

In der Duftfabrik

Die Firma von Beat Grossenbacher kreiert im Oberaargau wohlriechende Essenzen für Räume. Diese kommen überall zum Einsatz: in Zürcher Klubs, in Geschäften – und in Altersheimen.



Die Angestellten nennen ihren Patron Beat Grossenbacher «die Nase». Bild: Peter Lauth

[Peter Aeschlimann](#) 17.07.2010

Weit nach Mitternacht in einem Zürcher Klub: Die Tanzfläche ist voll, viele der Besucher sind es vermutlich auch. Sie schwitzen, schwatzen und verschütten ihre Drinks: klebrig der Boden, die Leiber, die Decke. Und dennoch stinkt es nicht. Dafür sorgt ein diskret hinter der Bar surrender Duft-Dispenser – der letzte Schrei, seit in Diskotheken nicht mehr geraucht werden darf. Gebaut werden die Geräte im Oberaargau, in einer kleinen Fabrik in Wangen an der Aare.

Zwischen Nussbaum und Kuhstall steht das Industriegebäude aus dem Jahr 1898. Lange Zeit nähten hier Frauen Trainerjacken von Nabholz. Heute ist das weisse Haus mit der Sirene auf dem Giebeldach Beat Grossenbachers Duftfabrik. Gelernt hat der Patron ursprünglich Schlosser, fasziniert haben ihn aber immer schon die Düfte. Seine Angestellten nennen ihn auch «die Nase».

Patentiertes Zaubermittel

In Grossenbachers Büro duftet es angenehm nach einer Mischung aus Spa und Arztpraxis. «Die Luft ist die Visitenkarte eines Hauses», sagt er und träufelt Ammoniaklösung auf ein Papiertaschentuch: «Riechen Sie daran! Es stösst Sie ab, nicht wahr?» Wollte man das

Ekelerregende mit Parfüm besiegen, funktioniere das nicht. Er sage immer: «Macht einer auf den Boden, dann stinkt es. Sprayt man eine Fichtennadel-Essenz darüber, dann stinkt es halt so, wie wenn einer in den Wald gemacht hat.» Das Geheimnis heisse Geruchseliminierung. Zusammen mit einem Chemiker braute Grossenbacher ein Wässerchen aus Maiszucker, das dem Gestank den Garaus macht. Er liess das Zaubermittel patentieren und deponierte die Formel in einem Banktresor im Dorf.

Düfte, sagt Beat Grossenbacher, beeinflussen und verführen den Menschen überall im Alltag. Gehe man etwa an einer Pizzeria vorbei, lösen Basilikum und Thymian Hungergefühle aus. Die Botenstoffe aus dem Holzofen machen beste Werbung für den Pizzaiolo.

Düfte als Marketingmassnahme

Diese Wirkung der Düfte erforscht Grossenbacher und verkauft sie seinen Kunden als Marketingmassnahme. Im ersten Stock seiner Fabrik richtet er derzeit ein Labor ein. Mit speziellen Helmen will er messen, welche Regionen im Hirn ein bestimmter Duft stimuliert. Bekannt ist: Lavendel beruhigt und öffnet das Herz, Birkenteer macht aggressiv. In der Disco sollen die Moleküle im Stammhirn für Aufregung sorgen, da also, wo die Erotik hockt. Im Grossraumbüro ist es freilich genau umgekehrt.

Duftet es angenehm im Jeans-Shop, fühlt sich der Kunde wohl. Er bleibt länger, nimmt eine Hose mehr in die Hände – und kauft. Grossenbacher nimmt einen Ordner aus dem Gestell und zeigt eine Grafik mit zwei Kurven: Die flache Kurve bildet den Umsatz eines Kleiderladens ohne Duft-Dispenser ab, die steil nach oben zeigende Kurve eine Filiale derselben Kette mit Beduftung. Es wirkt.

Casinos sind Tabu

Die Frage, ob er damit nicht Manipulation betreibe, beantwortet Beat Grossenbacher mit einer Gegenfrage: «Ist es denn legitim, dass der Vorgänger in der Umkleidekabine einen penetranten Schweissgeruch hinterlässt?» Es gehe nicht darum, eine Handlung zu provozieren, die jemand sonst nicht machen würde. Trotzdem gibt es auch für ihn Tabus: «Casinos beduften wir nicht.» Dafür Altersheime. «Gestank macht einsam», sagt Grossenbacher und stellt die nächste Gegenfrage: «Waren Sie schon einmal in einem Raum mit einem sterbenden Menschen mit offenen Wunden?» Er sei stolz darauf, wenn er dort eines seiner Geräte reinstellen könne und es so der kranken Person ermögliche, wieder Besucher zu empfangen.

15'000 Duft-Dispenser produziert Grossenbachers Firma Air Creative im Jahr. Die silbernen Geräte aus Aluminium sehen aus wie dreistufige Raketen. Unten wird gefiltert, dazwischen tut das Zaubermittel Wunder, und oben strömt die mit Botenstoffen beladene Luft aus schmalen Schlitzen. «Vom Prinzip her ein Luftbefeuchter», sagt Beat Grossenbacher. Ein Dispenser vermag die Luftqualität eines 120 Quadratmeter grossen Raumes zu verbessern. Ohne Chemie, ohne synthetische Zusätze. «Alles natürliche Stoffe», sagt Grossenbacher und nimmt, wie zum Beweis, einen Schluck Zaubermittel.

Über 90 Düfte hat Grossenbacher im Angebot. Wo diese gemischt werden, sieht es aus wie im Chemielabor einer Kantonsschule. In grossen Kühlschränken lagern Zutaten: Bergamottöl aus Sizilien, Sibirisches Fichtenmandelöl oder Ylang Ylang, die «Blume der Blumen». Eine Mitarbeiterin zieht Rezepte aus einem kleinen roten Karteikasten. Sie mixt Essenzen mit so

klingenden Namen wie Meetingzauber oder Rauchzauber und füllt damit braune Fläschchen ab.

Die Provence im Mittelland

Vieles, was in Zürcher Discos und Läden für ein angenehmes Klima sorgt, wächst direkt auf den Feldern neben der Duftfabrik. Bauern aus dem Oberaargau und dem Emmental haben vor drei Jahren eine Genossenschaft gegründet und bauen seither auch Kräuter, Reben und Duftpflanzen an: Muskateller, Salbei, Bienenkraut. Neben dem Schweinestall von Bauer Fritz Hess blüht Pfefferminze. Nach dem Mähen, sagt er, werde er sich fühlen, als hätte er ein Bad in Menthol-Kaugummimasse genommen. Vor ein paar Tagen hat ein Unwetter im nahen Wald vielen Nadelbäumen die Zweige abgeknickt. Die zerhackten Fichtennadeln will Fritz Hess später destillieren. Er sagt: «Der Oberaargau und das Emmental sind die Provence der Schweiz.»

Im Dachstock der Duftfabrik hat es einen grossen Schreibtisch – Grossenbachers Reich. Dort komponiert er die neuen Essenzen. An der Wand hängt ein Plakat von einem Vortrag, den er vor Jahren im Rathaus Willisau gehalten hat: «Beat Grossenbacher: Die Macht der Düfte». 1993, als noch keiner an ihn glaubte, machte er mit seinem [Unternehmen](#) 270'000 Franken Umsatz, heuer werden es alleine in der Schweiz 1,7 Millionen sein.

Welches aber ist der Lieblingsduft von Beat Grossenbacher? Er dürfe es fast nicht sagen, aber es sei der Duft des Paradieses: «Wie meine Frau riecht, mag ich nämlich am meisten.»

(Tages-Anzeiger)