



DIE OLFAKTORISCHE PERSPEKTIVE

Montag, 24. Dezember 2012 – Kochi (Indien) Mahatma Gandhi Beach

9.965763,76.237908

Ob etwas stinkt oder aber angenehm riecht, lässt sich objektiv gar nicht sagen und auch subjektiv oft nur schwer entscheiden. Sicher aber ist, dass es Düfte gibt, die einfach nicht zu der Welt passen, wie wir sie sehen.

Ich stehe auf dem Mahatma Gandhi Beach, die Füße im lauwarmen Wasser der Brandung, die in sanften Stößen auf den Ufersand läuft. Vor mir erhebt sich eine Schutzmauer, von der aus Menschen den Sonnenuntergang betrachten und sich dabei für meinen Augenblick wie Silhouette vor dem tizianroten Himmel bewegen. Es stinkt nach verrottendem Fisch und nach den Abgasen eines kleinen Lasters, dessen Motor eben nur mühevoll angesprungen ist. Auch der Duft von Zigaretten kreischt mir in die Nase, denn neben mir stehen zwei junge Französisinnen und verewigen den Son-

nenuntergang in ihrem Nikotinmuseum der schönen Erinnerungen. Ich nehme ein paar Bilder von der Mauer mit den Silhouetten auf. Ich weiß jetzt schon, dass ich später beim Betrachten der Bilder ganz andere olfaktorische Assoziationen haben werde: Karamell vielleicht, sonnengetrocknete Orangenschale, Schokolade...

Bilder haben den Vorteil, dass sie im Normalfall keinerlei Geruch verströmen – und wir uns also olfaktorisch vorstellen können, was immer wir wollen. In aller Regel stellen wir uns allerdings gar nichts vor, schauen wir uns die Bilder doch eher geruchsneutral an. Auch wenn etwas abgebildet ist, von dem wir eigentlich wissen, dass es stinkt, haben wir meist kaum geruchliche Assoziationen. Es ist ein interessantes Experiment,



sich zum selbigen Bild mal den Geruch von frisch aufgebrochenen Mandarinen, mal aggressiven Achselschweiß, den Duft von einem Stück Camembert, ein Fichtenparfum oder ein ungepflegtes Pinkelbecken vorzustellen. Die Wirkung des Bildes ist bei jeder Assoziation eine ganz andere – die Legende, die wir dazu schreiben würden, fiel je nach Begleitduft ziemlich verschieden aus.

Wie sehr ein Parfum nicht nur unsere Wahrnehmung der Welt, sondern sogar unsere Haltung beeinflussen kann, wissen wir von der Straße: Da kann das zauberhafteste Wesen auf uns zuschweben, wenn der Gehsteig zufällig gerade nach Hundekacke riecht, dann schenken wir ihm wohl kaum ein Lächeln.

Der Unterschied zwischen dem Erlebnis eines Ortes und dem Eindruck, den die Bilder desselben Ortes vermitteln, ist oft riesig. Könnte es sein, dass diese enorme Differenz nicht nur das Resultat unterschiedlicher Perspektiven ist, sondern ebenso das Ergebnis verschiedener olfaktorischer Realitäten?

Die Tatsache, dass heute Bilder von jedem Winkel dieser Erde im Internet zur Verfügung stehen, hat Pessimisten auf den Plan gerufen, die ei-

nen durch die Medien verursachten Weltschwind wittern. Sie behaupten etwa, wir fänden auf Reisen nur noch das vor, was Reiseführer oder Prospekte längst in unsern Köpfen verankert hätten – die Reise würde somit zu einer tautologischen Tour. Die Tatsache allein, dass von den Bildern kein Geruch aufsteigt, scheint mir solchen Thesen den Wind aus den Segeln zu nehmen.

Das Erlebnis der Welt lässt sich durch Bilder nicht ersetzen. Die Welt erzählt eine ganz andere Geschichte als es die Bilder tun. Doch vielleicht helfen uns die Bilder dabei, Dinge zu sehen, die für uns sonst vor lauter Gerüchen unsichtbar blieben. Also brauchen wir sie wohl auch, um mehr erkennen zu können von der Schönheit der Welt.

Diese Episode entstand ursprünglich in Zusammenhang mit einem kurzen Videoclip, abrufbar auf <https://vimeo.com/257342686>