



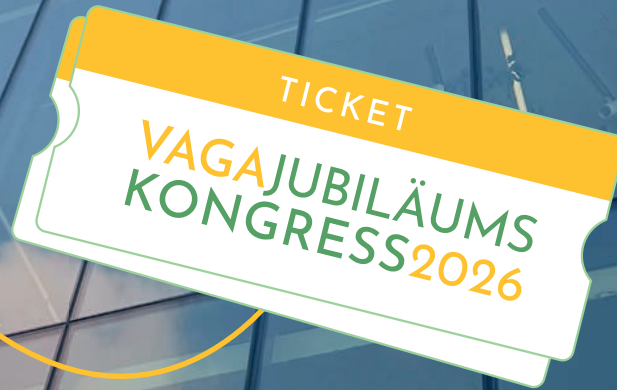
VAGA

WIR
LEBEN
DÜFTE

JOURNAL

Journal der Vereinigung Aromapflege und gewerbliche Aromapraxis
www.aromapraktiker.eu

3.-4.
JULI
2026



ab Seite 7

Beitrag: Düfte
und Farben

ab Seite 19

Aromapflege neu etabliert
im LKH Feldbach

ab Seite 22

Rückblick:
20 Jahre VAGA



!

Wir, die VAGA, möchten darauf hinweisen, dass bei allen ätherischen Ölen, Mischungen und Tipps der AutorInnen auf Kontraindikationen zu achten sind! Die Angaben beziehen sich, wenn nicht anders angegeben, auf gesunde Erwachsene - beachten Sie daher bei der Dosierung Alter und Gesundheitszustand.

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung der VAGA bzw. des Verfassers/in unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Kopien bzw. Vervielfältigung des Inhaltes.



Editorial	4
Impressum & Dank	5
Bergamotte – die Duftpflanze des Jahres 2026	6
Düfte und Farben	7
Dufter Beitrag von Inge-Lore Andres	
In Lebensübergängen begleiten	12
Dufter Beitrag von Barbara Pagitz, MSc Palliative Care	
Aromapflege neu etabliert im LKH Feldbach	19
Zertifizierte Einrichtung	
20 Jahre VAGA	22
Rückblick von Ingrid Karner	
Rezept	32
VAGA Jubiläumskongress 2026	33
HENGESBERGER essentials	43
Vorstellung VAGA Fördermitglied	
SANDICCA GmbH	48
Vorstellung VAGA Fördermitglied	
VAGA-Projekt: DufteLuft©	54
Veranstaltungsrückblicke	56
Duftdatings News 2026	58



Liebe Leserinnen und Leser,

diese Ausgabe unseres Journals steht ganz im Zeichen von Verbindung – zwischen Wissen und Praxis, zwischen Menschlichkeit und Fachlichkeit, zwischen Duft und Wirkung.

Mit der Wahl der Bergamotte zur Duftpflanze des Jahres 2026 setzen wir ein bewusstes Zeichen: für Leichtigkeit, für Ausgleich und für die Fähigkeit, Menschen in unterschiedlichsten Lebenssituationen zu begleiten. Gleichzeitig markiert sie für uns auch einen besonderen Moment – ein Jahr, das von Entwicklung, Begegnung und unserem gemeinsamen Weg als Vereinigung geprägt ist.

Die Beiträge dieser Ausgabe greifen diese Haltung auf und führen sie in beeindruckender Tiefe weiter: So zeigt der Beitrag über „Düfte und Farben“, wie sehr intuitive Wahrnehmung, multisensorische Ansätze und strukturierte Methoden einander ergänzen können. Es wird deutlich, wie wichtig es ist, Menschen nicht nur über den Duft, sondern ganzheitlich in ihrer Wahrnehmung abzuholen – und ihnen damit Orientierung und Zugang zu ihren eigenen Ressourcen zu ermöglichen.

Ein besonders berührender Schwerpunkt widmet sich der Begleitung in Lebensübergängen. Hier wird eindrucksvoll sichtbar, welche Rolle Aromapflege in sensiblen Phasen spielen kann: als stille Unterstützung, als Brücke, wenn Worte fehlen, und als Möglichkeit, Würde, Präsenz und Verbindung zu stärken. Gerade in diesen Momenten zeigt sich die Qualität unserer Arbeit – im achtsamen, verantwortungsvollen Tun.

Wie Aromapflege konkret und professionell in Einrichtungen implementiert werden kann, zeigt der Praxisbericht aus dem LKH Feldbach. Er macht deutlich, wie evidenzbasierte Aromapflege Frauen rund um Geburt, Wochenbett und Pflege sensibel unterstützen kann – strukturiert, nachvollziehbar und im interdisziplinären Kontext.

Und nicht zuletzt lädt der Rückblick auf 20 Jahre VAGA dazu ein, innezuhalten: zu sehen, was entstanden ist, was getragen hat und was uns auch in Zukunft leiten wird – Engagement, Gemeinschaft und der klare Anspruch an Qualität und Professionalität in unserem Berufsfeld.

Was all diese Beiträge verbindet, ist mehr als Fachwissen. Es ist eine Haltung. Eine Haltung, die den Menschen in den Mittelpunkt stellt. Die wissenschaftliche Grundlagen ernst nimmt. Und die gleichzeitig Raum lässt für Wahrnehmung, Erfahrung und individuelle Begleitung. Genau darin liegt der Mehrwert für Ihre tägliche Praxis: Sicherheit in der Anwendung, Klarheit in Entscheidungen und Inspiration für Ihre Arbeit mit Menschen.

Und weil Entwicklung auch Begegnung braucht, lade ich Sie sehr herzlich zu unserem VAGA Jubiläumskongress am 3. und 4. Juli 2026 im Kunsthhaus Weiz ein – unter dem Motto: DUFT. DIALOG. ZUKUNFT. Lassen Sie uns dieses besondere Jubiläum gemeinsam feiern, voneinander lernen und die Zukunft unserer Profession aktiv gestalten.

Ich freue mich, wenn wir uns dort persönlich begegnen. Ich lade Sie ein, diese Ausgabe nicht nur zu lesen, sondern aktiv für sich zu nutzen – als fachliche Vertiefung, als Impulsgeber und als Bestärkung Ihres professionellen Weges.

Danke, dass Sie Teil dieser Gemeinschaft sind und mit Ihrer Arbeit dazu beitragen, Aromapflege und gewerbliche Aromapraxis auf hohem Niveau sichtbar zu machen.

Von Herzen,

KommR Mag.^a Ingrid Karner, MEd MSc

Vorsitzende, für den gesamten VAGA-Vorstand
und die Projektleiter:innen

IMPRESSUM & DANK



Impressum

Das VAGA Journal ist ein offizielles Mitteilungsangebot der VAGA.
© Vereinigung Aromapflege und gewerbliche Aromapraxis

Anschrift

VAGA - Vereinigung Aromapflege und gewerbliche Aromapraxis
A-8051 Graz, Wiener Straße 199/6

Internet: www.aromapraktiker.eu
Mail: redaktion@aromapraktiker.eu
Tel: +43 (0) 676 48 71 000
Redaktionsleitung: Monika Brettbacher
Redaktionsteam: Monika Brettbacher, Kerstin Bergmann,
Thomas Schlager
Lektorat: Monika Brettbacher, Kerstin Bergmann, Sigrid Gräßl
Design & Layout: Sabrina Deutsch

Besonderer Dank für die Unterstützung unserer Arbeit gilt auch:

(alphabetisch gereiht)



DUFTER BEITRAG

Düfte und Farben von Inge-Lore Andres



Düfte und Farben

Wie die Farbauswahl die Duftauswahl erleichtern kann

Meine Haltung: Jede fachgerechte Anwendung von ätherischen Ölen setzt eine achtsame Duftauswahl voraus.

Soweit so gut. Aber was heißt das? Und wie komme ich zu der achtsamen Duftauswahl für meine Kund:innen, Klient:innen bzw. Patient:innen und auch für mich selbst?

Und was bedeutet der schillernde Begriff „achtsam“ in diesem Zusammenhang? Für mich umfasst er individuell, situationsbezogen, die unbewussten und die bewussten Anteile integrierend und dabei fachgerecht und verantwortungsvoll handelnd.

Wie kann dies in der Praxis wie Fachgeschäft, Coachingsetting, Heilpraxis, Pflegeeinrichtung etc. gelingen? Wenn ich mich umschaue und umhöre, klaffen hier Anspruch und Wirklichkeit auseinander.

Häufig ist es eine Frage des Fachwissens und der kommunikativen Kompetenz sowie eine Frage der Ressource Zeit bzw. ihrer Prioritäten. Außerdem steht und fällt die Qualität der Arbeit mit der Qualität und einer gewissen Quantität des Sortiments und der respektvollen Haltung gegenüber der Kraft und der Macht von ätherischen Ölen.

Damit ist die individuelle und situationsgerechte Aromafachberatung ein komplexer Prozess, der viele Kriterien gleichzeitig erfüllen sollte. Der Einsatz von Farben kann diesen Prozess wesentlich vereinfachen und ist dabei spielerisch und gehirngerecht dadurch, dass er „das Unbewusste mit ins Boot holt“. (1)

Diese Formulierung stammt von der Psychologin Dr. Maja Storch, die das bekannte Zürcher Ressourcen Modell ZRM® und das Kartenset (2) dazu entwickelt hat. Sie fragt z.B. „Wie willst Du denn idealerweise sein? Welches Tier, welche Pflanze, welche Farbe etc.

fällt Dir dazu ein?“ Und wenn wir bei dem Beispiel Farbe bleiben, so repräsentiert ein aktuelles Farbbedürfnis die Lösung mehr als sehr viele Fragen, die sich nur an die Ratio wenden.

Welche Kundin/Klientin/Patientin kann schon von sich aus sagen, dass sie gerade einen balsamisch-warmen, sanft-sinnlichen Duft mit vanilliger Note oder einen kühl-frischen, leicht spitzen Duft braucht?

Zum Entstehungsprozess meiner Duftleiter® mit Farbleitsystem

In meinen Sensorik-Seminaren erforschen wir Duftbotschaften mit allen Sinnen, auch visuell. Auf die Frage welche Farben zu einem ätherischen Ölen spontan einfallen, zeigt sich, dass auch Laien sehr leicht Farben assoziieren können. Und: sie nennen häufig die gleichen oder ähnliche Farben. Der gemeinsame Nenner an Farben, der in vielen Seminaren über Jahre genannt und auch gemalt wurde, ist die experimentelle Grundlage meines Farbleitsystems, das ich 1992 in Form der Duftleiter® (3) entwickelt habe. Hier fließen sowohl die akustische Dimension - hohe, mittlere und tiefe DuftNOTEN analog einer Tonleiter und die visuelle Dimension mit zwölf Farbfeldern ein.

Der bekannte Parfümeur Dr. Paul Jellinek (1897 – 1992) beschreibt in seinem Buch „Die psychologischen Grundlagen der Parfümerie“ in der Ausgabe von 1973 (4) den experimentell festgestellten Zusammenhang von Duftstoffen und Farben von verschiedenen Parfümeuren.

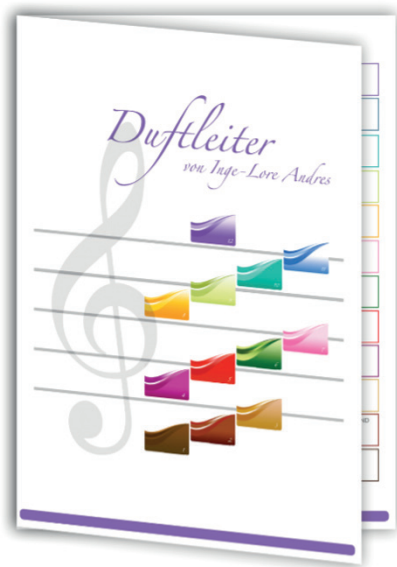
Auch Joachim Mensing, Dipl. Psychologe und Dipl. Soziologe, der seit über 30 Jahren als Trend-Coach

und Trainer in der Parfümerie wirkt, hat 1985 als Orientierungshilfe den Farb-Rosetten-Test (5) entwickelt, um Duft-Präferenzen zu erkennen und so die Parfümauswahl zu erleichtern.

Da eine untrainierte Nase nach etwa fünf Duftimpulsen erschöpft ist, gilt es, eine sinnvolle Vorauswahl zu treffen und dafür eignen sich Farben, auch weil wir in einer augenbetonten Welt leben. Der Begriff „grüne Duftnoten“ stammt ebenfalls aus der Parfümerie und umschreibt nach dem Parfümeur Dr. J. Stephan Jellinek (geb. 1930) Duftnoten, die an Blätter oder unreife Früchte erinnern. (6)

Diese Modelle wurden aus der Parfümerie für die Parfümerie mit überwiegend synthetischen, sogenannten naturidentischen und einigen natürlichen pflanzlichen und tierischen Duftstoffen entwickelt. Mein Anliegen war und ist es, ein Beratungsmodell für das Aromafachsortiment mit hochwertigen natürlichen pflanzlichen Duftstoffen zu schaffen.

Meine Duftleiter® umfasst zwölf Farbstufen, ganz unten die Basisnoten in drei Braunabstufungen und ganz oben die sphärischen Duftnoten wie Iriswurzel und Weihrauch. (7)



Dieses Beratungstool ist durch meine Seminare und Ausbildungen und durch mein Buch „Die ganzheitliche Duftberatung“ seit 35 Jahren im Einsatz und hat sich vielfach bewährt.

Ich habe die Duftleiter® 2019 dezent modifiziert, indem ich die Farbflächen changiert und vergrößert habe, um die Reaktion auf die Farben zu erhöhen. 2025 habe ich für die intensive Beratungsarbeit und für das Coaching die Aroma-Farb-Karten in DIN A6 und DIN A7 (6) veröffentlicht. Im Coaching arbeite ich sehr gerne mit den Bodenankern in Postkartengröße, da sie viel Präsenz und eine hohe Resonanz auf die Farben ermöglichen.

Als ressourcenorientierte Beraterin und Coachin hat sich dieser 3-Schritte-Prozess herauskristallisiert, um neue und individuelle Lösungen zu ermöglichen:

1. Schritt BEDÜRFNIS:

„Welches körperliche, seelische, geistige und/oder spirituelle Bedürfnis ist gerade präsent?“ Bitte formulieren Sie ein positives Ziel: hin zu ... Das kann hin zu Konzentration, Ausgleich, Ruhe, Frische, Erdung, hin zu guter Laune, Gelassenheit, Freude, Wachstum, Energie, Aufblühen ... sein.

2. Schritt FARBE:

„Welche Farbe entspricht gerade meinem aktuellen Bedürfnis nach ... (s.o.)?“ Die Farbe, die Sie als Erstes dazu „anlacht“, hat eine hohe Bedeutung und beantwortet all diese Fragen gleichzeitig. Die nicht gestellten Fragen, die automatisch mitbeantwortet werden, sind: Ist es eher eine kühle Farbe oder eher eine warme? Ist es eher eine helle oder eine dunkle Farbe? Soll sie eher die Kopfreion (oben in der Duftleiter®) oder die Herzregion (in der Mitte) ansprechen oder eine Basis (im unteren Segment) schaffen? Wünschen Sie sich tendenziell einen zarten oder einen kräftigen Duft? Der „Umweg“ über die Farben ist damit ausgesprochen zeitsparend.

3. Schritt NASE:

Passt die Beschreibung der Dufttrichtung und der Duftwirkung zu meinem aktuellen Bedürfnis nach ...? Wenn ja, welche der vorgeschlagenen ätherischen Öle gefallen meiner Nase am besten? Wenn nein, lesen und riechen Sie bitte in das Feld darüber und darunter. Hier finden Sie benachbarte Duft-Impulse. Dieser Schritt setzt eine gewisse Auswahl an ätherischen Ölen voraus. Es sollten von jedem Farbfeld mindestens zwei ätherische Öle zur Auswahl stehen, gerne mehr, damit wirklich eine Wahl möglich ist.

Dieser Prozess fußt auf dem Resonanzprinzip und setzt eine völlig ergebnisoffene Haltung voraus. Ein ruhiger bis meditativer Rahmen unterstützt den inneren Prozess.

Hier ein typisches Fallbeispiel einer Coachingklientin (37 Jahre) kurz skizziert:

1. Auf die Frage nach ihrem aktuellen Bedürfnis antwortet sie „Frische. Frische für den Geist, den Körper und die Seele, einfach alles.“
2. Die Bodenanker sind ausgelegt. Sie geht Schritt für Schritt die Duftleiter® von unten nach oben, hält bei jeder Farbe in ihrem eigenen Tempo inne, geht weiter bis ganz nach oben und zum Schluss wieder zurück. Auf die Frage, welche Farben ihr Frischebedürfnis heute am besten stillen, sagt sie „alle Grüntöne“. Die Duftleiter® bietet ein waldgrünes, ein gelbgrünes und ein mintgrünes Farbspektrum. Ich bitte sie, die drei unterschiedlichen Grünnoten für sich in eine Reihenfolge zu bringen. Sie sagt, dass sie gerade mintgrün am meisten anspricht, als zweites gelbgrün und als drittes waldgrün.
3. Ich lese ihr die Duftbotschaft von mintgrün vor: kühl, frisch, aktiv. Ja, das sei das, was sie sich wünscht. Ich lasse sie an der Bergamotteminze (*Mentha citrata*) und der Nanaminze (*Mentha viridis* var. *nana*) riechen. Beim Riechen der Nanaminze nimmt sie einen weiteren tiefen Atemzug und ihre Mimik erhellt sich und ihr Körper richtet sich auf. So ein Bodyshift sagt mehr als tausend Worte. Auf die Frage ob sie noch einen weiteren Duft riechen möchte, antwortet sie ja. Zur Absicherung der Nanaminze biete ich ihr eine Pfefferminze Mitcham (*Mentha piperita* var. *mitcham*) an. Ihre spontane Reaktion: „Das ist zu scharf.“ Sie riecht noch einmal an der Nanaminze und berichtet, dass sie dieser Duft an einen schönen Urlaub in Marokko erinnert.

4. Ich informiere sie über die verschiedenen Anwendungsmöglichkeiten für dieses ätherische Öl und ihre jeweiligen Dosierungen.

5. Ich formuliere, dass sie damit ihren ganz persönlichen und aktuellen Frischeimpuls gefunden hat, den sie jederzeit aktivieren kann und der wirklich in ihrer aktuellen Situation wie „ein Schlüssel ins Schloss passt“. Falls ich die Situation kenne, in der sie besonders viel Frische braucht, kann ich es verbal mit dieser Situation verknüpfen.

Meine Rolle ist, sie zunächst zu befragen, dann bei ihrer Farb- und Duft-Auswahl zu begleiten, sie schließlich konkret zu beraten und zum Schluss den Transfer herzustellen.

Wer sich für diese Arbeit, in die sehr viele psychologische Methoden einfließen, interessiert, kann die Feinheiten und Besonderheiten in meinen Semi-

naren in Präsenz oder online erleben. Hier haben Sie die Chance in alle drei Rollen nacheinander zu schlüpfen: in die der Klientin/des Klienten, die der/des Beratenden und die der/des Beobachtenden. Im Anschluss reflektieren wir den gesamten Prozess und Sie können sich weitere kollegiale Anregungen holen. Die Voraussetzung ist solide Grundkenntnisse zu ätherischen Ölen, Hydrolaten und Pflanzenölen mitzubringen, damit die Beratung gelingen kann.

Zum Mehrwert der Duftleiter®

Welche Funktion hat damit die Duftleiter® mit dem Farbleitsystem als Tool aus der Praxis für die Praxis? Manche Teilnehmer:innen sagen: „Damit geht es ja ratzfatz.“ Andere Berater:innen formulieren: „Das entlastet mich in meiner Rolle enorm.“ Und wieder andere schätzen, dass damit wirklich individuelle und damit kraftvolle Lösungen gefunden werden. Und ja, natürlich spiegeln sich in der Duftleiter® und ihren zwölf Farbstufen auch handfeste Kriterien wie Botanik und Biochemie wider, wie könnte es anders sein.

So wie es riecht, so sind die Inhaltsstoffe und so ist die Wirkung. Das eine bedingt das andere. Außerdem finden sich Hinweise auf die Elemente oder auf Rhythmen wie Tag/Nacht und den Jahreslauf und so vieles andere mehr. Es ist und bleibt spannend. Besonders wenn der Prozess mal nicht so glatt läuft wie oben skizziert, wird es hochinteressant und lehrreich. Dann können wir bei den Details gut voneinander lernen.



Quellen:

1 Storch, Maya, Fachtag „Motivieren und Ziele erreichen ... aber wie?“, Organisation: RCI für TZI Dreieckland, Freiburg, 15.11.2025

2 Krause, Frank/Storch, Maya, Ressourcen aktivieren mit dem Unbewussten: Die ZRM-Bildkartei, Göttingen 2017

3 Andres, Inge, Die ganzheitliche Duftberatung, Niedernhausen, 1995, S. 71

4 Jellinek, Paul, Die psychologischen Grundlagen der Parfümerie, Heidelberg 1973, 3. Auflage, S. 213

5 Mensing, Joachim, Der Duft aus psychologischer Sicht. Das Ende eines Mythos? in Das H& R Buch Parfum, Hamburg 1984, S. 136/137

6 Jellinek, J. Stephan, Parfum. Der Traum im Flakon, München 1992, S. 167

7 Andres, Inge-Lore, Die Duftleiter® nach Inge-Lore Andres, 2019, Selbstverlag, DIN A4-Faltkarte

8 Andres, Inge-Lore, Die Duftleiter®, 2025, Selbstverlag, 12 Klappkarten, DIN A7

9 Andres, Inge-Lore, Die Duftleiter®, 2025, Selbstverlag, 12 Farbkarten u. 12 Infokarten, DIN A6 (Bodenanker)



AUTORIN INGE-LORE ANDRES

- *Dipl. Pädagogin und Gesundheitspädagogin,*
- *Aroma-Pionierin seit 1983 und Aromatologin,*
- *Fachbuchautorin und Speakerin,*
- *Coachin und Trainerin,*
- *passionierte Aromaforscherin*

In Österreich und in der Schweiz können Sie die Duftleiter® in ihren 3 Variationen über Kooperationspartnerinnen (siehe Website) zum Inlandsporto beziehen.

KONTAKT

aroma esprit, Inge-Lore Andres
D-79249 Merzhausen bei Freiburg
instagram: ingeloreandres
www.aroma-esprit.de