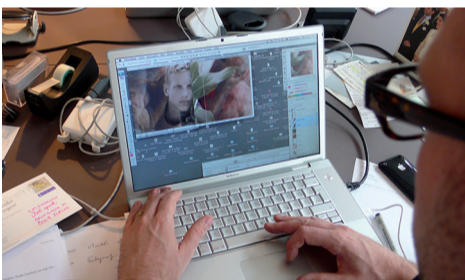


Wissensduft – Designprozesse und Objektpraxis bei der Entwicklung affektbasierter Parfums

Abstract Die Parfumlanschaft hat sich in den letzten Jahren erheblich verändert. Aussergewöhnliche Düfte bereichern den Markt hochwertiger Parfums. «Artistic Perfumery» etabliert sich als eigenständige Sparte und kontrastiert den kaum noch überblickbaren Markt der grossen bekannten Parfummarken. Zunehmend stehen Bilder oder narrative Medien, poetische Texte oder Farben am Anfang der Duftentwicklung. Humiecki & Graef gehört zu diesen Nischenmarken und setzt in der Herangehensweise eigenständige Akzente, die mittlerweile international grosse Beachtung finden. Die bisher sechs auf dem Markt eingeführten Düfte gehen zurück auf Affekte wie beispielsweise «Wut» oder «Euphorie» und entstehen in einem kollaborativen Entwicklungsprozess zwischen zwei gestalterischen Professionen: Produktdesign und Parfumentwicklung. Das Projekt Wissensduft untersucht diesen komplexen Designprozess und die dazugehörige Objektpraxis: Was sind die Praktiken und Prozesse bei der Entwicklung von Parfum, und welche Rolle spielen Bilder und andere Objekte dabei? Das Ziel ist es, den eingespielten Prozess der Parfumentwicklung wissenschaftlich und künstlerisch zu analysieren. Methodisch ist das Projekt im Bereich der qualitativen Design- und Organisationsforschung verortet. Zwei praktische Experten aus den künstlerischen Disziplinen Musik und Literatur bringen ihre Erfahrungen in schöpferischen Prozessen in die Analyse ein. Erste Ergebnisse werden voraussichtlich im Winter 2011 im Rahmen einer Ausstellung im Museum Bellerive in Zürich vorgestellt.



Entwicklung des Parfumkonzepts im Produktdesign.



Nutzung des Parfumkonzepts in der Parfumentwicklung.

Ausgangspunkt des Projekts ist die Entwicklung von zwei neuen Düften des Nischenlabels Humiecki & Graef. Dieser Prozess beginnt auf Seiten des Produktdesigns mit einem visuellen Konzept, das ein Thema benennt und drei Collagen sowie wenige Sätze umfasst. Dieses Konzept ist anschliessend Gegenstand eines intensiven Austauschs mit den beiden beteiligten Parfumeuren. Über mehrere Stufen entsteht dabei ein erster olfaktorischer Sketch, der dann zu einem Parfum ausgearbeitet wird und schliesslich mit neuen Bildern und Verpackung gebrandet wird. Im Rahmen des Projekts wird untersucht, welche epistemischen Qualitäten die am Designprozess beteiligten Objekte aufweisen, welche Leistungen die Objekte erbringen, und wie die Düfte in die Wissensprozesse eingebunden sind. Hierzu wird die Neuentwicklung zweier Parfums intensiv mit Methoden der qualitativen Sozialforschung begleitet. Das umfangreiche visuelle und sprachliche Datenmaterial wird durch ein interdisziplinäres Team aus Design- und Organisationsforschung analysiert und ausgewertet. Die Forschungsthese ist: Eine Analyse der am Prozess beteiligten Objekte als «boundary objects», «epistemic objects» und «technical objects» lässt sich auch an Düften vornehmen. Darüber hinaus bringen zwei Dozierende aus der Musik und der Literatur der HKB ihre Erfahrungen in das Projekt ein. Sie machen sich mit den Bildern des Parfumkonzepts vertraut und werden mit ihren künstlerischen Mitteln eigene Darstellungsformen finden. Damit sammeln sie parallel zu den Parfumeuren Erfahrungen in einem konkreten Entwicklungsprozess. Auf dieser

Grundlage können die künstlerisch Forschenden die theoretisch geleitete Analyse ergänzen und zuspitzen. Das Vorhaben stützt sich auf die Forschung zum Designprozess und zur Objektpraxis in Wissensprozessen und verknüpft diese mit dem aktuellen Diskurs zur Kultur des Dufts und Geruchs. Bei der Parfumentwicklung handelt es sich insgesamt um eine Praxis, die bislang kaum theoriebildend beforscht wurde. Die Analyse der Parfumentwicklung ist zudem sowohl technisch als auch verbal schwer zugänglich, da der Duft selbst einfacher Molekülkombinationen nicht zuverlässig vorhergesagt werden kann. Ziel der Praxispartner ist es, einen im Tagesgeschäft entstandenen speziellen Prozess der Parfumentwicklung wissenschaftlich und künstlerisch zu analysieren und auf einer Reflexionsebene weitere Entwicklungsmöglichkeiten zu identifizieren.

Projektleitung:
Claus Noppeney

Mitarbeit:
Nada Endrissat, BFH-WGS
Michael Harenberg
Tim Krohn
Robert Lzicar
Arne Scheuermann

Partner:
BFH-WGS: Wirtschaft und Verwaltung,
Gesundheit, Soziale Arbeit
Sebastian Fischenich, Belepok
Tobias Müksch, Belepok
Christophe Laudamiel, Dreamair
Christoph Hornetz, Dreamair

Laufzeit:
11/2010–04/2012

Finanzierung:
Schweizerischer Nationalfonds, DORE

Kontakt:
Hochschule der Künste Bern
FSP Kommunikationsdesign
Fellerstrasse 11
3027 Bern

claus.noppeney@hkb.bfh.ch

