

## **DGP-Frühjahrstagung 2021**

Trotz der andauernden Corona-Pandemie konnte 2021 die DGP Frühjahrstagung stattfinden – diesmal allerdings virtuell.

In einer von der SEPAWA perfekt organisierten Zoom-Konferenz waren 50 Teilnehmer am 19. März 2021 zusammengekommen, um einen Vormittag lang aktuellen Vorträgen zu folgen und sich auszutauschen.

Die Konferenz startete mit einem Überblick über die DGP-Aktivitäten der letzten zwei Jahre, den der DGP-Präsident Edison Diaz gab. Die Präsentation ist auf der DGP-Webseite verfügbar.

Frau Professor Andrea Büttner, Fraunhofer-Institut für Verfahrenstechnik und Verpackung, gab unter dem Titel „Sensing and Making Sense of a Changing World“ Einblicke in die breite Aufgabenstellung ihres Institutes.

Das Ziel liegt in der Entwicklung nachhaltiger Produkte, die sowohl die Lust der Menschen bedienen, aber dies ohne nachhaltige Auswirkungen auf Umwelt oder Gesundheit. Hierfür ist die Zusammenarbeit verschiedener Disziplinen erforderlich.

Das Wechselspiel zwischen Mensch und Maschine soll mit der Entwicklung leistungsfähiger Sensortechnologie für Riecheindrücke und weitere Sinneswahrnehmungen ausgebaut werden. Zu den Forschungsfeldern gehört z.B. die Chemokommunikation, da Körpergerüche Aufschluss über Krankheiten geben können.

Auch in vielen anderen Bereichen ist die technische Erfassung multimodaler Sinneseindrücke sehr wichtig, so etwa um Produktverfälschungen zu erkennen, oder um beim Recycling von Kunststoffen die Eignung der Rohmaterialien zu prüfen. Für Parfümeure dürfte die Aufforderung, Produktdüfte schon beim Design recyclingfähig zu machen, für Aufmerksamkeit sorgen.

Der zweite Vortrag behandelte einen anderen Aspekt der Zusammenarbeit von Mensch und Maschine. Frau Claire Viola, Symrise AG, berichtete unter dem Titel „Breaking New Fragrance Ground with Artificial Intelligence“ über Philyra. Gemeinsam mit IBM Research hat das Unternehmen jetzt eine Methode in 2018 entwickelt, mithilfe künstlicher Intelligenz (KI), die die Parfümeure unterstützt.

Selbst wenn ein Duft nur minimal von den vorgegebenen Mengen abweicht, entsteht entweder ein neuer Duft oder es zerstört das Gesamt-Werk. „Philyra“ bedient sich eines datengesteuerten Ansatzes und greift auf eine riesige Datenbank aus Duftformeln, Daten zu Duftfamilien, sowie historische Daten zu. Diese nutzt die künstliche Intelligenz und kreiert aus dem Daten-Schatz zum Beispiel einen Duft speziell für brasilianische Männer der Millennial-Generation. KI identifiziert vorhandene Düfte und schlägt ergänzend weitere Komponenten und Formeln vor. Der Parfümeur bekommt solche Vorschläge, dann akzentuiert so bestimmte Duftnoten, optimiert den Dufteindruck und daraus gemeinsam werden neuartige feine Düfte kreiert.

Philyra versteht Verbraucherwünsche und kennt Formeln sowie Rohstoffe. Daraus entstehen neue Duftkombinationen und es beschleunigt den kreativen Schaffensprozess der Parfümeure. Diese können sich nun auf das Veredeln der Endprodukte konzentrieren. Frau Viola erläuterte Philyra als die führende Innovation der Duftbranche.

In der folgenden Netzwerkpause trafen sich die Teilnehmer in zwei Chaträumen, wo unter anderem intensiv mit Claire Viola weiter über Philyra diskutiert wurde.

Es schloss sich dann die Neuwahl des DGP-Vorstands an. Unter der Leitung des SEPAWA-Vorsitzenden Hanz-Jürgen Scholz bestätigten die DGP-Mitglieder Edison Diaz, Anneliese Wilsch-Irrgang und Carolin Sturm in den bisherigen Funktionen. Für das Ressort Budget wurde Lars Schlüter neu gewählt.

Daniel Dillenséger, der das Ressort bisher verantwortete, schied aus dem Vorstand aus. Er unterstützt die DGP weiterhin im Beirat. Für seine langjährige, kenntnisreiche und konstruktive Arbeit im Vorstand der DGP bedankte sich Edison Diaz ganz herzlich und ehrte ihn mit einer Ehrenurkunde der SEPAWA.

Der nächste Vortrag von Professor Thomas Hummel, Universität Dresden, zeigte unter dem Titel „Smell and Smell Dysfunction in the Corona Pandemic“ neueste wissenschaftliche Erkenntnisse zum Riechen und Riechstörungen. Eine eindrucksvolle Kamerafahrt in die Nase leitete über zu den Auswirkungen einer Covid-19 Infektion auf das Riechvermögen. Etwa 60% aller Covid-Betroffenen erleiden eine Riechstörung, bei 10 % ist dies sogar die Hauptwirkung der Infektion. Das Virus führt zu Entzündungen sowohl an den Riechzellen als auch am Riechnerv.

Der Verlust des Geruchssinns eignet sich gut als Frühindikation einer Covid-Infektion. Die meisten Riechstörungen sind reversibel, die Heilung dauert ca. 4 bis 8 Wochen. Für eine schnellere Genesung sind sowohl die Gabe von Vitamin A, wie auch ein gezieltes Riechtraining förderlich.

Bei der Heilung können zunächst Panosmien (falsche Geruchseindrücke) oder Phantosmien (man riecht etwas, ohne dass ein Geruch vorhanden ist) auftreten – diese sind als gute Zeichen zu werten!

In einem Ausblick zeigte Professor Hummel auch neueste Forschungsansätze zur Behandlung irreversibler Riechverluste, z.B. die Transplantation von Riechepithelzellen. Es schloss sich wie auch nach den vorherigen Beiträgen eine lebhafte Diskussion an, in der eine Teilnehmerin auch aus persönlicher Erfahrung über die positiven Wirkungen eines Riechtrainings berichtete.

Abschließend ging es dann von der menschlichen Gesundheit der zur Gesundheit der Wirtschaft. „Der Handel im Lockdown – Wie Corona die Branche verändert“ war der Titel des Vortrags von Herrn Elmar Keldenich, Geschäftsführer des Bundesverbandes Parfümerien.

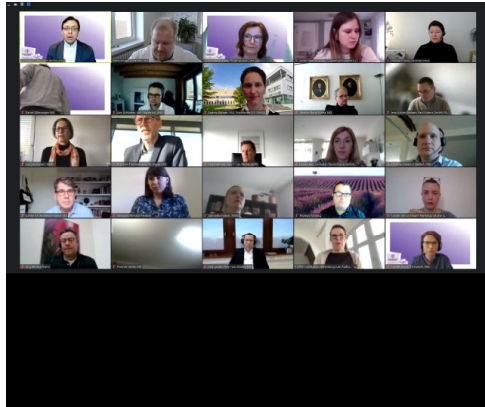
In einer virtuellen Zeitreise von Anfang 2019 bis Ende 2020 informierte Herr Keldenich über die Verschiebungen, die Corona in der Handelslandschaft erzeugte. Parfümerien waren hier mit ihren Standorten vor allem in Innenstädten und der selektiven Produktauswahl während der Lockdowns besonders betroffen. Im ersten Lockdown 2020 profitierten besonders Drogeriemärkte mit dem Verkauf von Hygieneartikeln. Parfümerien machten im April 2020 weniger als 50% des Vorjahresumsatzes. In dieser Phase gewannen die Vororte, wohingegen Innenstädte und große Einkaufszentren verloren.

Im Herbst 2020 wandelte sich das Einkaufsverhalten weiter, vom Shopping zum Versorgungskauf. Verbraucher bevorzugten das One-Stop-Shopping, Drogeriemärkte verloren, und Supermärkte mit einem breiten Angebot an Artikeln des täglichen Lebens von Nahrungsmitteln bis zu Hygiene- und Kosmetikartikeln gewannen.

Parfümerien waren 2020 an 100 Tagen geschlossen, und verzeichneten 16 % Umsatzeinbußen im Vergleich zum Vorjahr. Der Onlinehandel nahm um 20 % zu, ist aber absolut immer noch gering.

Für die Zukunft wird erwartet, dass sich im Bereich der persönlichen Düfte mehr neue, kreative Düfte etablieren, die nicht nur dem Massengeschmack entsprechen, und die Nischenparfümerie weiter wächst.

Nach viereinhalb informativen, interaktiven und anregenden Stunden beendete Edison Diaz die virtuelle DGP Frühjahrstagung 2021 mit einem großen Dank an alle Vortragenden, an die Teilnehmer und die Organisation der SEPAWA in Person von Madeline Dettenrieder.



Anneliese Wilsch-Irrgang, Edison Diaz