

Zeitschrift: Film : die Schweizer Kinozeitschrift
Herausgeber: Stiftung Ciné-Communication
Band: 53 (2001)
Heft: 1

Artikel: Nasenattacken
Autor: Sennhauser, Michael
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-932477>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 08.02.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

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 Brummeln der Weihnachtsgans (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 Münchener Firma Ruetz Technologies ein Geruchsemmissionssystem 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 Werbebereich. 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.

Sisis 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 Ohrenlinder schenken, seufzte schon mancher Zeitgenosse. Und wenn empfindsame Gemüter schon den Surround-Sound im Kino nur bedingt zu geniessen vermögen, stelle man sich vor, wirgrün 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.

