

## Florida-Wasser



Chinesen bevorzugen eher dezente Düfte. Schon im 19. Jahrhundert benutzten sie auch westliche Parfüms wie zum Beispiel Florida-Wasser, das eines der beliebtesten und luxuriösesten Parfüms der damaligen Zeit darstellte. Es wurde zum charakteristischen Duft Chinas und findet auch heute noch als funktionales Produkt häufig Verwendung.

Der Name "Florida-Wasser" bezieht sich auf einen sagenumwobenen Jungbrunnen, der angeblich in Florida existiert. Tatsächlich stammte eines der ersten nach China importierten Florida-Wasser von Murray & Lanman, die das Eau de Cologne bereits 1808 in den USA auf den Markt brachten. Zwei Marken – "Two Girls" und "Murray & Lanman Florida Water Cologne" – wurden um 1905 in China eingeführt.

In den Zwanzigerjahren erschien dann die chinesische Marke "Ming Xing", was soviel wie "Star" oder "berühmte Persönlichkeit" bedeutet. Sie wurde ein grosser Erfolg.

Im Jahre 1990 kam das "Liushen Florida Water" auf den Markt, dessen kommerzielles Geheimnis auf einer Kombination aus chinesischer Medizin und Florida-Wasser beruht. Das traditionelle chinesische "Liu shen"-Rezept enthält hauptsächlich Perlpudding und Moschus und wird im Sommer als Hautkosmetikum gegen Juckreiz und Hitzebläschen verkauft. Das chinesische Florida-Wasser nennt sich "Hua Lu Shui", was wörtlich "Blütennektar-Wasser" bedeutet.

Seine Zusammensetzung – eine Mischung aus ätherischen Blütenölen auf Wasser-Alkohol-Basis – geht auf das 19. Jahrhundert zurück. Das chinesische Florida-Wasser unterscheidet sich im Geruch von der westlichen Variante, die nach Lavendel duftet. Da Lavendelöl in China nicht zur Verfügung stand und die importierten Öle zu teuer waren, verwendet man dort stattdessen Rosen- und Moschusöl. Die Palette an chinesischen Florida-Wässern wurde später noch durch andere einheimische Düfte erweitert. So ist zum Beispiel das Jasmin-Florida-Wasser noch heute sehr beliebt. Es spielt in dem Film



"Jasmine Women" (2003) mit der berühmten chinesischen Schauspielerin Ziyi Zhang eine entscheidende Rolle.

Florida-Wasser ist historisch und kulturell tief im olfaktorischen Gedächtnis der chinesischen Bevölkerung verankert. Darüber hinaus besitzt es vielfältige Anwendungsmöglichkeiten: Auf die Schläfen aufgetragen, wirkt es erfrischend und vitalisierend; als wohlriechender Badewasserzusatz entfaltet es besonders im Sommer seine antiseptische Wirkung gegen Hitzebläschen; es dient als Reinigungsmittel für die Bambusbettmatte, lindert den Juckreiz nach Mückenstichen, ist ein ausgezeichnete Luffterfrischer und verleiht als Beigabe zum Waschwasser der Wäsche einen angenehmen Duft.

Givaudan hat verschiedene Marktforschungsinstrumente entwickelt, um die Reaktionen der Konsumenten auf Riechstoffe zu erforschen, zu denen auch Parameter wie Erwartungen, Gewohnheiten, Einstellungen und Preisvorstellungen gehören. Diese Instrumente helfen den Parfümeuren dabei,

Veränderungen der Präferenzen im chinesischen Markt besser vorauszusehen und zu identifizieren. Sie gewähren einen sensorischen Einblick, der dazu beiträgt, die Entwicklung von Riechstoffen zu optimieren und so die immer neuen Wünsche der Konsumenten zu erfüllen.

Givaudan hat vor kurzem eine weltweite Umfrage zum olfaktorischen Gedächtnis durchgeführt. Dabei wurden 48 Düfte identifiziert, die für das olfaktorische Gedächtnis einer Nation relevant sind und die tief im Gedächtnis jedes einzelnen Konsumenten gespeichert sind. Florida-Wasser wurde als charakteristischer Duft der modernen Kultur Chinas identifiziert. Sensorische Intelligenz ist eine der vier Säulen von Givaudans Leading Sensory Innovation. Dahinter verbirgt sich ein gründliches Konsumentenverständnis, dem eine einzigartige Testmethodologie und Marktexpertise zugrunde liegt.