

Nasenattacken

Autor(en): **Sennhauser, Michael**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Film : die Schweizer Kinozeitschrift**

Band (Jahr): **53 (2001)**

Heft 1

PDF erstellt am: **21.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-932477>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Nasenattacken

Mit den Geruchssynthesizern «iSmell» von Digiscents und «Sniffman» von Ruetz Technologies werden uns E-Mail, Internet und Kinofilme bald heftig in die Nasen stechen.

Michael Sennhauser

Stellen Sie sich vor, Sie könnten das Heidekraut riechen, wenn Mel Gibson in «Braveheart» sein Pferd zügelt und seinen Blick über das schottische Hochland schweifen lässt. Oder das Bruzzeln der Weihnachts-gans (mit Trüffeln) in «La bûche» von Danièle Thompson. Würde dies das Kinoerlebnis entscheidend verändern? Versuche in Sachen Geruchskino gab es schon einige (in der Schweiz gar schon 1939!), aber über das Gagstadium kamen sie nicht hinaus. Das hatte verschiedene Gründe, der einfachste dürfte aber der sein, dass der technische Aufwand zu gross war. Dazu kommt ein weiteres Problem, das nicht so schnell zu lösen sein wird: Bild und Ton lassen sich schneiden, schnelle Orts- und Umgebungswechsel sind kein Problem. Gerüche bleiben hängen, wenn nicht im Raum selber, so doch sicher in der Nase. Damit aber wird die Dramaturgie des Erzählkinos über den Haufen geworfen.

Vorläufer Odorama

Einer der Pioniere des Geruchskinos war Trash-Regisseur John Waters aus Baltimore. Für seinen Filmschocker «Polyester» hat er 1981 «Odorama» eingesetzt, ein Verfahren, bei dem den Kinobesuchern mit dem Ticket eine Postkarte mit nummerierten Rubbelfeldern ausgehändigt wurde. Blinkte im Filmbild eine Ziffer auf, war am entsprechenden Feldchen zu kratzen und zu schnüffeln. Waters war sich bewusst, dass diese Technik sich nicht wirklich narrativ verwerten lässt, er setzte denn auch eher auf Schock- und Kontrasteffekte. Der Geruch alter Socken oder von Erbrochenem verlieh dem Geschehen auf der Leinwand für kurze Zeit eine zusätzliche Intensität. Aber «Odorama» blieb ebenso sehr ein Gag wie frühere Versuche, mittels Spraydosen zum Filmgeschehen synchronisierte «Raumnoten» im Kinosaal zu verbreiten.

Personal Scent Synthesizer

Aber das wird sich ändern. Die olfaktorische Revolution kommt, wie so mancher börsenorganisierte Umbruch der letzten Jahre, aus dem Internet. Mindestens zwei Firmen haben unabhängig voneinander

an der digitalen «Übertragung» von Gerüchen gearbeitet und in den letzten Monaten ihre Systeme vorgestellt: Die amerikanische Startup-Firma Digiscents hat ebenso wie die Münchner Firma Ruetz Technologies ein Geruchsemissionssystem für den PC entwickelt, das sich auch erweitert einsetzen lassen soll. Beide Systeme funktionieren ähnlich: Das Endgerät beim Anwender enthält eine Reihe von Basisduftpatronen sowie ein Misch- und Verdunstungssystem, das über digitale Signale gesteuert wird. Während Digiscents auf den «iSmell Personal Scent Synthesizer», einen Tischzerstäuber in Haifischflossenform setzt (siehe Bild), hat Ruetz die Sache konsequent personalisiert und den «Sniffman» entwickelt. Das ist ein kleines Kästchen, das sich die Anwender um den Hals hängen. Die frisch gemixten Düfte und Gerüche sollen damit nur die persönliche Nase erreichen und so fein dosierbar sein, dass sie nicht lange hängen bleiben.

Digiscents arbeitet unter anderem mit RealNetworks zusammen, einem der grössten Anbieter von *streaming media*,

Lässt digital gesteuert Düfte fahren: Der Tischzerstäuber «iSmell» macht Kino zum Geruchserlebnis.



(Audio- und Videodaten) im Internet. Hier sehen die Firmen vor allem Möglichkeiten im Werdebereich. Nicht nur Parfums (Firmen wie Givaudan gehören zu Digiscents Investoren) und Ähnliches sollen sich mit dieser Technik besser verkaufen lassen, sondern selbstverständlich auch industrielle Food-Produkte.

Sissis Blumenduft

Ruetz dagegen hat den «Sniffman» auch schon im Entertainmentbereich getestet. Eingesetzt wurde die kleine Silberschachtel, die ein wenig wie ein Walkman aussieht, anlässlich des neuen Musicals «Ludwig II» im April in München. Nach der Idee von Theaterintendant Stephan Barbarino wurde der Duftapparat in Zusammenarbeit mit Haarmann & Reimer, einer Firma für Düfte, perfektioniert, um dem Musical das würzige Eau de Cologne von Ludwig II. oder den blumigen Duft der Kaiserin Sissi beizumischen, stossweise, direkt in die Trägernasen, gesteuert per Funksignal. Ein Einsatz der Technologie im Kino ist nur noch eine Frage der Zeit.

Gott möge uns Ohrenlider schenken, seufzte schon mancher Zeitgenosse. Und wenn empfindsame Gemüter schon den Surround-Sound im Kino nur bedingt zu geniessen vermögen, stelle man sich vor, wir grün ihre Gesichter erst anlaufen, wenn ihnen in Filmen wie «The Perfect Storm» oder «The Patriot» zum akustischen Getöse auch noch Blut, Schweiss und Tränen in die Nase stechen. ■