

sofw journal

Home & Personal Care Ingredients & Formulations

powered by **SOFW**



Cologne – Legacy & Future

Frühjahrstagung der Deutschen
Gesellschaft der Parfümeure
in Köln vom 19.-20. März 2026

S. Weyland



DEUTSCHE GESELLSCHAFT
DER PARFÜMEURE

im
SEPAWA® e.V.

Cologne – Legacy & Future

Frühjahrstagung der Deutschen Gesellschaft der Parfümeure in Köln vom 19.-20. März 2026

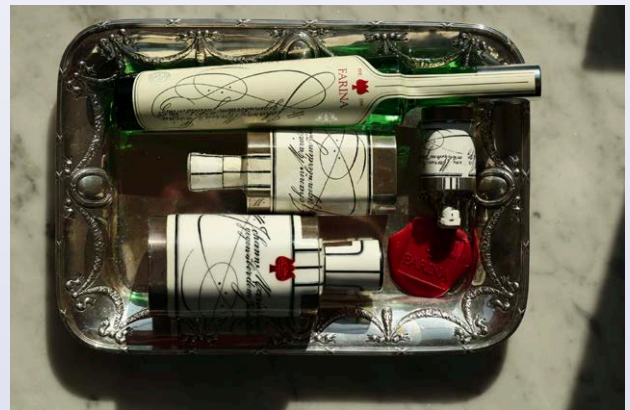
Mit der Frühjahrstagung 2026 kehrte die Deutsche Gesellschaft der Parfümeure (DGP) an einen Ort zurück, der wie kaum ein anderer für olfaktorische Geschichte und Gegenwart steht: Köln. Unter dem Leitmotiv „Cologne – Legacy & Future“ spannte das Programm den Bogen von der historischen Wurzel des Eau de Cologne bis zu aktuellen und zukünftigen Anwendungen von Duft in Kommunikation, Marke und Regulierung.

Rückblick des Vorstands:

Ein Jahr im Zeichen des Austauschs

Die DGP Präsidentin **Dr. Maren Protzen** blickte kurz auf die Frühjahrstagung 2025 in Holzminden zurück, die unter dem Motto „A Sensory Journey through Time“ stand und Fachvorträge mit sensorischen Formaten wie Museumsbesuch und duftendem Stadtrundgang verband. Darüber hinaus wurden die wichtigsten Aktivitäten des vergangenen Jahres zusammengefasst, darunter die Präsenz der DGP auf der SIMPPAR in Paris, beim SEPAWA® CONGRESS sowie die erstmalige Verleihung des German Award for Young Perfumers.

Vorgestellt wurden zudem personelle Veränderungen, neue Mitglieder sowie das neue Erscheinungsbild der DGP Website.



Historische Flakons; © Farina 1709



Vorstand und Beirat der DGP; © Silke Weyland

Abschließend gab der Vorstand einen Ausblick auf kommende Veranstaltungen und die Ausschreibung des German Award for Young Perfumers 2026 unter dem Leitthema „Eau de Cologne – Legacy and Future“.

Im Anschluss beleuchtete die Vortragsreihe das Leitthema „Cologne – Legacy & Future“ aus unterschiedlichen Perspektiven.

Historische Wurzeln und lebendige Marke FARINA

Einen zentralen thematischen Auftakt bildete der Vortrag von **Louise Farina (FARINA 1709)**. Sie gab einen historischen Abriss der Johann Maria Farina gegenüber dem Jülichs-Platz GmbH, gegründet 1709 in Köln und bis heute in neunter Generation geführt. Farina gilt als Erfinder des ursprünglichen Eau de Cologne; Museum, Manufaktur und Boutique befinden sich noch immer unter einem Dach.



Dr. Maren Protzen und Louise Farina (Farina 1709); © Silke Weyland

Im Mittelpunkt des Vortrags stand die Balance zwischen Tradition und Moderne. Anhand der Markenentwicklung zeigte Louise Farina,

wie historische Identität bewahrt und zugleich zeitgemäß interpretiert werden kann – etwa durch die Neugestaltung des Markenauftritts, die Digitalisierung des Vertriebs sowie das Duftmuseum als Ort der Begegnung und Vermittlung. Duft wurde dabei nicht nur als Produkt, sondern als kommunikatives und kulturelles Medium verstanden, das Geschichte erzählt und zugleich Erlebnisräume schafft.

Duft und Kommunikation: Emotion als stärkste Botschaft

Dem Thema „Kommunikation durch Duft – wie man Markenwerte erfolgreich in Duft umsetzt“ widmete sich **Robert Müller-Grünow** (Scentcommunication). Er beschrieb Duft als die emotionalste Form der Kommunikation – eine Wahrnehmung, die oft noch vor der visuellen Reaktion einsetzt und Erinnerungen nachhaltig prägt.

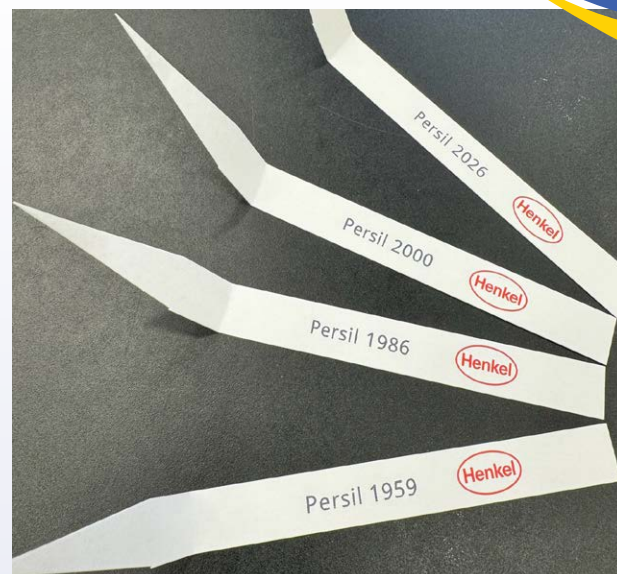


Jörg Zimmermann und Robert Müller-Grünow (Scentcommunication); © Silke Weyland

Anhand praxisnaher Beispiele – etwa beduftete Verkehrsmittel, markenspezifische Raumkonzepte und Unternehmensdüfte – zeigte Müller-Grünow, wie Duft gezielt zur Vermittlung von Markenwerten eingesetzt werden kann. Studien belegten, dass beduftete Umgebungen Serviceerlebnis, Qualitätswahrnehmung und Markenhaltung signifikant positiv beeinflussen können. Duft wurde damit als strategisches Instrument der Marken- und Unternehmenskommunikation eingeordnet.

Markenbeispiel Persil: Duft als Identität über Generationen

Unter dem Titel „Persil – Brand across Generations“ stellte **Andreas Gerigk** (Henkel AG & Co. KGaA) die Duft- und Markengeschichte von Persil vor. Beginnend mit den frühen Rezepturen spannte der Vortrag den Bogen über das erste synthetische Waschmittel, die Einführung der Megaperls bis hin zu aktuellen Duftkonzepten.



Der Duft von Persil im Laufe der Zeit; © Silke Weyland

Gezeigt wurde, wie sich Duftprofile über Jahrzehnte verändern und dennoch wiedererkennbar bleiben. Während frühe Konzepte stark von Seifenassoziationen geprägt waren, entwickelte sich Persil schrittweise zu einem Brandscent, der Frische, Leistung und Pflege vereint. Die präsentierten Duftstrukturen verdeutlichten, dass Fortschritt weniger ein einzelner Innovationssprung als vielmehr ein kontinuierliches Mindset ist.



Andreas Gerigk (Henkel AG & Co. KGaA); © Silke Weyland

Regulierung im Fokus: Ätherische Öle und „regulatorische Reste“

Einen vertiefenden Einblick in regulatorische Fragestellungen gab **Jens-Achim Protzen** (Paul Kaders GmbH / European Federation of Essential Oils – EFEO). In seinem Vortrag „Furocoumarins & other regulatory leftovers“ beleuchtete er aktuelle Entwicklungen zu Furocoumarinen, CMR-Bewertungen und europäischen Gruppenansätzen bei ätherischen Ölen.



Jörg Zimmermann und Jens-Achim Protzen; © Silke Weyland

Thematisiert wurden unter anderem die neue IFRA-Furocumarine-Policy, CITES-Aspekte sowie die Einordnung von Substanzen mit p-Cymen-Anteilen. Der Vortrag machte deutlich, dass regulatorische Herausforderungen zunehmend komplexer werden und eine enge Zusammenarbeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette erfordern.

Köln olfaktorisch erleben

Einen besonderen Akzent setzte das Freitagsprogramm mit Stadtrundgängen und dem Besuch des Duftmuseums Farina 1709. Hier wurde Köln als Duftstadt unmittelbar erfahrbar – von der historischen Bedeutung des Eau de Cologne bis zu modernen Formen der Duftvermittlung.



Tagungsteilnehmer:innen; © Silke Weyland

Dabei bestätigte sich, was zuvor in den Vorträgen diskutiert worden war: Duft entfaltet seine Wirkung im Zusammenspiel von Raum, Geschichte und Erlebnis.

Die Teilnehmer:innen erlebten Köln nicht nur als Kulisse, sondern als lebendigen Teil europäischer Duftkultur.



Tagungssaal; © Silke Weyland

Fazit

Die Frühjahrstagung der DGP 2026 in Köln zeigte eindrucksvoll, dass Legacy und Future keine Gegensätze sind. Vielmehr liegt die Stärke der Parfümerie darin, historische Wurzeln, emotionale Wirkung und wissenschaftlich-regulatorische Realität miteinander zu verbinden.

Köln bot dafür den idealen Rahmen – als Ursprungsort des Eau de Cologne und als Ort lebendigen fachlichen Austauschs.

Autorin

Silke Weyland
Global Launch Management Aroma Ingredients
BASF SE

Contact:
dgp@sepawa.de
www.sepawa.com/verein