034, 085-086).

Dies bedeutet nun keineswegs, daß nicht auch bei den Nicht-Verwenderinnen unliebsame Dünste in der Wohnung enstehen können. Sie sind aber kaum Gegenstand der Diskussion und überhaupt kommen nur zwei Ursachen für die Entstehung unangenehmer Gerüche in Frage.
Als erste Quelle werden die *Essensgerüche* genannt: "wenn gekocht wird, Puffer oder Fisch oder Frikadellen so mit Zwiebeln ... das riecht" (NV 265-266). Die Hervorbringung solcher starken Dünste durch die Essenszubereitung scheint jedoch eher die Ausnahme zu sein, nämlich dann, "wenn also einer Kochorgien in irgendeiner Form gefeiert hat ... Kartoffelpuffer oder so was" oder "wenn wirklich mal was angebrannt ist", dann kann es auch vorkommen, daß "der Geruch sich lange in der Wohnung hält", daß "das vier Tage in der Wohnung klebt", weil es richtiggehend "in der Wohnung so dick und fett drinsitzt" (NV 153-154, 261-266, 278).
Die zweite der erwähnten Geruchsquellen speist sich aus den aufgrund der *Körperlichkeit* von Personen und Haustieren entstehenden Fäkalgerüchen: "Wenn man auf die Toilette muß, dann riechts halt", genauso "wenn die Katze auf der Toilette war" (NV 167, 288-289). Jene Geruchsquelle aber, die für die Verwenderinnen das Hauptproblem der olfaktorischen Belastung darstellt, der *Zigarettenrauch*, wird in dieser Gruppe nicht thematisiert, denn der Zigarettenkonsum und auch die Rauchgewohnheiten unterscheiden sich offenbar grundlegend, worauf die einzige Aussage schließen läßt, die das Rauchen zum Gegenstand hat: "Und bei mir wird sowieso nicht geraucht. Das gibt es nicht. Wenn, dann auf dem Balkon" (NV 304). Die *Außenluft* als potentielle Quelle unangenehmer Gerüche findet schließlich keinerlei Erwähnung.
Gleich wie bei den Verwenderinnen von Lufterfrischern wird dabei die Entwicklung von Gerüchen in der Wohnung als "normal" und "natürlich" beurteilt, denn "das Leben besteht nun mal aus Gerüchen" (NV 288-289). Zwar ist es dennoch bei den angeführten unliebsamen Dünsten "schon angenehmer, wenn das weg ist", eine Notwendigkeit, diese aber direkt anzugehen und permanent durch einen stärkeren Duft überdecken zu müssen, wird nicht gesehen, denn grundsätzlich gilt: "Ich bilde mir ein, daß es bei mir nicht mieft. Also wär' das für mich schon mal abgehakt" NV 302-303).

"Und da müßte man wirklich einen Sprüher nehmen, und das wär' also das letzte was ich will"

Zwischen den beiden Gruppen zeigen sich demnach zunächst gewisse, grobe Ähnlichkeiten in der Grunddisposition ihrer 'Geruchsalltagstheorien': Aufgrund der Natürlichkeit und Normalität der Lebensumstände, der Gewohnheiten und der Körperlichkeit entstehen Gerüche im Wohnraum, die unangenehm wirken können und daher negativ bewertet sind, was bestimmte Techniken des Geruchsmanagements notwendig macht. Und es ist in erster Linie diese Praxis der Einflußnahme auf die Geruchsverhältnisse, über die sich entscheidene Nuancierungen auftun.

So umfaßt das Spektrum der Techniken zum Geruchsmanagement bei den Nicht-Verwenderinnen nur zwei Praktiken, die weder weiter ausdifferenziert noch eingehender diskutiert werden. An erster Stelle steht das *Lüften*: "Durchzug"; "ja, oder eben Durchzug"; "ja, Lüften, ausgiebig Lüften" (NV 269-271). Gleichfalls wird das *Putzen* der Wohnung und ein Waschen des Mobiliars angeführt: "Und dann eben halt die Wohntextilien hin und wieder frisch machen durch Waschen. Ja, in Gardinen, in Decken oder in Kissen. Das ist das einzig Nachhaltige" (NV 271-273). Es handelt sich dabei also um jene zwei grundsätzlichen Techniken, die auch von den Verwenderinnen angeführt wurden, die diese jedoch niemals als ausreichend empfanden, was den quasi selbstverständlichen Einsatz der Lufterfrischerprodukte nach sich zog. Zwar entstehen auch in der Gruppe der Nicht-Verwenderinnen relativ dauerhafte und unangenehme Gerüche, der Einsatz von Lufterfrischern wird aber in vollem Umfang abgelehnt: "Dann müßte man ja zig von diesen Dingern aufstellen, daß man da so 'n Geruch rauskriegt", man käme nicht umhin, "in jeder Ecke so 'n Ding aufzustellen" oder man müßte "wirklich einen Sprüher nehmen, und das wär' also das letzte was ich will" (NV 267-268, 277-279).

Diese Ablehnung wird über die Nennung einer Reihe von Motiven ausführlich begründet. Sehr umfangreich ist hierbei die Anführung 'rationaler' Argumente. So werden die Lufterfrischer als potentiell gesundheitsschädigend (NV 020-021), in jedem Falle aber als umweltschädlich eingestuft: "Also hauptsächlich bei den Sprays, da fällt mir die Umweltbelastung ein: Abfall, die Spraydosen, FCKW, Treibmittel" (NV 018-019, 081-082). Außerdem erscheinen die Produkte – trotz ihres geringen Verkaufspreises von deutlich unter zehn Mark – als zu teuer: "Das Hauptargument dagegen ist doch die Geldersparnis. Warum zwei Mark neunundneunzig ausgeben, wenn man das sparen kann, indem man das Fenster aufmacht"; "Ich wär' da wirklich auch zu geizig zu"; "Auch wenn es dreißig Tage halten soll. Rechnen Sie das mal auf 's Jahr: Zweiundsechzig Mark, damit mein Badezimmer frisch riecht. Das ist zuviel. Das ist heftig. Das kann ich auch preiswerter haben" (NV 280-286). Auffällig ist beim Vergleich der Argumente beider Gruppen, daß einerseits eine mögliche Umweltbelastung durch die Anwendung der Produkte bei den Verwenderinnen überhaupt nicht zur Sprache kommt und andererseits die Produkte von ihnen als ausgesprochen preisgünstig beschrieben werden bzw. der Preis keine Rolle spielt: "Also ich glaub' also ... ich mein' mit dem Preis, das ist uns doch ehrlich gesagt egal, oder?" (V 156, 283).
Ein zweites Ablehnungsmotiv begründet sich aus der Sichtweise der Normalität und Natürlichkeit der sich in der Wohnung entwickelnden Gerüche. Es wird ausdrücklich zurückgewiesen, einen Geruch in der Wohnung überdecken zu wollen, denn dieses Ankämpfen verstehen die Nicht-Verwenderinnen als Abkehr von dieser Normalität und Natürlichkeit: "Also ich denk' halt auch generell, daß es eine gewisse Lebensferne hat, also Gerüche unbedingt eliminieren zu wollen. [...] Und das ist so 'n Zug-um-Zug-Entfremden von so 'ner Art Natürlichkeit" (NV 287-290). Damit in Verbindung ist auch die Weigerung zu sehen, gezielt

gegen unliebsame Gerüche in der Wohnung vorzugehen. Mit den Lufterfrischern – so die Argumentation – gilt es nämlich nicht, einen besonders schönen Duft zu generieren, sondern vielmehr einen anderen zu bekämpfen und zu eliminieren: "Aber auch hier wieder der Aspekt: Es arbeitet gegen etwas. Also bekämpft. Es ist nicht ein allgemeiner Flower-Power, schöner Geruch, sondern es ist mehr so diese Bekämpfungssache"; "Ja, daß sie irgendwelche schlechten Gerüche bekämpfen. Also jetzt nicht so ... daß es einfach ein Raum ist und da ist 'ne Raumluft, und da soll ein Duft da entstehen, sondern es geht ganz konkret gegen etwas, d.h. gegen einen Toilettenduft" (NV 156-158, 161-163).
Einen weiteren Grund für die Nicht-Verwendung der Produkte wird in deren potentiell Scham und Peinlichkeit auslösendem Moment gesehen, denn sie können beim Besucher den Eindruck hinterlassen, daß in dieser Wohnung die Reinlichkeitsstandards nicht eingehalten werden und somit Unsauberkeit und Schlamperei herrschen: "Hat 's vorher gestunken, daß man sprühen mußte?" (NV 075, 257-258, 275-276). In diesem Zusammenhang kann schon der Anblick bzw. der Geruch der Lufterfrischerprodukte Peinlichkeit und Scham auslösen: "Könnte ich mir nicht hinstellen. Wenn ich das hinstellen würde, würde ich das noch hinter 's Rohr stellen", und "wenn man sich das jetzt so vorstellt, da kommt Besuch und man nimmt das Raumspray und fängt da an, da fühlt der sich doch noch fast beleidigt" (NV 296-297, 300-301). Zusätzlich kann eine peinlich Situation daraus resultieren, daß die Verwendung eines Lufterfrischer als konkreter Verstoß gegen eine Norm aufgefaßt wird: "Kommt er so rein und sagt: »Irgendwie BASF, so, denkst du überhaupt nicht an die Umwelt?«" (NV 081-082).
Schließlich verweisen die Lufterfrischerprodukte und die Modi ihrer Anwendung auf eine spezifische Ästhetik und auf einen bestimmten Geschmackstypus, von dem sich die Nicht-Verwenderinnen insgesamt distanzieren.

"Das paßt auch überhaupt gar nicht zu mir"

In der Gruppe der Nicht-Verwenderinnen gehören die Lufterfrischer zu einer im wesentlichen unbekannten Produktkategorie; d.h. sie sind weder aus eigenen Anwendungskontexten heraus vertraut noch kennt man sie aus sozialen Kontakten, denn aus den Aussagen im Interview läßt sich nicht herauslesen, daß Bekannte oder Verwandte solcherlei Produkte verwenden würden. Es besteht lediglich die Erinnerung, daß frühere Generationen der eigenen Familie Lufterfrischer einsetzten. In diesem Rahmen wurden auch die ersten Produkterfahrungen gesammelt: "Das kenn' ich noch von meiner Oma, wenn dieses komische Zeug nach und nach verdunstet" (NV 126-127); "Also meine Oma, die hatte früher ein spezielles, ein kleines WC gehabt. Das war auch so im Altbau, und da stand oben auf dem Regal, da stand auch immer so 'ne Spraydose. Und ich hab' irgendwie, ich war ja noch klein, ich hab' irgendwie das ausprobiert und hab' dann rumgesprüht und hab' die ganze Dose in diesem WC da leergesprüht. Und noch Tage danach roch es danach. Und ich hab' furchtbaren Ärger bekommen, weil es war unerträglich" (NV 030-034).
Schon der erste Kontakt mit den Lufterfrischern erwies sich also als eine – auch olfaktorisch – wenig erfreuliche Begegnung. Ein Erlebnis, das sich auch in der Gegenwart immer wieder einstellt und das sogar zu körperlicher Übelkeit führen kann, trifft man an öffentlichen Orten auf diese Art von Produkten: "Ich war letztes Jahr mit meinem Sohn im Krankenhaus. Und da war auch so 'n Spray mit so 'nem Zippel da dran. Und das hat wirklich schlimmer gerochen als halt das Natürliche, ja. [...] Da ist man rein und hat 'nen regelrechten Hustenanfall bekommen" (NV 291-295).

Dennoch sind öffentliche Toiletten die einzigen Orte, an denen der Einsatz von Lufterfrischerprodukten noch annähernd einen Sinn zu machen scheint, wenngleich auch hier der Geruchseindruck oft als zu stark und aufdringlich beschrieben wird: "Auf so 'ner öffentlichen Toilette oder so, laß ich mir das noch gefallen" (NV 291, 141-142); "Also mir fallen da so eher die sanitären Bereiche ein. Wo das also im öffentlichen Bereich eingesetzt wird, in Restaurants oder anderem, wo das vielleicht stark frequentiert ist, daß man da irgendwie so 'ne Reinlichkeit mit repräsentieren will"; "Ja aber dann, sogar das Handtuch und die Seife und alles riecht gleich nach diesem Zitronen- und Blütenduft und so"; "Ja, ja, und manchmal auch übertrieben, daß man also wirklich denkt »Oh, Gott«" (NV 023-028). Dies alles macht einen Einsatz der Produkte schon allein in der heimischen Toilette unvorstellbar. Somit bleibt es für die Produktablehnerinnen auch schwierig, die Anwendungsmotive der Verwenderinnen nachzuvollziehen; diese können allenfalls erahnt werden, sie bleiben jedoch in weiten Teilen unverständlich: "Ja, es wird 'ne Art Verbesserung, in welcher Art auch immer, erwünscht. Sie ist sich also klar, daß es eigentlich gar keine Verbesserung ist. Und irgendwie führen sie was im Schilde oder was vor, was also den Aufwand verdient" (NV 062-064).

Diesem Unverständnis steht jedoch ein eindeutiges Bild, eine klare Vorstellung von den Anwenderinnen und ihrer Lebenswelt gegenüber. In den entsprechenden Äußerungen tritt eine deutliche Distanzierung von dieser Gruppe und ihrem Lebensstil hervor, denn es werden zum Teil starke Abgrenzungsaussagen gegenüber den Verwenderinnen formuliert. So werden sie zunächst als "kitschig und übertrieben" charakerisiert; unverkennbar aber wird die Andersartigkeit des ästhetischen Empfindens in einer Art karikierender Beschreibung: "Ja, also ich hab' zweierlei. Entweder so 'ne ältere Oma, in 'ner Kittelschürze, deutsche Stilmöbel, die halt versucht, sämtliche Gerüche in der Wohnung ... Oder, wie sie schon sagte, irgendwie so diva-mäßig, übertrieben geschminkt, dick qualmende Zigarette und alles. Und jeder Duft ... ha, es kommt Besuch und gleich überall hingesprüht"; "Wasserstoffsuperoxidgefärbte Haare mit schwarzem Ansatz und pink und lila Plüschschlafzimmer. Und ein Pudel" (NV 41-47).
Der Gruppe der Verwenderinnen wird ein spezifischer Geschmackstypus zugeschrieben; sie eint eine bestimmte Alltagsästhetik, die jedoch fundamental anders ist als die der Gruppe der Produktablehnerinnen, denn der Inhalt dieser Aussage ist als ein unmißverständliches und distinktives »Wir sind das nicht« zu interpretieren. Zu diesem Geschmackstypus passen offensichtlich auch die Lufterfrischerprodukte, denn ausschließlich für ihn scheinen sie konzipiert zu sein: "Also als Verwender findet man das ja grundsätzlich angenehm. Da findet man auch die Düfte toll. Aber ich find' ehrlich gesagt schon diese Behälter überhaupt nicht ansprechend. Ich find' die sehen total kitschig aus. Sprechen mich überhaupt nicht an"; "Das paßt auch überhaupt gar nicht zu mir, respektive zur Wohnung. Könnte ich mir nicht hinstellen"; "Auch dieses Ding da mit dem Spray ... ich verwende so was nicht. Ich würde es nicht kaufen, da nehm' ich lieber Toilettensteine" (NV 296-299, 306-308).

Über diesen Entwurf kommt es schließlich zu einer Verortung der Verwenderinnen in einer umfassenderen sozialen Kategorie, was nochmals Anlaß zu Vermutungen über die Anwendungsmotive gibt: "Vielleicht aber auch jemand aus so einer etwas einfacheren Wohngegend, wo die Wohnungen so klein sind und so überladen. Und so überhaupt mit so vielen Leuten auf relativ kleiner Fläche, daß es nicht viel Möglichkeiten gibt, die Wohnung irgendwie frei und luftig und schön und angenehm zu gestalten. Sondern daß man da drin schläft und drin ißt und drin fernsieht, und wieder drin schläft und ißt und fernsieht, daß Gerüche eben überhaupt nicht raus gehen. Und daß man dann einen Luftduft dringend braucht ... um das überhaupt da aushalten zu können"; "Daß man da auch entfernt von der Natur ist.

Daß man sich eben dann so 'n bißchen Natur durch gute Düfte in die Wohnung holen möchte"; "Also nicht besonders reiche Leute. Daß man sich da so ein Stück Luxus ins Haus holt. Und die Verwendung von so einem Luftduft die hebt einen so ein bißchen sozial. Das ist so was Dezentes, Feines ... für die" (NV 048-058).
Angesiedelt wird die Gruppe der Verwenderinnen also in anderen sozialen Verhältnissen als denen, in den man selbst lebt; sie kommen aus einem anderen, nämlich einem sozial schwachen Milieu. Für dessen Charakterisierung werden weitere alltagsästhetische Zeichen angeführt: Kreuzworträtsel werden ausgefüllt, das 'Goldene Blatt' wird gelesen, eingekauft wird beim Drogeriediscounter Schlecker und zwar typische Produkte, wie etwa die Lufterfrischer (NV 068-069, 080). Letztere dienen dann – so die Vermutung der Nicht-Verwenderinnen – als Simulatoren und Substitute für all das, woran es in der Wohnung mangelt – Platz, frische Luft und Nähe zur Natur – und über die sich das Leben unter diesen Verhältnissen etwas angenehmer gestalten läßt. Aber auch für die Außendarstellung werden die Produkte eingesetzt, indem sie als 'Luxusgüter' fungieren, die soziales Prestige transportieren und bei den Angehörigen desselben Milieus Eindruck machen sollen. Man will "irgendwie glänzen": "Ach, bei der riecht 's aber gut". Denn schließlich erhofft man sich ja: "Der Besuch wird begeistert sein"; gegebenenfalls geht die Anerkennung und Begeisterung für den guten Duft beim Gast, der "auch so 'n Verwender von Raumduft" ist, sogar soweit, daß sie in Neid umschlägt: "Was hat sie denn heute schon wieder? Verflucht! Wo hat sie das bloß her?" (NV 064, 076-079).

Der eigene und der fremde Geruch, die frische Luft und der Gestank

Gleich wie innerhalb der Gruppe der Verwenderinnen, existiert auch bei den Ablehnerinnen der Lufterfrischer eine Taxonomie der Wohnungsgerüche, die zunächst grob nach positiven und negativen Gerüchen differenziert. Die Einteilung aller hervorbringenswerten und zu vermeidenen Düfte in diese übergeordnete Klassifizierung und den aus ihr abgeleiteten feinen Nuancierungen erfolgt aber nach ganz anderen Kriterien, denen offenbar ein anderes Ordnungsschema zugrundeliegt. Wiederum werden die nachfolgend besprochenen Geruchskategorien von den Frauen im Gespräch nicht explizit genannt, sie lassen sich jedoch aus ihren Ausführungen herauslesen.

Eine erste Klasse der Gerüche innerhalb der Wohnung bildet *der eigene Geruch* (NV 255). Er ist grundsätzlich positiv bewertet und generiert sich aus den *natürlichen Gerüchen* (NV 288-289) – nämlich den Essens- und Fäkalgerüchen, deren Entstehung eben als natürlich und normal eingestuft wird – und unter Umständen aus den *persönlichen Körperparfüms* (NV 228, 252). Letztere verbreiten sich über ihre Anwendung zur Körperbeduftung auch im Zimmer, sie können aber auch als Möglichkeit dienen, den Raum bzw. die Wohnung gezielt und dauerhaft zu beduften, ohne dazu einen Lufterfrischer verwenden zu müssen, was jedoch einer ausgeklügelten Technik bedarf: "Ja dann kann man z.B. auch das eigene Parfüm, wenn man das in der Wohnung haben will, auf den Lampenschirm. Durch die Wärme verteilt sich das dann" (NV 228-229). Der eigene Geruch speist sich demnach aus einer Sphäre, die eng um den Körper gelagert ist und in der sogar das künstliche Körperparfüm, als "persönliches" oder eben "eigenes Parfüm", dem *eigenen Geruch*, d.h. dem Selbst und somit der Identität, zugerechnet wird.

Der Klasse der eigenen Gerüche quasi diametral entgegengesetzt präsentieren sich konsequenterweise die *fremden Gerüche* (NV 105). Auch innerhalb dieser Geruchsklasse läßt

sich eine weitere Differenzierung erkennen. So zunächst die durchweg negativ beurteilten *bekämpfenden Gerüche*; eine Kategorie, die ihre Existenz ausschließlich den Lufterfrischern verdankt. (NV 156-158). Dieser bekämpfende Geruch ist vor allem dadurch gekennzeichnet, daß er unnatürlich – "chemisch" – riecht und demnach auch als "stinkend" charakterisiert wird. Er ist zwar "frisch", zugleich immer aber auch "penetrant", "eklig", "abstoßend" und "unangenehm", "aggressiv" und "vordergründig raumgreifend"; namentlich der Geruch von "Zitrone, Tanne, Flieder, Meeresbrise und Alpenwiese" (NV 085-087, 174-179). Diese Düfte will man nicht bei sich zuhause haben, sie sind, wie oben beschrieben, allenfalls noch in öffentlichen Toiletten akzeptiert[63].

Dennoch ist der fremde Geruch nicht immer gleich negativ bewertet, denn dieser Klasse wird außerdem die Kategorie der *angenehmen* oder *schönen Gerüche* zugerechnet. Auch diese positiv besetzten Düfte werden künstlich erzeugt, sie nehmen aber offenbar einen anderen Stellenwert ein als etwa die dem Selbst sehr nahe stehenden Körperparfüms und werden deshalb von diesen, und damit vom 'eigenen Geruch', unterschieden. Im Gegensatz zu den bekämpfenden Gerüchen der Lufterfrischer ist der Duft der Blumenpotpourris und Duftöle "genußfähig duftend", es sind "blumige Düfte", und zwar von der "Blumenwiese" (nicht der Alpenwiese!), aus dem "Garten", insbesondere dem "Sommergarten", dort also wo "verschiedenene Blumendüfte zusammenkommen", und zwar ebenso beschwingt komponiert und scheinbar unauffällig inszeniert wie eben in den Blumenpotpourris, die in dieser Gruppe favorisiert werden (NV 179-186).

Erstaunlich ist, daß der Geruch bestimmter Lufterfrischer im Einzelfall die Kategorie der bekämpfenden Gerüche zwar nicht gänzlich verlassen kann, aber doch in die Nähe der angnehmen Düfte rutscht. Erfüllen sie nämlich bestimmte Voraussetzungen, so erscheint ihr camouflierender Einsatz in Ausnahmefällen noch vorstellbar, denn er verspricht eine olfaktorische Erleichterung z.B. nach "Kochorgien in irgendeiner Form" oder "wenn wirklich mal was angebrannt ist" bzw. wenn es "ein Geruch ist, der sich lange in der Wohnung hält" (NV 153-154, 261). Es werden jedoch harte Kriterien an den Duft angelegt, die die in unserer Untersuchung vorgestellten Lufterfrischerprodukte nicht erfüllen. So soll er zwar die mißliebigen Gerüche vertreiben, er darf dabei aber keinen oder einen nur geringfügig wahrnehmbaren Duft verbreiten: "Ich hab 's kaum gerochen [...] aber allein das war schon angenehm"; "Ja, weil es dann also nicht irgendwie so riecht, daß man merkt, man hat was gesprüht" (NV 144-145, 152-153). Diese Angenehmheit äußert sich auch darin, daß es "ein ganz anderer Duft" ist, nämlich ein *hygienischer Geruch*: Der Geruch des hier positiv beurteilten Produktes[64] erinnert an "Zahnpasta", es riecht "eher so nach Zahnarzt", eben "hygienisch"; dies gilt auch für die mehrfach erwähnten und offensichtlich stark im Gebrauch befindlichen "Steine fürs Klo" (NV 149-151, 208, 225, 299). Diese Produkte sollen nicht den Eindruck von Sauberkeit vermitteln oder unterstützen, sondern vielmehr "Hygiene produzieren" und "wenn so was auch hält, was es verspricht, dann wär 's super" (NV 152): der Geruch drängt sich nicht in den Vordergrund der Wahrnehmung, man riecht es kaum

[63] In diesem Zusammenhang möchte ich auf eine Bemerkung des Kabarettisten Gerhard Polt verweisen, die mit größter Wahrscheinlichkeit auf einer Alltagsbeobachtung seinerseits beruht und bezogen auf die Spezifik unserer Thematik darauf verweist, daß der hier gerade noch tolerierte Toilettengeruch in einem anderen sozialen Milieu gänzliche Abneigung hervorruft und gezielt evoziert, gar als 'Distinktionspraxis' strategisch verwendet werden kann: "Vom Geruch her kann man eine Toilette so gestalten, daß sie eine Hemmschwelle für gewisse Schickerialeute wird. Wenn man keine Schickeria haben will in seinem Gasthaus, dann muß man die ordinären Pissoirkugeln reinschmeißen, weil dieser Geruch, den meidet die Schickeria" (Spiegel Spezial. Essen, Trinken und Genießen, 4/1996, S.12).

[64] Es handelt sich hierbei um das Produkt *Neutradol*, das vor allem an Orten medizinischer Tätigkeit (Arztpraxen, Krankenhäuser etc.) verwendet wird und das nicht über den normalen Einzelhandel erhältlich ist. Der Geruch dieses Produktes wurde von der Gruppe der Verwenderinnen als penetrant beutreilt: "Neutradol, penetrante Verwandtschaft, wo man froh ist, wenn sie wieder geht" (V 180).

oder am besten gar nicht und damit ist es noch am angenehmsten, weil es keinen Lufterfrischerduft im klassischen Sinn verbreitet und doch den lästigen Geruch beseitigt. Damit ist der hygienische Geruch im Grenzbereich zwischen dem bekämpfenden und dem angenehmen Geruch angesiedelt und erfährt darüber auch eine zweifache Bewertung: Er ist positiv und damit hervorbringenswert, solange er sich olfaktorisch unbesetzt präsentiert, also 'neutral' riecht. Er ist aber andererseits negativ bewertet und damit zu vermeiden, verbreitet er den Eindruck von Sauberkeit und Reinlichkeit, wie ihn die typischen Lufterfrischer über ihre speziellen Duftnoten vermitteln wollen.
Neben dem eigenen und dem fremden Geruch bildet die *frische Luft* eine eigenständige, dritte Klasse der Wohnraumgerüche. Über sie läßt sich aber nur wenig Konkretes aus den Interviewbeiträgen herauslesen. Fest steht in jedem Fall, daß die frische Luft dazu beiträgt, "die Wohnung irgendwie frei und luftig und schön und angenehm zu gestalten", wozu es unabdingbar ist, daß "man das Fenster aufmacht" bzw. "ein offenes Fenster" hat (NV 050-051, 106, 281). Die Eigenständigkeit dieser Geruchsklasse liegt darin begründet, daß die "Frischluft" im Gegensatz zur Klasse der eigenen, vor allem aber der fremden Gerüche, nach 'nichts' riecht. Damit rückt sie dem in dieser Gruppe sich immer klarer abzeichnenden Ideal der Geruchsneutralität als Geruchsnormalität im Wohnraum am nächsten und stellt zugleich die Ausgangsbasis für eine eventuelle Beduftung dar.

Eine vierte und letzte zu unterscheidende Geruchsklasse schließlich ist der *Gestank*. Ich habe bereits darauf verwiesen, daß sich in den eigenen Wohnungen der Produktablehnerinnen nur in Ausnahmefällen Gerüche entwickeln, die diese am stärksten negativ besetzte Bezeichnung verdienen ("nach Kochorgien", "wenn wirklich mal was angebrannt ist" NV 153-154, 261). Auch hat sich gezeigt, daß für die Frauen nicht ganz nachvollziehbar ist, aus welchen Gründen sich sonst in Wohnräumen Gestank, d.h. überhaupt "irgendwelche schlechten Gerüche" (NV 161), breit machen können, die dann mit Hilfe von Lufterfrischern bekämpft werden müßten (NV 062-064). Bei genauerer Betrachtung zeigt sich jedoch, daß für diese Gruppe der Gestank an Lokalitäten vor allen Dingen erst in Verbindung mit fremden Gerüchen, namentlich also dem Duft der Lufterfrischer, entsteht. Problematisch ist hier weniger der an sich schon negativ beurteilte Lufterfrischerduft, als seine Vermischung mit anderen Gerüchen – ein Aspekt übrigens, der in der Gruppe der Produktverwenderinnen nicht diskutiert wird. Solcherlei "Mischgeschichten" resultieren z.B. aus der Synthese von eigenem bzw. natürlichem Geruch (z.B. Fäkalgeruch) und fremdem Geruch (Lufterfrischer), eine Verbindung, die in unserem Beispiel aus dem "Klogeruch" einen "Klogestank" werden läßt (NV 216). Diese Erfahrung läßt sich – u.U. sogar begleitet durch eine auch körperlich spürbare Übelkeit – insbesondere außerhalb der gewohnten Lebenssphäre machen: "Ich war letztes Jahr mit meinem Sohn im Krankenhaus. Und da war auch so 'n Spray mit so 'nem Zippel da dran. Und das hat wirklich schlimmer gerochen als halt das Natürliche, ja. Wenn sich das miteinander vermischt. Da ist man rein und hat 'nen regelrechten Hustenanfall bekommen. Weil da gibt es welche, die zieh'n da dauernd dran" (NV 291-295).
Weiterhin kann es durch den Einsatz von Lufterfrischern in der Wohnung dazu kommen, daß sich deren Duft mit dem Geruch des eigenen Körperparfüms vermengt. Dies muß offenbar unter allen Umständen vermieden werden, woraus sich der oben schon angesprochene Vorschlag entwickelte, das eigene Parfüm auch zur Wohnungsbeduftung zu verwenden: "Ja, vor allen Dingen hat man dann auch in Übereinstimmung mit dem eigenen Geruch was, und nicht wieder mehrere Mischgeschichten" (NV 255-256).

"Was stimmt ist, daß der Geruch für 'ne Wohnung 'ne entscheidende Rolle spielt"

Zu klären bleibt nun noch die Frage, wie sich die so taxonomierten Gerüche in der Wohnung verteilen, d.h. an welchen Orten welche Düfte generiert werden dürfen, wo andere vermieden werden müssen oder dritte in ihrem Status verbleiben dürfen. Dabei ist zunächst festzustellen, daß eine in gleicher Weise ausdifferenzierte Geruchstopographie der Wohnung existiert wie bei den Verwenderinnen. Und zwar eine Topographie, die sich einerseits, wenn es im Interview konkret um die Lufterfischer ging, notgedrungen an den Vorgaben der Produkthersteller orientierte und eine entsprechende Zuteilung der Düfte vornahm, die aber andererseits die Wohnung auch entlang eines eigenen Entwurfs in verschiedene Geruchszonen einteilt, für die bestimmte olfaktorische Eindrücke typisch sind.
So riecht es in Bad und Toilette grundsätzlich und bekanntermaßen "natürlich", was "normal" ist. Von den Lufterfrischerprodukten kommen an diesen Orten diejenigen zum Einsatz, die frische Gerüche verbreiten, wie z.B. "Oceanfresh" bzw. allgemein "Marinedüfte", wie überhaupt alle Produkte aus den Sparten Spays und Gels – "die sind für 's Klo". In der eigenen Toilette sind sie aber keinesfalls vorstellbar, denn zur geruchlichen Abneigung kommt die optische Disqualifizierung: die Lufterfrischer sind "unansehlich", "schrecklich" und "schleimig", manche kann man nur als "Schwabbelplastiks" titulieren, andere erinnern an "Seifenschachteln", nichts also, was man als dekoratives Objekt zuhause und dort nicht einmal auf der Toilette haben möchte. Hier werden, zur offenbar doch in bestimmten Umfang notwendigen geruchlichen Einflußnahme, die Toilettensteine angewendet, die, versteckt am Rande des Beckens plaziert, bei jedem Spülvorgang den Effekt von Sauberkeit und Reinlichkeit unterstützen und dabei auch olfaktorisch eine gewisse Hygiene herstellen sollen. Sie müssen sich vom Duft der Lufterfrischer abheben, indem sie – siehe oben – ihre Arbeit nicht "vordergründig raumgreifend", sondern vielmehr kaum wahrnehmbar verrichten, d.h. "Hygiene produzieren", wobei sie nicht "chemisch" sondern allenfalls "hygienisch" riechen dürfen. Dieser besondere hygienische Geruch hat seine Berechtigung nur in Bad und Toilette, gegebenenfalls, d.h. im olfaktorischen Ausnahmezustand, noch in der Küche, in den übrigen Räumen der Wohnung aber ist er generell verpönt (NV 112, 118, 122-124, 131-132, 137-141).
Eine Geruchszone, die in der Gruppe der Verwenderinnen eine besondere Rolle für die geruchliche Ausgestaltung spielte, wird bei den Produktablehnerinnen überhaupt nicht thematisiert: der Flur. Dies ist umso bezeichnender, als der Flur jener erste Raum ist, in dem der Besuch auf den Geruch einer Wohnung aufmerksam wird.
Ganz anders präsentiert sich das Wohnzimmer, denn dieser Raum darf olfaktorisch ausgeschmückt werden. Das erste Kriterium für die Plazierung von Duftprodukten ist nun aber nicht deren Geruch, sondern die optische Erscheinung der Behälter: "Die äußere Aufmachung"; "das Aussehen"; "die Aufmachung" (NV 171). Dekorativ muß er sein und darf rein optisch nicht auf die Primärfunktion des Produktes verweisen, denn dies würde ihn einer anderen Geruchszone zuordnen. Kommt er daher "wie die ganz normalen Pilze und so" oder erinnert er an eine "Seifendose", gehört er allenfalls ins Bad, sieht er jedoch aus wie ein "Schmuckstück", ist er auch im Wohnzimmer denkbar: "Ja, die Pyramide (Produkt P5, Anm. J.R.) war wohl die dekorativste. Weil man erst gar nicht erkennt, was es ist"; "Weil von der Form her war die noch am attraktivsten. Also [...] weil das noch am weitesten entfernt ist von dem was es eigentlich bezweckt. Das könnte irgendwas sein, irgendein Schmuckstück" (NV 090-095). Dazu gehört, daß der Duftbehälter eine "edle" Form hat und aus "angenehmem Material" ist – nicht aus Plastik, sondern "ein Glasflakon" –, so wie die Blumenpotpourris, die nämlich hat man "auch zu Hause stehen, das sieht toll aus" (NV 232-235, 282-283). Insgesamt sind dies alles Anforderungen, die von den Lufterfrischern ausschließlich das Produkt P5 zu erfüllen scheint, denn es wird als einziges positiv erwähnt;

zwar gilt auch für diesen Lufterfrischer, daß man ihn "am besten gar nicht" anwendet, doch würden allein die optischen Kriterien zählen, könnte er sogar "im ganzen Haus" aufgestellt werden[65] (NV 096-100).
Erst im Anschluß an die optische Beurteilung folgt der Geruch als Zuteilungskriterium: Die im Wohnzimmer zu generierenden Gerüche orientieren sich an den Blumendüften: "Diese Blumendüfte gehören eher ins Wohnzimmer", sie sind es nämlich, die "genußfähig duften", mit denen man "was Dezentes" verbindet und die daher auch ein "bißchen mehr Stil" haben, wie eben die nur schwach duftenden Blumenpotpourris. Auf gar keinen Fall aber darf es im Wohnzimmer "chemisch", "aggressiv" oder "penetrant" riechen, weshalb der bekämpfende Geruch der traditionellen Lufterfrischer (Zitrone, Tanne, Fichte, Alpenwiese, Meeresbrise) aus diesem Raum ausgeschlossen bleibt und auch die von den Unternehmen lancierte Produktinnovation der 'Raumparfüms' mit ihrem anders positionierten Duft nicht bis hierher vordringen kann, weil auch dieser auffällig ist und bestenfalls an den hygienischen Eindruck der Toilette erinnert: "Ooh, ich kenn' das. Das riecht aber auch wie die Steine für's Klo" (NV 175-186, 208-209, 225).
Eine Sonderstellung innerhalb der olfaktorischen Wohnraumtopologie nimmt wiederum das Schlafzimmer ein. Bezüglich dieses Raumes besteht wohl die größte Analogie zwischen den beiden Interviewgruppen, denn gleich wie bei den Verwenderinnen bleibt er von geruchsmanipulierenden Aktionen weitestgehend verschont: "Ja, nee, ins Schlafzimmer nicht"; "Ins Schlafzimmer würd' ich 's auch nicht machen"; "Im Schlafzimmer würd' ich kein's hinstellen". Wiederum ist zu vermuten, daß es gesundheitliche Erwägungen sind, die die meisten Gerüche aus diesem Zimmer verbannen, denn explizit erwünscht ist hier nur die frische Luft und in jedem Falle ausgeschlossen sind fremde Gerüche: "Im Schlafzimmer möcht' ich eigentlich keinen fremden Duft haben. Gerade da, nee. Da will ich ein offenes Fenster haben". Der einzige Duft, der für diesen Raum überhaupt in Erwägung gezogen wird – über die eigenen Gerüche werden keine Aussagen gemacht –, ist eine Mischung ätherischer Öle, also eines besonders reinen und hochwertigen Duftes, der auf den Körper – mehr oder minder erwiesenermaßen – einen positiven Einfluß hat: "Höchstens was ... es gibt ja so Mischungen, die sehr beruhigend wirken, entspannend. Höchstens davon ein bißchen im Schlafzimmer" (NV 102-109).

Insgesamt läßt sich festhalten, daß die Raumluft in der Wohnung der Produktablehnerinnen gemäß der eigenen Überzeugung prinzipiell nicht riecht, jedenfalls nicht 'unangenehm'. Grundsätzlich gibt es in der Wohnung keinerlei Dünste, die überdeckt oder eliminiert werden müßten. Die Gerüche verbleiben so wie sie sind, gegebenenfalls wird gelüftet oder geputzt, in keinem Falle aber werden sie durch den Einsatz von Lufterfrischerdüften bekämpft. Somit kommt es auch zu einer Ironisierung jener olfaktorischen Wohnraumtopologie, die sich an den Lufterfrischern orientiert und die von den Produktherstellern vorgeschlagen wird: Von den Ablehnerinnen werden Räume genannt, die aus dieser Topographie herausfallen – die "Scheune", der "Keller" – bzw. es erfolgt ein genereller Ausschluß der Produkte: "Wo anwenden?" "Am besten gar nicht". "Nirgends" (NV 96-97, 121).
Geruchsprobleme in der Wohnung sind somit keine eigenen Probleme, mit denen man sich dauerhaft auseinandersetzen müßte; sie gehören vielmehr zu den nur schwerlich nachvollziehbaren Problemen anderer Personen. Dieser Personenkreis ist dadurch gekennzeichnet, daß er unter anderen Umständen, d.h. in anderen sozialen Verhältnissen lebt; zugleich verbindet ihn ein bestimmter Geschmack, eine ästhetische Position, die auch die Wertschätzung

[65] In diesem Zusammenhang zeigt sich eine Übereinstimmung mit den Ergebnissen aus unserer Analyse der quantitativen Daten: Produkt P5 gehörte auch hier zu denjenigen Produkten, die von den Ablehnern der Produktkategorie Lufterfrischer –allein aufgrund ihres optischen Eindrucks – positiv bewertet wurden.

der Lufterfrischerprodukte miteinschließt, die jedoch der eigenen ästhetischen Einschätzung quasi diametral gegenübersteht und von der man sich distanziert.
Das Hauptthema der Gruppendiskussion ist neben der Distanznahme zum Geschmack und den Gewohnheiten der Anwenderinnen die Problematisierung der Produkte. Diese Distanzierung 'auf zweiter Ebene' erfolgt zunächst in einem umfassenderen, d.h. über die eigene Lebenssphäre hinausreichenden Rahmen (Umweltgefährdung), und bezieht sich weiterhin auf den durch den Einsatz der Lufterfrischer entstehenden Geruch: Ist der Duft der Produkte an sich schon negativ bewertet, so muß eine Vermischung von Gerüchen, eine Gleichzeitigkeit von Düften in der Wohnung unbedingt vermieden werden. Dieser Zustand, der auch als 'Gestank' umschrieben wird, ist aber in spezieller Weise erst durch den 'fremden Geruch' der Produkte provoziert.
Letztlich erfolgt die ästhetische Abwertung der Lufterfrischer in jeglicher Hinsicht (Duft, Bezeichnung der Duftnoten, Modi der Anwendung, Formgebung, Farbgestaltung, Materialqualität, Preis usw.) und hat den gleichen Inhalt wie schon die umfassende Absetzung vom Geschmack und den Gewohnheiten der Verwenderinnen, nämlich die deutliche Grenzziehung, die Distinktion und Unterscheidung von einer ästhetischen Einstellung, einem Geschmack und einem Lebensstil, der nicht nur nicht der eigene ist, sondern den man als Gegenentwurf und unverrückbare Antipode zur eigenen Position auffaßt und markiert.

3.3.3 Die olfaktorische Strukturierung der Sozialstruktur – Zusammenfassung und Verortung der Ergebnisse

Den theoretischen Hintergrund unserer Untersuchung bildeten die soziologischen Theorien zur Beschreibung von sozialen Großgruppen und ihrer Gesamtstruktur. Über ihre Darstellung und Diskussion wurden *Geschmack*, *Stil*, *Distinktion* und *Konsum* als zentrale Kategorien der modernen Sozialstrukturanalyse hergeleitet, mittels derer sich die soziale bzw. kategoriale Identität von Individuen in modernen Gesellschaften herstellt bzw. ableiten und erkennen läßt. Mit der Untersuchung visueller, auditiver oder gustatorischer Gewohnheiten, Vorlieben und Abneigungen von Menschen sind bereits eine Reihe von Indikatoren in die Analyse sozialer Ungleichheit eingeführt, bei denen die ästhetische, körperlich-sinnliche Wahrnehmung eine bedeutende Rolle spielt. Die spezifischen gesellschaftlichen Formungen der ästhetischen Bewertung von Gerüchen, die unterschiedlichen Definitionen von Gestank und Wohlgeruch oder etwa die differierenden praktischen Umgangsweisen mit unliebsamen Dünsten und favorisierten Düften blieben aber bislang als Indikatoren zur Analyse sozialer Ungleichheit unberücksichtigt. Für uns stellte sich daher die Frage, ob sich auch das Olfaktorische auf den sozialstrukturellen Bedeutungsebenen von *Geschmack*, *Stil*, *Distinktion* und *Konsum* wiederfindet und damit auch ein Charakteristikum gesellschaftlicher Segmentierung ist.
Aufbauend auf diese Überlegungen generierte sich unsere Forschungshypothese. Sie geht davon aus, daß sich der Geruch auf allen vier o.g. sozialstrukturellen Bedeutungsebenen widerspiegelt, und daß sich sogar ein Zusammenwirken der Kategorien ergibt. Im Alltag, d.h. in der Selbstreflektion der Individuen und in der sozialen Wahrnehmung, spielen die Gerüche, ihre Perzeption und ihre 'Handhabung' eine soziologisch bedeutsame Rolle, indem sich auch über sie die persönliche und die soziale Identität von Individuen herstellt. Die Zugehörigkeiten zu gesellschaftlichen Geschmacksfraktionen müßten sich demnach in besonderen Formen der Wahrnehmung und der ästhetischen Bewertung sowie typischen olfaktorischen Vermeidungs- und Hervorbringungsstrategien niederschlagen. Es wird also davon ausge-

gangen, daß die riechende Sozialordnung sozialstrukturell differenziert ist, d.h. daß kulturelle Geruchsterritorien existieren. Hier unterstützen die Gerüche soziale Markierungen, Ordnungen und Systematisierungen und setzen die Koordinaten für Grenzziehungen im System der Gesellschaftstopographie, indem sie Nähe und Ferne, Intimität und Fremdheit, Achtung und Mißachtung sozial konstruieren und somit einerseits trennen, was auseinandergehalten werden muß und zugleich – nämlich als Inszenierungsmittel für Sozialraumähnlichkeiten – verbinden, was zusammengehört. In unserer empirischen Analyse galt es nun, nach einem solchen Konzept für Grenzziehungen und den daraus resultierenden gesellschaftlichen Geruchsterritorien zu suchen und diese – auf der Grundlage unserer Datenbasis – soweit als möglich zu beschreiben.

Zusammenfassung der Ergebnisse

Einen ersten deutlichen Beleg für die Existenz unterschiedlicher ästhetischer Einschätzungen von Geruchsprodukten in gesellschaftlichen Großgruppen lieferte die Analyse des quantitativen Datenmaterials. Über eine Differenzierung des Samples nach den Merkmalen Alter und Bildungshöhe bzw. Einkommen und Bildungshöhe zeigten sich Ähnlichkeiten bzw. Differenzen in der ästhetische Bewertung der Duftprodukte vor allem in Abhängigkeit von der unterschiedlichen Bildungshöhe. Zwei Gruppierungen mit sich stark ähnelnden ästhetischen Präferenzen bzw. Distanzierungen konnten ausgemacht werden, die sich als 'Geschmacksfraktionen' oder 'Geschmackssegmente' mit hoher Kohärenz nach Innen und gleichzeitig hoher Differenz nach Außen beschreiben ließen.
So konnte in unserer Auswertung einerseits unter den Gruppen mit niedrigen Bildungsabschlüssen ("Hauptschule ohne Lehre", Hauptschule mit Lehre") eine weitreichende Ähnlichkeit in der geschmacklichen Einschätzung festgestellt werden, die sich in einer positiven und wertschätzenden Haltung gegenüber den Lufterfrischerprodukten ausdrückte. Andererseits zeigte sich eine Nähe in der ästhetischen Einstellung gegenüber den Geruchsprodukten – nämlich eine stark ablehnende Position – bei den Gruppen mit hohen Bildungsabschlüssen ("Weiterführende Schule mit Abitur", "Universität/Hochschule"). In diesen beiden, sich mit relativer Deutlichkeit abzeichnenden Geschmackssegmenten kam der ästhetische Antagonismus besonders deutlich in jenen Gruppenkonstellationen zum Ausdruck, die ich als 'Segmentkerne' bezeichnet habe. Vereint sind hier jene Gruppen, die innerhalb ihres Segments die größte Deckung in der geschmacklichen Bewertung haben erkennen lassen und die in dieser Gemeinsamkeit zugleich die größte Distanz zum Kern des anderen Segments aufwiesen. Beide Kerne sind vor allem dadurch charakterisiert, daß sie ausschließlich aus Gruppen bestehen, die jeweils über die gleiche Bildungshöhe verfügen und in der Alterstufe zwischen 30 und 59 Jahren liegen. An diese, zu Zentren der ästhetischen Bewertung verdichteten Konstellationen lagern sich andere Gruppen gleicher Bildungshöhe und mit ihren dem Kern vergleichbaren, aber weniger deutlich ausgeprägten Geschmacksurteilen an.

Auf der Basis dieser Erkenntnisse erfolgte die engere Auswahl des zu analysierenden Materials aus dem qualitativen Datensatz. Von den fünf zur Verfügung stehenden Gruppeninterviews wurden jene zwei zur Untersuchung herangezogen, die die größten Kontrastierungen in den Haltungen erwarten ließen: Zum einen ein Interview mit Verwenderinnen von Lufterfrischern, und zwar solchen, die wohl in erster Linie die Klassiker der Produktkategorie (Spray und Gel) favorisierten, die aber, wie sich herausstellte, allen von der Industrie angebotenen Lufterfrischer äußerst positiv gegenüberstanden. Zum anderen das Gruppeninterview mit Frauen, die sich selbst als umfassende Ablehnerinnen und Nichtverwenderinnen

von Lufterfrischern bezeichneten. Zusammengefaßt ließen sich drei für uns bedeutsame Analyseergebnisse festhalten:
Erstens konnte die These von der Existenz unterschiedlicher gesellschaftlicher Geruchswelten anhand der Analyse der Aussagen der Frauen aus beiden Interviewgruppen bestätigt werden: Die Gerüche werden in den Geschmacksfraktionen verschieden interpretiert, sie werden anders wahrgenommen, bewertet und gehandhabt, andere Geruchsideale werden favorisiert – letztlich mit der Konsequenz, daß es in den Wohnungen auch unterschiedlich riecht.
Damit zusammenhängend konnten zweitens divergierende Geruchstheorien und Geruchspraktiken über das Material aufgedeckt und beschrieben werden. Die Geruchstheorien helfen in den Geschmacksfraktionen, Fragen zur Entstehung von Gestank, zu den Modi der Generierung von Wohlgerüchen, zur Definition von Geruchsnormalität und Geruchsneutralität zu beantworten. Besondere Bedeutung in diesen Gliederungs- und Ordnungsleistungen haben die Kataloge der Geruchstaxonomien und -topographien: Erstere identifizieren, charakterisieren und klassifizieren die bestehenden wie die potentiell generierbaren Wohnungsgerüche und ermöglichen darüber deren qualitative Einordnung und Bewertung. Letztere legen ein olfaktorisches Ordnungsraster auf die Wohnraumarchitektur, über das sie die Gerüche nicht nur lokalisieren, d.h. räumlich festschreiben, sondern zugleich Auskunft über deren Angemessenheit oder Unangemessenheit am Ort der Wahrnehmung geben. Aus den jeweiligen Geruchstheorien werden dann unterschiedliche Geruchspraktiken abgeleitet, bei denen festgelegt ist, auf welche Weise mißliebige, deplazierte Gerüche in ihrer Ausbreitung unterdrückt oder bekämpft werden dürfen respektive müssen, bzw. wie ein favorisierter Geruch generiert oder inszeniert werden kann.
Schließlich konnten drittens sowohl Formen der Distinktion wie auch der inneren Schließung der Geschmacksfraktionen über die ästhetische Einschätzung der Gerüche und der Geruchsprodukte sowie der Geruchstheorien und -praktiken ausgemacht werden. Gezielte Abgrenzungsbestrebungen zeigten sich vor allem innerhalb der Gruppe der Nicht-Verwenderinnen, die sich scharf und zum überwiegenden Teil ironisierend von den Produkten und ihren Anwenderinnen distanzierten. Diese Distanzwahrung und Distinktion geschieht über die Herstellung, die Demonstration und die Festsetzung von Geschmacksunterschieden und Geschmacksgrenzen; und es ist die Intention all dieser Bemühungen, ein "So riecht es bei uns nicht" bzw. "Das ist nichts für uns" und ein damit unmißverständlich verbundenes "Das sind wir nicht" zu paraphrasieren.
Auf der anderen Seite finden sich solche vehementen und karikierenden Distinktionsaussagen bei den Verwenderinnen der Lufterfrischerprodukte nicht. Innerhalb dieser Gruppe weiß man zwar um die Andersartigkeit und die Inkompatibilität des eigenen Geschmacks mit dem der Nicht-Verwenderinnen, der ästhetische Gegenentwurf wird aber nicht in den Mittelpunkt der Diskussion gestellt und auch nicht ins Lächerliche gezogen. Sehr viel stärker betont wird hier vielmehr die Markierung der eigenen sozialen Zugehörigkeit, insbesondere über die Schilderungen persönlicher Geruchspraktiken: Die Gruppe der Verwenderinnen identifiziert und etikettiert sich selbst schnell als einheitliche Geschmacksgemeinschaft, denn wie das Gruppengespräch zeigt, wird schon früh ein Homogenitätslevel gesucht und im späteren Interviewverlauf immer wieder betont ("Das möchten wir doch alle", "Ganz normale Leute wie wir" usw.).
Der Austausch und die Versicherung gleicher oder stark ähnlicher Geschmacksurteile, d.h. in unserem Falle von Geruchstheorien, Geruchstaxonomien, -topographien und -praktiken ermöglicht bzw. sichert die Anbindung an ein Kollektiv. Die soziale Praxis des Geruchs und die über sie ausgedrückten und intersubjektiv geteilten Ordnungsvorstellungen dienen auf dieser Ebene als Zeichen für die Zugehörigkeit zu einem gesellschaftlichen Geschmackstypus und tragen zur Entstehung und Aufrechterhaltung eines Wirgefühls, zur Konstituierung

von Wir-Haftigkeit bei. Über das individuelle Zitieren kollektiver alltagsästhetischer Schemata werden Geruchswelten geschaffen und ausgestaltet, wird in der sozialen Praxis des Alltags ein Geruchsstil praktiziert, der innerhalb eines kollektiven Territoriums, d.h. innerhalb einer Geschmacksfraktion, als typisch erachtet wird und auch sozial anerkannt bzw. sozial gefordert ist[66].

Verortung der Ergebnisse in den Theorien zur Sozialstrukturanalyse

An dieser Stelle erfolgt der letzte analytische Schritte dieser Arbeit, nämlich die Hinführung bzw. Überleitung der von uns beschriebenen Geschmacksfraktionen und Geruchsstile in übergeordnete gesellschaftliche Geruchsmilieus. Es ist der Versuch einer Verknüpfung und einer detaillierteren Verortung unserer Ergebnisse in Bezug auf die Lebensstiltheorien und Milieubeschreibungen von Gerhard Schulze und Pierre Bourdieu, und damit ein Rückbezug auf die beiden für unsere Untersuchung in theoretischer Hinsicht bedeutsamen Modelle sozialer Stratifizierung.

Bereits auf unserer Suche nach einer Fährte des Geruchs in den Theorien zur Sozialstrukturanalyse habe ich auf Schulzes häufige Erwähnung der Gerüche in seiner Beschreibung des Harmoniemilieus hingewiesen. Dieses gesellschaftliche Großsegment ist für ihn vor allem dadurch gekennzeichnet, daß zu seinen wesentlichen Grundbestrebungen die Suche nach Gemütlichkeit, Geborgenheit und Harmonie gehört. Sie findet ihren Ausdruck in einer Tendenz zum Rückzug in die eigenen vier Wände und in einer dortigen Verengung und Verdichtung der Wohnatmosphäre, die sich vor allem in der Anfüllung und Überhäufung des Wohnraums mit Objekten, durch "ein Gedränge rundlicher und verzierter Möbel und eine Anhäufung von Polstern, Kissen, Decken, Stofftieren usw.", bemerkbar macht[67]. Bei dieser Besetzung des Innenraums in Form einer "Überlagerung ästhetischer Materialschichten" mißt Schulze auch den Gerüchen eine Bedeutung bei, denn "Geborgenheit braucht Stallgeruch", woraus folgt, daß aus dem "heterogenen Materiallager der Gemütlichkeit" u.a. "eine unverkennbare Wolke von Stallgeruch" erzeugt wird. Ganz konkret hilft also der Geruch, den Raum zu besetzen und zu füllen: In einer Kristallvase stehen Papierblumen, sie füllen den Luftraum über dem Tischchen in seiner untersten Schicht; darüber hängt eine an der Zimmerdecke befestigte Blumenampel[68]; die dazwischen liegende Raumluft, so können wir hinzufügen, ist aus einem "miefigen" Konglomerat aus Düften zusammengesetzt, zu dem auch die Lufterfrischer ihren Beitrag leisten.
Stellt man unsere Analyseergebnisse direkt den Daten Schulzes gegenüber, so zeigt sich, daß die von uns als Verwenderinnen von Lufterfrischerprodukten identifizierten Frauen bzw. diejenigen, die diese Produkte favorisieren, tatsächlich in erster Linie im Harmoniemilieu zu verorten sind. Dies belegen – wie aus den beiden untenstehenden Schaubildern ersichtlich – zunächst die Daten zur *Altersstufe* (ältere Personen, jenseits der 40) und zur *Bildungshöhe* (niedrige Schulbildung):

[66] Auf diesen wichtigen Aspekt werde ich am Ende der Arbeit (Kapitel X) nochmals zu sprechen kommen.
[67] Schulze, 1992, S.318.
[68] Vgl. Schulze, 1992, S.293.

Bildungshöhe

	E	**F**	**N**	**O**	**P**	Universität/ Hochschule Weiterführende Schule mit Abitur
	C	**D**	**K**	**L**	**M**	Weiterführende Schule ohne Abitur
	A	**B**	**G**	**H**	**I**	Hauptschule mit Lehre Hauptschule ohne Lehre
Altersstufe	20-29	30-39	40-49	50-59	60-69	

Abbildung 1: Lokalisierung des ersten Geschmackssegments in den nach den Merkmalen Alter und Bildungshöhe differenzierten Gruppen.

Bildungshöhe

	Selbstverwirk-lichungsmilieu		**Niveaumilieu**			höhere Bildungsabschlüsse
			Integrationsmilieu			mittlere Bildungsabschlüsse
	Unterhaltungs-milieu		**Harmoniemilieu**			niedere Bildungsabschlüsse
Altersstufe	20-29	30-39	40-49	50-59	60-69	

Abbildung 2: Vereinfachtes Milieumodell der Erlebnisgesellschaft (nach: Schulze, 1992, S.279)

Parallelitäten zeigen sich aber auch in anderen sozio-demographischen Merkmalen, wie der *Stellung im Beruf* und dem *Familienzyklus* (Familienstand, Haushaltszusammensetzung, Anzahl der Kinder). Schulze verweist darauf, daß die Selbstzurechnung zur Arbeiter- oder Unterschicht in diesem Milieu besonders häufig ist und daß damit zusammenhängend eher niedrigere Positionen in der Berufsstellung besetzt sind; weiterhin ist ein hoher Anteil an Rentnern und Hausfrauen zu verzeichnen[69]. Diese Charakterisierung wird durch unsere Daten gestützt: Der Anteil derjenigen Frauen, die sich selbst als Arbeiterinnen bezeichneten,

[69] Vgl. Schulze, 1992, S.300.

fällt in dieser Personengruppe vergleichsweise hoch aus (6%), zugleich sind hier die meisten Rentner (19%) und Hausfrauen (33%) zu finden[70]. Zieht man nun als Merkmal zur weiteren Differenzierung und näheren Beschreibung die *Präferenzen im Medienkonsum* heran, so vervollständigt sich das Bild. Bei diesen alltagsästhetischen Wahlen konstatiert Schulze für das Harmoniemilieu eine Vorliebe für Heimatfilme, Fernsehquizsendungen, Familienserien, Volkstheater- und Volksmusiksendungen sowie für Illustrierte wie das Goldene Blatt, Frau im Spiegel usw. Diese Vorlieben lassen sich in unserem Material wiederfinden: Heimatfilme (31%), Volkstheater- (36%) und Volksmusiksendungen (31%) sowie große Unterhaltungssendungen (41%) und Seifenopern (12%) haben hier ihre treuesten Seherinnen, ebenso werden – im Vergleich zu den Gruppen gleichen Alters – deutsche Familienserien (34%), Gameshows (18%) und Comedy-Serien (16%) stark favorisiert; zu den präferierten Frauen-Zeitschriften gehören Bild der Frau und Tina (beide 14%)[71].

Eine starke Affinität der Situation und der Haltungen sieht Schulze zwischen dem Harmoniemilieu und dem Unterhaltungsmilieu, das sozusagen die jüngere Ausgabe des ersteren darstellt (jüngere Personen, unter 40 Jahren; niedriger Schulabschluß). Vor allem die Tatsache, daß Elemente der traditionellen Unterschichtkultur von der Elterngeneration übernommen werden und daß beide Milieus oft in denselben Haushalten anzutreffen sind, ist für diese Verwandtschaft ausschlaggebend. Deshalb habe ich bereits im Vorfeld unserer Datenanalyse die Vermutung geäußert, daß auch in der ästhetischen Einschätzung und im praktischen Umgang mit den Gerüchen Parallelen zwischen diesen beiden Milieus existieren[72], was schließlich durch das Material bestätigt wurde. Daß dieser zweite Personenkreis, der die Lufterfrischerprodukte positiv einschätzt und diese zu Hause verwendet, tatsächlich in dem von Schulze beschriebenen Unterhaltungsmilieu zu lokalisieren ist, belegen neben den einfachen Standardvariablen *Alterstufe* und *Bildungshöhe* wiederum unterstützend die Angaben zur *Stellung im Beruf*, zum *Familienzyklus* und zu den *Präferenzen im Medienkonsum.* So ist für Schulze hier, ebenso wie im Harmoniemilieu, ein niedriger beruflicher Status kennzeichnend, weiterhin besteht eine starke Tendenz zur Familienbildung: die Personen sind überwiegend verheiratet, haben Kinder und der Anteil an Hausfrauen ist hoch[73].
Unsere Daten weisen in die gleiche Richtung: Der Anteil an Arbeiterinnen ist in diesen Gruppen am höchsten (8%), ebenso derjenige an arbeitslosen Frauen (5%). Vergleicht man die Angaben mit denen der Gruppen aus der gleichen Alterstufe, jedoch anderer Bildungshöhe, so findet sich hier der höchste Anteil an Verheiratenen (56%), an Hausfrauen (34%) und an Haushalten mit Kind (56%; mit 6% höchster Anteil an Haushalten mit drei und mehr Kindern)[74]. Bezüglich der Medienpräferenzen kommt in diesem Milieu das charakteristische Genußschema Action besonders zum tragen, denn nach Schulzes Erhebung gehören amerikanische Krimiserien und Science-Fiction-Filme zu den favorisierten Fernsehgattungen. Diese Vorlieben lassen sich auch anhand unserer Daten nachweisen: An erster Stelle rangieren die Krimiserien (51%), gefolgt von Actionfilmen (46%), deutschen Familienserien (37%), Comedy-Serien (36%), Science-Fiction-Filmen (33%) und Horrorfilmen (26%). Zieht man wiederum einen direkten Vergleich zu den Gruppen mit gleicher Alterstufe, so haben im Unterhaltungsmilieu die großen Unterhaltungssendungen (27%), der Heimatfilm (22%), das Volkstheater (15%) und die Volksmusiksendungen (8%) die meisten Zuschauerinnen. In diesen ästhetischen Wahlen zeigt sich erneut die 'Macht des Vorbildmilieus', ebenso wie bei

[70] Vgl. Anhang C.3, Tabelle 3.1.
[71] Vgl. Anhang C.3, Tabelle 3.5 und 3.6.
[72] Vgl. Kapitel IX.2.1.
[73] Vgl. Schulze, 1992, S.330.
[74] Vgl. Anhang C.3, Tabelle 3.2 bis 3.4.

der Wahl der Frauenzeitschriften, denn gleich wie im Harmoniemilieu werden die Illustrierten Bild der Frau (14%) und Tina (17%) favorisiert[75].

Es läßt sich also festhalten, daß die Lufterfrischerprodukte ihre größte ästhetische Wertschätzung im Harmonie- und Unterhaltunsmilieu finden. Beides sind gesellschaftliche Großgruppen, die Schulze in enge Beziehung zur Arbeiter- bzw. Unterschicht bringt, die er sogar mit diesen gleichsetzt und als deren typische und für uns bedeutsame alltagsästhetische Zeichen er einen Hang zum Praktischen, zum Saubermachen und Aufräumen der Wohnung und insgesamt zum In-Ordnung-Bringen und In-Ordnung-Halten der Sachen beschreibt[76]. Ähnliche Aussagen machte schon Bourdieu zum Habitus der Arbeiterklasse, bei dem er ebenfalls von einem praktischen Ethos spricht, der sich in diesem Milieu u.a. im Konsum praktischer Güter realisiert, bei deren Auswahl in erster Linie die Kriterien der Zweckmäßigkeit, der Funktionalität und der Ergiebigkeit angelegt werden. Bestimmend für die Selektion der Konsumgüter ist weiterhin ein ästhetisches Empfinden, das Bourdieu als populären oder als barbarischen Massengeschmack bezeichnet: Dieser kennt keine feinen Ästhetisierungen und liegt fern von jeglicher Exotik und Extravaganz, was dazu führt, daß Nippes, bunter Kitsch und billiger Ersatz für Luxusgüter zu den beliebten Konsumobjekten gehören, von denen man sich erhofft, daß man mit geringem Einsatz größten Eindruck machen wird[77].
Auf diese praktischen Anforderungen und ästhetischen Erfordernisse sind die von mir auf ihrer geschmacklichen Einschätzung hin untersuchten Lufterfrischerprodukte zugeschnitten. Insbesondere die Klassiker der Produktkategorie, wie sie schon seit den 60er Jahren auf dem deutschen Markt angeboten werden und seither nur geringfügige Veränderungen erfuhren, aber auch die Produktinnovationen, mit denen sich die Hersteller erhoffen, neue Käuferschichten zu erschließen, befriedigen in ihrer gesamten Erscheinungsweise (optische Ausgestaltung, Namensgebung, Preisgefüge, Konsumkontext, Einsatzmodus) offenbar die oben geschilderten Bedürfnisse der traditionellen Käuferschaft[78].
Dies trifft natürlich auch und in besonderer Weise auf den von diesen Produkten verbreiteten Duft und den durch ihre Anwendung in der Wohnung evozierten Geruchseindruck zu. Diesbezüglich hat die Analyse der Daten gezeigt, daß die Verwenderinnen solcher Produkte die aus ihren Lebensgewohnheiten und -umständen resultierenden olfaktorischen Verhältnisse in ihrer Wohnung grundsätzlich negativ einstufen und eine praktikable Vorgehensweise beim Management des olfaktorischen status quo im Einsatz der Lufterfrischerprodukte sehen. Zu den zu bekämpfenden Geruchsquellen zählen der Zigarettenrauch, die Essensgerüche, die Ausscheidungen und Ausdünstungen der Körper sowie die von außen in die Wohnung eindringenden Gerüche, vor allem der Nachbarn und des Verkehrs. Diese allesamt als 'Gestank' empfundenen und titulierten Dünste werden einerseits als normaler Ausdruck und stabile Gegebenheit der gewohnten Lebensumstände begriffen, an denen sich wenig, in der Regel gar nichts ändern läßt, es besteht aber zugleich das Bedürfnis bzw. die Notwendigkeit, sie durch einen idealisierten Duft zu maskieren.
Die Anforderungen an einen solchen camouflierenden Geruch sind deshalb von besonderer Qualität: seine Überdeckungskraft, d.h. seine Intensität und Verweildauer müssen ebenso anspruchsvollen Kriterien genügen wie die Ergiebigkeit des Produktes. Zum Überdecken der mißliebigen Gerüche kommen 'frische' Düfte zum Einsatz – kräftig, solide, funktional

[75] Vgl. Anhang C.3, Tabelle 3.5 und 3.6.
[76] Vgl. Schulze, 1992, S.297-300, 327-330.
[77] Vgl. Bourdieu, 1987, S.549f.
[78] Einen Beleg für die gezielte Ausrichtung der Produktgestaltung am ästhetischen Empfinden der Konsumenten fand ich in einem firmeninternen Papier, in dem die Merkmale und Vorteile der Produkte Spray und Gel vorgestellt wurden. Bezüglich der Verpackungsgestaltung hieß es hier, sie entspräche dem "Harmoniebedürfnis" der Konsumenten, was die Produktakzeptanz verstärke.

und einfach strukturiert, verweisen sie auf eine Ästhetik des volkstümlichen Geruchs: Zitrone, Fichten- und Tannennadeln, die Blumen der Alpenwiese, die Frische aus dem Wald und die Brise vom Meer, dies alles sind vertraute, 'leicht nachvollziehbare' Gerüche aus der nahen bzw. der noch in erreichbarer Nähe liegenden Umgebung. Die simplifizierende Nachahmung, die Substitution, Symbolisierung und formalisierte Idealisierung der Natur kann zu Hause, über die Produkte, umfassend und permanent realisiert werden. Dabei überdeckt der an diesem besonderen Entwurf einer verharmlosten Natur orientierte, künstliche Phantasiegeruch einer Massenware alles Bedrohliche und Bedrückende, nämlich die eigene olfaktorische 'Natürlichkeit' und 'Normalität', und vermittelt, indem er ein ganz spezifisches Ordnungsprinzip durchzusetzen hilft, auf olfaktorischer Ebene, eine heile, saubere, überschaubare, aufgeräumte und intakte Welt, in der dann für eine kurze Zeit das romantische Ideal von Harmonie und Geborgenheit sehr nahe rückt.
Flankierend zu diesen maskierenden, frischen und funktionalen Gerüchen kommen die sogenannten 'angenehmen' Lufterfrischerdüfte zur Anwendung. Ihr Einsatz dient nicht in erster Linie der Geruchscamouflage als vielmehr schmückenden, d.h. repräsentativen Zwecken. Ihre hauptsächlichen Einsatzorte sind deshalb der Flur und das Wohnzimmer, wo sie wiederum eine Atmosphäre der Harmonie und Gemütlichkeit unterstützen und damit auch soziale Bedürfnisse befriedigen: Hier wird der Besuch willkommen geheißen, hier empfängt er die ersten Gesten der Gastlichkeit, hier soll er sich schließlich wohl fühlen und weiterhin sind dies offensichtlich die Räumlichkeiten, in denen er auch beeindruckt werden kann. Der Duft bzw. der Duftbehälter soll dem Besucher, d.h. in der Regel Angehörigen des gleichen Milieus, auffallen, er soll Eindruck machen und unter Umständen sogar Neid erzeugen. Deshalb ist die Konzeptualisierung dieser Produkte darauf angelegt, eine gewisse Nähe oder Verwandtschaft zu Körperparfüms herzustellen. Die Imitate der Hochkultur bleiben aber in selbstgewählter Distanz zum noblen Vorbild, denn die Gestaltung der Umverpackung und des Duftbehälters, das Preisgefüge und der Konsumkontext, die Namensgebung und nicht zuletzt der olfaktorische Eindruck lassen die Verbindung zum exklusiven Parfüm nie zu eng werden, sondern unterstreichen vielmehr den Charakter kitschiger Ersatzgüter.
Es läßt sich resümieren, daß die Wohnungen der im Arbeitermilieu zu lokalisierenden Verwenderinnen von Lufterfrischern offenbar niemals 'geruchlos' sind: Ständig werden Gerüche durch schwerlich änderbare, letztlich milieuspezifische Gewohnheiten und Vorlieben selbst produziert (starker Zigarettenkonsum, Zubereitung deftiger Gerichte) oder dringen von außen in die Wohnung ein und müssen bekämpft werden. Hierzu reichen die Techniken des Lüftens und Putzens niemals aus; sie können sich im Gegenteil sogar als kontraproduktiv für das körperliche Wohlbefinden erweisen und werden – streng reglementiert – allenfalls unterstützend eingesetzt. Als angemessen, selbstverständlich, notwendig, und letztendlich 'normal' erscheint deshalb die geruchscamouflierende Anwendung der Lufterfrischerprodukte: Ihr Duft mischt sich in das bestehende Konglomerat der Gerüche, dominiert dieses temporär und wird dann – wie alle anderen als normal und zur Lebenswelt dazugehörig empfundenen Gerüche – permanent wiedererzeugt, womit er in entscheidender Weise dazu beiträgt, die für diese Milieus typische, "unverkennbare Wolke von Stallgeruch" zu generieren.

Versucht man nun die Geschmacksfraktion der Produktablehnerinnen in den Milieutheorien Schulzes und Bourdieus zu verorten, so ergibt sich ein vergleichbar eindeutiges Bild. Ebenso wie bei den Gruppen der Verwenderinnen übergreift der Segmentkern zwei Milieus, die nach Schulze in ihren ästhetischen Einstellungen und ihrer Lebenssituation starke Affinitäten zueinander aufweisen. Werden als grundlegende Eckdaten wiederum die Merkmale *Alter* und *Bildungshöhe* aus unserer Untersuchung mit denen der Milieus aus der 'Erlebnisgesellschaft' verglichen, so zeigt sich, daß die Frauen mit zurückhaltender bzw. stark abweisender Einstellung gegenüber den Lufterfrischern überwiegend aus dem Niveaumilieu (Personen

jenseits der 40 mit höherer Bildung) bzw. dem Selbstverwirklichungsmilieu (Personen unter 40 Jahren mit mittlerer und hoher Bildung) entstammen:

Bildungshöhe

	E	**F**	**N**	**O**	**P**	Universität/ Hochschule Weiterführende Schule mit Abitur
	C	**D**	**K**	**L**	**M**	Weiterführende Schule ohne Abitur
	A	**B**	**G**	**H**	**I**	Hauptschule mit Lehre Hauptschule ohne Lehre
Altersstufe	20-29	30-39	40-49	50-59	60-69	

Abbildung 3: Lokalisierung des zweiten Geschmackssegments in den nach den Merkmalen Alter und Bildungshöhe differenzierten Gruppen.

Bildungshöhe

	Selbstverwirk-lichungsmilieu		**Niveaumilieu**			höhere Bildungsabschlüsse
			Integrationsmilieu			mittlere Bildungsabschlüsse
	Unterhaltungs-milieu		**Harmoniemilieu**			niedere Bildungsabschlüsse
Altersstufe	20-29	30-39	40-49	50-59	60-69	

Abbildung 4: Vereinfachtes Milieumodell der Erlebnisgesellschaft (nach: Schulze, 1992, S.279)

Dieser Eindruck verfestigt sich, werden mit der *Stellung im Beruf* und dem *Familienzyklus* weitere sozio-demographischen Merkmale herangezogen: Als typisch für die Existenzform des Niveaumilieus erachtet Schulze die Besetzung gehobener Berufspositionen bzw. hoher Positionen in der Hierarchie am Arbeitsplatz sowie einen geringen Prozentsatz an Hausfrauen[79]. All diese Charakterisierungen werden durch unsere Daten bestätigt: Die Leiter und Inhaber großer Unternehmen bzw. die freiberuflich Tätigen rekrutieren sich in erster Linie aus diesen Reihen (4%), ebenso wie die kleinen und mittleren Selbständigen und die leitenden

[79] Vgl. Schulze, 1992, S.289-291.

Angestellten (beide 6%). Weiterhin zeigen auch unsere Daten, daß in diesem Milieu der Anteil von Hausfrauen und Rentnerinnen – verglichen mit den Milieus gleicher Alterstufe – mit 20% bzw. 13% am geringsten ausfällt[80]. Wirft man außerdem einen Blick auf die Präferenzen im Medienkonsum, so zeigen sich weitere Parallelen zwischen Schulzes Daten und unserem Material: Folgt man Schulze, so sind die Fernsehgewohnheiten des Niveaumilieus durch eine intellektuelle Orientierung gekennzeichnet, was sich vor allem in einer Ablehnung trivialer und actiongeladener Inhalte bemerkbar macht. Diese Distanzierungen zeigen sich auch bei den Befragten unserer Untersuchung: 83% der diesem Milieu zurechenbaren Frauen lehnen Seifenopern ab, 79% Heimatfilme, 71% deutsche Familienserien, 61% Liebesfilme, was im Vergleich zu allen anderen Milieus jeweils die höchsten Ablehnungswerte sind. Demgegenüber erfuhren die Nachrichtensendungen bei diesen Frauen die wenigsten negativen Beurteilungen (4%). Zieht man zum Vergleich dieser alltagsästhetischen Wahlen nur die Milieus gleicher Altersstufe heran, so schneiden beim Niveaumilieu die Gameshows (80%), die großen Unterhaltungssendungen (66%) und der Sport (65%) am schlechtesten ab[81]. Bezüglich der konsumierten bzw. favorisierten Frauenzeitschriften erhielten Brigitte (38%) und Elle (8%) positive Wertungen[82].

Eine gewisse Deckung in der ästhetischen Haltung konstatiert Schulze zwischen dem Niveaumilieu und dem Selbstverwirklichungsmilieu, in dem die jüngeren Personen (unter 40 Jahre) mit mittlerer und höherer Schulbildung beheimatet sind. Zwar ist die Verwandtschaft hier weniger eng als die zwischen den Milieus der Arbeiterschicht, entscheidend ist jedoch, daß beide Milieus den traditionellen Stiltypus des Bildungsbürgertums zitieren und zusammen in die hochkulturelle Richtung tendieren, wobei die Distanz zum Triviallschema im Selbstverwirklichungsmilieu noch stärker ausgeprägt ist als im Niveaumilieu. Zieht man unsere Ergebnisse heran, so zeigt sich, daß der überwiegende Teil jener Gruppen, die allein aufgrund ihrer Alters-/Bildungskonstellation dem Selbstverwirklichungsmilieu zuzurechnen sind, den getesteten Produkten abweisend gegenüberstehen. Ob diese Frauen aus unserer Untersuchung tatsächlich im Selbstverwirklichungsmilieu zu verorten sind, soll die Betrachtung und der Vergleich weiterer Indikatoren aufzeigen. Die übergreifende soziale Situation dieses Milieus ist gemäß Schulze durch einen hohen Anteil von ledigen Personen und von Personen in Ausbildung gekennzeichnet, ebenso wie durch eine Dominanz mittlerer Statusgruppen[83].

Eine vergleichende Analyse unseres Samples erbrachte in die gleiche Richtung weisende Daten: 34% der Frauen leben in Ein-Personen-Haushalten; 42% gaben an, sich in Ausbildung zu befinden; 4% zählen sich zu den Inhabern bzw. Leiterinnen großer Unternehmen bzw. zu den Freiberuflern, was jeweils die höchsten Anteile in den von uns gebildeten Gruppen darstellt. Weiterhin findet sich unter diesen Befragten der geringste Anteil von Hausfrauen (9%) und auch der geringste Anteil von Frauen mit Kindern (21%)[84]. Bezüglich des Medienkonsums des Selbstverwirklichungsmilieus fällt Schulze dessen umfassende Distanz zum Fernsehen auf, was durch unserer Daten bestätigt wird: neben den stark favorisierten Nachrichtensendungen (80%) werden lediglich Satirefilme (54%) und Musikfilme (69%) häufig und gerne gesehen. Bei den meisten anderen Fernsehgattungen aber macht sich der nach Schulze für dieses Milieu typische antikonventionelle und antibarbarische Gestus bemerkbar, denn all jene Sendungen und Sendeformen, die im Harmonie- und Unterhaltungsmilieu präferiert werden, erfahren eine deutliche Zurückweisung: die Volksmusik (95%), das Volkstheater (88%), Gameshows (83%), große Unterhaltungssendungen (72%)

[80] Vgl. Anhang C.3, Tabelle 3.1.
[81] Vgl. Anhang C.3, Tabelle 3.7.
[82] Vgl. Anhang C.3, Tabelle 3.5.
[83] Vgl. Schulze 1992, S.312-321.
[84] Vgl. Anhang C.3, Tabelle 3.1 bis 3.4.

und deutsche Familienserien (71%) haben hier ihre stärksten Ablehnerinnen; desweiteren unbeliebt sind auch Horrorfilme (78%), Science-Fiction-Filme (57%), Actionfilme (56%) und Comedy-Serien (55%). In der Beliebtheitsskala der Frauenzeitschriften rangiert Brigitte (39%) vor Cosmopolitan (15%) und Elle (10%)[85].

Faßt man auch diese Ergebnisse zusammen, so wird deutlich, daß die Nicht-Verwenderinnen von Lufterfrischerprodukten in erster Linie aus dem Selbstverwirklichungsmilieu und dem Niveaumilieu stammen. Trotz einiger Differenzen in Details der Wahl alltagsästhetischer Zeichen überwiegen in diesen beiden Milieus die Gemeinsamkeiten: Was sie miteinander verbindet, ist eine übergeordnete Tendenz in die hochkulturelle Richtung, die sich vor allem in einer Distanz zum Trivialschema des Harmonie- und Unterhaltungsmilieus bemerkbar macht. Antibarbarischer Ekel, Abgrenzung gegen das Gemeine, Unentwickelte und Vulgäre, eine "traditionelle Verachtung von Kitsch" und die Ablehnung von 'praktischen' Gütern sind Akzente, denen auf der anderen Seite ein "Ideal der Perfektion" und der Wunsch nach einer "Perfektionierung der Ästhetik" gegenübersteht, die sich in einem Streben nach Kompetenz, Virtuosität, Selbstkontrolle, Kontemplation, Kultiviertheit und insgesamt nach einem "Gefühl von Kontrolle und Sicherheit" äußert[86].
Fast deckungsgleich sind die Charakterisierungen, die sich schon in Bourdieus Beschreibung des Habitus der Bourgeoisie finden. Hier verfügt das Besitz- und Bildungsbürgertum über einen legitimen, reinen und sicheren Geschmack, der unvereinbar ist mit jeglichem Trivialen, Vulgären, Leichten und Oberflächlichen. Kennzeichnend für die kulturelle Oberschicht ist ein Streben nach stilistischer Exklusivität, das sich vor allem durch die Verfolgung, die Aneignung und das Aufzeigen eines Luxusgeschmacks bemerkbar macht, der sich grundlegend vom populären bzw. barbarischen Massengeschmack der anderen sozialen Großgruppen unterscheidet und sich u.a. in der sicheren und stilgerechten Beurteilung und Selektion von Angeboten der Kultur- und Konsumgüterindustrie manifestiert. Hierbei ist es von Bedeutung, nicht unkritisch auf grobe sinnliche Reize zu reagieren, sondern über den 'reinen Blick', d.h. das 'richtige Auge' aber auch über ein 'empfindliches Ohr' und einen 'geschulten Gaumen' zu verfügen und nicht zuletzt – so zeigte unsere Untersuchung – eine 'feine Nase' zu beweisen[87].
Insbesondere der 'reine Blick' und die 'feine Nase' sind für die unmittelbare ästhetische Abwertung und die umfassende Zurückweisung der Lufterfrischerprodukte entscheidend: Die Frauen folgen ihrem Geschmack und beschreiben die Produkte nicht nur als kitschig, sondern disqualifizieren sie gänzlich, indem sie sie als "grauenhaft", "unerträglich", "geschmacklos", "abstoßend" und "unnötig" etikettieren. Alle diesbezüglichen Aussagen lassen deutlich werden, daß diese Konsumgüter objektiv nicht der eigenen sozialen Position zugeordnet werden können, sie harmonieren optisch und olfaktorisch nicht mit der übrigen Güterausstattung, d.h. sie passen nicht zum eigenen Stil und Image, sondern gehören zu einer ästhetischen Einstellung, einem Geschmack und einem Lebensstil, von dem man sich vehement distanziert.
Weiterhin hat unsere Untersuchung gezeigt, daß die grundlegende Intention dieser Produkte, nämlich die Camouflage bzw. die Bekämpfung mißliebiger Gerüche, zur negativen Beurteilung beiträgt: der Anblick bzw. der Geruch der Lufterfrischer verweist auf einen zu überdeckenden Gestank, auf Geruchsprobleme und damit auf einen nicht-souveränen Umgang mit dem Olfaktorischen, was beim Besucher Peinlichkeit und beim Gastgeber Scham auslösen würde. Grundsätzlich aber gehen die Angehörigen dieser Milieus davon aus, daß es bei ihnen in der Wohnung nicht riecht – auf jeden Fall nicht unangenehm –, sondern daß

[85] Vgl. Anhang C.3, Tabelle 3.5 bis 3.7.
[86] Schulze, 1992, S.287f, 317f.
[87] Vgl. Bourdieu, 1987, S.62ff., 442ff.

die Gerüche, so wie sie sich präsentieren, natürlich, normal und keine Notwendigkeit zu ihrer Bekämpfung besteht.
Ein echter 'Gestank', also ein Geruch, den man auf keinen Fall in der Wohnung haben möchte, entwickelt sich im Alltag nur in Ausnahmefällen und ist auch durch konventionelles Lüften und Putzen zu beseitigen; generell aber entsteht er erst durch den Einsatz der Lufterfrischer, deren "penetranter", "ekliger", "abstoßender", "unangenehmer", "aggressiver" und "chemischer" Duft sich mit den bestehenden Geruchsverhältnissen mischt. Anders als in den Wohnungen der Unterschicht, in denen ein dauerhaftes olfaktorisches Durcheinander herrscht, muß hier eine Vermischung unterschiedlicher Gerüche unterbunden werden: angestrebt wird über die gezielte Auswahl und den definierten Einsatz von Duftstoffen eine subtile Aufgliederung und feine Ordnung der Düfte. So sind "fremde Gerüche" in der Wohnung auch nur dort erlaubt, wo sie einerseits die Herstellung von Sauberkeit und Reinlichkeit "dezent" unterstützen, wie etwa der "hygienische" Geruch von Putzmitteln und Toilettensteinen in Bad und WC, und andererseits dort, wo sie als "schöne" und "angenehme" Düfte – z.B. des eigenen Körperparfüms, von ausgesuchten Blumenpotpourris und speziellen Duftölen – kaum merklich den Wohnraum schmücken helfen.

Schließlich konnten aufgrund der Analyse der quantitativen Daten den verbleibenden mittleren Bildungslagen weder ein eigener noch ein einheitlicher Geschmackstypus zugeschrieben werden. Aufgrund ihrer Alters-/Bildungskonstellation (Personen über 40 Jahre, Weiterführende Schule ohne Abitur) lassen sich diese Gruppen im Integrationsmilieu Schulzes bzw. im Kleinbürgertum Bourdieus verorten. Beide Theoretiker beschreiben dieses Milieu als geschmacklichen Mischtyp und bescheinigen ihm eine Mittelposition zwischen dem hochkulturellen Lebensstil der Bourgeoisie respektive des Niveaumilieus und dem trivialästhetischen Stiltypus des Arbeitermilieus. Diese Vagheit und Unbestimmtheit in der ästhetischen Einschätzung machte sich auch im Ergebnis unserer Untersuchung bemerkbar, das sich weder eine Präferenz noch eine Distanzierung zu den getesteten Lufterfrischerprodukten erkennen ließ. Für die Zuweisung der Gruppen in dieses Durchschnittsmilieu spricht neben den Merkmalen Alter und Bildungshöhe auch der von Schulze genannte hohe Hausfrauenanteil (29%) und die stark vertretenen mittleren Positionen in der Berufshierarchie (43% Angestellte). Weiterhin bestätigten unsere Daten die ebenfalls von Schulze beschriebene intellektuelle Orientierung im Fernsehkonsum: Eindeutig sind die Präferenzen für Nachrichtensendungen (84%), Ratgebersendungen (72%), Talkshows (52%) und ebenso deutlich ist die Ablehnung von trivial- und actiongeladenen Angeboten wie Horrorfilme (85%), Science-Fiction-Filme (71%), Comedy-Serien (68%) und Actionfilme (61%); alle anderen verwertbaren Angaben liegen zwischen den Extremausprägungen der oben beschriebenen Milieus und lassen keine weitreichenderen Aussagen über eine spezifische ästhetische Position oder einen eigenen Stiltypus zu[88].
Dies gilt aber nur für die älteren Gruppen mit mittleren Bildungsabschlüssen (K, L, M). Die beiden jüngeren Gruppen (C und D), die ich bis zu diesem Punkt der Argumentation, Schulzes Modell folgend, dem Selbstverwirklichungsmilieu zugerechnet habe, zeigen sehr viel deutlichere ästhetische Werturteile, denn sie lagern sich in ihren Geschmacksäußerungen jeweils einem der beiden von uns identifizierten Geschmacksfraktionen an. Dabei zeigt sich – daß zumindest in unserem Fall – die Kohärenz in diesem Milieu nicht so ausgeprägt ist, wie Schulze dies vorgibt: Die jüngste Gruppe (C) läßt eine über die ästhetische Beurteilung der Produkte hinausgehende Verwandtschaft zum Unterhaltungsmilieu erkennen, insbesondere hinsichtlich der Präferenzen und Distanzierungen im Medienkonsum, während die Gruppe (D) eine gewisse Nähe zu den Gruppen mit hohen Bildungsabschlüssen aufweist.

[88] Vgl. Anhang C.3, die Tabellen 3.1 bis 3.7.

X. Der parfümierte Raum als Schnittstelle von Zivilisationskurve, Interaktionsordnung und Sozialstruktur – Interpretation und Diskussion der Ergebnisse

Unsere Untersuchung zur olfaktorischen Strukturierung der Sozialstruktur lieferte als Resultat das Bild einer Gesellschaft, die in Bezug auf die Wahrnehmung, die Interpretation, die ästhetische Bewertung von Gerüchen und den praktischen Umgang mit ihnen, durch den Antagonismus zweier sozialer Großgruppen gekennzeichnet ist. Über die Analyse unserer Daten konnten diese beiden Gesellschaftssegmente herauskristallisiert und in den Details ihrer Gegensätzlichkeit dargestellt und 'idealtypisch' beschrieben werden. Es erhebt sich nun die Frage, wie sich dieser, entlang des Merkmals der Bildungshöhe sich abzeichnende, *soziale* Dualismus des Olfaktorischen erklären läßt. Für eine dahingehende Interpretation und Diskussion der Daten erscheint es notwendig, die Ergebnisse in den übergreifenden theoretischen Rahmen unserer Argumentation einzubetten, d.h. einen Rückbezug auf die von uns innerhalb der soziologischen Dimensionierung des Geruchs besprochenen Theorien zu unternehmen, dabei die analytischen Merkmale des Geruchs nochmals aufzurollen und schließlich über die Zusammenführung und Zusammenschau der Argumentationsstränge nach Deutungsmöglichkeiten und Erklärungen zu suchen.

Eine erste Annäherung an eine Antwort kann auf der theoretischen Basis jener Betrachtungsebene versucht werden, die ich als die umfassendste und allgemeinste charakterisiert habe. Aufbauend auf Norbert Elias' Entwurf zu einer Theorie der Zivilisation habe ich mit der zunehmenden *Distanzierung*, *Disziplinierung* und *Rationalisierung* drei Merkmale des gesellschaftlich-olfaktorischen Diskurses angeführt, die für den spezifischen Verlauf der Zivilisationskurve des Geruchs konstitutiv sind[1]: Diese drei Faktoren bedingen und kennzeichnen den sozio-historischen Wandel im Umgang mit dem Geruch, d.h. unter ihren Vorzeichen entstehen Scham- und Peinlichkeitsgefühle, entwickeln und differenzieren sich soziale Verhaltensstandards, Reinlichkeits- und Hygienenormen heraus, die darüber entscheiden, welche Gerüche sozial akzeptiert und damit hervorbringenswert sind bzw. welche kaschiert oder eliminiert werden müssen und auf welche Weise dieses Geruchsmanagement erfolgen darf. Somit ist der Prozeß der Zivilisation und damit auch die Moderne vor allen Dingen gekennzeichnet durch eine Abtrennung und Vermeidung aller natürlichen, d.h. unbelassenen, 'nicht-modellierten' Gerüche und damit aller unkontrollierten Geruchsverhältnisse, die auf Unzivilisiertheit und letztlich Animalität verweisen.
Was hier für die kulturelle und zivilisatorische Entwicklung von Gesellschaften insgesamt gilt, findet seinen Niederschlag aber auch in den unterschiedlichen Lebensstilen einer Gesellschaft und deren Verhältnis bzw. Stellung zueinander. Elias hat deutlich gemacht, daß sich ein zivilisierter Habitus mit entsprechend verfeinerten Sitten und Umgangsformen zunächst in den Oberschichten herausbildet und zum sozialen Distinktionsmittel wird, was zur Stabilisierung einer geordneten sozialen Hierarchie, d.h. eines durch ein strenges Koordinatensystem von Über- und Unterordnungen gekennzeichneten Sozialraums führt. In dieser sozialen Topographie haben die zivilisatorischen Antipoden – das gesellschaftliche Oben und Unten – auch ihre die Grenzen markierenden olfaktorischen Indikatoren. Zwar versuchen die sozialen Mittel- und Unterschichten, sich an den Verhaltensstandards und den Normen der Oberschichten zu orientieren und sich ihnen anzugleichen, doch entwickeln letztere Abschließungs- und Differenzierungsstrategien, die – ebenso wie die unterschiedliche Verteilung kulturellen und ökonomischen Kapitals – eine völlige Assimilation und Nivellierung der Verhaltensweisen verhindern und damit die sozialen Grenzziehungen festschreiben. Die

[1] Vgl. Kapitel VII.6.

scheiternde Imitation von Modellen der gesellschaftlich höheren Schichten macht sich für Elias letztlich in Verhaltens- und Geschmacksunsicherheiten bei den unteren Klassen bemerkbar, was sich u.a. im Konsum "verkitschter" Güter niederschlägt[2].
Mit den olfaktorischen Indizes, die auf das gesellschaftliche Oben und Unten verweisen, ist eine soziale Geruchswelt beschrieben, die derjenigen vergleichbar ist, die Aldous Huxley in dem von uns bereits zitierten und in diesem Kontext diskutierten Roman "Schöne neue Welt" schilderte[3]. Dieser Roman wurde in den 30er Jahren geschrieben und der Autor versuchte die Verhältnisse der kommenden dreißig bis fünfzig Jahre vorwegzunehmen: In diesem utopischen Entwurf hat die soziale Oberschicht noch wie in den Jahrhunderten zuvor das Ideal und das Privileg, *gut* zu riechen, d.h. sich reichhaltig mit Düften zu umgeben und sich mit ihnen zu schmücken, denn der Zugang und der verschwenderische Umgang mit den exklusiven und teuren Gütern symbolisiert Zivilisiertheit, soziales Prestige und demonstriert Abgrenzung und Differenzierung gegenüber der Animalität und Unzivilisiertheit der Minderbemittelten aus den sozialen Unterschichten.
In der Realität moderner, industrialisierter Gesellschaften aber beginnt sich dieses Bild zu wandeln, denn durch den Modernisierungsschub, die Massenproduktion und dem damit verbundenen Preisverfall erhöht sich die Verbreitung und die Zugänglichkeit der Duftstoffe, popularisiert und profaniert sich ihre Verwendung, wodurch das Parfüm und die feinen Düfte zunehmend ihren Stellenwert als Statussymbole und Distinktionsmittel verlieren und es zu einer teilweisen sozialen Neu-Kodierung der Gerüche kommt. Zugleich versuchen die sozialen Unterschichten in ihrem Umgang mit den Parfüms, die Verhaltensweisen der Hochkultur – insbesondere den exzessiven Konsum und die verschwenderische Anwendung – zu imitieren und orientieren sich dabei an einer Vorgabe, an einem Gebaren, das das Vorbildmilieu bereits abzulegen im Begriff ist. Die Lebensstile gewinnen ihre distinktive Kraft dadurch, daß sie Verhaltensstandards und Konsumgüter vorführen, deren Zugänglichkeit beschränkt, deren Erwerb knapp und deren Darstellung selten ist. Deshalb beginnen die sozialen Oberschichten – im Zuge weiterer Distinktionsbestrebungen – das Ideal und die Idealnorm der olfaktorischen Unauffälligkeit für sich zu entdecken und für sich zu beanspruchen[4]. Von nun an zeigt sich Exklusivität, Kultiviertheit und legitime Zugehörigkeit zur gesellschaftlichen Oberschicht im distinguierten, wohldefinierten und zurückhaltenden Umgang mit den Düften, was sich auch beim Konsum der Duftstoffe realisiert, der – um Thorstein Veblens Begriff zu verwenden – nach wie vor ein "demonstrativer Konsum" ist – ein bewußtes Streben nach Distinktion –, welcher sich nun allerdings eher in einem demonstrativen Konsum*verzicht* äußert, der alles das verwirft, was einmal exklusiv war, nun aber massenhaft produziert und damit 'billig', d.h. allgemein, leicht und unmittelbar zugänglich geworden ist.

Folgen wir dieser Argumentationslinie bis in die aktuelle Gesellschaft unserer Zeit, so gelangen wir fast zwingend in die soziale Welt Pierre Bourdieus und damit in das Modell einer Sozialtopologie, in der die Stellung von Akteuren oder Gruppen bzw. die Beziehungen zwischen ihnen, grundlegend geprägt ist durch Kategorisierungs-, Explizierungs- und Klassifi-

[2] Elias, 1979b, S.424-426.
[3] Vgl. Kapitel VII.6.
[4] Christian Weber machte in einem Artikel der ZEIT darauf aufmerksam, daß sich diese Form der Distanzierung sozialer Oberschichten von den unteren Klassen und ihr damit verbundener Rückzug in die Unauffälligkeit auch in ihrer optischen und akustischen Wahrnehmung und Wahrnehmbarkeit vollzogen hat: "Als bunte Farben noch selten und teuer waren, trugen die Könige Purpur und die Untertanen Sackleinen. Heute tragen die Spitzen der Gesellschaft graue Anzüge und die Wähler lilafarbene Jogginganzüge. Mit dem Klang der Macht ist ähnliches passiert. In einer Zeit, wo jeder frei über Töne verfügen und sie elektrisch verstärken kann, zeigt sich Exklusivität in der Stille" (Weber, Christian: Die Geräusche der Geschichte. In: Die Zeit, Nr.9, 23. Februar 1996, S.40).

zierungsvorgänge, die – im Sinne von Verfahrensweisen zur Identitätsbeschreibung und -stiftung – "in jedem Augenblick der Alltagsexistenz, wann immer die sozialen Akteure untereinander um den Sinn der sozialen Welt, ihrer Stellung in ihr und um ihre gesellschaftliche Identität ringen", als Streben nach Distinktion in Erscheinung treten[5].
Hier kann mit Blick auf unsere Ergebnisse und im Verständnis Bourdieus von einem Distinktionsgewinn der hochkulturellen Schichten gesprochen werden, indem diese die Lufterfrischerprodukte ästhetisch abwerten und in jeglicher Hinsicht zurückweisen. Insgesamt nämlich kommt gemäß Bourdieu im Handeln und in der Haltung dieser mit hohem Bildungskapital ausgestatteten Klassen ein Habitus zum Ausdruck, dem Ordnungsverhalten, Haltung und Zurückhaltung konstitutiv sind[6], und damit Elemente, die zu den von mir konstatierten übergeordneten Merkmalen einer 'sozial-prärogativen' *Distanzierung*, *Disziplinierung* und *Rationalisierung* im Umgang mit dem Olfaktorischen in Verbindung stehen. Somit findet der Verlauf der Zivilisationskurve des Geruchs auch in der Sozialstruktur einer Gesellschaft ihren Niederschlag. Dies wird deutlich und konkret in den Absetzungsversuchen der sozialen Oberschicht, wie wir sie schon für das 19. Jahrhundert beschrieben haben[7] und wie sie sich mit verstärkten Vorzeichen in der aktuellen Gesellschaft wiederholen.
Die Analyse unseres Materials hat gezeigt, daß die Produktablehnerinnen eine feine Aufgliederung der Gerüche suchen, das olfaktorische Nebeneinander anstelle eines Durcheinanders der Düfte, das differenziert plazierte feingliedrige Detail im Gegensatz zur unsystematischen, überschwenglichen olfaktorischen Kumulation, wobei die Disziplinierung des Genusses bis fast zur Geruchslosigkeit gereicht. Der Promiskuität und groben Funktionalität der profanierten Wohlgerüche wird eine sanfte, indirekte Zensur, eine selbstgewählte Diätetik und Askese gegenübergestellt, in der Formgebung und ästhetisches Raffinement zum Ausdruck kommen: Kompetenz und Souveränität in der Ordnung und Beherrschung der Gerüche, Möglichkeit zur subtilen Geruchsidentifizierung und Fähigkeit zur Setzung dezenter Geruchszeichen. Hier regiert die 'feine', hochsensible Nase, die die Nuancen des Geruchs wahrzunehmen in der Lage ist, mit ihrem umfassenden Abwehr-Verhalten gegenüber allen auffälligen, starken, unkontrollierten, vermischten Gerüchen, die unter Umständen zu sehr auf das eigene Selbst der Person, auf Sinneslust und sinnliche Begierde, aber auch auf Vulgarität, tierische Natur und Unzivilisiertheit verweisen.
Dies gilt in vollem Umfang sowohl für die Haltung gegenüber den Körpergerüchen wie auch gegenüber den Gerüchen des Wohnraums: Für beide Bereiche, die dem olfaktorischen Management des Individuums unterliegen, wird die Anwesenheit unangenehmer, schlechter Gerüche und insbesondere von Gestank und damit von Geruchsproblemen insgesamt verneint oder verleugnet und auf diesem Weg zugleich Distanz gehalten zur Dringlichkeit und Notwendigkeit der Bekämpfung entsprechender Dünste über den grob-funktionalen Einsatz geruchsbändigender oder -eliminierender Produkte. Hier sind der Geruch als alltägliches Problem und seine Bewältigung als alltägliche Praxis keine Themen. Vielmehr sind in einer Sphäre, in der das ästhetische Gestaltungsprinzip der Leere sich auch auf den Geruch der Raumluft überträgt, die Düfte eine bloß scheinhafte und schöne Geste, sie sind kaum merklich und haben eher symbolischen als funktionalen Charakter, was durch den streng reglementierten, maßvollen und zurückhaltenden Einsatz exklusiver ("das eigene Parfüm") und in einem spezifischen Konsumkontext (spezielle Parfümerien, Blumengeschäfte, Drogerien, Läden der alternativen Szene) ausgewählter Duftstoffe unterstrichen wird. Somit macht sich auch in unseren Daten bemerkbar, daß das gesteckte Ziel der Produktablehnerinnen ein Zustand der Geruchsunauffälligkeit, genauer, der Geruchsneutralität ist. Diese wird als schon gegebener Normalzustand der Wohnung beschrieben; sie ist faktisch aber wohl eher ein

[5] Bourdieu, 1985, S.19ff.
[6] Vgl. Bourdieu, 1987, S.316.
[7] Vgl. Kapitel VII.5.

Phantasma, das jedoch auf ein grundsätzlich anzustrebendes olfaktorisches Ideal und eine Idealnorm verweist.
Demgegenüber steht mit dem ästhetischen Urteil der Lufterfrischerverwenderinnen eine Haltung und ein Geschmack, der mit Bourdieu als *Notwendigkeitsgeschmack* der unteren Klassen interpretiert werden kann. Allerdings darf dieser in unserem Falle nicht im streng ökonomischen Sinne Bourdieus verstanden werden. Vielmehr resultiert der Konsum und der Einsatz der Lufterfrischer aus dem Erfordernis, den Nöten, Zwängen und elementaren Sorgen des Alltags zu begegnen, nämlich gegen die omnipräsenten mißliebigen Dünste vorzugehen. Hier existiert denn auch eine andere Auffassung von Geruchsnormalität, die sich in einer nicht-verleugneten Anwesenheit von Gestank, in einer offenkundigen Nichtbeherrschbarkeit der Gerüche und in einer dementsprechenden Vielfalt der Dünste widerspiegelt und die zugleich mit dem vermeintlich den hochkulturellen Schichten entlehnten Ideal *gut zu riechen*, im Sinne von *stark zu duften*, konkurriert. Folglich ist auch die Art, mit den Gerüchen umzugehen, eine andere, umfassendere, direktere und realistischere: Die 'naive', ungeschulte Nase, die keine feinen Differenzierungen kennt und sich durch Überlagerungen täuschen läßt, favorisiert den praktischen, d.h. kräftigen, langanhaltenden, bekannten und einfach strukturierten Duft ebenso wie den funktionalen, d.h. 'erfrischenden', 'verbessernden' und 'überdeckenden'. Über die Verbindung dieser Eigenschaften werden die schönen Düfte, die in den Lufterfrischern zwar immer nur Reproduktionen hochwertiger Parfüms oder einfach nur phantastische Naturimitate sind, freimütig dazu degradiert, den Gestank zu maskieren. Das Produkt, das hieraus resultiert und das exakt auf diese, von einer pragmatischen Ästhetik durchzogenen Bedürfnisstruktur zugeschnitten ist, ist im dreifachen Hinsicht ein Massengeruch: Erstens im Sinne seiner massenhaften Herstellung und der in ebensolcher Weise stattfindenden Präsentation dieser Produkte in Supermärkten und Drogeriediscountern, zweitens bezüglich deren massenhafter Anwendung zu Hause, und drittens im Sinne einer dort durch sie entstehenden, nicht mehr weiter differenzierbaren 'Geruchsmasse'.
Schließlich sei in diesem Zusammenhang noch angemerkt, daß die Favorisierung bzw. der Konsum der Produkte keinesfalls eine beiläufige ästhetische Wahl ist. Vielmehr existiert auf der Basis eines fest im Habitus verankerten Romantizismus und Harmoniebedürfnisses eine Prädisposition für triviale Raumdüfte: Die Suche nach einem intakten Ort und die Sehnsucht nach einer geborgenen Existenz in einer – weil in ihrer Komplexität nicht mehr überschaubar – zugleich als bedrohlich, gefährdet und entfremdet empfundenen Natur, Umwelt und Gesellschaft, läßt das Bild einer 'verlorenen Heimat' entstehen, die olfaktorisch durch den 'natürlichen' Duft der Wälder, der Berge, Täler und Wiesen lokal und temporär in der erwünschten Weise und in den eigenen vier Wänden wiederbelebt bzw. wiedererlebt und – den gesamten Kontrollbereich des Individuums füllend und dabei alles Bedrückend-Reale zudeckend – auf alle Räume der Wohnung ausgedehnt werden kann. Vergleichbar der akustischen (Herauf-)Beschwörung dieses 'Heimatgefühls' und ihrer damit einhergehenden Ausklammerung alles Häßlich-Heutigen in den tröstenden Melodien und Texten der sogenannten volkstümlichen Musik bzw. in deren Medienkorrelat, den Volksmusikhitparaden und Musikantenstadeln im Fernsehen, wo dieser Effekt durch entsprechend ausstaffierte Bühnenbilder, Dekorationen, Moderatoren und Interpreten visuell noch unterstützt wird.

Suchen wir nach weiteren Erklärungen für die Ablehnung bzw. Favorisierung der Lufterfrischerprodukte in den gesellschaftlichen Großgruppen, ist es hilfreich, die sozio-historische und die sozialstrukturelle Reflexionslinien für einen Augenblick in den Hintergrund zu stellen und mit der sozial-interaktiven Dimension die dritte, bislang ausgesparte, Analyseebene zu fokussieren, auf der wir auf weitere soziale Qualitäten und Funktionen des Geruchs stoßen.

Innerhalb unserer Diskussion der sich wie konzentrische Kreise um ein Individuum ziehenden olfaktorischen Abtastungs- und Kontrollbereiche habe ich darauf hingewiesen, daß der Körper und der private Wohnraum die wesentlichen Sphären darstellen, in denen der Geruch direkt auf das Individuum und sein Image verweist bzw. zurückwirkt, was ein olfaktorisches Management unerläßlich werden läßt.
Konzentrieren wir uns kurz auf den Kern des olfaktorischen Abtastungs- und Kontrollbereichs – das Individuum, seinen Körper und die von ihm ausgehenden Gerüche. Hier befinden wir uns auf der Ebene sozialer Begegnungen, d.h. unmittelbarer face-to-face-Interaktionen, und damit im Geltungsbereich der Goffman'schen Dramatologie und Interaktionsordnung: Bei der wechselseitigen sinnlichen Wahrnehmung der Interaktionspartner in sozialen Situationen fungiert der vom Gegenüber ausgehende Geruch als ein Element zur individuellen Identifikation und zur individuellen Typisierung seiner Persönlichkeit. Die olfaktorische Erscheinung eines Subjekts verweist direkt auf seinen Körper und auf das "Innerste seines Wesens" (Svevo), auf seine persönliche Identität und sein Image, was Anziehung oder Abstoßung, Achtung oder Mißachtung auslösen kann und daher im Alltag zum Aufzeigen ritualisierter Verhaltensweisen führt, die vom Handelnden vor, während oder nach der sozialen Begegnung strategisch dazu verwendet werden, seine Identität zu generieren bzw. zu stabilisieren; z.B. indem er sich in der Interaktion selbst, über seinen gereinigten und duftenden Körper, als 'geheiligtes Objekt' präsentiert. Während das desodorisierende Waschen und Reinigen des Körpers in erster Linie als eine Orientierung an den geltenden Verhaltensstandards und Normen einer Gesellschaft gelesen werden muß, deren Kenntnis und Einhaltung man – um nicht Scham- und Peinlichkeitsgefühle auszulösen – zumindest vor sozial Gleich- oder Höhergestellten aufzuweisen hat, ist der reodorisierende Einsatz von Duftstoffen – insbesondere der von Parfüms – als ein Zeichen zu interpretieren, das primär zur Idealisierung der Selbstdarstellung eines Subjekts beiträgt, d.h. seine Individualität und Einzigartigkeit unterstreicht, wobei die Handelnden, wiederum zur Vermeidung von Scham- und Peinlichkeitgefühlen, selbstverständlich auch bei der Anwendung von Parfüms besondere Verhaltensweisen beachten müssen.
Zusätzlich kann – worauf wir in der Diskussion dieser Reflexionslinie eingegangen sind – der in der unmittelbaren Interaktion wahrgenommene Körpergeruch auch zur Typisierung der sozialen Identität, d.h. in vielerlei Hinsicht zur kategorialen Identifikation einer Person – Geschlecht, Rasse, Ethnie, Klasse, Berufsgruppe etc. – beitragen. Der Geruch ist hier ein signifikantes Zeichen unter anderen Details an der wahrnehmbaren Oberfläche von Menschen, die in Alltagsinteraktionen zu einem Muster organisiert werden und Typenvorstellungen entstehen lassen bzw. bestätigen. Hierbei ist für uns insbesondere die u.U. beschämende Wirkung sozial-struktureller Klassifikationen von Interesse, deren soziologische Relevanz Sighard Neckel untersuchte[8]. Die Kernaussage von Neckels Argumentation lautet, "daß Scham in modernen Gesellschaften eine Form der sozialen Schichtung bleibt und sie anhaltend als Phänomen der symbolischen Reproduktion sozialer Ungleichheit zu begreifen ist"; demzufolge ist "Scham immer schon präsent, wo es Ungleichheit, also Differenz gibt"[9]. Die Angst vor gesellschaftlicher Degradierung und sozialer Unterlegenheit mündet nach Neckel im Effekt einer "statusgebundenen Scham", die sich in der Konkurrenz von Lebensstilen als Inferioritätsempfinden und negative Selbsteinordnung bis hin zur Selbstverurteilung der eigenen sozialen Identität in den Habitus eines Lebensstils einschreibt. Auch aus dieser Perspektive kann nach Motiven für das Geruchsmanagement in den olfaktorischen Abtastungs- und Kontrollbereichen Körper und Wohnraum gesucht werden. Gerade die Verwendung von Duftstoffen im allgemeinen und speziell die von Lufterfrischerprodukten kann als Ver-

[8] Neckel; Sighard: Status und Scham. Zur symbolischen Reproduktion sozialer Ungleichheit. Campus, Farnkfurt a.M./New York: 1991.
[9] Neckel, 1991, S.193 bzw. 251.

such interpretiert werden, diese habituelle Scham zu kompensieren. Wiederum sind es in der modernen Gesellschaft – siehe oben – die Geruchsnormen der gesellschaftlichen Oberschichten, die als soziale Idealnormen in den unteren Klassen das Leitmotiv für Handlungen bilden. Aber weder deren vermeintlicher olfaktorischer Idealzustand – viel und gut zu duften – noch deren größte tatsächliche Idealisierung – die Geruchsneutralität – sind aufgrund der in diesen Milieus unabänderbaren Gewohnheiten und Lebensumstände dauerhaft umsetztbar, weshalb versucht wird, einen sowohl moralisch wie strategisch akzeptablen Ausgleich zu finden, der jedoch in einer unvollkommenen Realisierung der Idealnorm mündet: im Gebrauch der Lufterfrischer. Ihre Anwendung kann somit auch als ein Versuch gedeutet werden, der statusgebundenen Scham und damit den Merkmalen des Herkunftsmilieus zu entfliehen. Wobei Neckel aber, ähnlich wie schon Elias in seiner kulturhistorischen Argumentation, darauf verweist, daß das Ergebnis dieser Bemühungen nur ein weiteres Verhaften in der Klassenkultur ist: "Soziale Scham, die sich mit Herkunft und Status verknüpft, stellt ebenso einen auslösenden Faktor kultureller Fluchtbewegungen dar, wie sie aufgrund ihrer habituellen Grundlage das Ausmaß der erfolgreichen Loslösung aus dem Klassenmilieu begrenzt"[10]; was sich – rückübersetzt auf unseren Untersuchungsgegenstand – im Konsum und in der Anwendung eines Produktes realisiert, das nach den typischen Ansprüchen und Erfordernissen des Milieus konzipiert ist und damit in seiner gesamten Erscheinungsweise immer als Konsum- und Kulturgut dieses Milieus, nämlich der Unterschicht, identifizierbar bleibt.

Somit konnten vor dem Hintergrund des Verlaufs der Zivilisationskurve des Geruchs zwei Formen olfaktorischer Selbstinszenierung beschrieben werden, die durchaus unterschiedlich motiviert sind. Zum einen bleiben die Gerüche und insbesondere der Einsatz idealisierter Düfte am Körper in ihren Wirkungen auf den Interaktionsraum begrenzt: In einem Akt der Individualisierung dient die Beduftung des Körpers der Generierung und Unterstützung der persönlichen Identität von Handelnden. Zum anderen kann jeder in einer Interaktion wahrgenommene und direkt dem Kontrollbereich einer Person, d.h. entweder dem Körper oder dem Wohnraum, zurechenbare Geruch, die Grenzen des Interaktionsraums überschreitend, zum Indikator für ihre – im negativen Fall beschämende – soziale Identität werden, was in beiden Geruchssphären zur Anwendung idealisierter Düfte führen kann, immer mit dem Ziel, einer sozialen Stigmatisierung entgegenzuwirken. Treten in letzterem Fall Interaktionsordnung und Sozialstruktur schon in eine gewisse Nähe zueinander – indem die Bewertungen und Klassifizierungen zwar interaktiv erfolgen, sich aber auf die Sozialstruktur beziehen –, wird die Verbindung dieser beiden Dimensionen bei einer letzten Variante der olfaktorischen Selbstinszenierung vollständig, die ausschließlich über die Beduftung der Raumluft realisiert werden kann. Die Motive für die Beduftung des Raumes bzw. der Anwendung von Lufterfrischerprodukten sind hier weder in der Stilisierung individueller Unverwechselbarkeit noch in einer versuchten Flucht aus der statusgebundenen Scham zu suchen, sondern vielmehr in der Erzeugung eines Gruppengeruchs, d.h. in der milieuspezifischen Kollektivausgestaltung der Raumluft.

Über die Lufterfrischer erfolgt eine sehr spezielle Form der geruchlichen Einflußnahme; sie sind ein besonderes, fast schon außergewöhnliches Massenprodukt, das neben dem Parfüm dem Individuum die einzige Möglichkeit bietet, seinen Abtastungs- und Kontrollbereich direkt und dauerhaft olfaktorisch auszugestalten.
Anders aber als das Körperparfüm, das ein spezifisches Objekt bzw. einen Objektbereich gezielt beduftet und damit den Körper der jeweiligen Individuen einzeln für die soziale Si-

[10] Neckel, 1991, S.250.

tuation 'heiligt', wird über den Lufterfrischer die Raumluft und damit das Medium des Geruchs als Ganzes olfaktorisch besetzt. Im Gegensatz zum individualisierenden Duft des Parfüms vereinheitlicht der Lufterfrischer den Geruch, die Luft bzw. die 'Atmosphäre' des Wohnraums für mehrere Individuen in einer sozialen Situation, was letztlich zu einer olfaktorischen Entindividualisierung des Territoriums führt. Mehrfach wiesen die Produktverwenderinnen in den von uns analysierten Interviews auf die Funktion ihrer Wohnung als Bühne für soziale Begegnungen hin und unterstrichen die Bedeutung und die Notwendigkeit des Geruchsmanagements als soziale Alltagspraxis. Für den in diesem Zusammenhang immer wieder angeführten Besuch, d.h. insbesondere für die ritualisierten Beziehungen unter Angehörigen des gleichen Milieus, wird der Geruch der Raumluft inszeniert und ein Gruppengeruch erzeugt. Der parfümierte Raum, in dem der Geruch ein Inszenierungsmittel von Sozialraumähnlichkeiten ist, wird damit zur Schnittstelle zwischen Interaktionsordnung und Sozialstruktur. Dabei ist die private Wohnung zwar einerseits eine Sphäre höchster Intimität, in die sich das Individuum zurückziehen und seinen ganz persönlichen, therapeutischen oder narzißtischen Duftgelüsten nachgehen kann. Sie ist aber kein reines Refugium hinter der Kulisse des gesellschaftlichen Lebens, sondern ebenso ein 'öffentlicher' Raum, eine Bühne, eine geradezu ideale Präsentationsfläche für das Selbst, auf der auch olfaktorische Selbstinszenierungswünsche realisiert werden können. Und sie ist schließlich ein Repräsentationsfeld, auf dem Geschmackspräferenzen und kulturell geprägte Lebensstile zum Ausdruck gebracht werden. An diesem Ort, an dem Intimität und öffentliche Darstellung überlappen, vermischt sich Privatheit mit Präsentationswünschen, fließen Intimitätsansprüche zusammen mit lebensstil-orientierten Ansprüchen milieuspezifischen Wohnens und Sichdarstellens. Es ist der erste Ort, an dem das Ich öffentlich wird, an dem es aber nicht in erster Linie seinen Körper inszeniert, sondern seinen Raum, die Fassade der Bühne, auf der die soziale Begegnung stattfindet und wo die Parfümierung der Raumluft zu einer Stilisierungsform wird, die dazu dient, die Zugehörigkeit zu bestimmten milieuspezifischen Wertekontexten manifest zu machen.

Somit wirken die Lufterfrischer ganz konkret im Interaktionsraum, sie können aber – im Sinne Bourdieus – immer zugleich als eine 'Objektivierung des Klassengeschmacks' verstanden werden, die auf den sozialen Raum und damit auf einen bestimmten Platz in der Sozialstruktur verweist[11]: Wie andere Details im milieuspezifischen Entwurf zur Ausgestaltung des interaktiven Raumes symbolisiert auch der Geruch die Milieuzugehörigkeit und ist dabei mehr als Andeutung, denn zusammen mit den anderen Inszenierungen bildet er die Sphäre respektive die Atmosphäre, in der die Interaktion in eine 'positive' Richtung gelenkt wird und in der eine milieuhafte 'Verdichtung nach Innen', ein Verzicht auf Distanz, in der Familiarität, Vertrautheit, Dauerhaftigkeit und Harmonie hergestellt und dargestellt werden sollen. Die 'Heiligung' der Luft über einen vereinheitlichten 'Stallgeruch' konstituiert also in erster Linie ein Wirgefühl, was nochmals die primär soziale Funktion der Lufterfrischer deutlich werden läßt, die diese im Gegensatz zu den alternativen Techniken der Raumbeduftung, insbesondere dem selbstgenügsamen und medizinisch-therapeutischen Einsatz der Duftöle, erfüllen.

[11] Bourdieu, 1987, S.307.

XI. Zusammenfassung und Schlußbemerkung

"We shall not cease from exploration
And in the end of all our exploring
Will be to arrive where we started
And know the place for the first time."
T.S. Eliot: Little Gidding.

Ziel des Projektes war es, zur Aufdeckung und Beschreibung eines Teilbereichs des aktuellen gesellschaftlich-olfaktorischen Diskurses beizutragen. Hierzu wurden in den vorangegangenen Kapiteln, im Anschluß an die Ausführungen von Georg Simmel (1908) und den Fragenkatalog von Largey/Watson (1972), verschiedene soziologische Dimensionen des Olfaktorischen vorgestellt und – über die Herleitung, Darstellung und Analyse voneinander zu unterscheidender Betrachtungsebenen – ein Zugang zur Soziologie des Geruchs gesucht bzw. der Versuch unternommen, die Soziologie des Geruchs weiterzuschreiben.

Grundlegender Ausgangspunkt und übergreifende These für dieses Unternehmen war die Annahme, daß die Wahrnehmung und die ästhetischen Einschätzungen von Gerüchen, die oft reflexartige, äußerst affektive Reaktionen mit sich bringen und Anziehung oder Ablehnung, Achtung oder Mißachtung von Objekten, Personen, Kategorien von Individuen, Lokalitäten usw. hervorrufen und auch festschreiben können, keine anthropologischen Konstanten darstellen, sondern durch soziale und kulturelle Differenzierungsprozesse geformt sind, d.h. in erster Linie auf sozialen und kulturellen Konstruktionen beruhen, die Varianten aufweisen und die demnach einem beständigen Wandel unterliegen.
Dabei galt es, vor allen Dingen jener der Philosophie entlehnten These entgegenzuwirken, die noch in der neueren sozialwissenschaftlichen Auseinandersetzung mit den Sinnen vorzufinden ist und die u.a. auch von Kamper/Wulf (1984) vertreten wird, daß nämlich die niederen Sinne – und damit auch der Geruch – "nach wie vor kaum beeinträchtigt von den zivilisatorischen Zurichtungen des Körpers" sind und daß sie – außer "beim nahen sozialen Kontakt", wie etwa beim sexuellen Umgang – keinerlei Bedeutung für die zwischenmenschlichen Wechselbeziehungen haben[1].
Unsere Auseinandersetzung mit dem Olfaktorischen aber zeigte, daß das grundlegende Merkmal des Geruchs, die rein dichotome Differenzierung von Nähe und Ferne, von Erkennen und Nicht-Erkennen, Vertrautheit und Fremdheit, Einverleibung und Vermeidung, Affinität und Abstoßung und damit von innerer Schließung und Distinktion, mit all ihren feingliedrigen Ausformungen, Variationen und Details, auf allen der von uns behandelten Betrachtungsebenen eine entscheidende Rolle spielt. Der Geruch ist damit nicht nur auf die Individuen, ihren Körper und die unmittelbare face-to-face-Interaktion bezogen bzw. begrenzt, sondern hat auch in größeren sozialen Zusammenhängen weitreichende Bedeutungen und Funktionen, indem er einerseits die Spezifika einer historischen Epoche oder eines Kulturkreises erkennen läßt und damit auf die Relativität, die Wandelbarkeit und die Mannigfaltigkeit von Werten und Verhaltensnormen aufmerksam macht, und indem er anderer-

[1] Kamper/Wulf, 1984, S.13.

seits, als Wesensmerkmal und sozial-struktureller Indikator sozialer Dazugehörigkeit bzw. sozialer Differenz, auf die größeren (inner-)gesellschaftlichen Gebilde verweist, in denen die Individuen aufgehen.

Die Beweisführung für die soziale und kulturelle Formung des Olfaktorischen erfolgte auf der Grundlage eines 'Drei-Ebenen-Modells' und läßt sich wie folgt zusammenfassen:
Ausgangspunkt für die erste, die *sozio-historische* Analyseebene, war die Annahme, daß unsere Gegenwartskultur auf unzähligen historischen Legierungen aufbaut, die in vergangenen Gesellschaften und Epochen entstanden sind und – vielfach umgearbeitet und modifiziert – bis heute weiterwirken. Es wurde versucht, diese Legierungen für den Bereich des Olfaktorischen offenzulegen und deutlich zu machen, welchen sozialen und kulturellen Veränderungs- und Differenzierungsprozessen die historischen Imprägnierungen der Kultur unterworfen sind, wie sehr sie in unserer aktuellen Alltagswelt noch sichtbar sind, wie sie z.B. bei der Festlegung von Intensitätsschwellen, von Beurteilungskriterien und Maßstäben weiterwirken und die heutige Sichtweise der Gerüche und insgesamt den Umgang mit dem Olfaktorischen beeinflussen. Diese historische Dimensionierung des Wahrnehmungssinns, die Beschreibung seiner Wandlungs- und Ausformungsgeschichte im Rahmen der Elias'schen Theorie vom Prozeß der Zivilisation, führte zur Skizzierung seiner spezifischen Zivilisationskurve: Sie ist vor allem gekennzeichnet durch eine zunehmende *Distanzierung*, *Disziplinierung* und *Rationalisierung* im Umgang und in der Haltung gegenüber dem Geruch.
Die zunehmende *Distanzierung* umfaßt eine immer stärkere Ausweitung dessen, was als defizienter Modus bloßer Natur, als 'unkultiviert', 'unzivilisiert' und 'barbarisch' an den Äußerungen z.B. der Körperlichkeit erlebt wird. Der 'zivilisierte' Umgang mit dem Geruch verlangt eine zunehmende Distanz von der natürlichen und oftmals als animalisch empfundenen kreatürlichen Seite des menschlichen Lebens, wozu auch die natürlichen Körpergerüche gehören. Sie betrifft aber nicht nur den menschlichen Körper, sie betrifft alle Sphären, in denen Gerüche entstehen oder vorhanden sind: den Wohnraum, das Wohngebiet, die Stadt, die Region und schließlich irgendwann die Umwelt als Ganzes. Verschiedene Techniken der Geruchskontrolle werden entworfen und durchgesetzt: Kanalisation, Ventilation, Filterung, Städtereinigung , Abfallbeseitigung, Privatisierung der Exkremente, Aussonderung und Absonderung von Geruchsquellen, desodorisierende Hygiene, Parfümierung usw.
Diese Distanzierung manifestiert sich aber auch in einer subtilen Ausdifferenzierung von Verhaltensnormen und mündet damit in einer weitreichenden *Disziplinierung* des Umgang mit dem Olfaktorischen. Mit dem Ansteigen der Scham- und Peinlichkeitsschwelle wird der Spielraum unkontrollierten Verhaltens geringer; es bilden sich entsprechende Verhaltensstandards heraus, die einerseits die nun gesellschaftlich geforderte Vermeidung, Eliminierung und Maskierung unerwünschter und peinlicher Gerüche definieren, regeln und kontrollieren, und andererseits die Qualität und die Quantität der zu generierenden Duftstoffe vorgeben.
Schließlich ist eine zunehmende *Rationalisierung* im Umgang mit den Gerüchen dahingehend festzustellen, daß das Olfaktorische zu einem wesentlichen Bestandteil des medizinischen Diskurses wird. Die durch naturwissenschaftliche Theorien und Erkenntnisse fundierte Kausalität von Geruch und Krankheit bzw. Geruch und Tod führt zu einer immer intensiveren wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit dem Thema. Lange Zeit aber beherrschte die sogenannte Miasmenlehre den medizinischen Diskurs und damit die, vor allem aus der unbekannten Ätiologie der Pest heraus entstandene Vorstellung, daß ein schlechter Geruch an sich schon tödlich sei. Die Angst vor den üblen Gerüchen forciert daraufhin zusätzlich die Entwicklung von Desodorisierungstechniken und unterstützt letztlich noch die Herausbildung und Etablierung weitreichender Reinlichkeits- und Hygienenormen bzw. erklärt und legitimiert diese nachträglich.

Insgesamt gesehen gehen die parallel verlaufenden Entwicklungen der Distanzierung, Disziplinierung und Rationalisierung auf in einem immer weiter voranschreitenden Abstraktionsprozeß, der einen zunehmend größer werdenden Abstand des Menschen zu seinem Körper, aber auch zu den Körpern anderer Menschen beinhaltet, was bedingt, daß die Peinlichkeitsschwellen und Schamgrenzen immer wieder neu zu definieren sind, was aber auch zum Zurücktreten der Nahsinne hinter die Fernsinne beiträgt und dieses festschreibt.

Auf der zweiten, der *sozial-interaktiven* Ebene konnte deutlich gemacht werden, nach welchen Regeln und Ritualen das soziale Alltagshandeln in der modernen Gesellschaft in bezug auf die Gerüche erfolgt. Aufbauend auf den von uns beschriebenen Formungen des Zivilisationsprozesses und des spezifischen Verlaufs der Zivilisationskurve des Geruchs wurde nach den aktuell gültigen Normen und Standards im Umgang mit dem Olfaktorischen und allgemein nach dem Stellenwert olfaktorischer Alltagserfahrungen und ihrer Bedeutung für die Selbstwahrnehmung und Fremdeinschätzung von Individuen bzw. für die soziale Interaktion in der Moderne gefragt. Mit Bezugnahme auf das Goffman'sche Begriffsinstrumentarium aus der Interaction Order wurde der Versuch unternommen, nach entsprechenden rituellen Elementen in Interaktionsvorgängen zu suchen, verschiedene olfaktorische Abtastungs- und Kontrollbereiche zu differenzieren, Geruchsräume innerhalb dieser Sphären zu unterscheiden und diese hinsichtlich der Verhaltensanforderungen ans Individuum und den daraus resultierenden Techniken der Geruchskontrolle – d.h. letztlich in ihrer Bedeutung für die Herausbildung und Stabilisierung von persönlicher und sozialer Identität – zu beschreiben. Auch für das Alltagshandeln, d.h. bei den interpersonalen Verhaltensanforderungen, zeigten sich Wandlungen, aber auch deutliche Kontinuitäten in den oben angesprochenen historischen Imprägnierungen. So konnte anhand des in diesem Abschnitt analysierten Materials – einer Auswahl moderner Benimm- und Etikettbücher – unter anderem aufgezeigt werden, daß die Körpergerüche in allen Bereichen der sozialen Alltagsinteraktion relativ starken sozialen Formungen, im Sinne weitreichender Reglementierungen und Normierungen, unterliegen.

Die Ausgangsbasis für die Unterscheidung einer dritten, der *sozial-strukturellen* Reflexionslinie, war die Annahme, daß der gesellschaftliche Umgang mit dem Geruch nicht nur interkulturell divergiert und einem sozio-historischen Wandel unterliegt sowie Auswirkungen auf soziale Alltagsinteraktionen hat, sondern daß dieser Umgang, diese Haltung und Sichtweise auch innergesellschaftlich, also sozial-strukturell differiert. Ich stellte die Hypothese auf, daß die Wahrnehmung, die Interpretation, die Hervorbringung und die Vermeidung von Gerüchen auch sozialstrukturell variiert, d.h abhängig ist von der Zugehörigkeit zu bestimmten sozialen Kategorien – Schichten, Klassen, Milieus, Lebensstilen – und daß damit der Geruch nicht nur individuelle Territorien markiert und 'lokale' Geruchsräume voneinander abgrenzt, sondern auch die größeren sozialen Gebilde, die gesellschaftlichen Geruchsräume und somit die kulturellen Territorien innerhalb einer Sozialtopologie.
Die weitgreifende Auseinandersetzung mit den Theorien sozialer Ungleichheit und der Sozialstrukturanalyse hat verdeutlicht, daß eine sozialwissenschaftliche Verbindung von Geruch und sozialer Stratifikation bislang noch nicht stattgefunden hat. Betrachtet man die klassischen Modelle sozialer Ungleichheit, so sind es ausschließlich die ökonomischen Daten, die zur Beschreibung der Ungleichheitsverhältnisse und der daraus resultierenden Kategorien herangezogen wurden. Erst mit dem Versuch der Integration von Kulturanalyse und Sozialstrukturanalyse innerhalb der Lebensstilforschung verlagerte sich das Gewicht auf kulturelle, symbolische und expressive Dimensionen. Somit konnten mögliche Anhaltspunkte für eine Verbindung von Kultur und Lebenstilen als expressiver Klassen- oder Milieuzugehörigkeit in Thorstein Veblens *demonstrativem Konsum*, in Pierre Bourdieus *Geschmack* und *Distinktion* sowie in Gerhard Schulzes *Geschmack* und *alltagsästhetischen Schemata* gefun-

den werden. Anders jedoch als die auditiven, visuellen und gustatorischen Vorlieben, Abneigungen und Gewohnheiten von Menschen, die inzwischen vielfach als Indikatoren in die Sozialstrukturanalyse Eingang gefunden haben und über die symbolische Grenzziehungsprozesse sozialer Großgruppen untersucht werden, blieb das Olfaktorische von einer solchen Einbeziehung bislang ausgespart.
Anhand des Untersuchungsgegenstandes der Lufterfrischerprodukte und der Analyse des diesbezüglichen quantitativen und qualitativen empirischen Materials konnte im Rahmen der vorliegenden Arbeit dargestellt werden, daß Lebensstile und Milieus auch von olfaktorischen Geschmacksorientierungen, von jeweils eigenen Geruchsvorstellungen und dahingehenden Handlungspräferenzen geprägt sind, und daß der Geruch somit als ein Element in der Strukturierung des sozialen Raumes gewertet werden kann. In den sozialen Milieus, die ich mit Bourdieu und Schulze in erster Linie als *Geschmacksfraktionen* verstanden und beschrieben habe, ließen sich nicht nur Unterschiede in der ästhetischen Bewertung der Duftprodukte erkennen, sondern ebenso sehr feingliedrige milieuspezifische Varianten in den Definitionen von Gestank, von Geruchsneutralität, von Geruchsnormalität oder Wohlgeruch wie auch ganz bestimmte Vorstellungen über und konkrete Praktiken zur Vermeidung, Maskierung oder Eliminierung der unliebsamen Dünste bzw. zur Hervorbringung der favorisierten Düfte. Diese münden letztlich alle in umfassenderen, für die Milieus typischen Geruchsästhetiken, in Geruchsordnungen und schließlich in milieuspezifischen Geruchsstilen. Es konnte aufgezeigt werden, daß diese Geruchsstile in erster Linie als eine Art sozialer Orientierungssinn fungieren, indem sie die Nähe, aber auch die Ferne zu kulturellen Territorien mit ihren entsprechenden ästhetischen Präferenzen und Aversionen kenntlich machen. Als Instrument zur Sozialorientierung unterstützt der Geruch die Markierungen und setzt die Koordinaten für Grenzziehungen in der Sozialtopologie, indem er die Scheidelinie zwischen Ähnlichkeit und Verschiedenheit, zwischen Intimität und Fremdheit, zwischen Achtung und Mißachtung sozial mitkonstruiert und auf diese Weise verbindet, was zusammengehört und trennt, was auseinandergehalten werden muß. Die Grenzziehungen in der Sozialtopologie und das Aufzeigen von Sozialraumähnlichkeiten manifestiert bzw. reproduziert die Struktur der gesellschaftlichen Ordnung und läßt sie auch riechbar zu einem von den Handelnden permanent neu zu erbringendem Sozialprodukt werden: Der in der Luft der Wohnung haftende Geruch der Lufterfrischer – der Raumgeruch im sozialen Geruchsraum – ist Teil eines milieuspezifischen Darstellungsrepertoirs. Er gehört zum Ensemble eines Darstellungsstils und ist damit eine Insignie des Lebensstils; seine Favorisierung bzw. seine Inszenierung, aber auch seine Zurückweisung, signalisieren nicht nur eine individuelle ästhetische Haltung, sie verweisen vielmehr auf eine Alltagsästhetik, auf Konsumgewohnheiten, auf einen Lebensstil und damit auf die Zugehörigkeit zu kollektiven Lebens- und Werthaltungen.

Bei der Suche nach Erklärungen für die Existenz und die Beschaffenheit unterschiedlicher gesellschaftlicher Geruchswelten erwies es sich als notwendig, die Ergebnisse der Datenanalyse in den größeren theoretischen Rahmen unserer Argumentation zurückzuverlegen und die Interpretationsstränge der drei bis dahin getrennt betrachteten Analyseebenen zusammenzuführen. In der parfümierten Raumluft treffen Zivilisationskurve, Interaktionsordnung und Sozialstruktur quasi wie an einer Schnittstelle aufeinander; sie verbinden sich dort und wirken wechselseitig aufeinander ein: Es sind zunächst und ganz grundlegend die Formungen des Zivilisationsprozesses und die daraus resultierenden Normen und Verhaltensstandards, die den Umgang mit den Gerüchen auch in der privaten Lebenssphäre bestimmen. Es sind weiterhin die ritualisierten Regelhaftigkeiten der Interaktionsordnung mit ihren Anforderungen zur Individualisierung, Identitätsgenerierung bzw. -stabilisierung sowie zur Selbstdarstellung der Individuen. Und es sind schließlich – und dies in einem nicht zu

unterschätzenden Maße – die sozialstrukturellen Vorgaben und Bedingungen, in denen sich der symbolische Charakter der Gerüche offenbart und die sich in der Orientierung an alltagsästhetischen Schemata und im Habitus realisieren bzw. objektivieren. Alle drei Faktoren fließen quasi 'in einem Akt' in die ästhetische Haltung gegenüber den Gerüchen ein und beeinflussen die olfaktorische Ausgestaltung der Raumluft.

Trotz oder gerade wegen des hoch gesteckten Ziels dieser Arbeit, die Soziologie des Geruchs weiterschreiben zu wollen, wurden eine Reihe soziologisch relevanter Aspekte nur gestreift; manches, das von Bedeutung wäre, ist noch nicht angeschnitten worden. So etwa die Frage nach der geschlechtsspezifischen Formung olfaktorischer Wahrnehmung und dementsprechenden Geruchspraktiken, Geruchspräferenzen und -abneigungen. Oder jene nach den interkulturellen Varianten moderner Gesellschaften im Umgang mit den Gerüchen. Beide Fragen mußten nicht zuletzt aufgrund der Anlage des zur Verfügung stehenden empirischen Materials unbeantwortet bleiben. Für eine diesbezügliche Ausdehnung bzw. Weiterführung der Fragestellung wäre die Einbeziehung zusätzlicher Geruchspraktiken und Geruchsprodukte – wie etwa den von mir nur am Rande thematisierten Körperparfüms oder den alternativen Techniken zur Raumbeduftung – bzw. von weiteren Bereichen der Desodorisierung und Re-Odorisierung innerhalb des olfaktorischen Abtastungs- und Kontrollbereichs von Individuen oder diverser kleinerer Geruchssphären im öffentlichen Raum denkbar. Hierzu erscheint es aber sinnvoll, an die Auswertung von kommerziell orientierten Marktforschungsdaten eigene ethnographische Studien anzuschließen, was im Rahmen dieser Arbeit nicht möglich war. Die Ergebnisse solcher Untersuchungen könnten dann auch dazu beitragen, das in der vorliegenden Arbeit entworfene Bild einer – olfaktorisch gesprochen – rein dichotomen Trennung der Gesellschaft in zwei soziale Großgruppen weiter zu differenzieren und innerhalb dieser beiden übergreifenden Geschmacksfraktionen noch subtiler markierte und abgegrenzte olfaktorische Territorien zu erkennen und zu beschreiben.

Im Zusammenhang mit der Frage nach der 'Zukunft' der wisssenschaftlichen Erforschung des Geruchssinns sei nochmals die in der Literatur immer wieder gestellte Forderung nach einer intensiveren Auseinandersetzung mit den Sinnen und hier speziell den als nicht-ausbildungsfähig diskriminierten Nahsinnen angesprochen. Sie kann nicht losgelöst von der These der Verarmung der Sinne, insbesondere der sogenannten niederen Sinne, gesehen werden, die inzwischen zu einem geläufigen Topos der Kultur- und Zivilisationskritik geworden ist: Rückbesinnung auf den Körper, Re-Naturalisierung des Menschen und Wiedererlangung eines Bewußtseins für das Verhältnis von Natur und Mensch sind die Losungen, die auch die Wiederentdeckung, Wiederbelebung und Rehabilitierung des verlorengeglaubten Geruchssinns beinhalten. Seine oft als magisch empfundene oder umschriebene Funktionsweise, die starke emotionale Aufladung und die Affinität des Riechens zum Affekt, sein Angewiesensein auf eine fast schon zum aktiven Kontakt gereichende unmittelbare Nähe, lassen ihn zum idealen Kritiker und Gegenentwurf einer diszipliniert distanzierten Rationalität und Wissenschaftlichkeit werden und mithin jener beiden geistigen, zwar aufgeklärten aber leidenschaftslosen und 'kalten' Fernsinne Auge und Ohr.
Unsere Untersuchung konnte aber deutlich machen, daß der Geruch nach wie vor im sozialen Alltag und der Alltagswahrnehmung eine wichtige gesellschaftliche Rolle spielt, die sich keineswegs im Modernisierungsprozess auflöst, sondern die unter den o.g. Vorzeichen der Disziplinierung, Distanzierung und Rationalisierung lediglich Wandlungen unterworfen ist, die den Geruchssinn jedoch nur vordergründig seiner Bedeutung beschneiden. Ebenso war es mein Anliegen aufzuzeigen, daß es zur Untersuchung eines solchen, zwischen Rationalität und Emotionalität, zwischen Wissenschaft und Magie 'frei schwebenden' Phänomens sowohl der Öffnung der Wissenschaft für bislang in weiten Teilen unerforschbar Gehaltenes

bedarf als auch der Aufdeckung und teilweisen Entzauberung einer Magie, nämlich in diesem Falle der vermeintlichen Macht der Düfte.

Somit beginnt sich der Kreis zu schließen und wir kehren wieder in die Nähe des Ausgangspunktes unserer Forschungsreise zurück. Zwar konnte das weite Feld der soziologischen Auseinandersetzung mit dem Geruch nicht gänzlich ausgelotet oder gar durchdrungen werden. Doch dürfen wir – mit einem Blick auf die eingangs des Kapitels zitierten Zeilen aus T.S. Eliot's *Little Gidding* – zumindest feststellen, daß wir auf jenen Gebieten, auf denen wir forschten, uns neu kundig gemacht haben und damit auch einige verläßliche Wegweiser für kommende Untersuchungen installieren konnten.

Anhang

Teil A – Anlage und Inhalte der Primärerhebungen

1. Tabellen, Erläuterungen und Graphiken zur Anlage der quantitativen Studie

1.1 Testdesign der Erhebung

Die einzelnen Testzellen mit ihren jeweiligen Produkten gestalteten sich für die Haupt- und Nachbefragung folgendermaßen[1]:

Testzelle	Getestetes Produkt	Anzahl der Interviews Hauptbefragung	Nachbefragung
1	Gesamte Produktpalette Produkt 1 bis Produkt 6	$n_{H1} = 299$	$n_{N1} = 0$
2	Produkt 5	$n_{H2} = 716$	$n_{N2} = 178$
3	Produkt 4[2]	$n_{H3} = 714$	$n_{N3} = 158$
4	Produkt 4[3]	$n_{H4} = 349$	$n_{N4} = 97$
5	Produkt 3	$n_{H5} = 449$	$n_{N5} = 112$
6	Produkt 6	$n_{H6} = 352$	$n_{N6} = 93$
Erhebungsgrundgesamtheit/Stichprobe		$n_H = 2879$	$n_N = 638$

Aus diesem Testdesign ergibt sich, daß die Befragung zu den Produkten 1 und 2 nur innerhalb der Erhebung der gesamten Produktpalette (Testzelle 1) stattfand. Für diese Testzelle war kein 'Home-Use-Test' und dementsprechend auch keine Telephon-Nachbefragung vorgesehen.

[1] Zur Identifikation der einzelnen Produkte vgl. Kapitel IX.3.1.3
[2] In Umverpackung für den deutschen Markt.
[3] In Umverpackung für den sonstigen europäischen Markt.

1.2 Aufbau und Inhalt der 'Concept-Boards'

Bei den vorgelegten 'Concept-Boards' handelte es sich um ca. 30x50 cm große Schautafeln, die, durch eine Mittelsenkrechte in zwei Hälften unterteilt, auf der linken Seite Aussagen zum Produkt, auf der rechten Seite eine photographische Abbildung der Produkte enthielten.
Die linke Seite setzte sich übergreifend über alle Testzellen – gelesen in der Reihenfolge von oben nach unten – im einzelnen wie folgt zusammen:

1. Produktname und kurzer Slogan (z.B.: "Das Keramik-Dufttöpfchen", "Das exklusive Raumparfum", "Der elektrische Duftspender für kontinuierlichen Duft" usw.).
2. Verbale Produktbeschreibung:
   - *Anwendungsort* (z.B.: "Zuhause", "jeder Raum des Heimes", "jeder Raum Ihrer Wohnung" usw.).
   - *Anwendungszweck* (z.B.: "Verleiht durch elegante Düfte eine exklusive Atmosphäre", "bringt kontinuierlich dezenten frischen Duft", "gibt Ihrem Zuhause einen erlesenen Duft", "bringt einen Traum von Landleben und Sommerfrische ins Haus" usw.).
   - *Wirkungsdauer der Anwendung* (z.B.: "wirkt unauffällig ganze 45 Tage", "für mehrere Stunden", "für mehr als dreißig Tage" usw.).
   - *Anwendungshinweis* (z.B.: "individuell regulierbar", "kann immer wieder nachgefüllt werden", "einfach drücken gibt für mehrere Stunden feinen, exklusiven Duft", "schon einmal sprühen genügt", "läßt sich zweimal nachfüllen" usw.). Umfangreicher waren die Anwendungshinweise bei den Testzellen 3, 4 und 5:

     In Testzelle 3 wurde zunächst versucht, die Verbindung zu Körperparfüms herzustellen. Im ersten Satz wird darauf verwiesen, daß Körperparfüms heutzutage je nach Gelegenheit und Stimmung in verschiedenen Verwendungsformen angeboten werden (Eau de Toilette, Eau de Parfum und Parfum); es folgt die Aussage: "Und jetzt gibt es ein Parfum für Ihr Haus". Illustriert wurde diese Aussage durch eine Photographie unterschiedlicher Flacons für Körperparfüms. Darunter befand sich – neben dem weiteren Begleittext – die Abbildung des Produktes, um das herum vier kleinere Photographien angeordnet waren, die jeweils Wohnräume in rustikalem, gemütlichem Stil zeigten, was durch die Farbgebung (orange, braun, dunkelblau) noch unterstrichen wurde.

     Demgegenüber bezogen sich die zusätzlichen Aussagen und Bebilderungen zu Produkt P4 und P5 mehr auf die unmittelbare praktische Anwendung des Produktes und den Vorgang der Füllung bzw. Nachfüllung des Duftbehälters:

     In Testzelle 4 wurde so zunächst die Anwendungs- und Wirkungsweise des neuen Zerstäubers derjenigen der Spraydose gegenübergestellt. Dies geschah sowohl verbal als auch visuell über Photographien bzw. Zeichnungen, die die Produktanwendung bzw. den Sprühvorgang anschaulich machen sollten. Zusätzlich wurden durch drei kleinere Photographien die potentiellen Anwendungsorte (Wohnraum, Bad/Toilette, Küche) visualisiert und dabei das Produkt in seinen unterschiedlichen Farbvarianten präsentiert.

     Ebenso wurde in Testzelle 5 neben der verbalen Anwendungsbeschreibung eine Bebilderung angeboten. Sie zeigt zweimal die Installierung des Produktes in der Steckdose durch eine Frauenhand (einmal als Photographie, einmal als Zeichnung). Eine weitere Zeichnung mit begleitendem Text verdeutlichte den Wechsel einer Duftfüllung.
   - *Eventueller dekorativer Zusatznutzen der Anwendung* (z.B.: "verschönert durch seine elegante, pure Form jeden Raum Ihres Hauses", "wird in einem dekorativen Keramiktöpfchen angeboten, das sich in jedem Raum Ihres Hauses sehen lassen kann" usw.).

- *Produktvarianten und Variantenbezeichnung* (z.B.: "in zwei angenehmen Duftnoten", "in drei Duftrichtungen und Farben", "in drei erlesenen Duftrichtungen"; "Fleurs de nuit, Fleurs blanches, Fleurs d'eau" usw.).

3. Produktname und langer Slogan (z.B.: "45 Tage lang kontinuierlicher und angenehmer Duft", "Exklusive Parfumkomposition für jeden Raum", "Einmal sprühen für sofortigen eleganten Duft, der Stunden anhält", "Der Traum von Landleben und Sommerduft" usw.).
4. Produktpreise. Jeweils für die Produkte selbst bzw. für eventuelle Nachfüllpackungen.

Die rechte Seite der Schautafeln zeigte auf einer ganzseitigen Photographie die Produkte, ihre Umverpackungen und eventuelle Nachfüllpackungen. Die einzelnen Produktvarianten – mit ihren unterschiedliche Duftnoten, Farbgebungen und Typenbezeichnungen – wurden übereinander angeordnet und jeweils durch Plexiglasscheiben voneinander getrennt. Die horizontale Anordnung der Objekte war ebenfalls bei allen Testzellen gleich: Produkt in Umverpackung, Produkt ohne Umverpackung, eventuelle Nachfülleinheiten in Umverpackung. Der Hintergrund war immer neutral (grau) gehalten.

1.3 Inhalte der Hauptbefragung

1. Produktbezogene Fragen:
   a) Konsummotivation bzw. Kaufbereitschaft gegenüber dem vorgestellten Produkt nach dem ersten Eindruck bzw. aufgrund der Produktpräsentation
   b) Erste positive und negative Eindrücke aufgrund der Produktpräsentation (offene Antwortkategorien)
   c) Potentielles Konsumverhalten gegenüber dem Produkt (Menge, Produktvariante, Konsumfrequenz)
   d) Pauschale ästhetische Produktbewertung
   e) Preisbewertung
   f) Bewertung des Neuigkeitscharakters des Produktes
   g) Bewertung unterschiedlicher Produktslogans
   h) Ästhetische Bewertung von Umverpackung, Name und Form des Produktes
   i) Nennung potentieller Anwendungsorte für das Produkt

2. Fragen zu den allgemeinen Konsum- und Verwendungsgewohnheiten von Raumdüften:
   a) Konsumfrequenz von Raumdüften
   b) Art der konsumierten Raumdüfte
   c) Anwendungsorte für die Raumdüfte

3. Fragen zur Sozialstatistik:
   a) Haushaltsstatus
      - Anzahl der Personen, die ständig im Haushalt leben (incl. der Befragten und den Kindern unter 18 Jahren)
      - Anzahl der im Haushalt lebenden Kinder unter 18 Jahren
      - z.Zt. ausgeübter Beruf des Haushaltsvorstandes
      - Nettoeinkommen des Gesamthaushaltes

b) Persönlicher Status der Interviewten
- Familienstand
- Letzter Schulabschluß
- Alter
- zeitlicher Umfang außerhäuslicher Berufstätigkeit
- z.Zt. ausgeübter Beruf

c) Persönlicher Medienkonsum der Interviewten
- Favorisierter Fernsehsender
- Favorisierte Fernsehgattungen
  Information (Nachrichten, Ratgeber-Sendungen, Sport)
  Shows (Gameshows, Große Unterhaltungsshows, Talkshows)
  Fernsehserien (Deutsche Familienserie, Comedyserie, Seifenoper, Krimiserie)
  Spielfilme (Heimat, Liebe, Action, Satire, Science-Fiction, Horror/Grusel, Krimi/Thriller, Musik)
  Volkstümliche Unterhaltung (Volkstheater, Volksmusiksendungen)
- Favorisierte Frauenzeitschriften
- Radiokonsum nach Tageszeiten

1.4 Inhalte der Nachbefragung

a) Konsummotivation bzw. Kaufbereitschaft gegenüber dem Produkt nach der Anwendung
b) Positive und negative Eindrücke während der Produktanwendung (offene Antwortkategorien)
c) Weiteres Konsumverhalten gegenüber dem Produkt (Menge, Produktvariante, Konsumfrequenz)
d) Pauschale ästhetische Produktbewertung
e) Preisbewertung
f) Bewertung des Neuigkeitscharakters des Produktes
g) Produkteinschätzung im Vergleich zur Haltung vor der Anwendung
h) Verbesserungsvorschläge für das Produkt (offene Antwortkategorien)
i) Bewertung unterschiedlicher Produktslogans
j) Nennung der Anwendungsorte
k) Ästhetische Bewertung des Duftes
l) Bewertung der Duftintensität

1.5 Differenzierung des Datensamples nach den Merkmalen Alter und Bildungshöhe (Hauptbefragung)

	tcell 1		tcell 2		tcell 3		tcell 4		tcell 5		tcell 6		tcell 1-6	
Gruppe	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
A	7	2,34	18	2,51	16	2,24	7	2,01	3	0,67	5	1,42	56	1,95
B	15	5,02	33	4,61	36	5,04	20	5,73	18	4,01	14	3,98	136	4,72
C	11	3,68	35	4,89	28	3,92	17	4,87	17	3,79	19	5,40	127	4,41
D	20	6,69	46	6,42	57	7,98	25	7,16	37	8,24	32	9,09	217	7,54
E	34	11,37	71	9,92	81	11,34	37	10,60	58	12,92	38	10,80	319	11,08
F	41	13,71	102	14,25	88	12,32	44	12,61	58	12,92	43	12,22	376	13,06
G	18	6,02	50	6,98	47	6,58	24	6,88	32	7,13	30	8,52	201	6,98
H	26	8,70	56	7,82	57	7,98	32	9,17	41	9,13	27	7,67	239	8,30
I	12	4,01	31	4,33	31	4,34	10	2,87	24	5,35	18	5,11	126	4,38
K	33	11,04	59	8,24	58	8,12	29	8,31	42	9,35	26	7,39	247	8,58
L	25	8,36	67	9,36	66	9,24	30	8,60	32	7,13	26	7,39	246	8,54
M	11	3,68	32	4,47	31	4,34	16	4,58	21	4,68	13	3,69	124	4,31
N	19	6,35	58	8,10	60	8,40	29	8,31	29	6,46	26	7,39	221	7,68
O	16	5,35	38	5,31	37	5,18	16	4,58	28	6,24	25	7,10	160	5,56
P	11	3,68	20	2,79	21	2,94	13	3,72	9	2,00	10	2,84	84	2,92
Total	299	100	716	100	714	100	349	100	449	100	352	100	2879	100

Tabelle 1 Absolute und prozentuale Angaben zur Verteilung der nach den Kriterien Alter und Bildung gebildeten Personengruppen auf die Testzellen

Aus Tabelle 1 läßt sich z.B. erkennen, daß 18 Personen in Testzelle 2 (tcell 2) befragt wurden, die entsprechend dem oben beschriebenen Schema der Gruppe A zugerechnet werden; insgesamt – d.h. alle Testzellen zusammengenommen – umfaßt die Gruppe A 56 Personen, was einem Anteil von 1,95% an der gezogenen Stichprobe entspricht.
Auffällig ist bei näherer Betrachtung die annähernd gleich hohe prozentuale Verteilung der Gruppen auf die einzelnen Testzellen. Dies läßt auf eine konsequente Einhaltung der der Studie zugrundeliegenden Quotierungsvorgaben schließen. Um diesen Sachverhalt zu veranschaulichen, habe ich die Angaben als Kurven in eine Graphik übertragen (Abbildung 1).

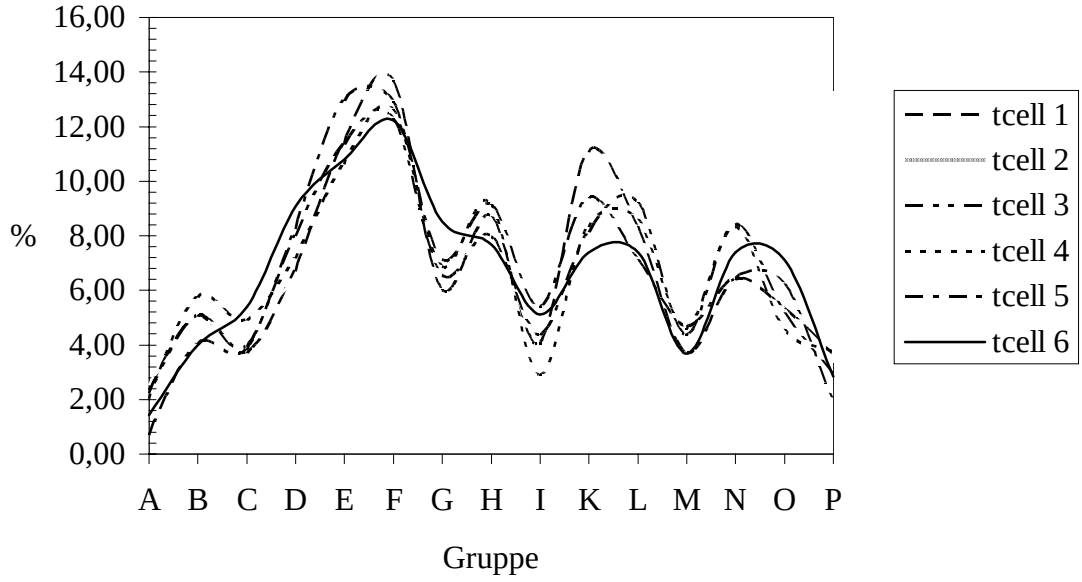


Abbildung 1 Prozentuale Verteilung der Gruppen auf die einzelnen Testzellen

Faßt man nun die Verteilungswerte aus den einzelnen Testzellen zu einer Kurve zusammen bzw. überträgt man die Daten aus der letzten oben angeführten Tabellenspalte (tcell 1-6) in ein Streifendiagramm, so ergibt sich folgendes Bild:

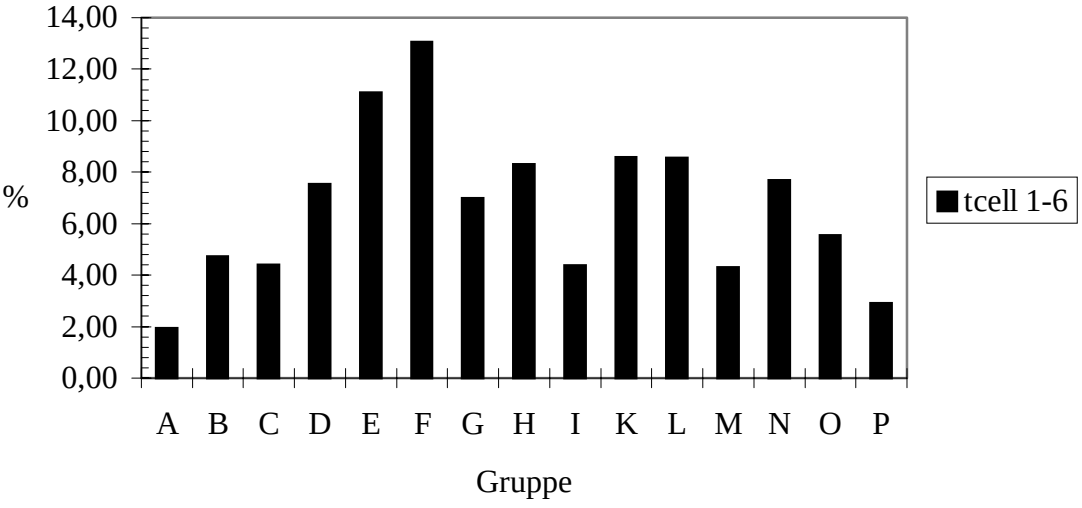


Abbildung 2 Prozentuale Verteilung der Gruppen insgesamt

Da die Studie und das der Erhebung zugrundeliegende Quotierungsverfahren nach den Kriterien des *Burke-Institutes* repräsentativ auf die Gesamtgesellschaft sein soll, stellt Abbildung 2 die Verteilung des weiblichen Teils der Bevölkerung der alten Bundesländer nach den Kriterien Alter und Bildung zum Erhebungszeitpunkt dar. Das Schaubild veranschaulicht, daß bei den jüngeren Frauen (bis 39 Jahre) der Anteil von Personen mit einem hohen

Bildungsniveau (Hochschule/Universität) besonders groß ist: Gruppe E und F (zusammen 695 Personen) nehmen im Segment der jüngeren Frauen (insgesamt 1231 Personen) einen Anteil von 65,45% ein. Demgegenüber zeigt das Diagramm einen sehr geringen Anteil von Frauen zwischen 20 und 29 Jahren mit geringem Bildungsniveau (Hauptschule mit/ohne Lehre): Der Anteil der Gruppe A (56 Personen) am Segment der jüngeren Frauen beträgt nur 4,5%[4]. Bezüglich des Segments der älteren Frauen (ab 40 Jahre) läßt sich festhalten, daß das Größenverhältnis der gebildeten Gruppen in etwa gleich ist; erwartungsgemäß sind die ältesten Personen (Gruppe I, M, P) anteilsmäßig weniger stark vertreten.
Für die weitere Analyse der Daten ergab sich nun das Problem, daß die Gruppen in den einzelnen Testzellen unterschiedlich stark vertreten sind, was eine Vergleichbarkeit des Antwortverhaltens über die einzelnen Frage-Items hinweg nicht gewährleistet. Deshalb habe ich in einer Art 'Kunstgriff' das Antwortverhalten in der jeweiligen Testzelle – z.B. Gruppe B, tcell2, $n_{B2} = 33$ – auf das Gesamt-n der Gruppe – in diesem Falle $n_{B1\text{-}6} = 136$ – hochgerechnet. So wird im folgenden – und dies bedeutet in allen der nachfolgenden Analyseschritte – davon ausgegangen, daß jeweils nicht die angegebene Anzahl von Personen pro Testzelle, sondern immer das Gesamt-n der Gruppe gleich 100% zu setzen ist. Dies gilt auch für die Auswertung der Tabellen 1.6 und 1.7.

1.6 Differenzierung des Datensamples nach den Merkmalen Alter und Bildungshöhe (Nachbefragung)

	tcell 2		tcell 3		tcell 4		tcell 5		tcell 6		tcell 2-6	
Gruppe	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
A	6	3,37	3	1,89	4	4,12	3	2,67	3	3,22	19	2,78
B	9	5,05	11	6,96	7	7,21	4	3,57	7	7,52	38	5,95
C	13	7,30	10	6,32	7	7,21	8	7,14	5	5,37	43	6,73
D	12	6,74	10	6,32	9	9,27	6	5,35	5	5,37	42	6,58
E	10	5,61	7	4,43	4	4,12	5	4,46	3	3,22	29	4,54
F	7	3,93	7	4,43	8	8,24	10	8,92	6	6,45	38	5,95
G	25	14,04	23	14,55	8	8,24	10	8,92	10	10,75	76	11,91
H	20	11,23	14	8,86	8	8,24	17	15,17	14	15,05	73	11,44
I	13	7,30	5	3,16	3	3,09	7	6,25	9	9,67	37	5,79
K	16	8,98	17	10,75	8	8,24	14	12,5	8	8,60	63	9,87
L	18	10,11	22	13,92	7	7,21	10	8,92	9	9,67	66	10,34
M	7	3,93	8	5,06	7	7,21	5	4,46	3	3,22	30	4,70
N	12	6,74	7	4,43	8	8,24	6	5,35	4	4,30	37	5,79
O	7	3,93	9	5,69	6	6,18	4	3,57	3	3,22	29	4,54
P	3	1,68	5	3,16	3	3,09	3	2,67	4	4,30	18	2,82
Total	178	100	158	100	97	100	112	100	93	100	638	100

Absolute und prozentuale Angaben zur Verteilung der nach den Kriterien Alter und Bildung gebildeten Personengruppen auf die Testzellen

[4] Insgesamt unterstützen diese Zahlen die weiter oben schon vorgebrachte Kritik, daß die Stichprobe ausschließlich innerhalb von Großstädten gezogen wurde und ländliche Regionen unberücksichtigt lies.

1.7 Differenzierung des Datensamples nach den Merkmalen Einkommen und Bildungshöhe (Hauptbefragung)

	tcell 1		tcell 2		tcell 3		tcell 4		tcell 5		tcell 6		tcell 1-6	
Gruppe	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
1	20	6,68	37	5,16	36	5,04	15	4,29	23	5,12	14	3,97	145	5,03
2	26	8,69	42	5,68	54	7,56	25	7,16	38	8,46	30	8,52	215	7,46
3	26	8,69	51	7,12	54	7,56	25	7,16	26	8,01	34	9,65	226	7,84
4	46	8,69	140	19,55	134	18,76	68	19,48	79	17,59	54	15,34	521	18,09
5	5	15,38	10	1,39	15	2,10	13	3,72	9	2,00	4	1,13	56	1,94
6	17	1,67	52	7,26	51	7,14	23	6,59	31	6,90	22	6,25	196	6,80
7	23	5,68	63	8,79	53	7,42	27	7,73	35	7,79	26	7,38	227	7,88
8	49	7,69	106	14,80	105	14,70	50	14,32	67	14,92	62	17,61	439	15,24
9	8	16,38	29	4,05	25	3,50	11	3,15	18	4,00	21	5,96	112	3,89
10	21	2,67	61	8,51	49	6,86	29	8,30	27	6,01	25	7,10	212	7,36
11	17	5,68	43	6,00	50	7,00	24	6,87	30	6,68	16	4,54	180	6,25
12	25	8,36	46	6,42	51	7,14	24	6,87	37	8,24	27	7,67	210	7,29
Insg.	283	94,64	680	94,97	677	94,81	334	95,70	430	95,76	335	95,17	2739	95,13
k. A.	16	5,35	36	5,02	37	5,18	15	4,29	19	4,23	17	4,82	140	4,86
Total	299	100	716	100	714	100	349	100	449	100	352	100	2879	100

Absolute und prozentuale Angaben zur Verteilung der nach den Kriterien Einkommen und Bildung gebildeten Personengruppen auf die Testzellen

1.8 Aus dem Sample ausgewählte Fragestellungen

a) Hauptbefragung:

- *Kaufbereitschaft*
  Frage: "Bitte schauen Sie sich diese Liste an. Welche Aussage auf dieser Liste beschreibt am besten, was Sie vom Kauf dieses Produktes halten würden?"
  Antwortkategorien: 1. Ich würde bestimmt kaufen; 2. Ich würde wahrscheinlich kaufen; 3. Ich weiß nicht, ob ich kaufen würde; 4. Ich würde wahrscheinlich nicht kaufen; 5. Ich würde bestimmt nicht kaufen.
- *Preisbewertung*
  Frage: "Wenn Sie den Preis für dieses Produkt, so wie hier angegeben, berücksichtigen, welche Aussage auf dieser Liste trifft dann Ihrer Meinung nach insgesamt am besten zu?"
  Antwortkategorien: 1. Sehr preisgünstig; 2. Preisgünstig; 3. Durchschnittlich; 4. Etwas zu teuer; 5. Viel zu teuer.
- *Pauschale ästhetische Produktbewertung*
  Frage: "Welche Aussage auf der Liste beschreibt am besten, wie sehr Ihnen dieses Produkt gefällt bzw. nicht gefällt?"
  Antwortkategorien: 1. Gefällt mir ausgezeichnet; 2. Gefällt mir sehr gut; 3. Gefällt mir gut; 4. Gefällt mir einigermaßen gut; 5. Gefällt mir nur ein wenig; 6. Gefällt mir überhaupt nicht.
- *Ästhetische Bewertung der Form des Produktes*
  Frage: "Welche Aussage auf dieser Liste beschreibt am besten, wie sehr Ihnen die Form des Produktes gefällt bzw. nicht gefällt?"

Antwortkategorien: 1. Gefällt mir ausgezeichnet; 2. Gefällt mir sehr gut; 3. Gefällt mir gut; 4. Gefällt mir einigermaßen gut; 5. Gefällt mir nur ein wenig; 6. Gefällt mir überhaupt nicht.

- *Bewertung des Neuigkeitscharakters des Produktes*
  Frage: "Welche Aussage auf dieser Liste beschreibt am besten, inwieweit dieses Produkt im Vergleich zu anderen Produkten neu und einzigartig ist?"
  Antwortkategorien: 1. Außerordentlich neu und einzigartig; 2. Sehr neu und einzigartig; 3. Einigermaßen neu und einzigartig; 4. Ein wenig neu und einzigartig; 5. Überhaupt nicht neu und einzigartig.

b) (Telefon-)Nachbefragung:

- *Kaufbereitschaft*
  Frage: "Angenommen, daß das von Ihnen verwendete Produkt in den Geschäften erhältlich wäre, in denen Sie normalerweise einkaufen, wie wahrscheinlich wäre es, daß Sie es in Zukunft kaufen würden? Würden Sie sagen..."
  Antwortkategorien: 1. Ich würde bestimmt kaufen; 2. Ich würde wahrscheinlich kaufen; 3. Ich weiß nicht, ob ich kaufen würde; 4. Ich würde wahrscheinlich nicht kaufen; 5. Ich würde bestimmt nicht kaufen.
- *Preisbewertung*
  Frage: "Nur zur Erinnerung: Das Produkt kostet DM ... Ausgehend von diesem Preis, welche der folgenden Aussagen trifft dann Ihrer Meinung nach am besten zu? Würden Sie sagen es ist..."
  Antwortkategorien: 1. Sehr preisgünstig; 2. Preisgünstig; 3. Durchschnittlich; 4. Etwas zu teuer; 5. Viel zu teuer.
- *Pauschale ästhetische Produktbewertung*
  Frage: "Welche Aussage, die ich Ihnen jetzt vorlese, beschreibt am besten, wie sehr Ihnen dieses Produkt gefällt bzw. mißfällt?"
  Antwortkategorien: 1. Gefällt mir ausgezeichnet; 2. Gefällt mir sehr gut; 3. Gefällt mir gut; 4. Gefällt mir einigermaßen gut; 5. Gefällt mir nur ein wenig; 6. Gefällt mir überhaupt nicht.
- *Ästhetische Bewertung des Duftes*
  Frage: "Welche Aussage, die ich Ihnen gleich vorlese, beschreibt am besten, wie gut Ihnen der Duft dieses Produktes gefällt?"
  Antwortkategorien: 1. Gefällt mir ausgezeichnet; 2. Gefällt mir sehr gut; 3. Gefällt mir gut; 4. Gefällt mir einigermaßen gut; 5. Gefällt mir nur ein wenig; 6. Gefällt mir überhaupt nicht.
- *Bewertung des Neuigkeitscharakters des Produktes*
  Frage: "Welche der Aussagen, die ich Ihnen jetzt vorlese, beschreibt am besten, inwieweit dieses Produkt im Vergleich zu anderen Produkten neu und einzigartig ist? Würden Sie sagen..."
  Antwortkategorien: 1. Außerordentlich neu und einzigartig; 2. Sehr neu und einzigartig; 3. Einigermaßen neu und einzigartig; 4. Ein wenig neu und einzigartig; 5. Überhaupt nicht neu und einzigartig.
- *Produkteinschätzung im Vergleich zur Haltung vor der Anwendung*
  Frage: "Nachdem Sie das Produkt jetzt ausprobieren konnten, ist es Ihrer Meinung nach besser als erwartet, ungefähr wie erwartet oder nicht so gut wie erwartet?"
  Antwortkategorien: 1. Besser als erwartet; 2. Ungefähr wie erwartet; 3. Nicht so gut wie erwartet.

2. Erläuterungen zur Anlage der qualitativen Studie

2.1 Ablauf der Gruppeninterviews und Inhalte des Interviewer-Leitfadens

1. Freie Assoziationen zum Gebiet 'Raumluft/Raumduft'.
2. Hinlenkung auf das Thema 'Lufterfrischer'.
3. Aufforderung an die Befragten, Bezeichnungen/Termini für die traditionellen Lufterfrischer zu finden.
4. Verteilung verschiedener Lufterfrischerprodukte (IAAF functional, IAAF decorative, CAAF functional, CAAF decorative, Alternative Raumdüfte).
5. Aufforderung an die Befragten, die Produkte zu typisieren und sich eventuelle Vorteile, Nachteile, Eigenschaften, Anwendungsorte, Einsatzmotive usw. zu überlegen.
6. Vorstellung, Begründung und Diskussion der Typisierungen und Bewertungen.
7. Weitere im Rahmen der Produktdiskussion gestellte Fragen:
   - Stellen Sie sich vor, der Lufterfrischer wäre eine Person. Welche Eigenschaften hat diese Person? Wo macht diese Person Urlaub? Wie will sie erscheinen?
   - Wie sieht die Heimat des Lufterfrischers aus, wäre er eine Person?
   - Stellen Sie sich vor, der Lufterfrischer ist auf einer Party eingeladen. Andere Produkte kommen auch zu dieser Party. Wer sind diese Gäste? Was für eine Art von Party ist das?
   - Wer ist der typische Anwender von Lufterfrischern? Was ist seine Motivation?
   - Wie sieht in übertriebener Form der typische Anwender von Lufterfrischern aus? Was ist seine Motivation?
   - Wer ist der typische Nicht-Anwender von Lufterfrischern?
   - Wie sieht in übertriebener Form der typische Nicht-Anwender von Lufterfrischern aus?
   - Was denkt eine Wohnung, die mit einem Lufterfrischer behandelt wurde?
   - Was denkt ein Besucher, der eine solche Wohnung betritt?

Teil B – Eingangssdaten und Ergebnisse der Korrespondenzanalysen

1. Erster Analyseschritt

Hauptbefragung. Alter/Bildungshöhe.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	K	L	M	N	O	P
P1	8	18	12	33	42	9	70	46	42	29	59	23	12	9	38
P2	8	63	12	43	35	18	22	47	31	37	30	34	58	10	31
P3	19	38	45	47	33	116	101	117	47	94	77	35	53	46	24
P4	27	53	46	53	57	47	73	102	34	85	97	54	50	69	36
P5	28	49	47	61	81	48	120	89	94	75	92	31	65	42	34
P6	14	78	47	68	50	44	127	150	56	67	95	57	59	70	33

Matrix 1.1 Kaufbereitschaft gegenüber den getesteten Produkten (Ich würde bestimmt kaufen/Ich würde wahrscheinlich kaufen)

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	K	L	M	N	O	P
P1	24	54	69	98	109	64	89	119	73	82	69	68	47	28	61
P2	40	73	69	130	155	128	156	147	72	82	59	56	58	75	62
P3	0	53	60	88	77	130	88	99	42	53	131	47	53	80	48
P4	27	46	46	61	81	74	59	64	49	74	69	38	79	45	46
P5	11	49	46	80	139	129	96	98	53	113	103	66	80	88	42
P6	28	78	60	81	101	44	100	150	56	66	132	48	119	64	36

Matrix 1.2 Preisbewertung gegenüber den getesteten Produkten (Sehr preisgünstig/Preisgünstig)

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	K	L	M	N	O	P
P1	0	9	12	11	0	0	11	46	0	15	41	0	0	0	8
P2	8	27	12	0	0	0	11	46	21	7	10	0	0	10	0
P3	0	15	22	29	5	52	25	70	32	35	23	30	38	29	24
P4	17	27	26	24	19	23	42	54	25	48	54	24	50	33	12
P5	14	54	22	36	58	59	84	77	33	50	56	35	65	29	17
P6	14	48	13	41	34	9	80	106	14	0	28	57	25	51	25

Matrix 1.3 Pauschale ästhetische Produktbewertung (Gefällt mir ausgezeichnet/Gefällt mir sehr gut)

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	K	L	M	N	O	P
P1	0	12	0	0	0	0	9	31	2	8	15	0	0	0	3
P2	6	32	4	0	0	0	9	46	21	7	10	0	0	0	3
P3	19	68	52	88	82	117	88	175	47	106	85	71	46	51	36
P4	41	66	61	116	127	140	113	115	61	54	138	123	104	108	48
P5	28	91	73	137	202	203	129	137	81	77	103	146	114	99	50
P6	28	87	47	75	67	87	121	142	56	48	142	170	93	97	59

Matrix 1.4 Ästhetische Bewertung der Form des Produktes (Gefällt mir ausgezeichnet/Gefällt mir sehr gut)

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	K	L	M	N	O	P
P1	8	54	0	0	17	9	11	28	32	8	30	0	12	10	8
P2	8	54	0	0	16	27	22	55	42	37	39	0	23	20	16
P3	0	30	59	84	94	111	103	130	73	64	108	52	70	86	21
P4	32	56	54	66	51	91	76	110	49	91	77	50	69	36	345
P5	28	49	58	113	112	115	117	119	69	109	110	23	99	55	42
P6	11	58	27	47	84	61	80	106	49	66	66	19	25	45	25

Matrix 1.5 Bewertung des Neuigkeitscharakters des Produktes (Außerordentlich neu und einzigartig/ Sehr neu und einzigartig)

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	K	L	M	N	O	P	sum
P1	40	147	93	142	167	82	190	270	149	142	214	91	71	47	118	1963
P2	70	249	97	173	206	173	220	341	187	170	148	90	139	115	112	2490
P3	38	204	238	336	291	526	405	591	241	352	424	235	260	292	153	4568
P4	144	248	233	320	335	375	363	445	218	352	435	289	352	291	177	4577
P5	109	292	246	427	592	554	546	520	330	424	464	301	423	313	185	5726
P6	95	349	194	312	336	245	508	654	231	247	463	351	321	327	178	4811
sum	496	1489	1011	1710	1927	1955	2232	2821	1356	1687	2148	1357	1566	1358	923	24153

Matrix 1.6 Eingangsdaten für die Korrespondenzanalyse

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	K	L	M	N	O	P	sum
P1	2,0	7,5	4,7	7,2	8,5	4,2	9,7	13,8	7,6	7,2	10,9	4,6	3,6	2,4	6,0	100
P2	2,8	10,0	3,9	6,9	8,3	6,9	8,8	13,7	7,5	6,8	5,9	3,6	5,6	4,6	4,5	100
P3	0,8	4,4	5,2	7,3	6,3	11,5	8,8	12,9	5,3	7,7	9,2	5,1	5,7	6,4	3,3	100
P4	3,1	5,4	5,1	7,0	7,3	8,2	7,9	9,7	4,8	7,7	9,5	6,3	7,7	6,4	3,9	100
P5	1,9	5,1	4,3	7,5	10,3	9,7	9,5	9,1	5,8	7,4	8,1	5,3	7,4	5,5	3,2	100
P6	2,0	7,3	4,0	6,5	7,0	5,1	10,6	13,6	4,8	5,1	9,6	7,3	6,7	6,8	3,7	100
average	2,1	6,2	4,6	7,1	8,0	8,1	9,2	11,7	5,6	7,0	8,9	5,6	6,5	5,7	3,8	100

Matrix 1.7 Row Profiles

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	K	L	M	N	O	P	average
P1	8,1	9,9	8,4	8,3	8,7	4,2	8,5	9,6	11,0	8,4	10,0	6,7	4,5	3,4	12,8	8,1
P2	14,1	16,7	8,8	10,1	10,7	8,8	9,9	12,1	13,8	10,1	6,9	6,6	8,9	8,3	12,1	10,3
P3	7,7	13,7	21,6	19,6	15,1	26,9	18,1	21,0	17,8	20,9	19,7	17,3	16,6	21,1	16,6	19,0
P4	29,0	16,7	21,2	18,7	17,4	19,2	16,3	15,8	16,1	20,9	20,3	21,3	22,5	21,0	19,2	19,2
P5	22,0	19,6	22,3	25,0	30,7	28,3	24,5	18,4	24,3	25,1	21,6	22,2	27,0	22,6	20,0	23,7
P6	19,2	23,4	17,6	18,2	17,4	12,5	22,8	23,2	17,0	14,6	21,6	25,9	20,5	23,6	19,3	19,9
sum	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Matrix 1.8 Column Profiles

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	K	L	M	N	O	P
P1	0	7	0	0	1	43	0	8	16	0	10	4	29	44	29
P2	8	69	3	0	0	5	1	10	19	0	28	21	4	6	3
P3	39	26	5	0	18	75	1	7	1	4	1	2	5	4	3
P4	31	5	3	0	3	0	10	17	7	4	2	5	12	4	0
P5	1	12	1	1	47	21	1	39	0	2	5	2	8	1	6
P6	0	11	3	3	7	62	11	18	7	27	3	28	0	11	0

Chi-square statistic (if applicable) = 858.23 (d.f.= 70)

Matrix 1.9 Inertia contributions of each cell

1	0,015326	43,13%	**********
2	0,008026	22,59%	**********
3	0,00629	17,70%	**********
4	0,003244	9,13%	**********
5	0,002647	7,45%	*********
6	0,000000	0,00%	
7	0,000000	0,00%	
8	0,000000	0,00%	
9	0,000000	0,00%	
10	0,000000	0,00%	
11	0,000000	0,00%	
12	0,000000	0,00%	
13	0,000000	0,00%	
14	0,000000	0,00%	
	0,035533		

Inertias and percentages of inertia

Nachbefragung. Alter/Bildungshöhe.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	K	L	M	N	O	P
P3	14	19	22	14	20	23	61	44	23	36	59	18	25	26	17
P4	17	32	25	33	24	24	66	39	20	48	41	16	26	19	13
P5	13	29	26	17	16	27	58	47	30	35	48	17	24	18	23
P6	14	27	34	34	10	13	68	41	25	40	37	20	19	10	9

Matrix 1.10 Kaufbereitschaft gegenüber den getesteten Produkten (Ich würde bestimmt kaufen/Ich würde wahrscheinlich kaufen)

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	K	L	M	N	O	P
P3	6	19	0	28	12	15	30	35	9	27	26	12	19	18	12
P4	10	11	20	9	5	5	10	22	11	10	18	8	5	8	4
P5	5	17	3	3	8	5	24	14	5	16	19	9	4	5	11
P6	13	27	34	34	19	13	65	41	25	39	37	10	19	11	9

Matrix 1.11 Preisbewertung gegenüber den getesteten Produkten (Sehr preisgünstig/Preisgünstig)

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	K	L	M	N	O	P
P3	19	19	0	28	6	19	30	26	19	18	26	12	18	17	11
P4	10	19	20	29	14	8	54	25	18	35	25	14	22	12	7
P5	16	23	33	17	11	22	40	27	8	47	33	17	19	4	17
P6	13	16	26	25	0	0	61	25	13	24	44	9	0	8	5

Matrix 1.12 Pauschale ästhetische Produktbewertung (Gefällt mir ausgezeichnet/Gefällt mir sehr gut)

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	K	L	M	N	O	P
P3	13	19	11	21	6	11	38	36	21	31	40	10	19	26	12
P4	15	23	23	27	12	15	44	29	43	35	34	18	20	14	11
P5	14	22	30	32	16	16	52	43	39	39	40	17	22	19	12
P6	12	22	17	17	10	6	46	46	41	38	37	9	0	5	5

Matrix 1.13 Ästhetische Bewertung des Duftes (Gefällt mir ausgezeichnet/Gefällt mir sehr gut)

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	K	L	M	N	O	P
P3	7	38	32	35	12	23	38	35	29	22	40	12	18	27	11
P4	12	25	33	33	12	18	49	32	17	25	30	17	20	14	12
P5	14	23	34	28	21	22	36	51	22	39	44	16	21	18	12
P6	6	16	17	25	9	0	61	25	13	16	44	10	0	5	5

Matrix 1.14 Bewertung des Neuigkeitscharakters des Produktes (Außerordentlich neu und einzigartig/ Sehr neu und einzigartig)

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	K	L	M	N	O	P
P3	6	10	11	28	12	11	46	31	21	27	33	6	12	9	6
P4	12	15	18	24	16	8	42	18	12	35	32	12	17	12	7
P5	13	16	20	14	10	8	36	31	11	28	33	9	19	4	6
P6	13	16	17	17	0	0	60	20	13	0	37	9	0	10	5

Matrix 1.15 Produkteinschätzung im Vergleich zur Haltung vor der Anwendung (Besser als erwartet)

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	K	L	M	N	O	P	sum
P3	65	124	76	154	68	102	243	207	122	161	224	70	111	123	69	1919
P4	76	125	139	155	83	78	265	165	121	188	180	85	110	79	54	1903
P5	75	130	146	111	82	81	246	213	115	204	217	85	109	68	81	1963
P6	71	124	145	152	48	35	361	198	130	157	236	67	38	49	38	1849
sum	287	503	506	572	281	296	1115	783	488	710	857	307	368	319	242	7634

Matrix 1.16 Eingangsdaten für die Korrespondenzanalyse

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	K	L	M	N	O	P	sum
P3	3,4	6,5	4,0	8,0	3,5	5,3	12,7	10,8	6,4	8,4	11,7	3,6	5,8	6,4	3,6	100
P4	4,0	6,6	7,3	8,1	4,4	4,1	13,9	8,7	6,4	9,9	9,5	4,5	5,8	4,2	2,8	100
P5	3,8	6,6	7,4	5,7	4,2	4,1	12,5	10,9	5,9	10,4	11,1	4,3	5,6	3,5	4,1	100
P6	3,8	6,7	7,8	8,2	2,6	1,9	19,5	10,7	7,0	8,5	12,8	3,6	2,1	2,7	2,1	100
average	3,8	6,6	6,6	7,5	3,7	3,9	14,6	10,3	6,4	9,3	11,2	4,0	4,8	4,2	3,2	100

Matrix 1.17 Row Profiles

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	K	L	M	N	O	P	average
P3	22,6	24,7	15,0	26,9	24,2	34,5	21,8	26,4	25,0	22,7	26,1	22,8	30,2	38,6	28,5	25,1
P4	26,5	24,9	27,5	27,1	29,5	26,4	23,8	21,1	24,8	26,5	21,0	27,7	29,9	24,8	22,3	24,9
P5	26,1	25,8	28,9	19,4	29,2	27,4	22,1	27,2	23,6	28,7	25,3	27,7	29,6	21,3	33,5	25,7
P6	24,7	24,7	28,7	26,6	17,1	11,8	32,4	25,3	26,6	22,1	27,5	21,8	10,3	15,4	15,7	24,2
sum	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Matrix 1.18 Column Profiles

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	K	L	M	N	O	P
P3	3	0	86	3	0	43	21	2	0	7	1	3	16	96	5
P4	1	0	6	5	10	1	3	20	0	3	22	4	15	0	3
P5	0	0	8	37	6	1	24	3	4	11	0	2	9	10	24
P6	0	0	17	5	25	79	128	2	5	5	16	3	123	43	30

Chi-square statistics (if applicable) = 238,33 (d.f. = 42)

Matrix 1.19 Inertia contributions of each cell

1	0,021136	67,70%	**
2	0,007254	23,24%	**********
3	0,002829	9,06%	*******
4	0,000000	0,00%	
5	0,000000	0,00%	
6	0,000000	0,00%	
7	0,000000	0,00%	
8	0,000000	0,00%	
9	0,000000	0,00%	
10	0,000000	0,00%	
11	0,000000	0,00%	
12	0,000000	0,00%	
13	0,000000	0,00%	
14	0,000000	0,00%	
	0,031219		

Inertias and percentages of inertia

I	NAME	QLT	MAS	INR	k=1	COR	CTR	k=2	COR	CTR	k=3	COR	CTR
1	P3	1000	251	286	-147	608	257	-117	388	478	12	4	13
2	P4	1000	249	91	-36	112	15	55	261	103	-85	627	633
3	P5	1000	257	139	-53	168	34	101	605	361	62	227	347
4	P6	1000	242	483	246	971	693	-42	28	58	9	1	7

Tabelle 1.3 Row contributions. Nachbefragung. Alter/Bildungshöhe.

J	NAME	QLT	MAS	INR	k=1	COR	CTR	k=2	COR	CTR	k=3	COR	CTR
1	A	1000	38	4	29	226	1	47	605	11	-25	169	8
2	B	1000	66	0	12	791	0	6	178	0	2	31	0
3	C	1000	66	117	160	461	80	171	532	269	-20	7	9
4	D	1000	75	50	39	74	6	-97	449	97	-100	476	264
5	E	1000	37	41	-135	529	32	118	406	71	-47	65	29
6	F	1000	39	124	-314	984	180	-39	16	8	-3	0	0
7	G	1000	146	176	188	939	244	-44	52	40	-18	8	16
8	H	1000	103	26	9	10	0	-30	115	13	83	875	253
9	I	1000	64	9	50	604	8	-36	310	12	-19	86	8
10	K	1000	93	26	-26	75	3	90	925	104	1	0	0
11	L	1000	112	40	57	292	17	-60	320	55	66	388	172
12	M	1000	40	12	-31	105	2	85	749	40	-30	101	13
13	N	1000	48	163	-312	925	223	77	56	39	-46	20	36
14	O	1000	42	149	-269	649	143	-195	341	219	-33	10	16
15	P	1000	32	62	-200	661	60	70	81	21	125	258	175

Tabelle 1.4 Column contributions. Nachbefragung. Alter/Bildungshöhe.

2. Zweiter Analyseschritt

Hauptbefragung. Einkommen/Bildungshöhe.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
P1	29	41	11	23	11	35	20	90	28	125	32	50
P2	14	41	11	45	11	23	10	81	28	41	32	50
P3	13	40	50	138	6	76	45	151	68	70	96	74
P4	49	96	89	258	39	154	191	277	112	171	140	146
P5	35	61	31	130	6	49	94	133	58	101	100	78
P6	31	50	53	106	42	53	96	120	64	129	124	117

Matrix 2.1 Kaufbereitschaft gegenüber den getesteten Produkten (Ich würde bestimmt kaufen/Ich würde wahrscheinlich kaufen)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
P1	22	17	35	136	22	46	89	125	42	61	64	101
P2	36	58	78	193	34	104	79	143	70	101	95	118
P3	38	51	113	205	31	89	84	157	50	102	84	62
P4	67	65	127	282	39	101	120	251	90	133	81	130
P5	47	118	80	223	6	98	94	191	58	73	67	105
P6	52	99	140	212	42	53	70	212	75	102	90	124

Matrix 2.2 Preisbewertung gegenüber den getesteten Produkten (Sehr preisgünstig/Preisgünstig)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
P1	0	8	0	0	0	23	10	36	0	29	0	8
P2	0	0	0	11	0	0	10	18	14	41	0	34
P3	0	17	25	86	6	76	19	46	31	55	36	33
P4	31	70	30	147	33	74	81	149	54	134	74	81
P5	24	56	22	97	6	26	50	119	42	49	75	78
P6	31	29	27	48	14	27	17	78	43	76	79	78

Matrix 2.3 Pauschale ästhetische Produktbewertung (Gefällt mir ausgezeichnet/Gefällt mir sehr gut)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
P1	0	0	0	0	0	12	0	18	0	20	0	8
P2	0	0	0	11	0	12	10	18	7	61	21	34
P3	19	74	82	145	19	120	78	177	81	110	96	102
P4	95	236	188	439	63	196	229	469	125	249	252	221
P5	90	118	111	290	28	113	141	265	77	132	117	128
P6	21	79	100	154	42	98	122	184	64	119	124	148

Matrix 2.4 Ästhetische Bewertung der Form des Produktes (Gefällt mir ausgezeichnet/Gefällt mir sehr gut)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
P1	0	0	0	0	0	0	9	9	0	10	0	8
P2	0	0	0	11	0	23	9	18	28	25	21	25
P3	12	11	26	40	0	25	32	45	24	39	29	23
P4	61	95	104	173	24	91	110	221	74	148	129	133
P5	71	77	66	208	22	60	97	203	58	90	96	105
P6	21	29	20	77	0	27	44	85	53	102	101	107

Matrix 2.5 Bewertung des Neuigkeitscharakters des Produktes (Außerordentlich neu und einzigartig/ Sehr neu und einzigartig)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	sum
P1	51	66	46	159	33	116	128	278	70	245	96	175	1463
P2	50	99	89	271	45	162	118	278	147	269	169	261	1958
P3	82	163	296	614	62	386	258	576	254	376	341	294	3732
P4	303	526	538	1299	198	616	731	1367	455	835	676	711	8255
P5	267	430	310	948	68	346	476	911	293	445	455	494	5443
P6	156	286	340	597	140	258	349	679	299	528	518	574	4724
sum	909	1600	1619	3888	546	1884	2060	4089	1518	2698	2255	2509	25575

Matrix 2.6 Eingangsdaten für die Korrespondenzanalyse

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	sum
P1	3,5	4,5	3,1	10,9	2,3	7,9	8,7	19,0	4,8	16,7	6,6	12,0	100
P2	2,6	5,1	4,5	13,8	2,3	8,3	6,0	14,2	7,5	13,7	8,6	13,3	100
P3	2,2	5,2	7,9	16,5	1,7	10,3	6,9	15,4	6,8	10,1	9,1	7,9	100
P4	3,7	6,4	6,5	15,7	2,4	7,5	8,9	16,6	5,5	10,1	8,2	8,6	100
P5	4,9	7,9	5,7	17,4	1,2	6,4	8,7	16,7	5,4	8,2	8,4	9,1	100
P6	3,3	6,1	7,2	12,6	3,0	5,5	7,4	14,4	6,3	11,2	11,0	12,2	100
average	3,6	6,3	6,3	15,2	2,1	7,4	8,1	16,0	5,9	10,5	8,8	9,8	100

Matrix 2.7 Row Profiles

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	average
P1	5,6	4,1	2,8	4,1	6,0	6,2	6,2	6,8	4,6	9,1	4,3	7,0	5,7
P2	5,5	6,2	5,5	7,0	8,2	8,6	6,2	6,8	4,6	9,1	4,3	7,0	7,7
P3	9,0	12,1	18,3	15,8	11,4	20,5	12,5	14,1	16,7	13,9	15,1	11,7	14,6
P4	33,3	32,9	33,2	33,4	36,3	32,7	35,5	33,4	30,0	30,9	30,0	28,3	32,3
P5	29,4	26,9	19,1	24,4	12,5	18,4	23,1	22,3	19,3	16,5	20,2	19,7	21,3
P6	17,2	17,9	21,0	15,4	25,6	13,7	16,9	16,6	19,7	19,6	23,0	22,9	18,5
sum	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Matrix 2.8 Column Profiles

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
P1	0	11	36	28	0	1	1	13	5	82	13	11
P2	9	7	15	4	0	3	15	6	13	29	0	38
P3	30	11	23	6	6	69	9	1	7	1	1	22
P4	0	0	1	2	4	0	10	3	4	2	6	19
P5	43	36	5	27	31	12	5	3	4	45	2	5
P6	1	0	9	32	23	36	4	12	2	3	38	41

Chi-square statistic (if applicable) = 646.63 (d.f. = 55)

Matrix 2.9 Inertia contributions of each cell

1	0,011525	45,58%	**
2	0,006524	25,80%	**************************
3	0,005115	20,23%	********************
4	0,001806	7,14%	********
5	0,000313	1,24%	*
6	0,000000	0,00%	
7	0,000000	0,00%	
8	0,000000	0,00%	
9	0,000000	0,00%	
10	0,000000	0,00%	
11	0,000000	0,00%	
	0,025284		

Inertias and percentages of inertia

I	NAME	QLT	MAS	INR	k=1	COR	CTR	k=2	COR	CTR	k=3	COR	CTR	k=4	COR	CTR	k=5	COR	CTR
1	P1	1000	57	202	-192	413	183	-87	86	67	-207	479	478	-31	11	31	-32	11	185
2	P2	1000	77	140	-185	738	226	20	8	4	-31	20	14	98	210	411	33	24	268
3	P3	1000	146	187	16	8	3	178	981	712	-2	0	0	9	2	7	-17	9	133
4	P4	1000	323	51	41	417	47	2	1	0	-18	82	21	-42	428	309	17	72	300
5	P5	1000	213	219	139	739	354	-69	185	157	-5	1	1	43	72	219	-9	3	56
6	P6	1000	185	201	-108	422	186	-46	77	60	116	489	486	-15	9	24	-10	4	59

Tabelle 2.1 Row contributions. Hauptbefragung. Einkommen/Bildungshöhe.

J	NAME	QLT	MAS	INR	k=1	COR	CTR	k=2	COR	CTR	k=3	COR	CTR	k=4	COR	CTR	k=5	COR	CTR
1	1	1000	36	83	152	391	72	-189	600	194	-15	4	2	16	4	5	-9	1	9
2	2	1000	63	66	130	638	92	-87	281	72	38	55	18	25	24	22	6	1	7
3	3	1000	63	90	45	56	11	112	348	121	131	482	214	-61	105	132	-18	9	65
4	4	1000	152	99	118	853	185	34	70	37	-6	2	1	30	56	77	18	19	152
5	5	1000	21	65	-191	474	68	-37	18	5	102	134	43	-150	193	267	79	81	427
6	6	1000	74	122	-3	0	0	180	778	366	-95	217	130	15	5	9	-1	0	0
7	7	1000	81	45	72	369	37	-62	268	47	-40	110	25	-60	252	160	5	2	7
8	8	1000	160	38	31	159	13	-23	85	12	-61	632	117	-23	91	48	-14	33	100
9	9	1000	59	35	-59	229	18	74	361	49	50	166	29	58	221	109	18	23	64
10	10	1000	105	163	-179	819	292	-11	3	2	-82	174	140	-12	4	8	-5	1	10
11	11	1000	88	60	-39	87	11	10	6	1	122	874	258	3	1	0	-24	33	158
12	12	1000	98	135	-154	680	201	-83	198	103	36	36	24	55	86	163	1	0	1

Tabelle 2.2 Column contributions. Hauptbefragung. Einkommen/Bildungshöhe.

Teil C – Tabellen und Graphiken der erweiterten Auswertung

1. Teilnahmebereitschaft an der Nachbefragung

Gruppe	A	B	C	D	E	F	G	H	I	K	L	M	N	O	P	
n_H	49	121	116	197	285	335	183	213	114	214	221	113	202	144	73	2580
n_N	19	38	43	42	29	38	76	73	37	63	66	30	37	29	18	638
x	38,77	31,40	37,06	21,31	10,17	11,34	51,53	34,27	32,45	29,43	29,86	26,54	18,31	20,13	24,65	
y	28,23	28,23	28,23	28,23	28,23	28,23	28,23	28,23	28,23	28,23	28,23	28,23	28,23	28,23	28,23	

n_H = Anzahl der Teilnehmerinnen an der Hauptbefragung
n_N = Anzahl der Teilnehmerinnen an der Nachbefragung
x = Teilnahmebereitschaft der Gruppen in Prozent
y = Durchschnittliche Teilnahmebereitschaft in Prozent

Tabelle 1.1 Vergleich der Gruppengrößen in Haupt- und Nachbefragung

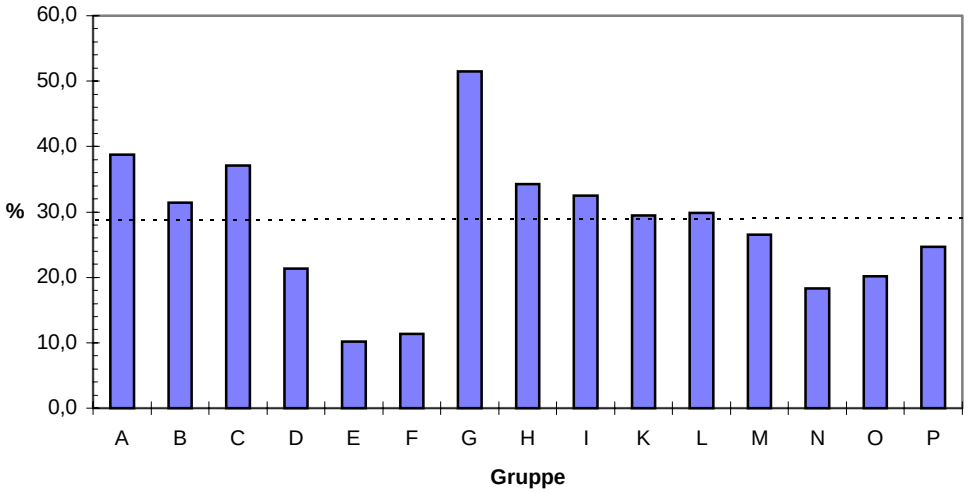


Abbildung 1.1 Teilnahmebereitschaft der Gruppen an der Nachbefragung
(--- = Durchschnittliche Teilnahmebereitschaft)

2. Angaben zum Kaufverhalten gegenüber 'traditionellen' Lufterfrischern und 'alternativen' Raumduftprodukten

Gruppe	A	B	C	D	E	F	G	H	I	K	L	M	N	O	P
Spray	12,5	11,7	9,4	3,3	6,7	2,5	11,1	14,9	15,2	8,6	10,8	9,0	3,7	6,3	12,2
Gel	10,4	2,6	2,0	3,3	0,7	1,1	4,7	5,5	5,0	3,6	1,9	1,0	2,1	0,7	1,4
Decorative	8,3	6,3	10,3	3,8	3,7	2,5	4,1	3,6	3,0	2,7	2,8	3,0	3,7	2,8	1,4
Electric	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,2	0,5	0,0	0,5	1,0	0,0	0,5	0,0	1,4
Oils	16,7	24,4	19,8	26,5	18,6	15,0	15,8	15,9	9,0	22,1	11,2	15,0	20,9	12,7	11,8
Potpourri	4,2	0,0	2,6	5,5	7,8	5,7	5,3	4,1	5,0	3,6	4,2	2,0	5,9	2,1	4,3
Candles	2,1	6,3	2,6	1,1	4,1	3,7	7,6	0,5	6,0	3,6	4,7	3,0	3,7	4,2	4,1
Don´t buy	45,8	48,7	53,3	56,5	58,4	69,5	50,2	55,0	56,8	55,3	63,4	67,0	59,5	71,2	59,9

Tabelle 2.1 Kaufverhalten gegenüber 'traditionellen' Lufterfrischern und 'alternativen' Raumduftprodukten (in %)

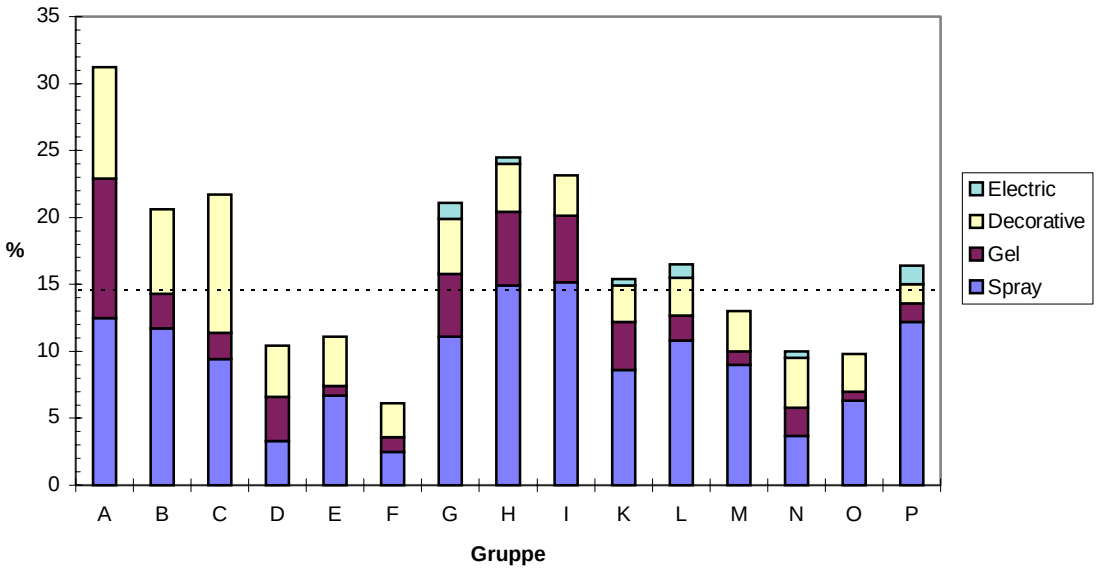


Abbildung 2.1 Käufer von 'traditionellen' Lufterfrischern
(--- = Durchschnittswert)

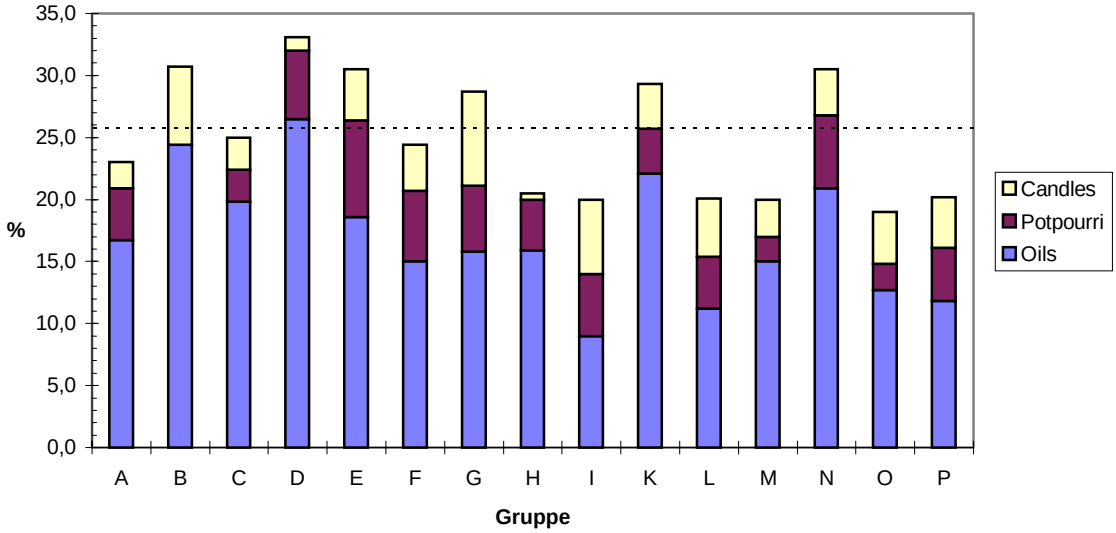


Abbildung 2.2 Käufer von 'alternativen' Raumduftprodukten
(--- = Durchschnittswert)

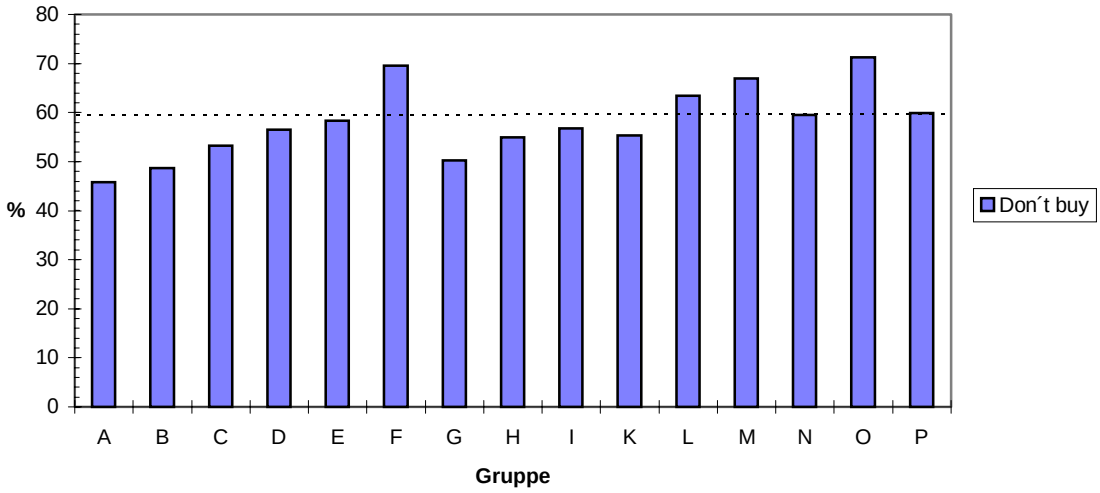


Abbildung 2.3 Anteil an Nicht-Käufern von Lufterfrischern/Raumduftprodukten
(--- = Durchschnittswert)

3. Angaben zur Sozialstatistik

Gruppe	A	B	C	D	E	F	G	H	I	K	L	M	N	O	P
Inhaber/Leiter gr. Untern./ freie Berufe	0,0	0,7	0,7	2,5	5,0	3,9	0,4	1,5	0,0	1,9	1,8	1,5	4,8	3,4	2,2
Kl. u. mittl. Selbständige	1,7	1,3	0,0	1,2	2,0	4,2	4,9	1,5	0,7	3,7	3,7	0,7	5,2	7,3	6,6
Leitende Angestellte	1,7	7,0	2,2	6,1	2,3	9,0	3,1	0,4	0,0	3,4	2,2	0,0	8,1	5,0	4,4
Sonstige Angestellte	46,7	49,9	66,2	57,8	38,1	52,1	48,7	35,9	8,0	58,2	43,6	11,0	58,9	44,7	14,3
Facharbeiter/sonst. Arb.	11,7	7,2	2,9	0,4	0,6	0,5	8,0	6,9	1,4	1,9	0,7	0,7	0,0	0,6	0,0
in Ausbildung/Student	3,3	1,0	15,1	2,0	50,5	12,9	0,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2,0	1,1	0,0
Rentner/Pensionär	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,8	9,5	63,0	0,4	10,3	62,5	0,4	10,1	55,0
z.Zt. arbeitslos	8,3	3,3	2,9	2,1	1,7	3,4	3,1	3,4	0,0	2,6	3,7	0,0	3,6	3,3	0,0
Hausfrau	26,7	36,8	10,1	27,9	3,1	14,0	29,0	40,8	26,8	28,0	33,9	23,5	16,9	24,6	17,6

Tabelle 3.1 Stellung im Beruf (in %)

Gruppe	A	B	C	D	E	F	G	H	I	K	L	M	N	O	P
verheiratet	37,1	63,8	25,2	62,7	13,6	42,8	71,4	64,1	39,1	70,1	61,1	47,8	63,7	65,4	47,3
ledig	62,9	36,2	74,8	36,5	86,4	57,2	28,2	35,9	60,2	29,5	38,4	52,2	36,3	34,6	51,6
keine Angaben	0,7	0,0	0,0	0,8	0,0	0,0	0,4	0,0	0,7	0,4	0,0	0,0	0,0	0,0	1,1

Tabelle 3.2 Familienstand (in %)

Gruppe	A	B	C	D	E	F	G	H	I	K	L	M	N	O	P
Eine	25,0	13,1	21,6	17,2	37,8	30,8	16,5	23,3	53,3	14,9	25,1	47,8	18,6	25,7	46,1
Zwei	35,0	19,7	41,0	29,1	38,7	37,6	31,7	50,0	39,1	26,1	46,5	43,4	27,4	43,6	42,9
Drei	25,0	36,9	22,4	26,7	11,3	18,9	29,5	19,9	5,1	26,2	15,2	8,1	21,9	21,3	8,8
Vier	10,0	17,8	8,6	23,3	9,6	10,0	14,7	5,3	7,0	25,4	11,4	0,7	22,2	7,3	1,1
Fünf und mehr	5,0	12,4	6,4	3,7	2,5	2,7	7,5	1,5	1,4	7,4	1,8	0,0	10,0	2,2	1,1

Tabelle 3.3 Personen, die ständig im Haushalt leben (in %)

Gruppe	A	B	C	D	E	F	G	H	I	K	L	M	N	O	P
Eins	15,0	34,2	23,7	27,0	7,9	18,6	22,8	3,8	0,0	23,1	8,9	0,0	25,9	6,7	0,0
Zwei	15,0	22,4	2,9	21,7	1,7	10,3	10,7	0,0	0,7	16,4	1,8	0,6	15,8	2,2	0,0
Drei und mehr	1,6	8,6	0,7	3,3	0,0	2,0	3,1	0,4	0,7	3,4	0,0	0,0	5,3	0,0	0,0

Tabelle 3.4 Im Haushalt lebende Kinder unter 18 Jahren (in %)

Gruppe	A	B	C	D	E	F	G	H	I	K	L	M	N	O	P
Bild der Frau	11,7	14,5	17,3	6,6	2,8	1,5	15,2	14,9	12,3	6,7	6,3	8,1	4,8	6,1	3,3
Brigitte	15,0	18,4	28,1	25,8	37,0	39,9	23,7	17,9	8,0	36,2	30,2	15,5	44,8	34,6	24,2
Cosmopolitan	5,0	5,9	10,8	10,2	16,1	14,9	4,5	1,5	1,4	10,8	6,3	1,5	9,7	2,2	2,2
Elle	0,0	0,7	9,3	2,9	11,9	8,1	0,9	1,5	1,4	4,9	5,2	1,5	9,3	6,2	5,5
Tina	16,6	18,4	10,1	10,7	2,0	3,2	16,5	14,1	9,4	8,2	7,4	6,6	0,8	2,2	3,3

Tabelle 3.5 Frauenzeitschriften. Präferenzen (in %)

Gruppe	**A**	**B**	**C**	**D**	**E**	**F**	**G**	**H**	**I**	**K**	**L**	**M**	**N**	**O**	**P**
Nachrichten	55,0	66,5	56,9	78,7	79,4	80,4	78,6	86,7	88,4	80,2	86,3	86,1	81,5	84,9	80,2
Ratgeber-Sendungen	45,0	51,3	23,1	60,3	44,9	50,7	62,9	70,2	73,2	71,3	74,5	66,2	52,1	53,1	51,7
Sport	23,0	18,4	18,0	21,7	22,0	16,6	21,9	28,7	27,5	20,9	28,1	29,4	21,8	24,0	16,5
Game-Shows	25,0	23,0	15,8	13,8	5,1	3,9	13,4	19,5	21,8	10,8	9,9	11,8	6,6	5,1	3,3
Gr. Unterhaltungsshows	30,0	25,7	23,1	16,0	8,7	5,2	30,4	45,8	52,2	20,9	26,2	32,4	10,7	11,7	2,1
Talkshows	46,6	40,8	37,4	38,5	44,0	34,2	44,2	55,3	53,6	49,7	50,6	55,9	44,0	40,3	40,7
Dt. Familienserien	43,3	34,8	21,6	15,9	9,9	5,6	25,4	38,2	40,6	16,8	19,5	22,8	8,1	5,6	13,2
Comedy-Serien	50,0	30,3	38,1	20,1	33,3	16,4	21,5	14,5	11,7	14,2	12,2	10,2	17,3	7,8	3,3
Seifenopern	13,3	10,5	8,7	7,8	7,7	5,2	12,5	11,0	9,4	4,1	6,6	7,3	2,8	3,4	1,1
Krimiserien	62,0	45,4	46,8	50,9	44,0	38,4	46,0	43,9	53,6	46,7	48,7	44,0	37,1	38,0	41,8
Heimatfilme	25,0	21,1	12,2	7,8	3,1	3,4	21,0	37,0	36,6	9,7	13,3	24,2	1,6	6,1	8,8
Liebesfilme	43,2	31,0	29,5	18,1	21,8	16,6	21,0	33,5	27,6	17,2	17,7	23,5	15,3	10,1	8,8
Actionfilme	55,0	42,2	31,6	25,4	21,8	14,7	34,9	19,1	15,3	22,0	16,2	16,1	13,7	13,2	8,8
Satirefilme	50,0	36,2	43,2	46,7	52,5	55,3	31,7	22,1	17,4	39,8	34,3	24,3	52,4	39,6	36,3
Science Fiction-Filme	35,0	32,9	24,5	23,4	22,9	23,0	24,5	9,9	7,3	17,2	9,6	10,2	15,3	5,0	13,2
Horror-/Gruselfilme	36,6	20,4	22,3	12,7	10,5	8,3	16,1	8,0	4,4	8,2	7,1	3,6	6,8	5,6	3,3
Krimi-/Thrillerfilme	53,3	44,8	51,0	54,5	50,5	49,4	47,4	36,2	32,6	46,3	35,7	31,6	43,1	35,2	39,6
Musikfilme	46,7	42,1	42,4	36,1	38,4	28,4	37,5	53,3	50,0	25,3	31,3	53,7	21,4	31,3	36,3
Volkstheater	6,6	17,8	5,0	8,6	2,6	2,0	26,3	41,3	42,8	13,0	20,3	30,9	6,4	11,7	15,4
Volksmusiksendungen	3,3	9,2	2,1	3,6	1,2	1,2	19,6	38,2	37,0	7,1	15,9	27,2	3,2	8,9	12,1

Tabelle 3.6 Fernsehgattungen. Präferenzen (in %)

Gruppe	A	B	C	D	E	F	G	H	I	K	L	M	N	O	P
Nachrichten	25,0	9,2	18,7	7,8	3,4	4,6	5,8	4,6	2,9	5,2	4,8	2,2	3,6	5,0	3,3
Ratgeber-Sendungen	21,7	9,2	25,2	12,3	24,9	17,1	10,8	15,6	8,7	6,7	9,2	6,6	18,5	14,5	19,8
Sport	66,7	64,5	66,2	52,0	58,4	62,0	44,0	51,1	53,7	57,1	50,9	48,6	56,0	52,6	58,3
Game-Shows	61,6	53,9	64,7	70,0	81,6	84,1	61,6	60,3	55,7	74,6	76,8	64,7	80,7	73,8	90,1
Gr. Unterhaltungsshows	45,0	44,7	49,6	59,0	69,7	73,9	37,1	28,6	23,9	52,6	51,7	38,9	67,4	65,9	63,7
Talkshows	25,1	27,0	24,4	27,1	21,2	28,4	26,8	25,1	19,6	23,1	25,1	21,3	26,2	21,2	28,6
Dt. Familienserien	35,1	43,5	5,4	57,8	68,4	73,1	49,1	41,6	33,3	59,0	53,2	41,1	72,2	72,1	64,9
Comedy-Serien	26,6	47,3	33,1	52,8	39,0	55,8	55,4	64,5	72,5	62,0	69,0	75,7	62,1	70,4	83,5
Seifenopern	78,4	76,4	78,4	82,8	76,5	81,0	75,5	75,2	74,7	85,8	80,4	76,4	83,0	82,7	84,6
Krimiserien	20,0	23,7	20,8	18,4	23,2	23,7	28,1	26,8	25,4	21,2	26,6	27,2	28,6	32,9	24,2
Heimatfilme	53,3	67,2	75,5	77,0	58,4	85,5	58,8	42,3	40,6	78,4	69,4	58,9	82,6	78,2	70,3
Liebesfilme	31,7	42,1	37,4	47,1	43,2	50,3	48,6	36,3	46,3	56,0	56,6	49,2	59,6	63,1	60,4
Actionfilme	25,0	34,9	37,4	47,5	50,6	59,9	44,2	59,6	67,4	55,6	63,1	66,9	61,3	31,8	65,9
Satirefilme	28,3	38,8	25,9	22,5	13,8	17,1	39,9	52,7	59,4	30,6	36,6	50,0	23,0	33,5	30,8
Science Fiction-Filme	43,3	53,3	54,0	50,4	57,0	57,7	57,2	77,5	78,3	65,7	72,3	79,5	63,7	73,2	73,6
Horror-/Gruselfilme	53,4	65,8	64,0	72,5	75,1	80,9	75,0	58,5	90,2	81,3	86,0	89,5	77,4	86,0	85,7
Krimi-/Thrillerfilme	21,7	28,9	25,2	19,6	18,4	21,7	29,9	43,1	48,6	25,8	38,4	42,6	26,2	37,5	31,9
Musikfilme	15,0	21,0	28,0	31,5	30,8	36,9	29,9	17,6	17,4	26,2	36,6	17,6	46,7	37,4	28,6
Volkstheater	75,1	63,2	84,9	76,2	89,3	87,7	53,3	34,7	26,8	64,9	55,7	39,0	76,2	64,8	60,4
Volksmusiksendungen	88,4	82,9	94,2	90,2	95,8	94,2	66,5	42,0	34,8	82,1	68,7	47,7	86,7	77,1	66,0

Tabelle 3.7 Fernsehgattungen. Distanzierungen (in %)

Teil D – Transkripte der Focus-Gruppeninterviews

Aus den Gruppeninterviews, die zwischen zwei und drei Stunden dauerten, wurden nur jene Sequenzen transkribiert, die im Sinne unserer Fragestellung für eine Analyse lohnend erschienen. Da im Zentrum der Auswertung die inhaltliche Ebene steht, wurde auf die Darstellung prosodischer Elemente und auf eine namentliche Nennung bzw. Identifizierung der Diskussionsteilnehmerinnen verzichtet. Außerdem waren die Antworten aufgrund der relativ weit vom Tisch entfernten Kamera und der mangelhaften Bildqualität der Aufnahme, oftmals nicht eindeutig einer bestimmten Person zurechenbar. Die mit Antwort 1, 2, 3 usw. markierten Redebeiträge kennzeichnen daher nur die zeitliche Abfolge von Wortmeldungen unterschiedlicher Personen auf eine Frage der Interviewerin. Die in Klammern gesetzten Texte beschreiben paralinguistische Ereignisse bzw. sind überlagernde oder kaum vernehmbare Beiträge, die nicht eindeutig einer bestimmten Person zurechenbar waren; ein in Klammern gesetztes Fragezeichen verweist auf eine unverständliche Äußerung. Weiterhin sind besonders betonte Worte durch Unterstreichungen hervorgehoben.

1. Gruppeninterview mit Verwenderinnen von Raumsprays (Gruppe 1)

001 **Interviewerin**: "Was fällt Ihnen alles zum Thema Raumluft ein?"
002 **Mehrere durcheinander**: "Ist oft stickig"; "Zigarettenrauch gehört bestimmt auch dazu ...
003 mit der man sie verpesten kann, ne. Und dann Raumsprays, um sie wieder gut zu machen";
004 "Fenster auf"; "Luftbefeuchter"; "Essensgerüche"; "Zu warm"; "Raumluft ... stickig ... reißt die
005 Fenster auf ... ständig krank ... jedes Jahr im Winter, nur noch krank"; "Schlechte Luft, in Toilet-
006 tenräumen z.B."
007 **Interviewerin**: "Sie haben jetzt sehr viel negatives gesagt."
008 **Antwort**: "Die Luft ist auch selten gut ... in geschlossenen Räumen".
009 **Interviewerin**: "Was ist denn, wenn sie gut ist?"
010 **Antwort 1**: "Ja, wenn sie gut ist, kann man gut durcharbeiten, äh ... durchatmen."
011 **Antwort 2**: "Angenehmer Geruch."
012 **Antwort 3**: "In einem gut gelüfteten Raum kann man auch besser arbeiten, konzentrierter".
013 **Interviewerin**: "Was kann man tun, um die Raumluft zu verbessern?"
014 **Antwort 1**: "Fenster aufmachen" ("Jawohl.").
015 **Antwort 2**: "Aufhören zu Rauchen."
016 **Antwort 3**: "Oder in einer Schale so Duftblumen ... oder ins Wasser so Tropfen reingeben, um das
017 ... um die Luft ein bißchen angenehmer zu machen".
018 **Antwort 4**: "Duftöle".
019 **Antwort 5**: "Raumsprays" (Gelächter).
020 **Antwort 6**: "Ja, aber das ist ja irgendwo auch ein Trugschluß, ne ... dadurch ist die Luft ja nicht
021 besser."
022 **Mehrere gleichzeitig**: "Es riecht ... anders"; "angenehmer, zum Beispiel"; "besser".
023 **Interviewerin**: "Zählen Sie mal auf, was gibt es da denn alles zu kaufen?"
024 **Mehrere nacheinander**: "Raumsprays"; "Duftsteine"; "Duftöle"; "Duftkerzen";"Duftpilze";
025 "Dufteier".
026 **Interviewerin**: "Wie sollen wir diese Produkte mal nennen?"
027 **Antwort 1**: "Raumerfrischer".
028 **Antwort 2**: "Lufterfrischer".
029 **Antwort 3**: "Luftverbesserer ... nee, Geruchsverbesserer ... so ... weil die Luft ist ja nicht frischer in
030 dem Sinn ... die wird nur besser, wenn Sie Sauerstoff reinlassen und die schlechte Luft kann raus-
031 gehen" (Man einigt sich auf 'Lufterfrischer', Anm. J.R.).
031 **Antwort 4**: "Ich mach 's auch ... ich mach viel mit Ölen und so ... mit ähm ähm ... Wasser ...
032 Fläschchen da ("Duftölen") ... Duftölen, ja. Und auf der Toilette haben wir halt auch unser Psch
033 Psch ... und so ... mein Freund ist da ganz heiß drauf ... da drauf zu drücken. Ich mag auch gern
034 'nen guten Duft, 'nen guten Geruch in der Wohnung ... aber ... aber ähm .... ich hab auch immer

ein eigenartiges Gefühl ... ich bin kein Chemiker oder Chemikerin ... ich ... ich weiß nicht, ob ich uns was Gutes mit antue oder nicht ... ich bin da sehr skeptisch."
Antwort 5: "Also ich beobachte an mir ... wenn 's mir gut geht ... natürlich auch, wenn ich was vorhabe, ist ganz klar, ne ... wenn ich mit meinem Mann ausgehe, nehm' ich so 'n Parfüm. So in die Richtung sportlich ... wenn ich zum Tischtennis gehe. Dann so in die Richtung Chloé oder so was... aber nichts Schweres und nichts Süßes ... irgendwie ... mir tut 's gut, ja. Und beim Raumspray ist 's ja auch so ... es tut uns auch gut, wenn's auf einmal schön duftet. Vorher ... oder ich hab seit zwei Tagen Fischgeruch bei mir in der Küche, ich krieg 's net raus, ja. Was machste denn jetzt? Ich wollt' schon mit Zitrone und so ... aber ..."
Interviewerin: "Was sind das für Leute, die Lufterfrischer verwenden?"
Antwort 1: "Leute wie wir" (Allgemeine Heiterkeit).
Interviewerin: "Bleiben Sie da dran, beschreiben Sie mal."
Antwort 1: "Ganz normale Leute ... die halt ein bißchen Duft um sich haben wollen."
Antwort 2: "Hausfrauen ... ich glaub' wahrscheinlich mehr Frauen als Männer ... Hausfrauen."
Interviewerin: "Warum machen die das? Warum nehmen die das?
Antwort 1: "Ja weil man einen anderen Geruch überdecken möchte."
Antwort 2: "Das ist der Hausfrau vielleicht auch peinlich, wenn 's nach Kohl riecht oder sonst wie. Sie möchte doch einen sauberen oder gepflegten Haushalt ... oder den Eindruck übermitteln. Es kann ja auch sauber sein, aber trotzdem riecht 's ... und dann denkt man vielleicht: »Wie riecht 's denn bei der?« (Überlagert: "Bratdünste kriegt man ja schwer nur raus, das dauert dann immer eins, zwei Tage") ... Und dann kann ich mir vorstellen, daß die dann sprüht und sagt: »Na, jetzt riecht 's doch 'n bißchen frischer und angenehmer«."
Interviewerin: "Ja was ist das denn jetzt für eine Frau? Ist das eine, die so überpenibel ist und alles sauber haben will?"
Antwort 1: "Das glaub' ich nicht."
Antwort 2: "Nee, eine ganz normale Frau".
Antwort 3: "Ein ganz normaler Durchschnittsmensch eigentlich."
Antwort 4: "Eine geruchsempfindliche Frau".
Interviewerin: "Ja warum macht die das dann?"
Antwort 1: "Ist mir angenehmer. Ja, also ich mag das auch nicht. Also ich bin Raucher, mein Mann ist Raucher. Und wenn man viel raucht ... also das ... also dieser kalte Rauch ... dieser Rauch ist da dann. Also ich denk mir ... bei mehreren Rauchern ... und wenn dann noch Besuch kommt ... also das kriegt man auch nur schwer raus. Ich denk mal, das überdeckt man dann schon mal. Ich mag das eigentlich auch nicht, wenn es so nach kaltem Rauch riecht."
Antwort 2: "Ja, ich mein ... Voraussetzung ist immer, daß man mehrere Fenster aufmacht ... Gegenzug erstmal ("Ja, richtig"). Immer versucht also Luft reinzulassen. Aber dann: Fenster zu und mal sprühen ("Ja"). Und wenn man merkt, es ist immer noch nicht ... wieder Fenster auf, ja ("Ja"). Also die frische Luft kann 's nicht ersetzen, aber es gehört schon irgendwie dazu" ("Hm").
Antwort 3: "Sagen wir mal so ... das sind also Leute, die halt jetzt in dem Sinne auch ihre Umwelt irgendwie mit unangenehmen Gerüchen belasten. Das ist ja jeder Mensch in dem Sinne, auch wenn er leider nur ein bißchen Luft von hinten rausläßt, ja. Ich mein jeder Körper ist ... auch wenn man Knoblauch ißt ... ist ganz normal ... das sind alles so Düfte ... ha, die möchte man überspielen. Das ist also eigentlich im Prinzip jeder Mensch ... außer die Leute, die wirklich entweder also kaum was essen oder kaum rauchen oder was weiß ich ..."
Interviewerin: "Versuchen wir 's mal von hinten aufzuziehen. Was sind denn das für Leute, die sagen: Also das kommt mir nicht über die Schwelle. Was sind das für welche?"
Mehrere durcheinander: "So grüne Alternative"; "So Ökos"; "Ältere Menschen"; "Die nicht so offen sind".
Antwort 1: "Die Gerüche nicht unbedingt ...nee, die mit so was gar nichts am Hut haben also ... die kennen das gar nicht."
Antwort 2: "Ja, und die sagen auch »So was kommt gar nicht ins Haus«, weil es auch vielleicht zu teuer ist."
Antwort 3: "Ich benutze es zwar auch ... hab 's früher in höherem Maße benutzt, da hatt' ich also wirklich überall in jedem Raum ... aber ich weiß nicht, inwieweit die ganzen Lufterfrischer usw. gesundheitsschädlich sind. Und ich würde nicht sagen, daß das nur so klapprige Alte sind, die da nicht rangehen oder nur die Alternativen ... Das ist, wenn kurz mich jemand anruft und sagt: »Ich komm' jetzt«, und ich hab' gerade mit Knoblauch, Fisch oder sonst was, dann geh' ich auch hin ... aber ich hab' immer ein komisches Gefühl dabei ... und der Verbrauch ist also sehr gering geworden bei mir, weil ich einfach nicht weiß, inwieweit es gesundheitsschädlich ist."

Interviewerin: "Eine Verwenderin von Raumspray behandelt den Raum. Was denkt sie?"
Antwort 1: "Ach, Gott sei Dank, jetzt ist gleich der Geruch weg ... stickiger."
Antwort 2: "... der ekelhafte, furchtbare Gestank".
Antwort 3: "Jetzt riecht 's wieder frisch."
Antwort 4: "Ob ich grad' zweimal sprühe?"
Interviewerin: "Besuch kommt in die behandelte Wohnung. Das Spray oder der Lufterfrischer ist angewendet worden. Da kommt Besuch. Was denkt er?"
Antwort 1: "Hmm, riecht 's hier gut."
Antwort 2: "Der Duft ist angenehm."
Antwort 3: "Ich muß mal fragen, was die für 'n Raumspray benutzt."
Antwort 4: "Ich weiß auch gar nicht, ob der sich da in dem Moment da Gedanken ... es ist halt so und kommt rein und denkt, hier riecht 's gut. Es sei denn, es riecht besonders gut. Daß die mich dann fragt: »Was hast du denn jetzt für eins? Zeig mal her, was das für eine Richtung ist«."
Antwort 5: "Ich muß mal fragen, was die für 'n Raumspray benutzt."
Antwort 6: "Oder was ... nee ... »Was benutzen Sie für ein Parfüm?« Wenn er 's nicht weiß, daß es Raumspray ist".
Interviewerin: "Was denkt er über die Frau, die das gemacht hat?"
Antwort 1: "Er wird es sicher als angenehm empfinden, wenn der Gastgeber ihn in eine Wohnung führt, die frisch riecht."
Antwort 2: "Ich denke, der Gast denkt eher: »Hat 'se noch mal schnell gesprüht, damit er nichts merkt."
Antwort 3: "... anstatt geputzt."
Antwort 4: "Anstatt geputzt, ja ja."
Interviewerin: "Also der könnte auch denken: »Hat sie vielleicht nicht richtig geputzt?«
Antwort 1: "Mich erinnert das ein bißchen daran, daß ... vielleicht an Deospray, das man auf den ungewaschenen Körper sprüht ... so einfach zum Übertünchen, ne."
Antwort 2: "Wenn man Raucher ... wenn man Raucher ist, da kann man das nicht so hin- und hermachen. Weil der Rauch usw., der hängt immer drin, das ist es ja. Ich mein' auch wenn man lüftet, das ist immer irgendwie ..."
Interviewerin: "Also Sie glauben, Ihr Besuch denkt eher, sie will mir was Gutes tun, um den Rauch nicht so ..."
Antwort 1: "Stimmt, ja. Kann ich mir vorstellen."
Antwort 2: " Nee ..."
Interviewerin: "Was: »Nee«? Sagen Sie doch mal."
Antwort 1: "Nee ... dann soll sie lüften ... soll sie lüften."
Antwort 2: "Ja mach ich doch vorher ... aber dann soll's trotzdem gut riechen ... was hälste denn da davon?"
Antwort 3: "Aber mit 'nem Spray?"
Antwort 4: "Ja so ganz leicht ... ich servier' dann was ... Sommerbrise ... oder sonst was."
Antwort 5: "Wasch' die Möbel ab ... putz' die Möbel ab!"
Antwort 6: "Ich wasch' doch net jeden Tag die Möbel ab."
Antwort 7: "Dann müßte sie aber auch täglich Gardinen waschen ... ("Ja wer so viel raucht") ... das hängt nämlich überall drin ... das hängt im Polster überall ("Teppichboden."). Ja, deswegen.
Antwort 8: "Bei Rauchern sag' ich das ja immer ("Genau."). Wenn man jetzt Nichtraucher wäre, ja dann. Aber irgendwie ... ich bin auch öfters in Wohnungen gekommen, wo Nichtraucher sind. Da riecht es dann auch nach Essen und so ("Eben, genau."). Aber das ist was ganz Normales. Ich find auch, daß es da nicht angenehmer riecht oder so, sondern da sind andere Düfte ("Genau, richtig")."
Antwort 9: "Aber kalter Rauch ist schlimmer als ... Essensgeruch."
Antwort 10: "Ja ... kalter Rauch."
Antwort 11: "Aber ich glaub' das kann man auch irgendwie ... was soll ich sagen?"
Antwort 12: "Da muß man dann halt 'ne Zigarette anzünden, das riecht dann besser."
Antwort 13: "Ich weiß nicht, aber ich hab' das bis jetzt noch nie erlebt, daß in meiner Wohnung ... daß es morgens so nach kaltem Rauch gerochen hat. Das gab 's eigentlich nicht. Ich hab' entweder den Luftbefeuchter dann an oder ich mach dann auch wirklich im Badezimmer, im Wohnzimmer die Fenster auf und es wird total durchgelüftet. Aber so, daß es jetzt dermaßen stinkt, das kann ich jetzt nicht ..."
Antwort 14: "Vielleicht nach Zigarettenrauch und Spray?" (Gelächter. "Stimmt, stimmt.").

Vorstellung verschiedener Lufterfrischerprodukte durch die Interviewerin. Aufgaben an die Befragten: Bildung von Produktfamilien; Beurteilung der Produkte.
Erste Reaktionen auf die Produkte:

Mehrere durcheinander: "Da ist es ja ... siehste"; "Oh, das ist ja so parfümmäßig"; "Also das riecht aber angenehm"; "Ach, das gibt 's auch als Spray"; "französisch"; "Das riecht aber nach Toilette"; "Das sieht aber heiß aus".

Vorstellung und Beurteilung der funktionalen Dauerlufterfrischer (u.a. Produkt P2 und P3 Anm.J.R.):

Antwort 1: "Also wir haben den Familiennamen Dauerfrisch. Weil das Sachen sind, die sind langanhaltend. Also ... langanhaltender Duft für überwiegend geschlossene Räume und sonstiges. Ist klein und kompakt ... niedrig im Preis ... gute Düfte. Und die Schwächen: Verbrauch nur bis zur Hälfte. Und unser allerliebstes Produkt ist der Staubsaugererfrischer."
Interviewerin: "Was haben diese Produkte noch gemeinsam?
Antwort 1: "Die kleinen Praktischen für jeden Tag, ne?"
Antwort 2: "Kraftpakete."
Antwort 3: "Ja, die kleinen Kraftpakete, die man kaum ..., die man nicht sieht."
Antwort 4: "Die unsichtbare Dauerfrische, ne" ("Ja". "Ja.").
Antwort 5: "Ja zum Beispiel so was ... man stellt sich ja so was ... was man wo ... man einen dauerhaften Duft haben möchte. Zum Beispiel ins Bad oder Toilette ... wo man also immer einen guten Geruch haben möchte. Da ist es ja, wo es nicht immer so gut riecht."
Antwort 6: "Einen unsichtbaren Geruchsvernichter."

Vorstellung und Beurteilung der dekorativen Produkte (u.a. die Produkte P4, P5, P6, Anm. J.R.):

Antwort 1: "Also wir haben sie die dekorativen und aktiven Düfte genannt. Sie sehen gut aus, man kann sie überall hinstellen ... sie sind kein Schandfleck ... ja ... sehr dekorativ ... ja ... der gute Duft aus der Ecke. Sind immer da, ohne Knopfdruck ... jung und dynamisch. Also wir haben keine Schwächen, weil wir sind überzeugt von unseren guten Seiten."
Interviewerin: "Was könnte man noch für Eigenschaften nennen?"
Antwort 1: "Es kommt net auf einmal so 'ne Wolke da angeflogen, sondern es wird ... so langsam abgegeben, also nicht so psch psch."
Antwort 2: "Ja, der Raum fängt auch gar nicht erst an zu riechen ... oder an zu stinken ... und dann wird dagegen was gemacht, sondern er riecht von Grund auf schon rein und frisch."

Vorstellung und Beurteilung der Produktsparte Sprays (u.a. Produkt P1, Anm. J.R.):

Antwort 1: "Ja, wir haben uns entschieden, daß es die Familie Sommerwind ist. Sie ist etwas flüchtig, oberflächlich aber ständig einsatzbereit, hilfsbereit ... ist nicht besonders bodenständig aber charmant ... naturverbunden ... mal Rose, mal Wald, mal Wiese."
Antwort 2: "Also ich hab' ähnlich ... Familie Sommerwind ... liebenswürdig, genußfreudig, farbenfroh und gesellig. Neutradol[1]: Penetrante Verwandtschaft, wo man froh ist, wenn sie wieder geht."

Interviewerin: "Wie sähe denn der ideale Lufterfrischer oder Luftverbesserer aus? Wenn Sie sich einen selber machen könnten?
Antwort 1: "Der müßte bestimmt ... bestimmt so riesig sein ... weil daß er ein ganzes Jahr anhält."
Antwort 2: "Nicht eher klein und diskret? Es muß ja nicht jeder sehen, daß ich da was ..."
Antwort 3: "Na ganz ... net. Sie halten bestimmt nur die Hälfte von dem, was sie versprechen ... oder? ... könnt' ich mir vorstellen. Die Hälfte davon vertrocknet" ("Ja, sowieso.").
Antwort 4: "Das ist sowieso ein Problem ... man möchte zwar, daß die Gerüche übertönt ... also überdeckt werden, die man zu Hause hat. Wollen wir ja alle im Grunde genommen ("Ja." "Hm."). Nur ist es bei allem so: Wenn etwas zu stark riecht, ist es auch widerlich ("Ja."), riecht 's weniger stark, verflüchtigt sich 's wieder zu schnell und das ist eigentlich ziemlich problematisch. Selbst bei diesem... ähm ... ich hab 's zu Hause ... mit diesen Orangen und Lorbeer und so allerlei, ja. Es ist im ersten Moment unheimlich stark ("Ja, hm"), aber im Laufe der Zeit wird 's wirklich angenehmer, aber dann riechts auch schon nicht mehr so intensiv" ("Ja." "Ja.").
Interviewerin: "Ja, was ist denn nun das Ideale?"
Antwort 1: "Daß es immer gleichmäßig ... abgibt."

[1] Neutradol ist ein Produkt, das vor allem an Orten medizinischer Tätigkeit (Arztpraxen, Krankenhäuser etc.) verwendet wird und das nicht über den normalen Einzelhandel erhältlich ist.

Antwort 2: "Langanhaltender. Ich hab' noch kein Spray, kein Stein, kein gar nichts gefunden, was lang anhält ... immer nur kurzfristig ... so 'n paar Minuten oder 'ne halbe Stunde."
Antwort 3: "Er darf nicht eintrocknen zum Beispiel."
Antwort 4: "Dekorativ sollte er sein. Das hier gefällt mit gut (Produkt P5, Anm. J.R.). Absolut toll. Sieht aus wie ein Einrichtungsgegenstand ("Stimmt". "Genau."). Das andere sieht immer so nach Lufterfrischer eben aus ("Genau."). Und da: »Ach guck' mal, was haste da denn, ne?« Also, daß das ein Lufterfrischer ist, darauf kommt man gar nicht."
Antwort 5: "Daß es schön riecht ... es soll nicht so nach Raumspray riechen."
Interviewerin: "Wie riecht denn Raumspray?"
Antwort 1: "Ja eben so aufdringlich. Man kommt rein und riecht, da hat jemand Raumspray verwendet. Sei 's jetzt eben Waldduft oder Flieder. Das ist ja kein ... kein normaler Duft, der normalerweise im Haus ist. Eher wie ein Deo, wie ein Parfüm ... eben weniger aufdringlich."
Antwort 2: "Da find' ich das aprikot-farbene da vorne ... ja das" (Produkt P4, Anm. J.R.)
Antwort 3: "Das könnte auch ein neues Parfüm sein" ("Ja". "Genau.").
Antwort 4: "Sieht nach Chloé aus ("Ja, ja.") ... ja die Verpackung von Chloé ist auch so orange mit so ..."
Interviewerin: "Also das sieht so richtig nach 'nem Parfüm ... Soll ich mal? ... Soll ich 's mal machen?"
Antwort 1: "Ja machen Sie 's jetzt und ..."

Vorführung eines Lufterfrischerproduktes:
Die Interviewerin positioniert das Produkt (P4) ungefähr in der Tischmitte und betätigt den Auslöser. Alle Befragten behalten ihre ursprüngliche Sitzposition bei (Soweit erkennbar: auf dem vorderen Teil der Sitzfläche des Stuhles sitzend, die Arme bzw. Hände auf dem Tisch verschränkt bzw. liegend). Im Moment der Betätigung gehen die Oberkörper etwas zurück, die Köpfe heben sich und verfolgen den nach oben aufsteigenden Sprühnebel.
Mehrere gleichzeitig: ""Huch"; "Ach"; "Ups"; "Ach, das ist ja ein Spray".
Interviewerin: "Jetzt warten Sie einen Augenblick, ja."
Antwort 1: "Das ist schon was anderes, wie 'n Plug-In" (Produkt P3, Anm. J.R.) (Lachen).
Antwort 2: "Ja doch auch ... das find ich irgendwo ... das kann man auf der Fensterbank aufstellen oder so".
Antwort 3: "Sprühen Sie das noch mal ... oder?"
Interviewerin: "Es kommt gleich ..."
Die Interviewerin vollführt fächelnde Handbewegungen über dem noch auf dem Tisch stehenden Produkt in Richtung der Befragten. Einige Befragte fächern mit der Hand vom Produkt zu sich ins Gesicht, dabei beugen sie Oberkörper und Kopf auf das Produkt zu.
Antwort 1: "Riecht angenehm."
Antwort 2: "Ich riech' gar nichts."
Antwort 3: "Ich auch nicht"
Die Interviewerin wedelt erneut kreisförmig mit der Hand über dem Produkt. Auch einige der Befragten wiederholen die zu-sich-hinfächelnden Handbewegungen.
Interviewerin: "Jetzt ...?"
Mehrere durcheinander: "Ja, jetzt"; "Jetzt kommt 's an"; "Kommt 's an?"; Ja, ich riech 's schon"; "Hmm, hmm"; *Gegenseitiges Sich-Anblicken und Zu- bzw. An-Nicken.* "Ja, doch". "Angenehm"; "Aprikot"; "Aprikot"; "Angenehm"; "Ja, angenehm"; "Wirklich angenehm"; "Ja, hm". "Ja, ja"; "Find ich auch".
Antwort 1: "Oder wie so ... Aprikose oder Pfirsich ... so was."
Interviewerin: "Was ist das jetzt für ein Ding?"
Antwort 1: "Flakon ... würd' ich fast schon sagen."
Antwort 2: "Leicht."
Interviewerin: "Gehört das ins Bad?"
Antwort 1: "Das find ich schon ... für 's Bad."
Antwort 2: "Bad, Toilette, ja."
Antwort 3: "Oder so wie früher ... so diese Frisierkommoden waren, da würd' ich 's auch irgendwo draufstellen, ja."
Antwort 4: "Aber ins Wohnzimmer würd' ich 's nicht."
Antwort 5: "Au nee, ins Wohnzimmer nicht" ("Nee, nee". Gelächter).
Interviewerin: "Wohnzimmer nicht ... Sie auch: Wohnzimmer nicht?"

Antwort 1: "Nee, da könnt' ich mir schon eher diese Pyramide (Produkt P5, Anm. J.R.) ... schon eher vorstellen, weil das ist wirklich ... dekorativ" ("Für 's Wohnzimmer"; "Ja, genau"; "Genau, richtig.").
Interviewerin: "Und wie ist das vom Duft her? Es muß ja für 's Wohnzimmer auch wahrscheinlich einen anderen Duft haben als ein typisches Badprodukt, oder?"
Antwort 1: "Also der Duft wär' schon o.k. Also den find' ich ganz angenehm ... ("Sehr schön.") ... das würd' ich mir sogar ins Schlafzimmer stellen."
Antwort 2: "Also ich geh' wirklich ... Badezimmergeruch und Wohnzimmergeruch ... also ich würd' niemals mit der Ente so im Wohnzimmer rumsprühen ("Hm." Gelächter). Also da brauch' ich irgendwie was anderes, ja."
Antwort 3: "Des riecht net schlecht. Aber ich würd' das z.B. nicht in die Küche ... nicht in der Küche verwenden ("Ja, ja"; "Nein."). Das wär' mir zu blumig ("Ja."). Das wär' mir zu ... ich finde das paßt nicht."
Antwort 4: "Mehr so im Flur, denk' ich mal. So ... Flurgeruch ... wenn man reinkommt. Da denkt selbst auch nicht jeder gleich an Raumspray oder so was."
Antwort 5: "Das ist richtig, ja. Es riecht einfach angenehm ... ("Ja, hm.") ... ohne gleich so aufdringlich nach Wald ("Ja.") oder so was zu riechen" ("Hm.").
Interviewerin: "Also das ist eine gute Idee?"
Antwort 1: "Ja, hm."
Antwort 2: "Man müßte mal warten, wie lang 's anhält."
Antwort 3: "Fröhliche Farbe. Ich mein', die Farbe stimmt schon. Die Farbe sieht so aus, wie 's riecht: Aprikot" ("Hm.").
Antwort 4: "Also der Duft gefällt ... so" ("Ja, das wär' o.k.").
Antwort 5: "Das riecht auch net so typisch wie 'n Raumspray ("Ja"; "Nee, nee."). Es riecht auch so 'n bißchen nach Parfüm ("Ja , genau."). Also die ganzen anderen Sachen ..."
Antwort 6: "Das muß ich auch sagen ... es fällt nicht gleich auf wenn ... man da wahrscheinlich zur Wohnungstür reinkommt. Aber es riecht wie 'n Deo oder wie 'n Parfüm oder so was ... es riecht wirklich nicht nach Raumspray."
Antwort 7: "Nicht so aufdringlich ... es riecht nicht aufdringlich."
Interviewerin: ""Diese Aufdringlichkeit ... das ist immer so ' ne Sache, die Sie immer kritisiert haben bei Raumsprays" ("Stimmt"; "Ja.").
Antwort 1: "Da krieg' ich bestimmt keinen Hustenanfall. Während ich jetzt hier ... was weiß ich ... Waldfrische ... wenn ich das sprühe, da muß ich anschließend husten. Dabei bestimmt nicht."
Antwort 2: "Nur schade, daß man es nicht überall hinstellen kann. Weil der Duft würde eigentlich überall ... na im Bad vielleicht net so, aber ... den Duft kann ich mir in 'nem Schlafzimmer vorstellen, in 'nem Wohnzimmer vorstellen, in 'nem Korridor vorstellen ... Küche natürlich nicht und ... im Bad kann man sich 's auch vorstellen ("Ja, ja."), aber dann hat man ... da denkt man eher so an die frische Brise ("Ja, hm.") ... na net so psch psch... irgendwie ... ne, ihr wißt schon, was ich mein': Wenn 's halt so riecht, als ob einer in den Wald gemacht hätte" (Gelächter).
Interviewerin: "Ist das denn jetzt das ideale Produkt?"
Antwort 1: "Das kommt jetzt auf den Preis an, auch."
Antwort 2: "Also ich glaub' also ... ich mein' mit dem Preis, das ist uns doch ehrlich gesagt egal oder ... denn man geht ja nach dem Aussehen und dem Duft und man braucht halt ... das es ..."
Antwort 3: "Ich glaube das ideale Produkt gibt es wahrscheinlich nie."
Antwort 4: "Aber man kann es einsetzen, wann man möchte ... und nicht wie diese Landhaus-Dinger (Produkt P6, Anm. J.R.), die ständig abgeben. Man kann wirklich, wenn man das Bedürfnis hat ... jetzt machste mal."

Weitere, aus dem Befragungskontext herausgelöste Argumente für bzw. gegen die Verwendung von Lufterfrischern:

– "Also so einen Parfümgeruch möcht' ich eigentlich nicht in der Wohnung haben, also dann eher so 'n angenehm frischer Geruch ... vielleicht so was blumiges."

– "Also wenn ich mir 's zu Hause gemütlich mache abends, dann leg' ich mich so in die Couch rein und les' n' Buch. Also da möcht' ich schon 'nen angenehmen Duft da in der Wohnung haben. Da hab' ich so mein' ... Blümchenduft ... und das ist dann schon schön, wenn man das ..."

– "Ich mein' ... Schlafzimmer ist klar ... da wird weder geraucht ... und es ist auch gut gelüftet. Also gut, daß da die Räume ... aber das Schlafzimmer läßt man eh aus, weil nachts will man seinen

Kopf ja nicht mit so was belasten, ne. Aber ich mein' Wohnzimmer, Flur oder Bad ..."

– "Gerüche werden vertrieben oder sogar vermieden, indem ich z.B. so 'n Pilz aufstelle ... der nimmt ja gleich den Geruch weg."
– "Ja gut, aber einmal richtig gekocht, dann ist der Geruch auch wieder drin" ("Ja. Ganz genau ... so oder so.").
– "Vertrieben auch nur kurzfristig. Und außerdem ... höchst wahrscheinlich, eventuell gesundheitsschädlich."

– "Außerdem ist es sehr günstig für meine Räume ohne Lüftungsmöglichkeit. Ich hab' 'ne Toilette und 'n Bad ohne Fenster."
– "Oh ja, das ist ein Argument."
– "Da geht ja dann auch so 'n Stein oder so, da muß man nicht sprayen."
– "Nee, dann nehm' ich Zitronensaft ... und ein Stövchen ... riecht auch ganz frisch."
– "In der Toilette find' ich auch schon richtig ... so diesen kräftigen Zitronenduft. Und im Bad, also mit Badewanne und so ... find' ich auch so, daß es nach Fichtennadeln oder so ... das mag ich auch ganz gerne, oder Tannennadeln oder so."
– "Oder nach Meer ... wenn 's nach Meer riecht ..."
– "Ja, genau. Das find ich auch sehr schön."

2. Gruppeninterview mit Nicht-Verwenderinnen von Lufterfrischerprodukten (Gruppe 2)

Interviewerin: "Was fällt Ihnen alles zum Thema Raumluft ein?"
Antwort 1: "Die Luftbefeuchter für Heizungen, daß es da in Räumen nicht so trocken wird und die Haut anfängt zu knistern."
Antwort 2: "Ja ... und die Düfte speziell in Klimaanlagen, gerade in Nobelboutiquen usw., daß da der Kaufanreiz gesteigert wird ... und auch in Großraumbüros, in japanischen oder so, daß die die Effektivität der Arbeitskraft steigern."
Interviewerin: "Es gibt da auch was zu kaufen, in Geschäften. Was ist denn das?"
Antwort 1: "Das Spray ...?"
Interviewerin: "Ja genau, solche Sachen. Da kommen Sie erst spät drauf. Erzählen Sie mal, was Ihnen zu solchen Sachen einfällt."
Antwort 1: "Also mir fällt da spontan Chemie ein."
Antwort 2: "Wunderbaum" ("Ja, genau.").
Antwort 3: "Grauenhafte Dinger."
Interviewerin: "Grauenhafte Dinger sagen Sie?"
Antwort 1: "Ja, ja. Manche Leute haben das im Auto ... das kann man kaum ertragen."
Interviewerin: "Zu diesen Produkten, was fällt Ihnen da noch ein? Zu diesen Sprays und Gels und so weiter?
Antwort 1: "Also hauptsächlich bei den Sprays, da fällt mir die Umweltbelastung ein: Abfall, die Spraydosen, FCKW, Treibmittel ... unnötig."
Antwort 2: "Ich denk mir halt auch, daß es gesundheitlich nicht besonders gut ist, sondern wenn jemand Allergiker ist oder so was, daß es dann schon reizt."
Antwort 3: "Also mir fallen da so eher die sanitären Bereiche ein. Wo das also im öffentlichen Bereich eingesetzt wird, in Restaurants oder anderem, wo das vielleicht stark frequentiert ist, daß man da irgendwie so 'ne Reinlichkeit mit repräsentieren will."
Antwort 4: "Ja aber dann ... sogar das Handtuch und die Seife und alles riecht gleich ... nach diesem Zitronen- und Blütenduft und so ..."
Antwort 5: "Ja, ja ... und manchmal auch übertrieben, daß man also wirklich denkt »Oh, Gott«."
Interviewerin: "Sie haben also nicht sehr viel persönliche Erfahrung gemacht mit diesen Dingen?"
Antwort 1: "Also meine Oma, die hatte früher ein spezielles ... ein kleines WC gehabt. Das war auch so im Altbau, und da stand oben auf dem Regal ... da stand auch immer so 'ne Spraydose. Und ich hab' irgendwie ... ich war ja noch klein ... ich hab' irgendwie das ausprobiert und hab' dann rumgesprüht und hab' die ganze Dose in diesem WC da leergesprüht. Und noch Tage danach roch es danach ... und ich hab' furchtbaren Ärger bekommen, weil es war unerträglich."
Interviewerin: "Wie könnte man diese Produkte jetzt insgesamt nennen?"

Mehrere nacheinander: "Luftspray"; "Raumspray"; "Raumdeo"; Airrefresher"; "Lufterfrischer"; "Luftduft"; "Dufti". (Man einigt sich darauf, in der weiteren Diskussion den Terminus 'Luftduft' zu verwenden, Anm. J.R.)
Interviewerin: "Wie sieht der typische Verwender, die typische Verwenderin von Luftduft aus?"
Antwort 1: "Ich stell' mir die 'n bißchen kitschig vor ... so übertrieben irgendwie."
Antwort 2: "Ja, also ich hab' zweierlei: Entweder so 'ne ältere Oma, in 'ner Kittelschürze, deutsche Stilmöbel, die halt versucht, sämtliche Gerüche in der Wohnung ... Oder wie sie schon sagte, irgendwie ... so diva-mäßig, übertrieben geschminkt, dick qualmende Zigarette und alles ... und jeder Duft ... ha, es kommt Besuch und gleich überall hingesprüht."
Antwort 3: "Wasserstoffsuperoxid-gefärbte Haare mit schwarzem Ansatz (allgemeines Lachen) ... und pink und lila Plüschschlafzimmer ("Ja." "Hm." Lachen. "Und ein Pudel.").
Antwort 4: "Vielleicht aber auch jemand aus so einer etwas einfacheren Wohngegend, wo die Wohnungen so klein sind und so überladen. Und so überhaupt mit so vielen Leuten auf relativ kleiner Fläche, daß es nicht viel Möglichkeiten gibt, die Wohnung irgendwie frei und luftig und schön und angenehm zu gestalten. Sondern daß man da drin schläft und drin ißt und drin fernsieht ... und wieder drin schläft und ißt und fernsieht, daß Gerüche eben überhaupt nicht raus gehen. Und daß man dann einen Luftduft dringend braucht ... um das überhaupt da aushalten zu können."
Antwort 5: "Daß man da auch entfernt von der Natur ist. Das man sich eben dann so 'n bißchen Natur durch gute Düfte in die Wohnung holen möchte."
Antwort 6: "Also nicht besonders reiche Leute. Daß man sich da so ein Stück Luxus ins Haus holt. Und die Verwendung von so einem Luftduft ... die hebt einen so ein bißchen sozial ... das ist so was Dezentes, Feines ... für die."
Interviewerin: "Stellen Sie sich vor, die Verwenderin behandelt gerade einen Raum. Was denkt sie dabei?
Antwort 1: "Ständig am Riechen und am Sprühen ..."
Antwort 2: "Ja, es wird 'ne Art Verbesserung, in welcher Art auch immer, erwünscht. Sie ist sich also klar, daß es eigentlich gar keine Verbesserung ist ... und irgendwie führen sie was im Schilde oder was vor, was ... also den Aufwand verdient ... also Besuch zum Beispiel ... oder irgendwie glänzen wollen ... obwohl das einem sonst egal ist oder so."
Interviewerin: "Sie führt dabei Selbstgespräche. Was erzählt sie?"
Antwort 1: "Diese Ecke hab' ich auch noch vergessen."
Antwort 2: "Ja, und ich darf nicht vergessen, morgen ist Einsendeschluß für das Kreuzworträtsel aus dem 'Goldenen Blatt'. Muß ich unbedingt noch meine Kärtchen abschicken."
Antwort 3: "Ach, riecht das heute wieder gut hier."
Antwort 4: "Ach, die Flasche ist bald alle. Ich muß unbedingt wieder eine neue holen."
Antwort 5: "Der Besuch wird begeistert sein."
Antwort 6: "Hoffentlich lohnt sich der ganze Aufwand."
Interviewerin: "Besuch kommt in den behandelten Raum. Was denkt er?"
Antwort 1: "Hat 's vorher gestunken, daß man sprühen mußte?"
Antwort 2: "Oder es ist auch so 'n Verwender von ... Raumduft."
Interviewerin: "Was denkt er dann?"
Antwort 1: "Ach, bei der riechts aber gut."
Antwort 2: "Was hat sie denn heute schon wieder ... verflucht ... wo hat sie das bloß her? Muß ich gleich mal zu Schlecker rennen."
Antwort 3: "Ja, oder im umgekehrten Fall: Kommt er so rein und sagt :»Irgendwie BASF, so ... denkst du überhaupt nicht an die Umwelt?«"
Antwort 4: "Oh mein Gott, hier muß ich Kaffee trinken ... würg (Gelächter) ... wie schmeckt dann erst der Kaffee?"

Vorstellung verschiedener Lufterfrischerprodukte durch die Interviewerin. Aufgaben an die Befragten: Bildung von Produktfamilien; Beurteilung der Produkte.
Erste Reaktionen auf die Produkte:
Mehrere durcheinander: "Das stinkt"; "Das ist total aggressiv"; "Wirklich abstoßend"; "Geschmacklos"; "Oh, das riecht so stark"; "Ich find wirklich, das riecht alles ... unangenehm"; "Ich bin so froh, daß ich Schnupfen hab'"; "Riecht ja eklig".

Vorstellung und Beurteilung der dekorativen Produkte:

Interviewerin: "Welches von diesen Dingen ... Sie sind ja alle ziemlich heftige Ablehner dieser ... welches wäre da noch akzeptabel und warum?"
Antwort 1: "Die Pyramide (Produkt P5, Anm. J.R.) vielleicht ("Ja." "Ja.") ... weil von der Form her war die noch am attraktivsten ("Ja."). Also weil das so relativ ... also weil das noch am weitesten entfernt ist von dem, was es eigentlich bezweckt. Das könnte irgendwas sein, irgendein Schmuckstück" ("Hm.").
Antwort 2: "Ja, die Pyramide war wohl ... die dekorativste ("Ja". "Hm. "Hm."). Weil man erst gar nicht erkennt, was es ist."
Interviewerin: "Wann anwenden? Wo anwenden?"
Antwort 1: "Am besten gar nicht."
Interviewerin: "Davon abgesehen ... wo anwenden?"
Antwort 1: "Im ganzen Haus."
Interviewerin: "Also von der Toilette über 'n Flur ins Wohnzimmer?"
Antwort 1: " Ja ... nee, ins Schlafzimmer nicht."
Antwort 2: "Ins Schlafzimmer würd' ich 's auch nicht machen."
Antwort 3: "Im Schlafzimmer würd' ich kein's hinstellen."
Antwort 4: "Im Schlafzimmer möcht' ich eigentlich keinen fremden Duft haben ... gerade da ... nee... da will ich ein offenes Fenster haben."
Interviewerin: "Also die meisten sagen: Schlafzimmer nicht."
Antwort 1: "Höchstens was ... es gibt ja so Mischungen, die sehr beruhigend wirken ... entspannend. Höchstens davon ein bißchen im Schlafzimmer ... aber ..."
Antwort 2: "Das andere (Gemeint ist hier Produkt P4, Anm. J.R.) würde im Bad eher aussehen wie 'nen Seifenspender" ("Ja." "Ja, genau.").
Antwort 3: "Das sieht original aus wie 'ne Seifenschachtel, 'ne Seifenbox."
Interviewerin: "Ich muß Sie da auf 'ne Besonderheit hinweisen: Das ist wirklich jetzt so ... ich mach 's jetzt nicht (Gelächter) ... wie so 'n Spray oder Parfüm, wo man jetzt einfach hier drauf drückt und dann ("Ach." "Hm.") ... dann kommt da die Wolke raus."
Antwort 1: "Darf ich grad' mal?" (Gelächter. "Nein, nein, nein.").

Vorstellung und Beurteilung der funktionalen Dauerlufterfrischer (Gels):

Antwort 1: "Ausgehend davon, daß wir das hier geöffnet haben und den Inhalt gesehen haben, haben wir diese Gruppe dann Schwabbelplastiks genannt. Ich kann 's jetzt leider nicht aufmachen, weil wir dann alle hinten rüber fallen" (Gelächter).
Interviewerin: "Wo tun Sie das denn hin? Ins Wohnzimmer? Wo verwendet man das?"
Antwort 1: "Nirgends" ("In der Scheune". Gelächter. "In den Keller.").
Interviewerin: "Wofür ist es gedacht?"
Antwort 1: "Für die Toilette wohl ... für 's Bad. Das sind so frische ... Marinedüfte und so ... Oceanfresh."
Antwort 2: "Also die stehen einfach so da, wie diese ... Insekten ... äh, äh ... -fänger."
Antwort 3: "Das sind auch glaub' die ersten, die 's früher gab. Das kenn' ich noch von meiner Oma, wenn dieses komische Zeug nach und nach verdunstet ("Ja, ja." "Genau."). Da bleibt dann so 'n Schleim zurück."
Antwort 4: "Also diese Dekoteile hier in ... nüchtern ... in häßlich quasi" ("Ja").
Interviewerin: "Eigenschaften, die diese Produkte haben?"
Mehrere durcheinander: "Schwabbelig"; ""Ekelerregend"; "Eklig"; "Unansehnlich" ("Ja, das auf jeden Fall."); "Schleimig"; "Schrecklich".

Vorstellung und Beurteilung der Produktsparte Sprays:

Antwort 1: "Diese Sprüh ... Luft ... wir haben sie getauft Gernefrisch, analog zu dem Wort vom Gernegroß. Der gerne groß ist, ist einer der nicht groß ist, aber einer, der gern' auf groß macht. Und der gerne frisch ist, ist in dem Fall einer, der im Grunde genommen nicht wirklich Frischluft erzeugt, sondern Gestank überdecken soll."
Interviewerin: "Und wo werden die eingesetzt?
Antwort 1: "Ja, für Toiletten und Badezimmer."
Antwort 2: "Die sind für 's Klo."
Interviewerin: "Also die sind eindeutig ..."

Antwort 1: "Die sind ausgewiesen als ... als ja ... Sanitär ... Die machen vielleicht einen Sinn in öffentlichen Toiletten oder in allen Toiletten bei häufiger Benutzung des WCs durch viele."
Interviewerin: "Welches von diesen Produkten ist für Sie noch am ehesten akzeptabel?"
Antwort 1: Ja vielleicht dieses ... Neutradol. Das ist auch ein ganz anderer Duft. Ich hab 's kaum gerochen, wegen meinem Schnupfen, aber allein das war schon angenehm."
Interviewerin: "Also vom Geruch her sagen Sie, ist das noch das angenehmste?"
Antwort 1: "Ja. Hm."
Interviewerin: "Also das riecht nicht viel?"
Antwort 1: "Nein, eher so nach Zahnarzt, Zahnpasta ... hygienisch. Es riecht zumindest hygienisch... ob es aber tatsächlich Hygiene produziert, ist eine andere Frage."
Antwort 2: "Ja also ... das fanden wir noch das angenehmste, weil 's halt ein anderer Duft war."
Antwort 3: "Ja, wenn so was auch hält, was es verspricht, dann wär 's super. Ja, weil es dann also nicht irgendwie so riecht, daß man merkt, man hat was gesprüht. Sondern wenn wirklich mal was angebrannt ist ... oder halt ein Geruch, der sich lange in der Wohnung hält ... vorausgesetzt, daß es umweltfreundlich ist."
Antwort 4: "Aber auch hier wieder der Aspekt: Es arbeitet gegen etwas. Also bekämpft. Es ist nicht ein allgemeiner Flower-Power, schöner Geruch, sondern es ist mehr so diese Bekämpfungssache."
Interviewerin: "Jetzt versuchen Sie noch mal ... Eigenschaften zu finden, die all diesen Produkten gemeinsam sind. Was haben sie gemeinsam?"
Antwort 1: "Ja, daß sie irgendwelche schlechten Gerüche bekämpfen. Also jetzt nicht so ... daß es einfach ein Raum ist und da ist 'ne Raumluft, und da soll ein Duft da entstehen, sondern es geht ganz konkret gegen etwas, d.h. gegen einen Toilettenduft."
Antwort 2: "Man kann es ganz gezielt einsetzen" ("Gezielt einsetzen, genau.").
Antwort 3: "Ja, stimmt. Also ganz gezielt gegen spezielle Düfte. Also nicht einfach insgesamt: Hier riechts jetzt aber muffig. Sondern hier riechts nach Toilette oder Rauch."
Antwort 4: "Oder wenn die Katze auf der Toilette war ... um dann halt ... wenn also fünf Minuten später Besuch kommt, man das schnell ... raus bekommt."
Interviewerin: "Woran liegt das, daß Sie sagen, das paßt eher ins Wohnzimmer und das paßt jetzt nur ins Klo?"
Mehrere gleichzeitig: "Die äußere Aufmachung"; "Das Aussehen"; "Die Aufmachung".
Antwort 1: "Wer würd' sich schon so 'nen Pilz oder was ins Wohnzimmer stellen?"
Interviewerin: "Es geht mir jetzt aber um den Duft."
Antwort 1: "Ja diese Düfte sind auch mehr jetzt so ... blumig. Das andere ist mehr so nach Zitrone und Tanne und Flieder ("mehr chemisch halt") ... ja ("Hm."). Diese Blumendüfte gehören eher ins Wohnzimmer."
Antwort 2: "Sommergarten, ja."
Antwort 3: "Das eine ist mehr so hygienisch, so vordergründig raumgreifend, so aggressiv und bekämpfend ... Zitrone, Tanne, Alpenwiese ("Meeresbrise"). Das andere ist mehr so genußfähig duftend" ("Hm").
Antwort 4: "Also selbst so 'ne fotografierte Blumenwiese suggeriert erstmal was angenehmeres als so blau, rot, Null-Null."
Antwort 5: "So 'n Blumengarten wirkt auf mich attraktiver als die Alpenwiese, weil der für mich 'n bißchen mehr Stil hat. Und diese Alpen ... damit verbinde ich einfach nur 'nen frischen ... vielleicht etwas penetranten Duft. Während ich mit 'nem Garten ... ("den Blumen") genau ... was Dezentes, so 'n bißchen verbinde. Verschiedene Blumendüfte, die zusammenkommen" ("Hm". "Genau.)"

Vorführung eines Lufterfrischerproduktes:
Interviewerin: "So, zuguterletzt ..."
Die Interviewerin steht am Tisch. Sie nimmt das Produkt (P4) vom Tisch auf und führt es in einer schnellen Bewegung ein kurzes Stück in Richtung des Kopfes der rechts neben ihr sitzenden Person zu. Sofort aber nimmt sie die Hand wieder zurück, führt sie unmittelbar vor das eigene Gesicht und hält das Produkt unter die eigene Nase. Im Augenblick dieser Vor- und Zurückbewegung der das Produkt haltenden Hand weicht die schon erwähnte, rechts neben der Interviewerin sitzende Person fast schon übertrieben stark in Richtung auf ihre rechte Tischnachbarin zurück, sie zieht sich dabei in sich zusammen und verharrt in dieser Position. Auch zwei weitere Interviewpartnerinnen nehmen ihre Arme bzw. Hände vom Tisch und lehnen sich in ihren Stühlen zurück. Diejenige Person, die gegenüber und damit am weitesten entfernt von der Interviewerin sitzt, behält ihre Sitzposition bei (Arme auf dem Tisch aufgelehnt, Oberkörper leicht nach vorne

über den Tisch gebeugt). Die anderen, links der Interviewerin befindlichen Personen sind durch die stehende Interviewerin verdeckt und in ihrer Reaktion somit nicht von der Kamera eingefangen.

Mehrere gleichzeitig: "Uaah!" (Gelächter); "Deckung!"; "Nicht ansprühen bitte"; "Drei Zentimeter vor 'm Gesicht" (allgemeine Heiterkeit).

Interviewerin: "Also es ist ... 'ne Neuerfindung (Gelächter) ... Das sag' ich Ihnen jetzt ... Es ist 'ne Neuentwicklung. Und da drin ist ein hochwertiges Parfüm" ("Aha". "Hm." Gekicher).

Antwort 1: "Kein Luftduft, sondern ein Parfüm ... richtig ... richtiges Parfüm? O.K."

Interviewerin: "Ja, es ist dafür gedacht, daß man es so 'n bißchen ..."

Antwort 1: "Also ein Raumparfüm ist das ("Ein Raumparfüm". Mehrere: "Ein Raumparfüm").

Antwort 2: "Wir schmücken unseren ("psch psch") Raum."

Interviewerin: "Ich weiß nicht, wo ich 's hin machen ...?"

Die Interviewerin führt das Produkt, das sie bisher ausschließlich vor sich in Gesichtshöhe bewegt hatte, ganz geringfügig wiederum auf die rechts von ihr sitzende Person zu. Diese weicht mit ihrem Kopf und Oberkörper abermals in Richtung auf ihre rechte Tischnachbarin. Gleichzeitig hebt sie den linken Arm und streckt ihn in Richtung der das Produkt führenden Hand (schräg nach links oben) aus; in dieser Bewegung öffnet sich die Hand zunächst und beginnt sich dann zu einer auf das Produkt weisenden Fläche zu schließen; letztlich ist der Arm ganz ausgestreckt und die Hand zu einer vollen Fläche geschlossen. Die Interviewerin führt das Produkt vor ihrem Oberkörper vorbei nach links. Die erste Person zieht daraufhin ihren Arm an den Oberkörper zurück, verbleibt aber in ihrer geduckten Haltung. Die Interviewerin dreht sich ganz nach links herum, wobei die Reaktion der dort sitzenden Person nicht beobachtet werden kann, da sie von der Interviewerin verdeckt ist.

Antwort 1: "Vielleicht am besten in den hinteren Teil da, ja?"

Interviewerin: "Vielleicht am besten auf das Mikro, dann haben wir alle was davon" (Das Mikrophon steht in der Mitte des Tisches, Anm. J.R.).

Die Interviewerin bewegt das Produkt kreisförmig vor sich in geringer Höhe über dem Tisch; schwenkt dann rechts herum, wobei die dort sitzende Person nochmals zurückweicht und sich duckt. Die Interviewerin zieht dann das Produkt bis fast in ihre Kopfhöhe nach oben, sie streckt den Arm leicht und sprüht vom Tisch weg auf die im hinteren Teil des Raumes befindliche Kamera zu.

Interviewerin: "Jetzt machen wir 's mal so ... (*sprüht*) ... und jetzt laufen alle mal vorbei."

Die Interviewerin bleibt am Tisch stehen. Alle Personen erheben sich von ihren Stühlen und begeben sich in jenen Teil des Raumes, in den gesprüht wurde. Dort bewegt man den ganzen Körper geringfügig vor und zurück, die Köpfe sind etwas nach vorne gestreckt und werden leicht nach oben und unten, links und rechts, vor und zurück bewegt. Man blickt sich an und kommentiert.

Mehrere durcheinander: "Ich riech' nichts"; "Ja doch, das riecht so ..."; "Nee, ich riech' auch nichts"; "Noch mal sprühen!?" (Gelächter).

Interviewerin: "Hier ist es jetzt, hier."

Die Interviewerin deutet mit den Händen eine Kreisbewegung parallel zum Boden an. Alle begeben sich – die oben beschriebenen Bewegungen vollführend – dort hin.

Mehrere durcheinander: "Oh. Ja, ja"; "Jetzt hab' ich 's auch gerochen"; "Oh. Ja"; "Oh. Ja, ja"; "Puuh"; "Riecht wie Null-Null"; "Schwer"; "Nee"; "Gummibärchen ... wie Gummibärchen"; "Riecht wie 'n Parfüm"; "Wie 'n Parfüm, ja"; "Süß"; "Süß, ja süß".

Antwort 1: "Nein ... Ooh, ich kenn' das ... das riecht aber ... das riecht aber auch wie die Steine für 's Klo."

Antwort 2: "Schwülstig riecht das."

Antwort 3: "Wie Bogner riecht das ... ja."

Interviewerin: "Also Ihnen gefällt 's?"

Antwort 1: "Ja."

Interviewerin: "Und die anderen, was sagen die?" (Gekicher. "Nee.").

Antwort 1: "Also so schlimm find' ich 's nicht. "

Antwort 2: "Es hat total diesen Klogestank ... Klogeruch, nee?"

Antwort 3: "Wer hat das mit Bogner gesagt? Es riecht wirklich danach" ("Ja, nicht.").

Antwort 4: "Ich wußte ... ich hab' das Bogner" ("Ja.").

Interviewerin: "Also Ihnen gefällt 's auch?"

Antwort 1: "Als Raumduft nicht ... nicht als Duft, Deo für 'n Raum" ("Ja." "Ja, genau" "Ah, jetzt riech ich ' s aber, puuh".).

Interviewerin: "Also das unterscheidet sie so 'n bißchen. Manche sagen das riecht noch ganz gut und sie sagen »Nein, nein, nein«".

Antwort 1: "Nee, nee, gar nicht. Aber das ist ... das hat so wahnsinnig ... also das erinnert ... es hat zwar 'ne gewisse Süße drin, aber es erinnert nach wie vor an die Klosteine."

Interviewerin: " Könnten Sie sich denn grundsätzlich hier so 'n Parfüm drin vorstellen? Was Sie akzeptieren würden? Wo sie sagen, ja das ist in Ordnung, das kann man nehmen?"
Antwort 1: "Ja dann kann man zum Beispiel auch das eigene Parfüm ... wenn man das in der Wohnung haben will ... auf den Lampenschirm, durch die Wärme verteilt sich das dann."
Antwort 2: Wie teuer ist das?"
Interviewerin: "Das weiß ich nicht."
Antwort 1: "Also mich stört, daß es aus Plastik ist."
Antwort 2: "Also aus Glas ... ein Glasflakon, wär' vielleicht schöner."
Interviewerin: "Warum? Was ist an Glas anders?"
Antwort 1: "Es ist edler ("Ja, es ist edler". "Man sieht 's ..."). Es ist angenehmeres Material, bei dem man auch nicht so schnell ein schlechtes Gewissen bekommt."
Antwort 2: "So sieht 's aus wie die ganz normalen Pilze und so."
Interviewerin: "Ist es aber nicht."
Antwort 1: "Ja, es wirkt aber so." ("Es wirkt so .").
Antwort 2: "Wie 'ne Seifendose, 'ne Seifenschale ... ("Ja, ja."). So für die Reise, wo man die Seife rein tut ("Hm").
Interviewerin: "Und was da drin ist, das widerspricht ... ich hab' das Gefühl, das widerspricht dem so 'n bißchen. Wie das aussieht und was dann tatsächlich für 'n Duft drin ist."
Mehrere gleichzeitig: "Ja". "Ja."
Antwort 1: "Ich hab' nicht so was Süßes erwartet."
Antwort 2: "Also ich hätte einen anderen Duft erwartet."
Interviewerin: "Mehr frisch?"
Antwort 1: "Nee, mehr frisch auch nicht. Ich weiß ... ich weiß auch nicht. Ich kann 's nicht sagen, ich kann 's nicht beschreiben, was ich erwartet hätte. Aber nicht so 'n Duft. Mich hat das eher an Parfüm erinnert, als an ..."
Antwort 2: "Mir kommt da sofort das Wort Raumparfüm ... ("Ja, sofort."). So wie du dein persönliches Parfüm hast, so haste jetzt in Zukunft noch 'n paar Tiegel (?) rumstehen, für 's Raumparfüm."
Antwort 3: "Wobei halt auch die Frage ist, wie lange hält sich das?"
Antwort 4: "Ja, vor allen Dingen hat man dann auch in Übereinstimmung mit dem eigenen Geruch was, und nicht wieder mehrere Mischgeschichten."

Weitere, aus dem Befragungskontext herausgelöste Argumente für bzw. gegen die Verwendung von Lufterfrischern:

– "Braucht man nicht Saubermachen ... brauchst einfach nur pfft pfft machen ... die ganze Stinkerei kommt weg ... ist bequem."
– "Ja vielleicht auch, wenn man Haustiere hat."

– "Ich mein', was stimmt ist, daß der Geruch für 'ne Wohnung 'ne entscheidende Rolle spielt. Wenn also einer Kochorgien in irgendeiner Form gefeiert hat ("Das stimmt."), und das klebt vier Tage in der Wohnung ... Kartoffelpuffer oder so was ... ("Das stimmt.") ... da ist es also schon angenehmer, wenn das weg ist."
– "Ja und es ist auch wirklich, wenn man so was in der Wohnung stehen hat ... ich hab' auch so Potpourris und ich hab' auch diese Öllämpchen oder was. Aber wenn gekocht wird, wie gesagt, Puffer oder Fisch oder Frikadellen so mit Zwiebeln ... das riecht ... also da kommt das andere dagegen nicht an. Und da müßte man wirklich einen Sprüher nehmen ... und das wär' also das letzte was ich will."
– "Durchzug"
– "Ja, oder eben Durchzug."
– "Ja, Lüften ... ausgiebig Lüften ("Ja." "Ja."). Das ist das einzige ... und dann eben halt die Wohntextilien hin und wieder frisch machen durch Waschen ("Ja, eben."). Ja, in Gardinen, in Decken oder in Kissen ("Eben.") ... das ist das einzig Nachhaltige. Aber darum geht 's ja nicht. Die versprechen ja, daß das alles nicht mehr notwendig ist, wenn du pfft machst."
– "Ja, das ist eigentlich mehr ein Sauberkeitsproblem. Aber es wird einem suggeriert, daß das nicht mehr nötig ist, daß es damit auch geht. Das ist was für Schlamper" ("Ja.").
– "Aber dann müßte man ja zig von diesen Dingern aufstellen, daß man da so 'n Geruch rauskriegt, der da in der Wohnung so dick und fett drinsitzt."
– "Dann mußte halt in jeder Ecke so 'n Ding aufstellen" (Gelächter).

– "Das Hauptargument dagegen ist doch die Geldersparnis. Warum zwei Mark neunundneunzig ausgeben, wenn man das sparen kann, indem man das Fenster aufmacht."
– "Ich wär' da wirklich auch zu geizig zu. Ich meine ... so was o.k. Das hab' ich auch zu Hause stehen, das sieht toll aus ... ("diese Blumen") diese Blumenpotpourris, ja. Aber nee ..."
– "Auch wenn es dreißig Tage halten soll. Rechnen Sie das mal auf 's Jahr: Zweiundsechzig Mark, damit mein Badezimmer frisch riecht. Das ist zuviel. Das ist heftig. Das kann ich auch preiswerter haben."

– "Also ich denk' halt auch generell, daß es eine gewisse Lebensferne hat ... also Gerüche unbedingt eliminieren zu wollen. Das Leben besteht nun mal auch aus Gerüchen. Wenn man auf die Toilette muß, dann riechts halt. Das ist normal. Das ist natürlich. Und das ist so 'n Zug-um-Zug-Entfremden von so 'ner Art Natürlichkeit."
– "Auf so 'ner öffentlichen Toilette oder so, laß ich mir das noch gefallen. Aber ich war letztes Jahr mit meinem Sohn im Krankenhaus. Und da war auch so 'n Spray mit so 'nem Zippel da dran. Und das hat wirklich schlimmer gerochen als halt ... ("das Natürliche") das Natürliche, ja ("Ja"). Wenn sich das miteinander vermischt ... da ist man rein und hat 'nen regelrechten Hustenanfall bekommen ... weil da gibt es welche, die zieh'n da dauernd dran."

– "Das paßt auch überhaupt gar nicht zu mir ... respektive zur Wohnung ... könnte ich mir nicht hinstellen. Wenn ich das hinstellen würde, würde ich das noch hinter 's Rohr stellen."
– "Auch dieses Ding da mit dem Spray ... ich verwende so was nicht. Ich würde es nicht kaufen, da nehm' ich lieber Toilettensteine."
– "Die hab' ich auch. Wenn man sich das jetzt so vorstellt, da kommt Besuch und man nimmt das Raumspray und fängt da an ... da fühlt der sich doch noch fast beleidigt."
– "Also ich würde mich auch gar nicht angesprochen fühlen. Weil ich bilde mir ein, daß es bei mir nicht mieft ... also wär' das für mich schon mal abgehakt."
– "Und bei mir wird sowieso nicht geraucht ... das gibt es nicht. Wenn, dann auf dem Balkon ... dann brauche ich auch nicht so ein Duftzeug."
– "Also als Verwender findet man das ja grundsätzlich angenehm ... da findet man auch die Düfte toll. Aber ich find' ehrlich gesagt schon diese Behälter überhaupt nicht ansprechend. Ich find' die sehen total kitschig aus ... sprechen mich überhaupt nicht an."

Literatur

Almagor, Uri: The Cycle and Stagnation of Smells. Pastoralists-Fishermen Relationships in an East African Society. In: Res – Anthropology and Aesthetics, 1987, No.13, 107-121.

Almagor, Uri: Odors and Private Language: Observations on the Phenomenology of Scent. In: Human Studies, 1990, 13, 3, July, 253-274.

Anzieu, Didier: Die Geruchshülle. Die Absonderung von Aggressivität durch die Hautporen. In: ders.: Das Haut-Ich. Suhrkamp, Frankfurt am Main: 1991, S.232-243.

Apuleius: Der goldene Esel. Goldmann, München: 1961.

Au, Fransiska von: Knigge 2000. Sichere Umgangsformen für alle Gelegenheiten. Ludwig Südwest, o.O.: 1995.

Baier, Horst: Schmutz: Über Abfälle in der Zivilisation. Universitätsverlag, Konstanz: 1991.

Barlösius, Eva: Riechen und Schmecken – Riechendes und Schmeckendes. Ernährungssoziologische Anmerkungen zum Wandel der sinnlichen Wahrnehmung beim Essen, dargestellt an den Beispielen der 'grand cuisine' Frankreichs und der modernen Aromenherstellung. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Heft 2, Jg. 39, 1987, S.347-366.

Barlösius, Eva: Über den Geruch. Langfristige Wandlungen der Wahrnehmung, Kontrolle und Gestaltung von Riechendem. In: Kuzmics, Helmut/Mörth, Ingo, 1991, S.243-256.

Barkhaus, Annette/Mayer, Matthias/Roughley, Thürnau/Donatus: Identität, Leiblichkeit, Normativität. Neue Horizonte anthropologischen Denkens. Suhrkamp, Frankfurt am Main: 1996.

Beck, Ulrich: Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne. Suhrkamp, Frankfurt am Main: 1986.

Becker, Ulrich/Nowak, Horst: "Es kommt der neue Konsument". In: Form. Zeitschrift für Gestaltung, Nr. 111, 1985, S.13-17.

Berger, Peter L./Luckmann, Thomas: Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit. Eine Theorie der Wissenssoziologie. Fischer, Frankfurt am Main: 1980 (1966).

Benedict, Ruth: Urformen der Kultur, Rowohlt, Hamburg: 1955.

Benzérci, J.P.: Statistical Analysis as a Tool to make Patterns Emerge from Data. In: Watanabe, S. (ed.): Methodologies of Pattern Recognition. Academic Press, New York: 1969.

Blasius, Jörg/Georg, Werner: Clusteranalyse und Korrespondenzanalyse in der Lebensstilforschung: Ein Vergleich am Beispiel der Wohnungseinrichtung. In: Zentralarchiv für empirische Sozialforschung (Hg.): ZA-Information, 30, 1992, S.112-133.

Bolte, Karl Martin: Typen sozialer Schichtung in der Bundesrepublik Deutschland. In: Hamburger Jahrbuch für Wirtschafts- und Gesellschaftspolitik. 8. Jahrgang, Tübingen: 1963, S.150-165.

Bolte, Karl Martin (Hg.): Deutsche Gesellschaft im Wandel. Leske und Budrich, Opladen: 1967.

Bolte, Karl Martin/Kappe, Dieter/Neidhart, Friedhelm: Soziale Schichtung der Bundesrepublik Deutschland. In: Bolte, Karl Martin, 1967, S.233-351.

Bolte, Karl Martin/Hradil, Stefan: Soziale Ungleichheit in der Bundesrepublik Deutschland. Leske und Budrich, Opladen: 1984.

Bourdieu, Pierre: Sozialer Raum und ›Klassen‹. Leçon sur la leçon. 2 Vorlesungen. Suhrkamp, Frankfurt am Main: 1985.
Bourdieu, Pierre: Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft. Suhrkamp, Frankfurt am Main: 1987.
Brand, Joseph T.: Mechanismen der Signalumwandlung beim Riechen. Wie Gerüche von der Nase wahrgenommen werden. In : Kunst- und Ausstellungshalle der Bundesrepublik Deutschland, 1995, S.98-108.
Brüggemeier, Franz-Josef: Stadtluft. Luftverschmutzung und Luftreinhaltung in der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts. In: Reulecke, 1991, S.49-61.
Burda: Wohnwelten in Deutschland 1. München: 1988.
Burda: Wohnwelten in Deutschland 2. 3.Aufl. München: 1991.
Burdach, Konrad J.: Geschmack und Geruch. Gustatorische, olfaktorische und trigeminale Wahrnehmung. Huber, Stuttgart: 1988.
Classen, Constance: The Odor of the Other: Olfactory Symbolism and Cultural Categories. In: Ethos, 1992, 20, June, 133-166.
Classen, Constance/Howes, David/Synnott, Anthony: Aroma: The Cultural History of Smell. Routledge, London: 1994.
Cohen, Colleen Ballerino: Olfactory Constitution of the Postmodern Body: Nature Challenged, Nature Adorned. In: Mascia-Lees, F.E./Sharpe, P., 1992, 48-78.
Collins, Randall: Theoretical Continuities in Goffmann's Work. In: Drew, Paul/Wooton, Anthony, 1988, 41-63.
Comfort, Alex: Communication May be Odorous. In: New Scientist and Science Journal, 25. February 1971, 412-414.
Comfort, Alex: Joy of Sex. Freude am Sex. Ullstein, Frankfurt am Main: 1981.
Condillac, Étienne de: Abhandlung über die Empfindungen. Meiner, Hamburg: 1983.
Corbin, Alain: Pesthauch und Blütenduft. Eine Geschichte des Geruchs. Fischer, Frankfurt am Main: 1988 (1982).
Cornelius, Heinrich: Agrippa von Nettesheim. Die magischen Werke. Fourier, Wiesbaden: 1982.
Dahrendorf, Ralf: Gesellschaft und Demokratie in Deutschland. Piper, München: 1965.
Dragstra, Rolf: Der witternde Prophet – Über die Feinsinnigkeit der Nase. In: Kamper, Dietmar/Wulf, Christoph, 1984, S.159-178.
Drew, Paul/Wooton, Anthony (Hg.): Erving Goffman: Exploring the Interaction Order. Oxford: 1988.
Douglas, Mary: Reinheit und Gefährdung. Eine Studie zu Vorstellungen von Verunreinigung und Tabu. Suhrkamp, Frankfurt am Main: 1988 (1966).
Durkheim, Emile: Über die Teilung der sozialen Arbeit. Suhrkamp, Frankfurt am Main: 1977.
Durkheim, Emile: Die elementaren Formen des religiösen Lebens. Suhrkamp, Frankfurt am Main: 1984.
Duerr, Hans Peter: Nacktheit und Scham. Der Mythos vom Zivilisationsprozeß. Suhrkamp, Frankfurt am Main: 1988.
Ebberfeld, Ingelore: Zivilisierter Körpergeruch. Über das Parfüm. In: Universitas. 49.Jg., Nr. 575, Mai 1994, S.476-484.
Eder, Klaus (Hg.): Klassenlage, Lebensstil und kulturelle Praxis. Theoretische und empirische Beiträge zu Pierre Bourdieus Klassentheorie. Suhrkamp, Frankfurt am Main: 1989.
Elias, Norbert: Über den Prozeß der Zivilisation. Soziogenetische und psychogenetische Untersuchungen. 2 Bände. Suhrkamp, Frankfurt am Main: 1976.
Elias, Norbert: Was ist Soziologie? (6. Aufl.) Juventa, Weinheim/München: 1991.

Eliot, T.S.: The Complete Poems and Plays. Faber and Faber, London: 1969.
Engen, Trygg: The Sense of Smell. In: Annual Review of Psychology, Vol.24, 1973, 187-206.
Faber, René: Von Donnerbalken, Nachtvasen und Kunstfurzern. Eine vergnügliche Kulturgeschichte. Eichborn, Frankfurt am Main: 1994.
Faure, Paul: Magie der Düfte. Eine Kulturgeschichte der Wohlgerüche. Von den Pharaonen zu den Römern. Deutscher Taschenbuch Verlag, München: 1993 (1987).
Featherstone, M.: Lifestyle and Consumer Culture. In: Culture and Society, 4, 1987.
Filsinger, E.F./Fabes, R.A.: Odour Communication, Pheromones and Human Families. In: Journal of Marriage and the Family, 1985, 47, 2, May, 349-359.
Freeman, Walter J.: Tor zum Bewußtsein. Beobachtungen zu einigen Funktionen des limbischen Systems im Gehirn. In: Kunst- und Ausstellungshalle der Bundesrepublik Deutschland, 1995, S.74-85.
Freud, Sigmund: Das Unbehagen in der Kultur. In: ders.: Fragen der Gesellschaft/Ursprünge der Religion. Studienausgabe Band IX. Fischer, Frankfurt am Main: 1982.
Friedrichs, Jürgen: Methoden empirischer Sozialforschung. 13. Aufl. Westdeutscher Verlag, Opladen: 1985.
Fuchs, Peter: Gefährliche Modernität. Das zweite vatikanische Konzil und die Veränderungen des Messeritus. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Heft 1, Jg. 44, 1992, S.1-11.
Gauer, Klaus (Hg.): Physiologie des Menschen. München: 1972
Geiger, Theodor: Die soziale Schichtung des deutschen Volkes. Enke, Stuttgart: 1987 (1932).
Geiger, Theodor: Die Klassengesellschaft im Schmelztiegel. Westdeutscher Verlag, Köln: 1949.
Geiger, Theodor: Ein Radiotest des musikalischen Geschmacks. In : Medium, 1, 1994, S.64-67 (Original in: Public Opinion Quarterly, 1950).
Geißler, Rainer: Die Sozialstruktur Deutschlands. Westdeutscher Verlag, Opladen: 1992.
Geißler, Rainer: Kein Abschied von Klasse und Schicht. Ideologische Gefahren der deutschen Sozialstrukturanalyse. In : Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Heft 2, Jg.48, 1996, S.319-338.
Gell, Alfred: Magic, Perfume, Dream… In: Lewis, Ioan, 1977, 25-38.
Genet, Jean: Notre-Dame-des-Fleurs. Merlin, Hamburg: 1972.
Georg, Werner: Soziale Lage und Lebensstil – Eine Typologie auf der Grundlage repräsentativer Daten. In: Angewandte Sozialforschung. 19. Jg., Heft 1, 1995, S.107-118.
Gibbons, Boyd: The Intimate Sense of Smell. In: National Geographic, 170 (3), 1986, 324-361.
Gilbert, Avery N./Wysocki, Charles J.: The Smell Survey Results. In: National Geographic, 172 (4), 1987, 514-525.
Glass, David.V./König, René: Soziale Schichtung und Mobilität. Sonderband der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Band 5, 1965.
Gleichmann, Peter R.: Städte reinigen und geruchlos machen. Menschliche Körperentleerungen, ihre Geräte und ihre Verhäuslichung. In: Sturm, Hermann, 1978, S.99-132.
Gleichmann, Peter R./Goudsblom, Johan/Korte, Hermann (Hg.): Materialien zu Norbert Elias' Zivilisationstheorie. Suhrkamp, Frankfurt am Main: 1979.
Gleichmann, Peter R.: Die Verhäuslichung körperlicher Verrichtungen. In: Gleichmann, Peter, R./Goudsblom, Johan/Korte, Hermann, 1979, S.245-278.

Gluchowski, Peter: Lebensstile und Wandel der Wählerschaft in der Bundesrepublik Deutschland. In: Aus Politik und Zeitgeschichte. Beilage zur Wochenzeitung Das Parlament. B12/87, 1987, S.18-32.

Goffman, Erving: Symbols of Class Status. In: British Journal of Sociology, 1951, 2, 4, 294-304.

Goffman, Erving: Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag. Piper, München: 1969.

Goffman, Erving: Interaktionsrituale. Über Verhalten in direkter Kommunikation. Suhrkamp, Frankfurt am Main: 1971a.

Goffman, Erving,: Verhalten in sozialen Situationen. Strukturen und Regeln der Interaktion im öffentlichen Raum. Bertelsmann, Gütersloh: 1971b.

Goffman, Erving: Asyle. Über die soziale Situation psychiatrischer Patienten und anderer Insassen. Suhrkamp, Frankfurt am Main: 1972.

Goffman, Erving: Das Individuum im öffentlichen Austausch. Mikrostudien zur öffentlichen Ordnung. Suhrkamp, Frankfurt am Main: 1974.

Goffman, Erving: Stigma. Über Techniken der Bewältigung beschädigter Identität. Suhrkamp, Frankfurt am Main: 1975.

Goffman, Erving: Interaktion und Geschlecht. Campus, Frankfurt am Main: 1994.

Goffman, Erving: Die Interaktionsordnung. In: ders.: 1994, S.50-104.

Goldman, Robert: Marketing Fragrances: Advertising and the Prodution of Commodity Signs. In: Theory, Culture and Society, Vol. 4, 1987, 691-725.

Goudsblom, Johan: Zivilisation, Ansteckungsangst und Hygiene. Betrachtungen über einen Aspekt des europäischen Zivilisationsprozesses. In: Gleichmann, Peter R./Goudsblom, Johan/Korte, Hermann, 1979, S.215-253.

Goudsblom, Johan: Feuer und Zivilisation. Suhrkamp, Frankfurt am Main: 1995.

Gouldner, Alvin: Die westliche Soziologie in der Krise. Rowohlt, Reinbek: 1974.

Greenacre, Michael: Theory and Applications of Correspondence Analysis. Academic Press, London: 1984.

Greenacre, Michael/Hastie, Trevor: The Geometric Interpretation of Correspondence Analysis. In: Journal of the American Statistical Association, 82, 1987, 437-447.

Hall, Edward T.: The Hidden Dimension. Man's Use of Space in Public and Private. The Bodley Head, London/Sydney/Toronto: 1966.

Hank, Holger: Riechende Rechner – Computer-Nase fürs Bier. In: Chip. Computer-Magazin, Nr. 8, August 1994, S.58.

Hatt, Hans: "Etwas stinkt mir gewaltig" oder was Gerüche verraten. Signalübertragung an Riechzellen äußerst komplex. In: Forschung. Mitteilungen der DFG, 4/1994, S.14-16.

Hegel, Georg Wilhelm Friedrich: Ästhetik. Band I und II. 2. Aufl. Europäische Verlagsanstalt. Frankfurt am Main: 1955.

Henglein, Martin: Die heilende Kraft der Wohlgerüche und Essenzen. Die Geschichte, die Gerüche, die Anwendung. Oesch, Zürich: 1989.

Hettlage, Robert (Hg.): Die Bundesrepublik. Eine historische Bilanz. Beck, München: 1990.

Hettlage, Robert/Lenz, Karl (Hg.): Erving Goffman – Ein soziologischer Klassiker der zweiten Generation. Haupt, Bern/Stuttgart: 1991.

Hobbes, Thomas: Leviathan. Reclam, Stuttgart: 1980 (1651).

Horkheimer, Max/Adorno, Theodor W.: Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente. Fischer, Frankfurt am Main: 1988.

Howes, David: Olfaction and Transition: An Essay on the Ritual Use of Smell. In: Canadian Review of Sociology and Anthropology, 24 (3), 1987, 398-416.

Howes, David (ed.): The Varieties of Sensory Experience. A sourcebook in the Anthropology of the Senses. University of Toronto-Press, Toronto: 1991.

Hradil, Stefan: Sozialstrukturanalyse in einer fortgeschrittenen Gesellschaft. Leske und Budrich, Opladen: 1987.

Hradil, Stefan: System und Akteur. Eine empirische Kritik der soziologischen Kulturtheorie Pierre Bourdieus. In: Eder, Klaus, 1989, S.111-141.

Hradil, Stefan: Individualisierung, Pluralisierung, Polarisierung: Was ist von den Schichten und Klassen geblieben? In: Hettlage, Robert, 1990, S.111-138.

Hurton, Andrea: Erotik des Parfüms. Geschichte und Praxis der schönen Düfte. Fischer, Frankfurt am Main: 1994 (1991).

Huxley, Aldous: Schöne neue Welt. Ein Roman der Zukunft. Fischer, Frankfurt am Main, Hamburg: 1962.

Janowitz, Morris: Soziale Schichtung und Mobilität in Westdeutschland. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. 10. Jahrgang, 1958, S.1-37.

Jellinek, Paul: Die psychologischen Grundlagen der Parfümerie. Hüthig, Heidelberg: 1973

Kant, Immanuel: Anthropologie in pragmatischer Hinsicht. In: Gesammelte Schriften, Bd.7. Reimer, Berlin: 1917.

Kamper, Dietmar/Wulf, Christoph (Hg.): Das Schwinden der Sinne. Suhrkamp, Frankfurt am Main: 1984.

Kennedy, Margit: Von Lüften und Düften in Gebäuden und Städten. In: Kunst- und Ausstellungshalle der Bundesrepublik, 1995, S.150-164.

Kirk-Smith, M.D./Booth, D.A.: Effects of Androstenone on Choice of Location. In: Van Der Starre, H, 1980, 397-400.

Kirk-Smith, M.D. et al.: Human Social Attitudes Affected by Andostenol. In: Research Com Psychol Psychiatry Behaviour. 3, 4, 1978, 379-384.

Klass, M./Hirsh, D.: Human Olfactory Communication. In: Nature, Vol.26, April, 1976, 520-252.

Knoblauch, Hubert A.: Erving Goffmans Reich der Interaktion. In: Goffman, Erving, 1994, S.7-49.

Knoblich, Hans/Schubert, Bernd: Marketing mit Duftstoffen. Oldenbourg, München/ Wien: 1989.

Kreckel, Reinhard: Politische Soziologie der sozialen Ungleichheit. Campus, Frankfurt am Main: 1992.

Kromrey, Helmut: Empirische Sozialforschung. Modelle und Methoden der Datenerhebung und Auswertung. 3. Aufl. Leske und Budrich, Opladen: 1986.

Krumrey, Horst V.: Entwicklungsstrukturen von Verhaltensstandarten: eine soziologische Prozeßanalyse auf der Grundlage deutscher Anstands- und Manierbücher von 1870-1970. Suhrkamp, Frankfurt am Main: 1984.

Kühnel, Harry: "Mit Seife mißt man die Kultur...". Mentalität und Alltagshygiene. In: Archiv für Kulturgeschichte, Bd. 73, 1993, S.61-84.

Küppers, Heinz: Illustriertes Lexikon der deutschen Umgangssprache. Band 6. Klett, Stuttgart: 1983.

Kunst- und Ausstellungshalle der Bundesrepublik Deutschland (Hg.): Das Riechen. Von Nasen, Düften und Gestank. Steidl, Göttingen: 1995.

Kutzelnigg, Artur: Die Verarmung des Geruchswortschatzes seit dem Mittelalter. In: Die Muttersprache, Jg. 94, 1983/84, S.328-345.

Kuzmics, Helmut: Verlegenheit und Zivilisation. Zu einigen Gemeinsamkeiten und Unterschieden im Werk von E.Goffman und N.Elias. In: Soziale Welt, 37, 1986, S.465-486.

Kuzmics, Helmut/Mörth, Ingo (Hg.): Der unendliche Prozess der Zivilisation. Zur Kultursoziologie der Moderne nach Norbert Elias. Campus, Frankfurt am Main: 1991.

Laporte, Dominique: Eine gelehrte Geschichte der Scheiße. Frankfurter Verlagsanstalt, Frankfurt am Main: 1991.

Largey, Gale Peter/Watson, David Rodney: The Sociology of Odors. In: American Journal of Sociology, Vol. 77, No. 6, 1972, 1021-1034.

Le Guérer, Annik: Die Macht der Gerüche. Eine Philosophie der Nase. Klett-Cotta, Stuttgart: 1992.

Lebart, Ludovic/Morineau, Alain/Warwick, Kenneth M.: Multivariate Descriptive Statistical Analysis. Correspondence Analysis and Related Techniques for Large Matrices. Wiley and Sons, New York: 1984.

Lenz, Karl: Goffman – Werk und Rezeption. In: Hettlage, Robert/Lenz, Karl, 1991, S.25-93.

Lévi-Strauss, Claude: Das Rohe und das Gekochte. Suhrkamp, Frankfurt am Main: 1971 (1964).

Lewis, Ioan: Symbols and Sentiments. Cross-Cultural Studies in Symbolism. Academic Press, London: 1977.

Lexikon der Ägyptologie. Band II. Harrassowitz, Wiesbaden: 1977, S.555 (Geruch und Geruchswahrnehmung).

Lichem von Löwenburg, Silvia: Das neue Buch der Etikette. Droemer Knaur, München: 1987.

Lipset, S.M./Zetterberg, H.L.: A Theory of Social Mobility. In: ISA (ed.): Transactions of the Third World Congress of Sociology. Vol.3, London: 1956.

Logue, A.W.: The Psychology of Eating and Drinking. An Introduction. Freeman and Company, New York: 1986.

Lüdtke, Hartmut: Expressive Ungleichheit. Zur Soziologie der Lebensstile. Leske und Budrich, Opladen: 1989.

Maiworm, Regina E.: Menschliche Geruchskommunikation. Einflüsse körpereigener Duftstoffe auf die gegengeschlechtliche Wahrnehmung. Waxmann, Münster: 1993.

Malinowski, Bronislaw: Das Geschlechtsleben der Wilden in Nordwest-Malinesien. Syndikat, Frankfurt am Main: 1979 (1929).

Marx, Karl/Engels, Friedrich: Über Literatur und Kunst. Europäische Verlagsanstalt, Frankfurt am Main: 1968.

Marx, Karl: Der Mensch eignet sich sein allseitiges Wesen allseitig an. In: Marx, Karl/Engels, Friedrich, 1968, S.116-120.

Marx, Karl: Die Frühschriften. Kröner, Stuttgart: 1971.

Mascia-Lees, F.E./Sharpe, P. (ed.): Tattoo, Torture, Mutilation and Adornment. The Denaturalization of the Body in Culture and Text. State University of New York Press, Albany: 1992.

Matzkowski, Bernd: Erläuterungen zu: Patrik Süskind "Das Parfüm". Bange, Hollfeld: 1994.

Mauss, Marcel: Soziologie und Anthropologie. Band 2, Fischer, Frankfurt am Main: 1989.

Mayer, Matthias: Empfindung und Erkenntnis. Bemerkungen zu Geruch und Geschmack als vernachlässigte Gegenstände der Philosophie. In: Barkhaus, Annette/Mayer, Matthias/Roughley/Thürnau, Donatus, 1996, S. 197-212.

Mayntz, Renate: Soziale Schichtung und sozialer Wandel in einer Industriegemeinde. Eine soziologische Untersuchung der Stadt Euskirchen. Stuttgart: 1958.

Mead, George Herbert: Geist, Identität und Gesellschaft. Suhrkamp, Frankfurt am Main: 1973.

Mechsner, Franz: Immer der Nase nach. In: Geo – Das neue Bild der Erde, Nr. 4, April, 1987, S.14-34.

Meichsner, Irene: Der Preis der Frische. Duftstoffallergien nehmen besonders bei Männern zu. In: Bild der Wissenschaft. 6/1995, S.74-75.

Mensing, J./Beck, C.:– The Psychology of Fragrance Selection – The Colour-Rosette-Test. Holzminden, Freiburg: 1985.

Mensing, J./Beck,C.: The Psychology of Fragrance Selection. In: Van Troller/Dodd, 1988, 185-204.

Mönkemeyer, Klaus: Sauberkeit, Schmutz und Körper. Zur Sozial- und Kulturgeschichte der Sauberkeit zwischen Reichsgründung und Erstem Weltkrieg. Dissertation, Marburg: 1988.

Montaigne, Michel de: Essays I. Das LV. Hauptstück: Von dem verschiedenen Geruche: 1979 (1580), S.618-622.

Montgomery, Sy: Die diskrete Herrschaft der Düfte. Unbekanntes über das Riechen. In: Change. Das Umweltmagazin von Hoechst. 1996, S.30-35.

Moore, Harriet/Kleining, Gerhard: Das soziale Selbstbild der Gesellschaftsschichten in Deutschland. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. 12. Jahrgang, Nr.1, S.86-119.

Morgenstern, Christian: Alle Galgenlieder. Insel, Wiesbaden: 1947.

Morris, Edwin T.: Düfte: Eine Kulturgeschichte des Parfüms. Walter, Düsseldorf: 1993.

Müller, Hans-Peter: Sozialstruktur und Lebensstile. Der neue theoretische Diskurs über soziale Ungleichheit. Suhrkamp, Frankfurt am Main: 1992.

Müller, Hans-Peter: Literaturbesprechung zu Gerhard Schulzes Erlebnisgesellschaft. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Heft 4, Jg.45, 1993, S.778-780.

Müller, Hans-Peter: Differenz und Distinktion. Über Kultur und Lebensstile. In: Merkur. Heft 9/10, 49. Jahrgang, Sept./Okt. 1995, S.927-936.

Neckel; Sighard: Status und Scham. Zur symbolischen Reproduktion sozialer Ungleichheit. Campus, Frankfurt am Main: 1991.

Neumayer, Petra: Blütendüfte für mein Wohlbefinden. Praktische Anwendung der Aromatherapie. Uriana, Leipzig: 1996.

Nietzsche, Friedrich: Werk in zwei Bänden. Band II. Hanser, München: 1990.

Ohler, Norbert: Sterben und Tod im Mittelalter. Deutscher Taschenbuch Verlag, München: 1993 (1990).

Ohloff, Günther: Irdische Düfte – Himmlische Lust: Eine Kulturgeschichte der Duftstoffe. Birkhäuser, Basel/Boston/Berlin: 1992.

Osborne, Harold: Odours and Appreciation. In: British Journal of Aesthetics, 1977, 17, 1, Winter, 37-48.

Plank, Frans/Plank, Sigrid: Unsägliche Gerüche: Versuche, trotzdem vom Riechen zu sprechen. In: Kunst- und Ausstellungshalle der Bundesrepublik Deutschland, 1995, S.59-72.

Plessner, Helmuth: Anthropologie der Sinne. In: ders.: Philosophische Anthropologie. Fischer, Frankfurt am Main: 1970, S.187-252.

Quatember, Andreas: Das Problem mit dem Begriff der Repräsentativität. In: Allgemeines Statistisches Archiv, 80, 1996, S.236-241.

Radcliffe-Brown, Alfred R.: The Andaman Islanders. The Free Press of Glencoe, New York: 1963 (1933).

Reulecke, Jürgen (Hg.): Stadt und Gesundheit: zum Wandel von »Volksgesundheit« und kommunaler Gesundheitspolitik im 19. und frühen 20. Jahrhundert. Steiner, Stuttgart: 1991.

Richter, Rudolf: Der Lebensstil. Dimensionen der Analyse. In: ders.(Hg.): Sinnbasteln. Beiträge zur Soziologie der Lebensstile. Böhlau, Wien/Köln/Weimar: 1994, S.48-65.

Rimmel, Eugene: Magie der Düfte. Die klassische Geschichte des Parfüms. Parkland Verlag, Stuttgart: 1993 (1865).

Rindisbacher, Hans J.: The Smell of Books: A Cultural-Historical Study of Olfactory Perception in Literature. Ann Arbor, University of Michigan Press: 1992.

Rubner, Max: Leitende Grundsätze für die Anlage von Krankenhäusern und über nothwendige Reformen der Zukunft. In: ders.: Drei Vorträge aus dem Gebiete der Hygiene. Vogel, Leipzig: 1895.

Sartre, Jean-Paul: Baudelaire. Rowohlt, Reinbek bei Hamburg: 1987.

Schelsky, Helmut: Die Bedeutung des Schichtbegriffs für die Analyse der gegenwärtigen deutschen Gesellschaft (1954). In: ders.: Auf der Suche nach der Wirklichkeit. Düsseldorf: 1965, S.331-336.

Scheuch, Erwin K.: Sozialprestige und soziale Schichtung. In: Glass, David.V./König, René, 1965, S.65-103.

Schleidt, Margaret: Personal Odor and Nonverbal Communication. In: Ethology and Sociobiology, 1980, 1, 3, Sept., 225-231.

Schnierer, Thomas: Von der kompetitiven Gesellschaft zur Erlebnisgesellschaft? Der »Fahrstuhl-Effekt«, die subjektive Relevanz der sozialen Ungleichheit und die Ventilfunktion des Wertewandels. In: Zeitschrift für Soziologie, Jg.25, Heft1, 1996, S.71-82.

Schulze, Gerhard: Alltagsästhetik und Lebenssituation. Eine Analyse kultureller Segmentierung in der Bundesrepublik Deutschland. In: Soeffner, Hans-Georg, 1988, S.71-92.

Schulze, Gerhard: Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart. Campus, Frankfurt am Main: 1992.

Sennett, Richard: Verfall und Ende des öffentlichen Lebens. Die Tyrannei der Intimität. Fischer, Frankfurt am Main: 1983 (1977).

Serres, Michel: Die Salatmahlzeit. Der Ursprung des Eigentumsrechts am Kot. In: ders.: Der Parasit. Suhrkamp, Frankfurt am Main: 1981, S.209-221.

Simmel, Georg: Soziologie. Untersuchungen über die Formen der Vergesellschaftung. Duncker & Humblodt, Berlin: 1908.

Simmel, Georg: Soziologische Ästhetik (1896). In: ders.: Das Individuum und die Freiheit. Fischer, Frankfurt am Main: 1993, S. 167-176.

Sobel, Michael E.: Lifestyle and Social Structure. Concepts, Definitions and Analyses. Academic Press, New York: 1981.

Soeffner, Hans-Georg (Hg.): Kultur und Alltag. Soziale Welt, Sonderband 6, 1988.

Sombart, Nicolaus: Pariser Lehrjahre. 1951-1954. Leçons de Sociologie. Hoffmann und Campe, Hamburg: 1994.

Sombart, Werner: Liebe, Luxus und Kapitalismus. Über die Entstehung der modernen Welt aus dem Geist der Verschwendung. Deutscher Taschenbuch Verlag, München: 1967 (1922).

Spellerberg, Annette: Lebensstile in West- und Ostdeutschland. Verteilung und Differenzierung nach sozialstrukturellen Merkmalen. Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung. Arbeitsgruppe Sozialberichterstattung. Papier P94-105, 1994.

Spiegel: Outfit 1. Hamburg: 1986.

Spiegel: Outfit 2. Hamburg: 1990.

Spiegel: Direkt ins Hirn – Psycho-Parfüms sollen Kunden zum Kauf verführen und den Arbeitseifer in Fabriken und Büros anfachen. 45/1992, S.142–145.

Spiegel: Synthetische Maiglöckchen – Amerikanische Umweltgruppen reagieren auf Parfüm allergisch: Sie fordern geruchfreie Zonen. 39/1991, S.302-306.

Stern: Düfte – Die geheimen Verführer. Wie mit Aromastoffen unsere Lust und unser tägliches Leben manipuliert werden. 17/1994, S.30-36.
Stern: Die Botenstoffe der Liebe – Geheimnisvolle Substanzen steuern im Menschen Lust und Liebe, Sex und Sympathie, 18/1996, S.28-33.
Störig, Hans Joachim: Kleine Weltgeschichte der Philosophie. Fischer, Frankfurt am Main: 1987.
Sturm, Hermann (Hg.): Ästhetik und Umwelt. Tübingen: 1978.
Süskind, Patrick: Das Parfüm. Die Geschichte eines Mörders. Diogenes, Zürich: 1985.
Svevo, Italo: Kurze sentimentale Reise. In: Gesammelte Werke in Einzelausgaben. Band 2. Rowohlt, Reinbek bei Hamburg: 1984.
Synnott, Anthony: A Sociology of Smell. In: Canadian Review of Sociology and Anthropology, 28(4) 1991 (1991a), 437-459.
Synnott, Anthony: Puzzling over the Senses: From Plato to Marx. In: Howes, David, 1991 (1991b), 61-76.
Synnott, Anthony: The Body Social. Symbolism, Self and Society. Routledge, London: 1993.
Tellenbach, Hubert: Geschmack und Atmosphäre. Medien menschlichen Elementarkontakts. Otto Müller, Salzburg: 1968.
Teyssot, Georges: Die Krankheit des Domizils. Wohnen und Wohnbau 1800-1930. Vieweg, Braunschweig: 1989.
Tisserand, R.: Essential Oils as Psychotherapeutic Agents. In: Van Troller, Steve/Dodd, George, H., 1988, 167-184.
Uffelmann, Inge: Gute Umgangsformen in jeder Situation. Bassermann, Niederhausen: 1994.
Van Der Starre, H.: Olfaction and Taste 7. IRL Press, London, 1980.
Van Troller, Steve/Dodd, George, H. (ed.): Perfumery. The Psychology and Biology of Fragrance. Chapman and Hall, London: 1988.
Veblen, Thorstein: Theorie der feinen Leute. Eine ökonomische Untersuchung der Institutionen. Fischer, Frankfurt am Main: 1986 (1899).
Vester, Michael/v. Oertzen, Peter/Geiling, Heiko/Hermann, Thomas/Müller, Dagmar: Soziale Milieus im gesellschaftlichen Strukturwandel. Zwischen Integration undAusgrenzung. Bund, Köln: 1993.
Vester, Michael: Deutschlands feine Unterschiede. Mentalitäten und Modernisierung in Ost- und Westdeutschland. In: Aus Politik und Zeitgeschichte. Beilage zur Wochenzeitung Das Parlament. B20/95, 1995, S.16-30.
Vigarello, Georges: Wasser und Seife, Puder und Parfüm. Geschichte der Körperhygiene seit dem Mittelalter. Campus, Frankfurt am Main: 1988.
Wachtel, Joachim: Lexikon der Umgangsformen. Mosaik, München: 1980.
Warren, Craig/Waldrat, John (ed.): Computers in Flavor and Fragrance Research. American Chemical Society, Washington, D.C.: 1984.
Weber, Christian: Die Geräusche der Geschichte. In: Die Zeit, 9/1996, S.40.
Weber, Max: Wirtschaft und Gesellschaft. Grundriss der verstehenden Soziologie. 5. Aufl. Mohr, Tübingen: 1985.
Werben und Verkaufen Background, 5, 1995.
Weisgerber, Leo: Der Geruchssinn in unseren Sprachen. In: ders.: Zur Grundlegung der ganzheitlichen Sprachauffassung. Schwann, Düsseldorf: 1964, S.99-121.
Wetzel, Michael: Das Gerücht vom Riechorgan. Über den Wert symbolischer Gleichungen in der realen Konfrontation der Geschlechter. In: Kunst- und Ausstellungshalle der Bundesrepublik Deutschland, 1995, S. 204-223.

Wiehn, Erhard R.: Ungleichheit unter Menschen, 1975. In: ders.: Gesammelte Schriften zur Soziologie I. Gorre, Konstanz: 1986.

Wrede-Girschkat, Rosemarie: Manieren und Karriere. Verhaltensformen für Führungskräfte. Gabler, Wiesbaden: 1992.

Wright, R.H.: The Sense of Smell. CRC Press, Boca Raton, Florida: 1982.

Zedler, Johannes H.: Großes vollständiges Universallexikon aller Wissenschaften und Künste. Halle/Leipzig: 1735.

Zeit: Übles für die Nase. Die Alternative zum Duftgarten heißt: Stinkgarten. 42/1994, S.92.

Zeit: Das Deo für die Biotonne. Zum Mitnahmepreis: Frische Luft aus dem Regal. 7/1995, S.67.

Danksagungen

Wie für die allermeisten wissenschaftlichen Arbeiten, so gilt auch für die vorliegende, daß sie ohne das hilfreiche Zutun, die freundliche Unterstützung und das duldsame Verständnis einer Reihe von Personen nicht in dieser Form hätte realisiert werden können. Ich möchte an dieser Stelle all jenen meinen Dank aussprechen, die auf ihre Weise zum Entstehen, zur Entwicklung und zum Abschluß dieser Arbeit beigetragen haben.

An erster Stelle Dr. Luca Marighetti, der diese Arbeit anregte und viele für die Untersuchung nötige Voraussetzungen schuf. Hierzu gehört vor allem die Kontaktaufnahme und die daraus hervorgegangene Kooperation mit der Firma Johnson Wax GmbH, Düsseldorf. Durch die Gewährung eines großzügigen Stipendiums setzte das Unternehmen den finanziellen Rahmen dieser Arbeit und machte durch die Zurverfügungstellung seiner Marktforschungsdaten eine soziologisch-empirische Herangehensweise an das Olfaktorische überhaupt erst möglich – der Firmenleitung und den vielen Mitarbeitern, insbesondere Cordula Lachmund, gilt hierfür mein verbindlichster Dank.

Prof. Dr. Werner Georg danke ich für seine Anregungen bei der Bearbeitung des quantitativen Datenmaterials über das statistische Verfahren der Korrespondenzanalyse und für seine hilfreichen Hinweise zur Auswertung und Interpretation der Daten.

Zu besonderem Dank verpflichtet bin ich vor allen Dingen meiner Familie: Meinen lieben Eltern, die mir das Studium ermöglichten, mir niemals Rechtfertigungen abverlangten und auch dem Abschluß der Dissertation mit stillschweigendem Vertrauen entgegen sahen. Meiner Lebensgefährtin Kristina Mau M.A., die die Arbeit mit Hilfen und kritischen Einwänden begleitete und die Hauptlast bei der Korrekturarbeit zu tragen hatte, die mich stets ermutigte und mir viel Verständnis entgegenbrachte. Schließlich und nicht zuletzt, Pascal und Janina, jenen zwei kleinen Menschen, die mich über einen so langen Zeitraum häufig entbehren mußten – ihnen beiden möchte ich diese Arbeit widmen.

Konstanz, im September 1998 Jürgen Raab