**Dufterlebnis:**

**Gut für die Sinne**

**Köln, 09.06.17. Für die Symrise AG, einen weltweit führenden Lieferanten von Duft- und Geschmacksstoffen in Holzminden, entwickelte und produzierte der Kölner Mediendienstleister Media Cologne ein internationales Imagevideo, das sich um gute und schlechte Geruchserlebnisse dreht.**

MDAX-notiert, 30.000 Produkte, mehr als 8.000 Mitarbeiter und 40 Standorte weltweit – das ist die Symrise AG aus Holzminden. Das Unternehmen gilt als einer der weltweit führenden Anbieter von Duft- und Geschmacksstoffen, kosmetischen Grund- und Wirkstoffen, funktionalen Inhaltsstoffen sowie Produktlösungen für bessere Sensorik und Ernährung. Mehr als 6 % ihres Umsatzes stecken die Holzmindener in eigene Forschungs- und Entwicklungsprojekte. Mit großem Erfolg, wie der Milliardenumsatz 2016 (2,903 Milliarden EUR) und hauseigene Technologien zeigen. Neben wohlriechenden Dufterlebnissen erforscht das MDAX-Mitglied auch die Bestandteile und Wirkungen von übleren Gerüchen. Die wissenschaftlichen Erkenntnisse sollen helfen, schlechte Gerüche zu beseitigen, um eine positiv stimmende Erfahrung von Frische und Sauberkeit auszulösen. Einen Blick hinter die Kulissen der Duftwissenschaftler zeigt ein Imagevideo des Kölner Mediendienstleisters Media Colgone. „Eine spannende Aufgabe und große Herausforderung“, beschreibt Pascal Reiser von der strategischen Geschäftsentwicklung bei Media Cologne den Auftrag. „Mussten wir doch zeigen, dass die Erforschung schlechter Gerüche letztlich einem positiven Dufterlebnis dient.“ Neofresh® heißt die Symrise-Technologie, die im hauseigenen Labor entstanden ist. „Neofresh® ist proprietär und beseitigt zahlreiche schlechte Gerüche durch einen vierstufigen Ansatz, der auf modernsten Technologien beruht“, heißt es dazu von Symrise. „Er wurde durch Analysen und durch den wichtigsten Sachverständigen für Wirksamkeit, den menschlichen Sensoriktest, nachgewiesen: Vorbeugung, Beseitigung, Unterdrückung, Integration in die Wahrnehmung.“

„Kreativ“, so Reiser, „haben wir auf das zentrale Element eines jeden wissenschaftlichen Labors in diesem Umfeld gesetzt: auf das Reagenzglas.“ *Kompetenz aus dem Reagenzglas* betitelten die Kreativen ihren dreiminütigen Film, in dem sie zeigen, dass Gerüche allgegenwärtig sind, gute wie schlechte. Gerüche sind mit Emotionen verbunden, sprechen die Sinne an, bestimmen unseren Alltag. Diese Welt der Düfte fangen die Symrise-Forscher im Reagenzglas ein, untersuchen, analysieren und kategorisieren sie. Und: Sie sorgen schließlich dafür, dass wir sie als solche nicht mehr wahrnehmen. Denn: „Die Kunst einer wirksamen Bekämpfung von schlechten Gerüchen“, so heißt es im Film, „besteht darin, sie für unseren Geruchssinn zu neutralisieren.“ Der Media-Cologne-Film erzählt eine Geschichte, die auf starke Bilder und Dramaturgie setzt. Im Mittelpunkt: das Reagenzglas, das für die schlechten ebenso wie für die guten Düfte genutzt wird. Gezeigt werden die Wissenschaftler, die sich mit der Thematik auseinandersetzen; sie kommen zu Wort, erklären, liefern Hintergründe. Gezeigt wird aber auch die Stimmung, die ein Geruch bei uns erzeugt, das Bild, was wir dazu im Kopf haben. In der Nachbearbeitung wurden diese Szenen in das die „Hauptrolle“ spielende Reagenzglas integriert. „So entstand ein Film, der nicht nur den wissenschaftlichen Anspruch entsprechend abbildet, sondern auch die Emotionalität, die mit Düften und eben auch Gerüchen verbunden ist, aufnimmt“, erklärt Reiser. Das Video wird international eingesetzt und bedient sich daher gezielt einer Bildsprache, die global funktioniert und verstanden wird.

**Über Media Cologne**

Media Cologne ist einer der größten deutschen inhabergeführten Mediendienstleister, der als Spezialist für Handelsmarketing gilt. Das Unternehmen existiert seit mehr als 30 Jahren, verfügt über eine Inhouse-Druckerei und ein eigenes Foto- bzw. Filmstudio, das auch für große Produktionen genutzt werden kann. Mit 160 Mitarbeitern an fünf Standorten erwirtschaftete das Unternehmen 2016 einen mehrstelligen Millionenumsatz mit einem gewachsenen und langjährigen Kundenstamm aus der Versicherungsbranche, dem Handel und der Industrie. Dazu gehören z. B. Generali, Penny, Rheinenergie, der 1. FC Köln, REWE und Toyota.