

# **‘Scent and sensitivity’**

## **Scent Marketing with regard to sensory hyper-reactivity**

---

# Acknowledgement

---

This dissertation is my final work before graduating from the Business Department at Kristianstad University. The process has been challenging but also exiting and rewarding and I appreciate the knowledge and experience gained.

First of all, I would like to thank my tutor Klaus Solberg Søylen for his help and support.

I would also like to thank the respondents who participated in the interviews.

Special thanks to my family and friends for their encouragement, guidance, help and support during the writing of this master thesis.

Kristianstad, June 2008

Karin Kvist

---

# Abstract

---

**Abstract:** Scent marketing is an area of predicted growth, with almost endless possibilities. It can successfully be applied to products, premises, places and services. Yet, this thesis explores some of the challenges scent marketing is likely to encounter, with regard to that part of the population who get sick from exposure to smells and chemicals. The purpose of this dissertation is to initiate communication and provide some tangible examples on how scent marketers and people suffering from the condition sensory hyperreactivity can co-exist in the same environment.

This paper presents a theoretical framework for the use of scent marketing, and the condition sensory hyperreactivity. The empirical study is of a qualitative nature, conducted through the mean of telephone interviews, on a sample of individuals with the condition, contacted through a website forum.

The findings show that people with this type of condition are substantially limited in their daily lives, due to scented products and places, and would be even more so with a growing use of this type of marketing. The possibilities for marketers could be to address the wishes of the interviewees, and gain a new market. The limitations for scent marketing are primarily of legislative nature, but could also include negative reactions to the subject. In addition to people with sensory hyperreactivity, and potentially young children, no specific target group could be outlined unsuited for scent marketing. Specific fragrances and chemical components to be avoided could in large not be determined. The interviewees wish for fragrance-free hospitals, dentists, waiting rooms and public places. The respondents have suggested a number of measures for marketers and shop owners that would facilitate and enable them to partake in the market place of today.

**Keywords:** Scent marketing, fragrance, sensory hyperreactivity, sensitivity

*“Nothing is more memorable than a smell. One scent can be unexpected, momentary and fleeting, yet conjure up a childhood summer beside a lake in the mountains...”*

*Diane Ackerman*

CHAPTER 1 INTRODUCTION .....	7
<b>1.1 BACKGROUND</b> .....	7
<b>1.2 PROBLEM</b> .....	8
<b>1.3 PURPOSE</b> .....	8
<b>1.4 LIMITATIONS</b> .....	9
<b>1.5 RESEARCH QUESTIONS</b> .....	9
<b>1.6 OUTLINE</b> .....	10
<b>1.7 SUMMARY</b> .....	10
CHAPTER 2 THEORETICAL BACKGROUND .....	11
<b>2.1 OLFACTION</b> .....	11
<b>2.2 SENSE MARKETING</b> .....	12
<b>2.2.1 SCENT MARKETING</b> .....	12
<b>2.2.2 AREAS OF USE</b> .....	13
<b>2.2.3 REVIEW</b> .....	18
<b>2.3 SENSORY HYPER REACTIVITY</b> .....	18
<b>2.3.1 PROBLEMS ASSOCIATED WITH SHR</b> .....	20
<b>2.3.1.1 SYMPTOMS</b> .....	21
<b>2.3.1.2 TRIGGERS</b> .....	21
<b>2.3.2 DIAGNOSIS</b> .....	21
<b>2.4 SUMMARY</b> .....	21
CHAPTER 3 METHODOLOGY .....	23
<b>3.1 RESEARCH PHILOSOPHY</b> .....	23
<b>3.2 RESEARCH APPROACH</b> .....	23
<b>3.3 RESEARCH METHOD</b> .....	24
<b>3.4 METHOD FOR COLLECTING DATA</b> .....	25
<b>3.5 METHOD OF SELECTION</b> .....	25
<b>3.6 SUMMARY</b> .....	26
CHAPTER 4 EMPIRICAL METHOD .....	27
<b>4.1 RESEARCH STRATEGY</b> .....	27
<b>4.2 SAMPLE SELECTION</b> .....	27
<b>4.3 SELECTION OF TECHNICAL EQUIPMENT</b> .....	28
<b>4.4 ETHICS</b> .....	28
<b>4.5 THE QUESTIONS</b> .....	29
<b>4.6 THREATS TO THE RESULT</b> .....	30
<b>4.7 FORM OF BIAS</b> .....	31
<b>4.8 RELIABILITY</b> .....	32
<b>4.9 VALIDITY</b> .....	32
<b>4.10 GENERALISABILITY</b> .....	33
<b>4.11 SUMMARY</b> .....	33
CHAPTER 5 DATA ANALYSIS .....	35
<b>5.1 INTRODUCTION</b> .....	35
<b>5.2 FINDINGS</b> .....	36
<b>5.2.1 RESPONDENTS' ANSWERS TO THE QUESTIONS</b> .....	36
<b>5.3 SUMMARY OF THE FINDINGS</b> .....	42
<b>5.3.1 SENSITIVITY TO SMELLS AND CHEMICALS</b> .....	42
<b>5.3.2 SYMPTOMS</b> .....	42
<b>5.3.3 DIAGNOSIS</b> .....	42
<b>5.3.4 EFFECT OF AGEING</b> .....	43
<b>5.3.5 CHEMICAL AND 'BIOLOGICAL' SMELLS</b> .....	43
<b>5.3.6 CHEMICAL COMPONENTS</b> .....	43
<b>5.3.7 STRATEGY UPON EXPOSURE</b> .....	43
<b>5.3.8 THOUGHTS ON SCENT MARKETING</b> .....	43

5.3.9 FRAGRANCE-FREE ZONES .....	44
5.3.10 FRAGRANCE-FREE PRODUCTS.....	44
5.3.11 WORK AND ECONOMY.....	44
5.3.12 SUGGESTIONS .....	44
5.4 ANALYSIS OF THE FINDINGS .....	45
CHAPTER 6 CONCLUSION & DISCUSSION .....	46
6.1 SUMMARY OF THE DISSERTATION .....	46
6.2 RESULTS.....	47
6.3 SUGGESTIONS FOR IMPROVEMENT .....	50
6.4 CONCLUDING DISCUSSION .....	50
6.5 CONCLUDING REMARKS.....	51
6.6 RECOMMENDATIONS FOR COMPANIES.....	51
6.7 DISCUSSION OF RECOMMENDATIONS FOR COMPANIES .....	53
6.8 RECOMMENDATIONS FOR FUTURE STUDIES.....	53
REFERENCES.....	55
APPENDIX 1 .....	57
APPENDIX 2 .....	77

# Chapter 1 Introduction

---

*This chapter describes the background, problem, purpose and limitations. In the end of the chapter, the research questions and the outline of the dissertation are presented.*

---

## **1.1 Background**

Many aspects of marketing have already been thoroughly researched. However, a rather new area is scent marketing. This is an aspect of sense marketing, which shows great developmental potential. Although it is a challenge to enter an area where much is unexplored, it is also very promising. My interest was caught in learning more of this ‘new frontier’.

Scent marketing is wider and broader than solely the marketing of perfumes. The importance of olfaction has long been underestimated as a marketing tool outside its obvious fields. This type of marketing is predicted to conquer many areas where scent is not necessarily the first spontaneous marketing tool that comes to mind, as it can be used to sell and marketer services and products in a vast variety of fields.

Peoples’ understanding of the world is created through the five senses; sight, hearing, taste, smell and touch (Lindstrom, 2005b, 2005c). The senses are linked to the memory and tap right into emotions. Smells, even at the lowest dose, go into our minds with profound effect, providing us with reactions, images, memories and emotions ("Doft i reklamen," 2008). Emotions being the key-word; smells are stored in our brains and tightly linked to our memories. These links are what this type of marketing uses in order to sell more products (Nordström, 2008).

Scents are used to enhance sales through the customers’ positive feelings or associations. Mostly, aromas are used to make the customers feel relaxed, in queues, waiting rooms, comfortable and at home – or create a sense of familiarity (McDonnell, 2007). These feelings calm people down and make them act slower i.e. spend more time in stores, which normally lead to impulse shopping, feel comfortable in airplanes, at home in hotels (no matter where on the globe) or just associate a specific product with added value ("Doft i

reklamen," 2008). What is new and upcoming, is the use of aromas in close or indirect connection to what producers primarily wants to sell, or through this mean enhance experiences in e.g. museums and movie theaters as mentioned in Goldkuhl and Styvén (2007).

## **1.2 Problem**

More than 6% of the Swedish population is estimated to suffer from what is called sensory hyperreactivity (abbreviated SHR), which makes them hyper sensitive to smells and chemicals, fragrances and aromas. For them, the growing market of Scent Marketing is in truth a problematic issue. There are no medicines to treat the condition, which is often mistaken for asthma or allergies. However, medicaments which normally relieve the symptoms experienced by asthmatics and allergic individuals do not relieve the discomforts of people with this type of hyper sensitivity (Tjernberg, 2008). A growing use of scent marketing could imply that these individuals will be excluded from the market and related context.

## **1.3 Purpose**

This master thesis aims to achieve four purposes;

1. To initiate communication between scent marketers and people suffering from sensory hyperreactivity.
2. To explore if and how scent marketing can co-exist in a satisfactory manner for both marketers and individuals with sensory hyperreactivity.
3. To provide suggestions for scent marketers on how/what they can do to decrease problems for people with sensory hyperreactivity
4. To determine what factors and places are limited for use in scent marketing with regard to people with sensory hyperreactivity.

Thus the purpose of the dissertation is to explore the impact of scent marketing on individuals with SHR and their everyday life, aiming to provide an understanding between marketers (and producers) and people suffering from the disease.

The second part of the purpose aims to provide an outline if some, specific components in the aromas trigger reactions and if so, can these be avoided in the manufacturing of scents.



If such ingredients could be specified and avoided, to a reasonable price, the problems connecting SHR and manufactured scents would no longer exist.

The third part aims to provide specific suggestions to what scent marketers can do in order to facilitate every-day life for people with this type of problems, and still being able to use scent in their marketing, given that no components can be avoided in the manufacturing.

The fourth part of the purpose aims to discuss if some places and factors are unsuited for scent marketing, as some places should be open to all, like libraries, hospitals etc. The purpose of marketing in large is that producers want to attract as many potential customers as possible; therefore it should be of interest that around 540.000 people in the Swedish market are and might be excluded due to the growing use of scent marketing.

If an overview of these aspects which influence the every day life of people with SHR, can be outlined and made available for marketers, both groups, the community, and even producers and store owners could benefit.

#### **1.4 Limitations**

This master thesis is limited in its exploration on a geographical basis, as the research has been conducted in Sweden only. The individuals interviewed make out a small portion of all the people in Sweden suffering from this condition. Obtaining access to individuals with SHR turned out to be somewhat restricting, as well. In addition, this research was limited by time and financial constraints.

#### **1.5 Research Questions**

This dissertation is based on the following research questions:

1. What could be the limitations of (scent) marketing caused by consideration to sensory hyper-reactivity?
2. What are the possibilities for (scent) marketing due to sensory hyper-reactivity?
3. Can target groups that are unsuited for scent marketing with regard to sensory hyper-reactivity be outlined?
4. What fragrances, if any, in scent marketing are unsuitable for people with sensory hyper-reactivity?

5. What preparations, (chemical) components and ingredients are unsuitable in scent marketing with regard to people with sensory hyper-reactivity?
6. What surroundings are unsuited for scent marketing with regard to people with sensory hyper-reactivity?
7. How well does research and theory on scent marketing comply to existing realities today?

## **1.6 Outline**

Chapter 2 Methodology

Chapter 3 Theoretical Framework

Chapter 4 Empirical Method

Chapter 5 Data Analysis

Chapter 6 Conclusion & Discussion

## **1.7 Summary**

Scent marketing is growing in use, as this type of marketing is efficient due to the close connection between scents and memories stored in our brains, resulting in emotional reactions, and purchases ("Doft i reklamerna," 2008). Marketing through the use of scent can be applied to almost any product or place. At the same time, as this type of marketing is predicted to grow in use, an estimated 6.3 % of the Swedish population are hyper sensitive to scent (Tjernberg, 2008). People suffering from this disease are limited in their lives due to smells in their surrounding environments and man-applied fragrances, such as perfumes, aromas and smells used to make products, places, and services more appealing (Enberg, 2008). The purpose of the dissertation is to initiate communication between the two groups made out by marketers and individuals with sensory hyperreactivity. Further more, the thesis purpose is to explore, and if possible provide possible suggestions to marketers of measures that would facilitate life as consumers for people with the condition.

This thesis aims to shed light over some of the aspects regarding both subjects, by answering seven research questions. In the end of the chapter the outline of the paper is presented.

## Chapter 2 Theoretical Background

---

*The purpose of the chapter is to give the reader an overview of the underlying theoretical aspects of the dissertation. The theoretical background consists of the literature review, describing the use of scent marketing and Sensory Hyper reactivity.*

---

### 2.1 Olfaction

The human sense of smell, olfactory sense, is primarily designed to warn us and keep us out of harms way. We react to the slightest whiff of smoke, in order to be able to escape, if necessary. Before drinking a sip of milk, or eating a piece of meat, the smell is registered in our brains to let us know it is not out of date. Humans can recognize thousands of different smells, detected by two patches in the nasal passages. These patches contain five to six million cells, receptive to odours. In comparison, dogs have 220 million! The sense of smell is also connected to the ability to sense taste, as the human tongue only can detect five basic taste components: sweet, sour, salty, bitter and savory (Fox). But, when it comes to marketing, there is an advantage to smell over taste, since taste cannot really be experienced without smell, but smell without taste on the other hand works, even when it comes to foods. You might not realize you are hungry, but with a hint of an aroma your stomach starts to rumble. Also, smell can travel through the air, long distances, where for instance touch and taste can not (Lindstrom, 2005a).

Olfaction is a very basic sense, but the smell preferences have changed over time. According to a study conducted by Dr. Alan Hirsch, for the Taste and Treatment Research Foundation in Chicago, where he set out to identify what smells brought out memories of nostalgia, there was a difference between those born before 1930 and those after. The participants that were born before 1930 stated natural smells, such as horse, pine, hay and meadows. Those born after 1930 mentioned synthetic smells, from crayons, Play-Doh, and baby powder. In addition, those born before 1960 liked the smell of freshly mowed grass, while those born after associated it with the 'unpleasant necessity to cut it'. Tests have shown that fragrances can have a positive effect on the mood, especially if it is a scent associated to a happy memory. After sight, smell is the most important of our five senses (Lindstrom, 2005a).

The olfactory sense is stronger in women and children. Women consistently out-perform men on all tests of smelling ability.

## **2.2 Sense Marketing**

When reviewing the literature it is clear that scientific articles regarding the particular subject of scent marketing are somewhat hard to come by. Most of these articles are aiming towards a more chemical level of interest, or limited to the business field of perfumes. But, when it comes to radio and TV programs, magazines, blogs and articles within popular science, information is abundant.

Another reason is that scent marketing is a subordinate to sense marketing, which also include marketing regarding: touch, sight, hearing, vision and taste in addition to smell.

So far, most advertising regarding brands, 99 percent, is done with vision and hearing only (Lindstrom, 2005b). Fewer and fewer people remember the brands aired in commercials during TV shows in comparisons to some decades ago. As the volumes of commercials and advertisements grow larger and larger something extraordinary has to be done in order to stand out from the crowd. The more senses are attracted, the more strongly will the consumer connect with that product or brand. In addition, a stronger bonding often implies willingness to pay more (Lindstrom, 2005c).

Recent examples of sense marketing are e.g. Mercedes, which has also gone out of its way to make the sound of the car doors as appealing as possible, created through an artificial sound with electric impulses and Kellogg's which has patented their specific cereal crunch (Lindstrom, 2005a).

The more senses are attracted, the more strongly the consumer connects with a brand. This paper however, is limited to smell.

### **2.2.1 Scent Marketing**

Smells are useful as a marketing tool as they are so closely linked to our memory which in turn connects to emotions. Branding plays on emotions at large (Lindstrom, 2005a).

In Martins Lindstroms book (2005), the reader learns that religions normally play at involving many senses in order to connect to the congregations' spiritual sides; this is achieved through, singing choirs, burning incense and decorative icons accompanied by taste and touch in form of the communion.

Lindstrom means to implore branders to aim at achieving a next to religious experience for its customers, doing just the same, that is, to add on as many senses as possible when introducing a brand.

A scent added to a product gives customers another way of distinguishing between different products and tell them a part, other than that of vision.

Goldkuhl and Styvén affirm, in their research 'Sensing the scent of service success' (2007), that it is fundamental to investigate that components of the fragrances are safe to use, before introducing them to an environment, as the main goal is to attract customers and not exclude them. Also, scent marketer Christina Gotzl mentions in the Radio show "Dofltreportage", that it is of outmost importance to find the right balance of an aroma, as too strong a fragrance can be very tiring for the employees working in a scented environment all throughout the day (Tjernberg, 2008).

Another aspect that all of these forthcoming areas share, (although different), is that the congruity between the fragrance and product or service is essential. Congruity should also be well considered in the choice between the choice of aroma and colour. This is due to the fact that other cues than olfactory are part of the ability to detect and identify scents. A purple product with a lavender aroma is easier to recognize than a yellow one. Studies have shown that the evaluations are improved when there is congruity between scent and product. Generally, consumers price products with 'typical' scents, e.g. cleaning detergents that smell like lemon instead of coconut (Goldkuhl & Styvén, 2007).

### ***2.2.2 Areas of use***

Scent marketing can be used to sell all types of products and services and help enhance experiences and associations in all kinds of contexts. Some areas of use are more conventional than others, but with some imagination the areas of use are almost unlimited.

### Cars

When the car manufacturer, Rolls Royce, started to receive complaints regarding the new models not quite living up to the expectations, it was concluded that the only difference was the smell. The customers felt that Rolls Royce had lost that particular feeling, associated with the cars and the brand. Older Rolls Royce cars were built using real wood, leather, wool and other natural materials, but today these materials have been replaced by others, such as plastics and foams, partially due to safety regulations. When fragrance experts had analysed the smell of the old 1965 Cloud Silver Rolls Royce, they were able to produce a chemical blueprint of a perfume that gave that sought after impression of an old Rolls Royce. The Rolls Royce perfume contains a total of 800 elements. Some traces were more expected than others such as that of leather and mahogany but traces of oil and petrol were found as well. So, nowadays each new car that leaves the factory has the Rolls Royce perfume applied under the seats (Lindstrom, 2005b).

General Motors' Cadillac is also aiming at the same customer loyalty, leaving nothing to chance. Everything that can be heard, felt or smelt by the customers is manufactured to perfection.

The leather in cars have been processed, colored and tanned for years, all in order to neutralize the natural smell. Then it was injected with industrial aromas, a process called re-tanning which put fragrant oils back into the leather. Research within this area has now shown that the preference regarding the smell of leather has changed. People of today prefer the artificial smell of leather to the real deal. Car manufacturers are trying to satisfy this preference and have created an artificial leather aroma for cars (Lindstrom, 2005b).

### Airlines/flight cabins

Singapore Airlines has managed to create a perfect example of sense marketing, breaking through the barriers of traditional marketing. Singapore Airlines has invented the 'Singapore girl' (who even has a spot at Madame Tussauds). Singapore Airlines introduced new coloring to the interior of the planes, and gave the flight attendants the choice of two make-up palettes in order to be color coordinated. Moreover, the flight attendants uniform is in truth uniform, available in one size only. The flight attendants need to fit the existing size, and live up to the expectations of a Singapore girl's beauty. The cabin is fragranced with a scent called Stefan Floridian Waters, an aroma specifically designed for the airline. The

flight attendants wear the perfume, which is also applied to the hot towels handed out before take-off and landing (Lindstrom, 2005a).

### Stores

Every store has a smell, regardless if it is monitored or not. 'You either decide to actually control the scent in your store, or you don't. Every environment has a smell. It's up to you to take it on' (Power, 2008). The difference with a monitored smell is that it can be adapted according to the tastes of the typical consumers and be changed for congruity to seasonal fragrances, such as pine needles, cinnamon and gingerbread for Christmas, and chocolate for Valentines Day (Lindstrom, 2005a).

Research has shown that customers in general spend more time in stores with a pleasant smell. More time spent in the store affect the number of times products are examined and generate more impulse purchases (Goldkuhl & Styvén, 2007).

In research conducted regarding Nike shoes, two identical pairs of shoes were placed in two identical rooms, where one of the rooms was scented with a floral fragrance and the other was not. The participants examined the shoes in both rooms and were then asked to fill out a questionnaire. 84% of the respondents favored the pair of shoes in the scented room. In addition, they estimated the price of that pair to be, on average, \$10.33 more expensive than the shoes in the unscented room (Lindstrom, 2005c). The results were unchanged even when the scent was so faint people did not notice (Goldkuhl & Styvén, 2007).

Smells can also be used to attract passers-by. At first, sales for founder of the franchise 'The Body Shop', Anita Roddick were a bit stale. She pondered on how to attract more attention to her store. She decided to spray the pavement outside with one of the perfumes. Passers-by reacted to the scent which made them look up and seek for the source of the smell and noticed the shop. The rest is history...

Some stores and chains are beginning to introduce branded smells (Lindstrom, 2005a).

### Products

The most evident form of scent marketing which is surrounding us at all times, is so frequently occurring we do not even think about it, that is to add an aroma to a product. Many items are scented, even though the fragrance as such is not part of the core product.

Examples of such products are washing detergents, fabric softeners, shampoos, soaps, deodorants and lotions.

### Waiting rooms

The smell of hospitals and dental waiting rooms is recognized by most people. Some associate this particular smell with negative associations or even fear. Conducted studies have shown that when the smell is replaced by another, the negative associations are diminished. This has by some been taken even further, including more senses in e.g. Florida Hospital's Seaside Imaging Center, where the MRI (magnetic resonance imaging) exam space has been designed as a beach. The floor has been made to imitate a boardwalk and the MRI unit a sand castle. The patients are met by sounds from waves and birds accompanied by smells from ocean and coconut. Vanilla has been shown to have a calming effect and helps people feel less claustrophobic, and is therefore used in the MRI room. These changes to the environment are said to have lowered the cancellation rates with 50%. In addition, less time is spent comforting and calming patients. (Goldkuhl & Styvén, 2007). (This part is also referred to in the empirical study, where the respondents were asked of their thoughts regarding this area of scent marketing).

### Hotels

The use of scent in the market for hotels, is normally aiming at providing a comfortable surrounding with help from aromas, so the customer should feel relaxed and at home. If a particular hotel chain decides to use a certain scent in their hotels this can provide customers with a feeling of familiarity, no matter where on the globe.

Moreover, the British architect Usman Hague, has experimented with the use of fragrances in a hotel, so that the customers staying at the hotel could navigate and find their floor through the special scent added to that level (Goldkuhl & Styvén, 2007).

### Means of transportation

Fragrances have been used in the Metro in Paris and in the London Underground. A refreshing scent was used, for the more crowded platforms, with the aim to provide the commuters with a break from other fellow passengers that possibly did not smell as pleasantly (Lindstrom, 2005a).



### SMS, credit cards & CDs

The Japanese NTT Communications Corporation has in this article ‘SMS...Scent Message Service?’ announced a trial of the so called ‘mobile fragrance communication’ system. During the trial, twenty male and female users will be able to send scents to one another via a programmed cartridge within the phone ([www.smartcompany.com](http://www.smartcompany.com)).

A Japanese credit card company, JCB, has already introduced a scented credit card, with the belief that it would stimulate purchasing power, attracting among female customers. The card, ‘Minsheng Lady Flower’ is fragranced with a citrus flavor, promised to last a minimum of three years (Goldkuhl & Styvén, 2007). (In addition, the ‘Minsheng Lady Flower’, has a design which features a sparkling cubic zircon embedded in the card surface ([www.jcbcorporate.com](http://www.jcbcorporate.com))).

In the article of Kharif (2005) CDs and DVDs with scents are mentioned. The described CD is a collaboration with singer Shania Twain, and ‘Scentstories’, on a fragrance disk, without any music tracks. Instead, it features aromas like daffodils and citrus. The author continues to describe scent-enabled DVD players, where the Trisenx technology is used on a CD by artist Zinny J Zan. This enables listeners not only to watch the artist walk through a flowers-filled meadow but to smell lavender and potpourri as well (Kharif, 2005).

### Foods & Drinks

As already mentioned, taste and smell are tightly linked, where the sense of taste is depending on smell. This makes smell an effective tool to allure the taste buds. The aroma of drinks and foods can be used to sell other things as well, initially not associated to one another, for instance popcorns in movie theaters (Lindstrom, 2005a). In similar cases, the absence of an expected smell can make impact as well, not realized until it is gone.

Grocery stores and bakeries regularly use the smell of freshly baked bread, in order to attract potential customers from outside. Once inside there is a possibility that more things are bought, although not part of the customer’s initial plan.

In the U.S national campaign 'Got Milk?', aiming to get people to drink more milk, ads were scented with the smell of chocolate chip cookies, in order to make passers-by associate to milk (Dooley) .

In shopping malls and department stores the smell of coffee can be noticed through the nostrils although no coffee shop is in sight, and before you know it, you consider making a stop. Gas stations have also been found to use the smell of freshly brewed coffee, sprayed outside, in order to allure the people stopping to buy gas to come on in for a cup (Dooley).

### *Museums & Movie Theaters*

Scents can also be used to enhance experiences, e.g. in museums and movie theaters. This has already been made at the Jorvik Viking Center in York and in a movie theater in the Netherlands ([www.holland-experience.nl](http://www.holland-experience.nl)). At the Viking center, visitors go around in charts, experiencing different typical environments, each accompanied with characteristic smells. The mentioned movie theater shows films of different parts of the Netherlands, with congruent smells depending on what is seen (Goldkuhl & Styvén, 2007). (This part is also referred to in the empirical study, where the respondents were asked of their thoughts regarding this area of scent marketing).

### **2.2.3 Review**

The examples mentioned above present only a sample of applicable scent marketing, an area with next to limitless possibilities. This type of marketing can be used in vast varieties of fields such as; transportation, production, accommodation, retail industry, services and leisure activities and so on. By stating examples the present author wishes to give an impression of the magnitude and potential impact this type of marketing has and will have within many different areas. The ubiquitous presence will also have consequences for people with special needs, such as the group described below under heading 2.3. Also, some of the examples given are referred to in the interview questions, presented in detail in Chapter 4 Empirical Method.

## **2.3 Sensory Hyper Reactivity**

In a booklet found on [www.doftöverkänslig.se](http://www.doftöverkänslig.se), proof read by Professor Olle Löwhagen at Sahlgrenska Univeristy Hospital, it is found that individuals with sensory hyperreactivity cannot tolerate smells and/or chemical substances in the surroundings, but also what people

are wearing by using e.g. fragranced toiletries, fabric softeners and laundry detergents, which can lead to a triggering of symptoms. The chemical substances regarded are normally considered to be non-toxic to humans. According to conducted studies, as many as 16-33% of the population experience self reported problems (Johansson, Millqvist, Nordin, & Bende, 2006), and about 6 % could be diagnosed by doctors. Some of the most common symptoms for this condition are: blocked nose, cough, red itchy eyes, difficulty to breathe and pressure over the chest, but also more general symptoms like headaches, nausea and fatigue. This condition is often confused with others, such as asthma and allergies (Ternesten-Hasséus, 2005), which present some of the same symptoms, although the same medicines are not affective (Johansson et al., 2006). (It is however possible for a person to suffer from both asthma and SHR at the same time (Trysell, 2007)). Moreover, there are some critical differences, for instance the mucous membrane does not get swollen, as it does in cases of asthma, and in addition, no allergic reaction can be found through the use of scratch tests (Trysell, 2007). As a consequence, scientists used to believe that this type of problems had psychological reasons. During recent years, it has been established to be a physical condition, referred to as sensory hyperreactivity (SHR). There are strong indications that the types of problems associated with sensory hyper reactivity are not related to the olfactory sense, even though many of the substances causing difficulties are heavily aromatic. Individuals with this condition do not have better sense of smell than others. This means they sometimes get sick without even knowing what triggered the reaction. It is not the smell in it self that is problematic, but the rather unknown general chemical sense, which sometimes overreacts and e.g. makes our eyes water when slicing raw onion and react physically when in contact with ammoniac. The problems linked to sensory hyperreactivity are related to the overreactions from the general chemical sense.

This chemical sense has as its task to protect us from harmful substances and warn us through the connection to the sensory impressions from the nose and mouth but also from eyes and lower respiratory passages. When exposed to substances that might be dangerous, the body responds through spasms, sneezing, running eyes and cough (Trysell, 2007). Exactly how this works is not yet established, but the body's defence mechanisms for individuals with the condition gets provoked by substances at levels that are too low.

Any type of smell can trigger the chemical sense, even with a healthy person, if the concentration is high enough, according to Eva Millqvist, Md. Phd. in the article of Trysell (2007).

Studies have shown that women are predominant in terms of sensitivity to chemicals and scents (Ternesten-Hasséus, 2005), where seven out of ten affected are women. The condition is found in all ages, but is most common around the ages of 45 (Trysell, 2007).

### ***2.3.1 Problems Associated with SHR***

A little more than 6% of the population has serious problems to various extents, everything from having to change seats on the bus at times, to a perfume that cannot be tolerated, to not being able to move around in society as others, like going by bus, go to the store or to the movies. Some people cannot tolerate their workplaces without being sick (Trysell, 2007).

This condition influences people's quality of life to the poorer, which is significantly reduced regarding leisure, hobbies, social life, and household work (Millqvist, 2007).

Also, as of today there are no medicines to relieve the symptoms of the condition (Johansson et al., 2006), which means that the only alternative for individuals with the condition is to avoid being exposed. But, Eva Millqvist is hopeful that there will be effective medicines in due time, primarily because the condition shares mechanical similarities to pain, and much research today is focusing on bringing out new pain killers, which perhaps could relieve symptoms for SHR (Trysell, 2007).

Another problem for individuals with SHR is to receive understanding from others. Many people react with scepticism towards people with a hyperreactivity to smells (Trysell, 2007). According to Ingalill Bjöörn, chairperson of the Swedish Asthma and Allergy Association (Trysell, 2007) there is also a risk that this group is forgotten when it comes to work aiming at increasing accessibility. She further means that SHR should be regarded as a functional impairment, since individuals with the condition are unable to take part in society, the same way as others. The Swedish Asthma and Allergy Association demands since spring 2005 that hypersensitivity to smells and chemicals should be placed on level with other functional impairments (Trysell, 2007).

Furthermore, when it comes to flavouring in food, for which ingredients must be rigorously declared, there are no requirements for declaring scent additives. In addition, some products are fragranced in order to hide smells that may be perceived as unpleasant, including plastic goods and sanitary products, like CDs and diapers (Millqvist, 2007).

In addition, according to the impairment plan admitted by the government, Sweden should be accessible to everybody in 2010 (Trysell, 2007).

### *2.3.1.1 Symptoms*

Some of the most common symptoms for this condition are: blocked nose, cough, red itchy eyes, rashes, difficulty to breathe and concentrate, pressure over the chest, hoarseness and sweating, but also more general symptoms like headaches, nausea and fatigue (Enberg, 2008)

### *2.3.1.2 Triggers*

There is a variety of triggers that can cause symptoms; perfumes and scented products, smells from flowers, mould, chemicals e.g. solvents, exhaust fumes, cold air, cigarette smoke (Trysell, 2007).

### *2.3.2 Diagnosis*

Until recently there was no possibility to determine or test SHR, but now there is, which in combination of a typical medical record and self reported problems will support the diagnosis, through the use of a capsaicin inhalation cough test (Johansson et al., 2006). The test is to count the number of coughs after a patient has inhaled an increasing number of concentrations of the substance capsaicin, a substance found in chilli pepper, known to irritate sensory nerves. All people cough from capsaicin, but individuals with SHR cough much more than healthy peers (Trysell, 2007).

Since a couple of years, the capsaicin test is used at a limited number of lung clinics, in Sweden (Trysell, 2007).

## **2.4 Summary**

Scent marketing has great potential and can be used and applied to next to limitless areas including products such as; shampoos, laundry detergents, and lotions, but also places such as hotels and shops, besides services, for instance travels. The topic is still somewhat new and upcoming and the examples mentioned are only a sample of what already exists. Since the area is still rather uncharted, its limits are as of yet unexplored. With the rate of

technical development additional possibilities will be accessible, such as for instance sending text messages via mobile phones. This growth is welcomed by marketers and business people, but not by all. Some people experience problems when exposed to smells and chemicals. Sensory hyperreactivity is a condition, which make affected individuals sick from fragrances and chemicals, often leaving them restricted in their everyday lives, since odours are present at all times. To them the predicted growth of scent marketing is a problematic issue. Individuals with sensory hyperreactivity do not have a better sense of smell than others, but rather a more sensitive general chemical sense, reacting at unusually low rates. This sense is what sometimes overreacts and makes the eyes water when slicing raw onion. According to literature, any type of smell can trigger the chemical sense, even with a healthy person, if the concentration is high enough. At present time there are next to no restrictions or legislation monitoring the use of smell. Moreover, there are no available medicines to relieve the symptoms of sensory hyperreactivity. This fact frequently leaves them with only one opportunity; to avoid what triggers them.

# Chapter 3 Methodology

---

*This chapter presents the choices concerning methodology. The research philosophy and the research approach are also described. The following paragraphs include: research method, method for collecting data, method of selection.*

---

## **3.1 Research Philosophy**

The choice of Epistemology gives a description on how a researcher aims to develop knowledge. Epistemology has its origin in the Greek words *episteme* (επιστήμη) which can be translated as knowledge or science and *logos* (λόγος) which means reason. Epistemology is normally referred to as the study of knowledge or theory of knowledge (Egidius, 1994). Within the present realm of Epistemology there are three dominating research philosophies; positivism, realism and interpretivism (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2007).

The research conducted in this thesis has been carried out according to the philosophy of *interpretivism*. According to interpretivism, it is necessary for the researcher to understand differences between individuals as social actors and to adopt an empathetic stance, trying to understand the world from the research subjects' view point. This approach is commonly linked to business and management, particularly to human resource management, marketing and organisational behaviour, as it claims that within this field everything has a social connection and context. Also, this approach points out that every (business) situation and individual is unique; therefore interpretivism does not put emphasis on generalisations.

This composition explains the choice of interpretivism as research philosophy, due to the purpose of the dissertation.

## **3.2 Research Approach**

The choice of design regarding an investigating project can be expressed as a choice of research approach. There are two main ways of doing this; through an emphasis on deduction or induction. These methods often refer to different phases in the development of creating knowledge. The deductive approach is used to test models or hypothesis based on already established theory, where the inductive approach aims at building theory (Saunders

et al., 2007). The *inductive* approach provides an opportunity for the researcher to come in emotional as well as intellectual contact with interesting data and conduct research aiming to create theory with the data as a base, establishing connections to existing literature, where the purpose is to understand and get a feel for what was investigated. Normally, this is achieved through the collection of qualitative data, from a rather small sample, with less concern with the need to generalise.

### **3.3 Research Method**

Investigations can be conducted through quantitative and/or qualitative research methods. Quantitative data is measured through numbers, quantities and amounts and analysed with statistical methods, while qualitative data is presented using words and pictures and analysed through interpretation and understanding. Qualitative research methods go into depth, investigating a certain topic thoroughly, but with a smaller number of participants, which gives a narrow and deep less representative but more close to the lived experience of the subject outcome. This type of research method is typical when aiming to find a deeper understanding of a certain topic.

#### *Interviews*

According to Andersen and Schwencke (1998), interviews are one of the most typical methods of conducting research aiming to be of qualitative use. The use of interviews is common when the possible answers to the questions asked cannot be established before hand. When using in depth interviews, the investigator has limited access to participants, which gives little or no room for generalisations. However, using this method, the researcher will have more room for flexibility. Also, interviews are the most suitable tool when investigating topics of a more complex or sensitive nature, as a higher level of trust is established between the investigator and the respondent through the personal contact, i.e. with interviews in comparison to questionnaires (Andersen & Schwencke, 1998). In addition, the respondents have the possibility to ask the researcher if any ambiguity should occur during the interview.

When conducting interviews it is very important not to influence the respondent through a difference of tone or gestures, which can be interpreted as encouragements and that some answers are more favourable than others. Interviews can be structured, semi-structured or unstructured (Christensen, Andersson, Engdahl, & Haglund, 2001). These terms determine



the degree of freedom when asking and responding to the questions during the interview (Christensen, Andersson, Engdahl, & Haglund, 2001; Saunders et al., 2007).

#### *Telephone interviews*

This research was carried out through the use of telephone interviews. The decision to conduct this type of interviews instead of live ones is two fold. The respondents live in a large geographical area, all over Sweden, which would make present interviews to expensive and time consuming. A live meeting would be very strenuous for some of the individuals who suffer from this condition, as they are so sensitive to smells that no kind of perfumed products can be used before the meeting, or on the location where it would take place.

Telephone interviews provide a larger distance than live interviews which may imply that the possibility to receive truthful answers even to sensitive matters is more likely.

The personal contact is diminished in telephone interviews, which could indicate that the level of trust is lower than with live interviews. At the same time, the researcher is not as likely to influence the respondents through mimics and gestures as they cannot be seen (Christensen et al., 2001). The method was decided upon in close relation to the investigated topic.

### **3.4 Method for Collecting Data**

The dissertation is based on both primary and secondary data. The respondents' answers to the telephone interviews conducted constitute the primary data of this study. The secondary data presented in this thesis is outlined in the Theoretical Framework, constructed on the basis of information found in articles, books and web sites.

### **3.5 Method of Selection**

The respondents to the telephone interviews were found through a Swedish website 'doftoverkanslig.se', with a forum by and for individuals with SHR. The administrator of the website was contacted via e-mail and asked to suggest how potential respondents to this research could be found. The administrator was willing to assist and put a notice on the secluded forum. Another note was put on a similar forum providing some background information and what this research was aiming to achieve, encouraging interested participants to come in contact via e-mail. During some time, potential respondents corresponded through this mean, often with more detailed questions regarding the topic and

purpose of the investigation. After the initial e-mail contact and a closer presentation of the topic and purpose, they had received answers to their questions, and consented to participate. It is an advantage that they know what the thesis is about as they are able to prepare themselves before the actual interview.

### **3.6 Summary**

This thesis' research philosophy is based on the principles of interpretivism, where an empathetic stance and individuals' differences are important and taken into consideration. Furthermore, when using interpretivism, it is necessary for the researcher to try to understand the world from the research subjects' view point. This approach emphasises that every (business) situation and individual is unique; therefore interpretivism does not highlight generalisations.

The choice of an inductive research approach, aims to create an understanding for the investigated subjects. The inductive approach is suitable since the thesis aims to create new knowledge, building theory in an area that is not extensively researched. Normally, this is achieved through the collection of qualitative data, from a rather small sample, with less concern with the need to generalise.

This thesis is based on a qualitative research method, aiming to go into depth, investigating a certain topic thoroughly, but with a smaller number of participants. The outcome of this method is narrow and deep, less representative but more close to the lived experiences of the subject.

Both primary and secondary data were used writing this thesis. The empirical research, used to collect the primary data was carried out by means of a qualitative method, as telephone interviews were conducted. This method was decided upon in close relation to the topic investigated.

The participants for the telephone interviews were found through a web site forum for individuals with sensory hyperreactivity. Through the post on the web site the thesis was introduced and interested individuals were encouraged to make contact via e-mail.

# Chapter 4 Empirical Method

---

*This chapter presents the empirical method. The research strategy, sample selection and approach are presented, followed by a discussion regarding reliability, validity.*

---

## **4.1 Research Strategy**

This master thesis aims to achieve four purposes;

1. To provide an understanding between Scent Marketers and people suffering from sensory hyper-reactivity.
2. To explore if and how Scent Marketing can co-exist in a satisfactory manner for both marketers and individuals with sensory hyper-reactivity.
3. To provide suggestions for Scent Marketers on how/what they can do to decrease problems for people with sensory hyper-reactivity
4. To determine what factors and places are unsuited for use in Scent Marketing with regard to people with sensory hyper-reactivity.

As mentioned in Chapter 2, this thesis is based on research conducted with an inductive approach.

## **4.2 Sample Selection**

The respondents who chose to participate in this research were first approached collectively through a web site forum for individuals with sensory hyperreactivity (SHR). Here, the line of research was presented in short with the address of the investigator for them to answer, if interested. The initial correspondence was held through the forum in some cases, but primarily via e-mail. Some volunteered to participate without further ado, others took the opportunity to ask additional questions regarding aim and use before conceding to participate and some chose to present themselves briefly. The participants in this research consist of eight individuals who offered to answer questions through interviews within the given timeframe. Two additional individuals offered to participate, but one could not be contacted due to lack of personal information and the other was too late in expressing interest to take part.

### **4.3 Selection of Technical Equipment**

The telephone interviews were conducted through the use of a computer and the communication program 'Skype' (<http://www.skype.com>). Calling respondents via the computer, made it possible to record the interviews with the use of the program 'freecorder' (<http://applian.com/sound-recorder/>), which in turn facilitated the next step, to transcribe the conversations.

### **4.4 Ethics**

Research ethics include morally defensible choices regarding the appropriateness of planning, access to participating individuals, collection of data and analysis and how the findings are reported. In addition, ethics include the relationship to the respondents and those affected by this work (Saunders et al., 2007). This includes honesty, which means that the researcher must report what is found without withholding, embellishing or adjusting information. If the participants have been promised anonymity, this must be held (unless their consent has been given). The researcher must also be careful so that the work does not harm anyone (Andersen & Schwencke, 1998). In Sweden, one of the laws that should be taken into consideration is 'Personuppgiftslagen' (SFS 1998:204), which dictates the handling and registers of personal information to preserve personal integrity. As a complement, the International Chamber of Commerce (ICC) and European Society for Opinion and Marketing Research (ESOMAR) have established international ethical guidelines for market researches, when working with opinion polls, Mystery Shoppers, surveys for pharmaceutical manufacturers, interviews with children, and investigations via the internet (Christensen et al., 2001).

Ethical aspects considered in the relationship between respondent and researcher in this survey:

- Receiving respondents' consent before participation in an interview.
- Receiving respondents' permission before using technical equipment, i.e. recorder.
- Minimizing the interviewees' exposure to discomfort, i.e. keep set times, respect.
- Maintaining the respondents' anonymity.

## 4.5 The Questions

The empirical data was found through the use of telephone interviews.

The interview guide was formulated in close regard to the research questions presented in Chapter 1.5. The questions were asked in order to create a frame of reference and understanding. The respondents were asked if they had been diagnosed with SHR and what symptoms as control questions, to see that samples from the right target group had been found. Then, they were asked if they had always had problems or when they first started to realise something was different. The reason this question was raised was to see if anyone in the group had experienced problems already as a child or if it had developed over time. The condition can be found among all ages but is most common around the ages of 45 (Trysell, 2007). The following question was if they felt the condition got better or worse with age, in order to establish if the reactions would increase or decrease after being exposed. Thereafter, they were asked if they had experienced a change in the number of scented products and places, and if they thought their development for better or worse was connected. The respondents were asked what smells they reacted to, to see the connection to scented marketing. They were also asked if these scents were “biological” or “chemical” in order to determine the most common triggers. After, they were asked if they knew what components they react to. If this could be established, this could present a possibility to manufacture fragrances without the triggering components. The interview continued with a question if and what places the respondents regarded as extra straining followed by the question if they at this point already avoided some places due to high aroma-exposure. They were asked this to determine to what extent they are already excluded or limited. They were also asked how they prepare themselves if aware that a challenging situation awaits, due to scents. This question aims at contributing to the understanding of every day life with this condition. “What would additional scent marketed places and products mean to you?” Was asked in order to see what affect further scent marketed products and places would have on their current situation. The respondents were also asked if (and in that case what) they found that some places should be freed from scent marketing. This was to establish what places they found are the most crucial to keep available. Next they were asked if they could give some tangible suggestions of what (scent)marketers, shop owners or producers could do to ease their situation, given that scented products are used. This was one of the most important questions, as it is so directly linked at what the purpose is aiming to present. Also, people with this kind of problems are more likely to be aware of solutions to situations that with some pointers could be avoided, diminished or improved, compared to

others without similar experiences. Another question regarded needs or wishes for more unscented products. This question was asked to determine what products are unavailable or hard to find, providing additional suggestions to marketers and producers. The respondents were also asked if they reacted to products and places and their smell even if unscented. This question was asked as places and products usually smell something, even if unscented, and how these reactions differed. This is mentioned in the literature as an argument for scent marketing, as places will smell something anyway, but will smell nicer and give a more positive sales outcome with a monitored fragrance (Power, 2008). The respondents were also asked two questions regarding scent marketing in other situations than what first come to mind, namely, not in a commercial context as such. These questions regarded hospitals and dentists, were many people associate the smells with negative feelings, anxiety or even fear, were these feelings, according to research, had been relieved when the particular smell was exchanged to another (orange). The other case was to enhance experiences, with scents used in a Viking Museum and in a movie theatre (Goldkuhl & Styvén, 2007). The respondents were also asked if they reacted to the usual smell of hospital and dentist's surgery, as they often smell of chemical disinfection. This was asked to determine if there was a possible difference between types of chemical smells. Some of the respondents were also asked if and how their own attitudes towards scents had changed. And some if they missed scents and scented products. This was asked to understand and underline the change in their attitudes towards scented products, as it seems most people tend to choose fragrant products over unscented ones, if possible. In addition the respondents were asked of their age. This was done in order to establish an indication of the concerned age group.

#### **4.6 Threats to the Result**

Some data quality issues like the following can be established when performing interviews:

- Form of bias
- Reliability
- Validity
- Generalisability

#### **4.7 Form of bias**

When conducting interviews there is always the issue of bias. A few different forms of bias can be outlined, and should be considered; interviewer bias and interviewee, response bias. Interviewer bias can be a result from tone of voice, comments, or non-verbal communication, which might influence the respondents and their answers. This type of bias can also occur during the interpreting and analysis of the responses. Interviewee and response bias can be a result of the perception of the interviewer. In addition, participating in an in-depth or semi structured interview can be experienced as intrusive, especially if sensitive topics are explored. Even if the respondent has consented to participate, he/she may not wish to reveal the set out topics. As a consequence, the interviewee may provide the researcher with a partial depiction, perceived to be desired. Bias can also arise due to the nature of the individuals that chose to participate in the research (Saunders et al., 2007).

In order to limit interviewer bias, notes were taken during each interview. Also, the interviews were transcribed immediately after finishing each of them. The quality of the sound was not always the best, so in some cases, in order to avoid misunderstandings, the transcripts were sent to the participants, so that he/she could check it. The influence of body language or other non-verbal communication was eliminated since the interviews were conducted without visual contact. This means that the participants' reactions could be interpreted through sound only.

It could be expected that the response bias has been limited, as the respondents had the possibility to ask questions before hand, via mail. One respondent wished to see the interview guide before hand, as well as have the opportunity to read the transcript before going to print, which another participant also wished to do, all of which was granted. Another interviewee expressed hesitation and worry for anticipated emotional difficulty regarding the questions, right before the actual interview. This individual was assured that the anonymity will be kept and was offered to read the transcript as soon as finished. In addition this person was asked for feedback, thoughts and feelings directly after the interview, and seemed content.

This research could possibly be victim to two sorts of interviewee bias, where one is associated with the respondents providing the interviewer with a partial depiction to portray a desired role, and the other through the nature of the individuals consenting to participate, which could present a sample bias.

Different forms of bias can threaten the level of reliability.

#### **4.8 Reliability**

The reliability of a qualitative survey presents an indication of the predicted similarity of the findings if duplicated by other researchers (Christensen et al., 2001). When conducting research through the use of a qualitative data collecting method, i.e. interviews, the aim is to provide a deeper exploration of a subject at a certain time, which is not essentially intended to be repeated. The subjects explored through this type of method are usually complex and dynamic and therefore likely to change over time. The level of standardization is lower when conducting interviews than for e.g. questionnaires, which contributes to concern regarding reliability. However, the flexibility provides the researcher with the possibility to explore complex and delicate issues, which indicates that a high level of reliability would undermine the strength of this type of research (Saunders et al., 2007). Therefore, the traditional concept of reliability could be considered irrelevant when evaluating qualitative research (Christensen et al., 2001). Reliability in this context might tentatively be phrased as the extent to which the summaries of the interviews reflect what was (said and) meant during the interview.

#### **4.9 Validity**

Complete validity is accomplished when what was set out to be measured is measured with perfect precision. Primarily, validity is associated with credibility, that is, how well the findings coincide with reality, or to the concept investigated. A high level of validity is accomplished through the consistency and the relevance of the questions asked, how the primary data was retrieved and analysed, and the process' accessibility. This can be achieved through the use of a combination of methods for retrieving data, and by reaching theoretical saturation, which implies that the researcher should not draw conclusions prematurely (Christensen et al., 2001). Validity is a measurement of how well the researcher gained access to the interviewees' knowledge and experiences. This is well achieved through a qualitative approach as this type of research is flexible and interactive, which presents the possibility to view matters from different angles (Saunders et al., 2007).

The validity of this research is potentially high due to the interactivity and the nature of interviews. In addition, the participants' experiences, thoughts and feelings are well explored through the character of the questions. Moreover, the high consistency of retrieving and presenting data implies a high level of validity.



Note, that although validity connotes how close to the object of investigation it is possible to come, high validity can only be achieved when the level of reliability is also sufficient. With low reliability error components enter the process.

#### **4.10 Generalisability**

Generalisability means that the findings can be generalised to a larger scope of the target population, in turn indicating that the investigated phenomena (people) have been picked from the population in a systematic and unbiased way. Due to the low number of participants, and the nature of this qualitative type research, its findings are not supposed to present generalisable data, but be used as indicators only. In order to present data of which generalisations can be drawn, a much larger study needs to be conducted, aiming at presenting quantitative data from a representative sample. The respondents of this study only make out a very small portion of all individuals in Sweden with this type of condition, but are however representative in aspects of diagnosis or self reported problems, symptoms and distribution according to sex and age. Out of the eight respondents, seven were female and one male, which is in accordance to studies that show that women are predominant in terms of sensitivity to chemicals and scents, where seven out of ten affected are women (Ternesten-Hasséus, 2005). Also, although the condition is found in all ages, it is most common around the ages of 45 (Trysell, 2007). In this research, the youngest participant was 44 years old, and the oldest 63.

#### **4.11 Summary**

This study aims at presenting a deeper understanding and explores a somewhat delicate and unexplored subject, which explains the choice of a qualitative research approach.

The respondents in the interviews were selected through a web site forum for individuals with sensory hyperreactivity, where an introductory message was posted. There the topic of the thesis was presented, and those interested in participating encouraged to mail contact.

Ethical aspects, such as interviewees consent in participating and recording, minimizing their exposure to discomfort, and keeping anonymity, have been taken into consideration during the line of the research. Moreover, different types of precaution has been taken into consideration in order to limit the issues of interviewer bias and interviewee, response bias.

A qualitative research approach typically presents findings with a rather high level of validity, with a lower level of reliability, and is because of its nature unsuitable for

generalisations. However, reliability in this context might tentatively be phrased as the extent to which the summaries of the interviews reflect what was (said and) meant during the interview. Moreover, although validity connotes how close to the object of investigation it is possible to come, high validity can only be achieved when the level of reliability is also sufficient. The respondents of this study make out a very small portion of all individuals in Sweden with this type of condition, but are nonetheless representative in aspects of diagnosis or self reported problems, symptoms and distribution according to sex and age.

## Chapter 5 Data Analysis

---

*This chapter starts with a brief presentation of how the research was conducted. Then, each question is presented followed by a summary of the findings for that question. The chapter is ended with a complete conclusion of the findings. The full transcripts of the original interviews can be found in the Appendix.*

---

### 5.1 Introduction

This research was conducted between the 2<sup>nd</sup> and 7<sup>th</sup> of June, 2008 through the use of telephone interviews. Eight people, found through a web forum for people with SHR or similar problems, consented to participate in the research, and were called at their homes; except for one who was reached on mobile phone. The first interview was performed as pilot interview, and is presented in the results as no alterations in the interview guide were made. They were informed via e-mail during what week the interviews would take place and offered to state preferred days and times when to be contacted. The respondents were called via computer and the program 'Skype', which also presented the opportunity to record the conversations through the use of the program 'freecorder'. The conversations were always recorded in consent with the participants.

One respondent requested to read the questions before the interview and was sent the interview guide ahead. Two participants wished to read their transcripts before print and were given the opportunity to do so. The recordings were not always of the best quality, and in case of doubt, the respondents were sent the transcripts and were asked to check and mark or add things that had not been completely clear.

Out of the eight respondents, seven were female and one male. This gender distribution is in accordance to studies that show that women are predominant in terms of sensitivity to chemicals and scents (Ternesten-Hasséus, 2005).

The youngest participant was 44 years old, and the oldest 63. Thus, the average respondent was 55.2 years old and female.

## **5.2 Findings**

Under this heading each question is stated, followed by a brief summary of the interviewees' answers. After every question and summary a shortened analysis has been made. In the end of the chapter the full summary of the findings is found.

### ***5.2.1 Respondents' Answers to the Questions***

#### *Respondents' Answers to Question 1*

*The first question asked was if the respondent had always been sensitive to smells and chemicals, and if not when they had started to notice it.*

#### *Analytic Remarks regarding Responses to Question 1*

No one of the eight respondents has had hyperreactivity to chemicals and smells all their lives. This could give an indication that this is something developed over time, possibly something carried latent, but gets activated after ongoing exposure to triggering substances. Although the condition exists in all ages, it is more common around the age of 45 (Trysell, 2007). This suggests that the respondents in this research are a sample of the target group set out to be explored.

#### *Respondents' Answers to Question 2*

*In the second question the participants were asked: "What symptoms do you get?"*

#### *Analytic Remarks regarding Responses to Question 2*

The respondents present many different symptoms, but the most common are coughs, headaches, and irritated mucous membranes and respiratory passages. Some describe impaired concentration, dizziness and fatigue. The symptoms mentioned are all typical for sensory hyperreactivity (Enberg, 2008). What they all have in common is that they say it last for a longer time after the exposure, sometimes for days or even weeks.

#### *Respondents' Answers to Question 3*

*The third question asked was: "Have you been diagnosed as having Sensory Hyperreactivity (SHR)"?*

### *Analytic Remarks regarding Responses to Question 3*

Out of the eight respondents five have been diagnosed to have SHR by traditional doctors. The other three have similar problems and share the symptoms of SHR without it as a specific diagnose. It is estimated that about 6% of the Swedish population could be diagnosed with the condition, and that between 16 to 30% experience similar problems associated with SHR (Johansson et al., 2006).

### *Respondents' Answers to Question 4*

*Under the fourth question the respondents were asked if they thought that their condition got better or worse with age. And if so, do they see any change in the development or number of fragranced products.*

### *Analytic Remarks regarding Responses to Question 4*

Most respondents do not experience any improvement or recovery of the condition or their reactions with time. Several respondents indicate that the symptoms have been getting worse over time and reoccurring exposure. However, they generally feel that the knowledge and understanding that they gain with time, help them deal with their daily situations, to predict situations and solve them in a more efficient manner.

### *Respondents' Answers to Question 5*

*Question number five was: "What kind of smells triggers your reactions?" This question was connected to the one following, which was if they reacted more to 'chemical' (manufactured) smells or others as well, in high concentration, such as food, flowers and/or garbage.*

### *Analytic Remarks regarding Responses to Question 5*

Some respondents expressed discomfort when exposed to some biologically and organically occurring smells, but over all, the reactions to this type of smell seemed to be less problematic. According to the respondents in this study, the reactions are primarily triggered by artificially produced scents. This is the type of aromas frequently used in the industrial manufacturing of fragranced products and goods, and mostly associated to scent marketing.

### Respondents' Answers to Question 6

*The sixth question that the respondents were asked was "Do you react to any specific 'chemical' components?"*

### Analytic Remarks regarding Responses to Question 6

A few respondents know of some chemical component, or regular perfumes that they react to, but for the most part, they do not know. Some of them seemed a bit puzzled when realizing that they actually did not know what components triggered them. Overall, they experience the perfume manufacturing business to be too secretive regarding what substances are actually used. According to Millqvist (2007) there are no requirements for declaring scent additives.

### Respondents' Answers to Question 7

*The next question regarded if some places are more difficult than others and if so, what places do they avoid if they avoid any, due to too much smell?*

### Analytic Remarks regarding Responses to Question 7

Normally, the respondents try to avoid any type of place where there are a lot of other people, as this means a lot of fragrances. This means they avoid things like: restaurants, shops, cinemas, public transportation, libraries and so on. They are overall relatively limited in what they can do during leisure time, due to this condition. One of the respondents tries to be creative to avoid isolation, and therefore tries to go places during the best times, when or where the air is better or when most people are busy doing other things.

### Respondents' Answers to Question 8

*How do you adjust, prepare yourself when you know you have to do something where you will be exposed to smells?*

### Analytic Remarks regarding Responses to Question 8

The respondents mostly react with avoidance or that they try to get away from the situation as soon as possible. They hold their breaths and try to inhale as little as possible. Some of them have masks at hand, with a carbon filter, in case they would start to feel a reaction, but many of them feel uncomfortable wearing them. One respondent does not find them to be very effective as the eyes are still exposed for triggers. Another respondent carries

something to inhale when exposed, but it takes a long time before it kicks in, and wears off pretty soon after, during the whole time, no food is to be eaten. No effective medicine is as of yet available.

#### Respondents' Answers to Question 9

*Question 9 aimed at determining what a greater use of scent marketed places and products would mean to them.*

#### Analytic Remarks regarding Responses to Question 9

The respondents of this survey were quite unanimous, fearing that they would become even more isolated and limited, in their already restricted lives. And, in some cases, they state that the demands put on the relatives, colleagues and friends, people they will come in contact with, will be even greater, as fragrances will stick to them in a larger extent. Then, they will carry these scents to the individuals with SHR, and the sanitation of smells before closer contact will be even more rigorous. One of them also expresses a concern what possibilities are left, if one does not have a family.

#### Respondents' Answers to Question 10

*Next, the respondents were asked: "Should some places be completely free from perfumes? What do you think?"*

#### Analytic Remarks regarding Responses to Question 10

All respondents want to have perfume-free areas in public places, hospitals, clinics and waiting rooms. They also suggest libraries, public transportation, schools, workplaces, shops and theaters. Most of them have bleak memories of contacts with public medical health, where problems have been encountered, usually by the fragrances carried by doctors, nurses and other patients. Some associate and make a comparison to smoking and wish for perfumes to be banned in the same places. They call for restrictions and legislation in this matter.

#### Respondents' Answers to Question 11

*Do you have any tangible suggestions for (scent) marketers and sales people how they can improve the environment for you?*

### *Analytic Remarks regarding Responses to Question 11*

The respondents suggest that places where scent marketing is used should be marked. The products should be separated, so that scented products and unscented ones are placed as far from each other as possible. The unscented products should be placed near the entrance and cash registers so that the scented items can be avoided. If scent marketing is used, it should not be put in the ventilation system, where it makes it unavoidable. Another important issue mentioned is the mean of transportation. If fragrance-free products are transported or produced with perfumed goods, they will become scented too.

### *Respondents' Answers to Question 12*

*Under the twelfth question the respondents were asked: "Do you want more fragrance-free products? Which type of products?"*

### *Analytic Remarks regarding Responses to Question 12*

The respondents say they wish for more hygiene products and more cleaning detergents, but above all, they want a wider range of items, with increased accessibility. Some of the respondents want more products in order to increase the competition which in turn would make the prices decrease. They also want to be able to trust the products that are claimed to be fragrance-free. As their condition also includes sensitivity to chemicals, the chemical components should be limited or excluded, depending on the substances.

### *Respondents' Answers to Question 13*

*Places and products that are unscented usually smell something anyways; do you react to these smells as well?*

### *Analytic Remarks regarding Responses to Question 13*

The respondents say that they do react to products and places that are not deliberately fragranced, but that it depends on the chemical components in the products, and places where people have rubbed off their smells, from clothes, washing detergents and so on.

### *Respondents' Answers to Question 14*

*Many people react negatively to the typical smells associated to hospitals and dentist's offices. In research it has been found that some people react positively when that scent is*



*exchanged to another (orange), which made the patients feel calmer (Goldkuhl & Styvén, 2007). The respondents were asked their thoughts and comments on this.*

#### *Analytic remarks to question 14*

The respondents dislike the use of smells with the aim to soothe individuals associating the typical smells of hospital and dentist's environments with negative emotions and fear.

The respondents say that these people should work with themselves, their associations and fears instead of covering up the typical smell with another. They do not only mention human health issues as a reason not to, but also that it should be restricted for the sake of the environment.

#### *Respondents' Answers to Question 15*

*Hospitals and Dentist's offices normally have a chemical scent to them; do you react to this as well? What kind of scent is preferred?*

#### *Analytic Remarks regarding Responses to Question 15*

The respondents say that it can happen, if the smell is very obvious, but normally they do not react as strongly to these types of smell. It has happened though that they react to the hand-wash used by doctors and nurses, to disinfect hands, as well as cleaning detergents at these locations. But, mostly, they say, it is due to other people's perfumes, that they react.

#### *Respondents' Answers to Question 16*

*The respondents were asked of their thoughts and feelings when scent is used to enhance experiences (e.g. in museums and cinemas)?*

#### *Analytic Remarks regarding Responses to Question 16*

The respondents do not wish for this type of scent marketing used to enhance experiences, at cinemas or museums, as they themselves get sick from it. Even if it might not be a detectible smell, it can still make them sick, but without an explanation as to what they reacted to. The respondents also express a concern for others, as well as the environment, where they find that the use of chemicals should be held to a minimum and not be increased.

### Respondents' Answers to Question 17

*A few respondents were also asked how their attitude towards smells and perfumes has changed.*

### Analytic Remarks regarding Responses to Question 17

The reason only a few respondents were asked this question is because it was developed during the course of the interviews. The few respondents who were asked this question had very different answers. One can tolerate to be exposed to a certain degree in order to be able to socialise. The second of the respondents feel like a scent-person and used to like fragrances. This person still uses a kind of scent that is tolerable and has made efforts to find that. The third person does not miss fragrances and does not wish to have any even if it was possible, finding it unnecessary. This person experiences some scents in a bad way, even though aware that they are supposed to be and are considered, by most, to smell pleasantly.

## **5.3 Summary of the findings**

### ***5.3.1 Sensitivity to smells and chemicals***

None of the respondents stated that they have been sensitive to chemicals and smells all their lives, and in most cases the condition has gradually evolved, to the worse. Their sense of olfaction is not better than that of others, which means they cannot always detect what makes them sick. Some of them said this makes them be doubted and sometimes not taken seriously by others. However, they point out that what they mostly react to are the chemical components in the fragrances, more so, than the fragrance itself.

### ***5.3.2 Symptoms***

The respondents present many different symptoms, but the most common are coughs, headaches, and irritated mucous membranes and respiratory passages. Some describe impaired concentration, dizziness and fatigue. What they all have in common is that they say it last for a longer time after the exposure, sometimes for days or even weeks.

### ***5.3.3 Diagnosis***

Out of the eight respondents five have been diagnosed to have SHR by traditional doctors. The other three have similar problems and share the symptoms of SHR without it as a specific diagnose.

#### ***5.3.4 Effect of ageing***

Most respondents do not experience any improvement or recovery of the condition or their reactions with time. Several respondents indicate that the symptoms have been getting worse over time and reoccurring exposure. However, they generally feel that the knowledge and understanding that they gain with time, help them deal with their daily situations, to predict situations and solve them in a more efficient manner.

#### ***5.3.5 Chemical and 'biological' smells***

Some respondents expressed discomfort when exposed to some biologically and organically occurring smells, but over all, the reactions to this type of smell seemed to be less problematic. According to the respondents in this study, the reactions are primarily triggered by artificially produced scents. This is the type of aromas frequently used in the industrial manufacturing of fragranced products and goods, and mostly associated to scent marketing.

#### ***5.3.6 Chemical components***

Some of the interviewees have an idea of what substances they react to and can mention one or two components or regular perfumes, but the majority does not know what components make them sick. A few respondents seemed a bit puzzled when realizing that they actually did not know what components trigger them. Overall, they experience the perfume manufacturing business to be too secretive regarding what substances are actually used.

#### ***5.3.7 Strategy upon exposure***

Most of the respondents use the strategy of avoidance or escape, upon exposure to perfumes, and say that a larger use of scent marketing in places and products would restrict them even further.

#### ***5.3.8 Thoughts on scent marketing***

The respondents are generally against marketing through scents, whether it be products or places, regardless if it is to enhance experiences in cinemas and museums or to mask fear

associated with the smell of hospitals or dentist's offices, as so many people are sensitive to it. They wish for things to be allowed to smell naturally and dislike manipulating natural scents, pleasant and unpleasant ones. In addition, they express a concern for the environment, where chemical usage should be decreased not increased, for small children who cannot choose for themselves, and for parents who may not be aware that they are exposing their children to chemicals through the use of scent marketing.

### ***5.3.9 Fragrance-free zones***

They wish for fragrance-free zones in public places, hospitals and public authorities and mention libraries, theaters, public transportation and concerts as desired places to visit, if they could.

### ***5.3.10 Fragrance-free products***

The respondents want a wider range of perfume-free products, but mostly to increase accessibility and competition between manufacturers as these products are normally a bit more expensive.

### ***5.3.11 Work and economy***

One respondent mentioned that many people with this condition have to go on sick leave as they cannot work due to the environment at the workplace. This person means that it is very unnecessary, as it costs a lot of money, which someone has to pay, which is not an optimum for either society or effected persons.

### ***5.3.12 Suggestions***

Additional suggestions from the respondents are to reserve front row seats at concerts and theaters, where the air is better, and having one very well ventilated room in libraries. One respondent wished to add on to her suggestions via e-mail, where a dream of a fragrance-free chartered air-plane, hotel, restaurant and staff had taken shape. The same respondent also suggested that another possibility for a solution to problematic concerts could be if they were allowed to attend rehearsals or sound check. The respondents suggest, that places where scent marketing is used are to be marked (as specifically as possible), and that this information should be displayed directly by the entrance, easily visible. Another thing that shop owners and marketers could do to help is to separate scented products from unscented

ones. Preferably, they should be placed near the entrance of the store with free passage to the cash registers. Flowers, laundry detergents, scented candles, perfumes and other aromatic items should not be placed directly by the store's doorway. Another possibility that was mentioned was to be allowed in the store one hour earlier when the air is more fresh, from airing out over the night. If scent marketing is used at all, it should not be put in the ventilation system, which makes it unavoidable throughout the whole location.

How the products have been produced and transported is also of importance, since the fragrances rub off on other goods, meant to be free from smells.

#### **5.4 Analysis of the findings**

The most evident problem associated with this condition is isolation or seclusion. In many ways it diminishes the possibilities of a normal and social life. Where there are people, there are smells. This makes these individuals isolated from the rest of society and social contexts. Many of these people avoid places where they know many scents will be present and they risk being triggered, and as a result become sick. Some cannot work due to the condition and therefore need to go on sick leave, which in itself is an isolating situation. They are often dependent on others, since they are so limited in what they can do due to the condition. This is noticeably expressed by one interviewee, who worries what will happen when struck by old age, or if the family cannot help.

*In the next chapter the conclusion and discussion are presented, as well as the answers to the research questions and future research.*

# Chapter 6 Conclusion & Discussion

---

*In the first part of this chapter a summary of the dissertation is given. Then the research questions are answered one by one, followed by the practical implications of the findings. Then, suggestions for future research are outlined.*

---

## **6.1 Summary of the Dissertation**

Researchers have explored the subject of scent marketing with a variety of different angles, and others have conducted medical research regarding this condition. However, this research aims at presenting an overview of the possibilities and limitations to Scent Marketing. Moreover, to present accessible information regarding its existence with individuals with sensory hyperreactivity. This research is based on secondary data, which is presented in Chapter 2, and primary data which is presented in Chapter 5. The primary data was collected through telephone interviews and the secondary data through articles, books, broadcasts and the internet.

### Scent marketing

The predicted use of scent marketing is that it will rise in the near future, in grand diversity. There are many reasons as to why this is expected to be a successful marketing strategy. For the most part, products, services and places are marketed through the use of two senses; vision and hearing. In order to stand out brands need to find other ways to attract attention, which can be achieved through the beckoning of other senses. The human sense of olfaction is tightly linked to our storage of memories, which makes us remember smells and connect them to places, people and experiences, sometimes even without the awareness of what triggered it. The olfactory sense cannot be turned off, as it is supposed to warn us and keep us safe, as well as help us recognize things, as a complement to our other senses. Another advantage associated to smells is that they travel through the air, that is, someone doesn't even have to be close by to experience a scent, which is the case with taste and touch. (Also, the human sense of taste is closely linked to smell, which also makes this type of marketing applicable to food and drinks.) Scent marketing is as of today used to enhance sales of e.g. hotels, stores, airlines, cars, textiles, greeting-cards, and a multitude of products.

### Sensory Hyperreactivity

An estimated 6% of the population is diagnosed with this condition, which makes individuals react to smells and chemicals; that is about 540.000 Swedes, who have a limited access to the market. There are as of today no available medicines to relieve the symptoms, often confused with asthma or allergies, however, that type of medicines are not effective. Another 16-30% has self reported problems regarding perfumes and chemicals, which implies another 1,440.000 - 2,700.000 Swedes. Individuals with this condition do not have a higher odor threshold than others. Women are predominant in terms of sensitivity to chemicals and smells, where seven out of ten affected are women (Ternesten-Hasséus, 2005). This population could be considered to have substantial spending power, if they had the opportunity.

### Scent marketing with regard to sensory hyperreactivity

It is an important policy question that marketing is not generally considered to be offensive. Therefore, in addition to other suggestions provided, it could be strategically beneficial for scent marketers to consider how they best are going to respond to the wishes and needs of individuals with sensory hyperreactivity and potential others who might have objections. Moreover, to act before restrictions and legislation, a future prospect that could be expected to limit scent marketing.

In stringing to influence public opinion, individuals with sensory hyperreactivity could matter-of-factly, try to increase the knowledge of this matter, preferably in an objective and creative manner.

## **6.2 Results**

This master thesis aims to achieve four purposes;

- 1. To initiate communication between scent marketers and people suffering from sensory hyper-reactivity.*
- 2. To explore if and how scent marketing can co-exist in a satisfactory manner for both marketers and individuals with sensory hyper-reactivity.*
- 3. To provide suggestions for scent marketers on how/what they can do to decrease problems for people with sensory hyper-reactivity*
- 4. To determine what factors and places are limited for use in scent marketing with regard to people with sensory hyper-reactivity.*

This dissertation is based on the following research questions:

1. *What could be the limitations of (scent) marketing caused by consideration to sensory hyper-reactivity?*

The limitations of scent marketing due to sensory hyperreactivity are at the moment not great. There are little restrictions and next to no legislation on where and how it can be used. As more people and decision makers are informed of sensory hyperreactivity and scent marketing becomes more common, a development in this area is to be predicted. This prospect could be expected to limit scent marketing in the future.

With regard to aromatic products, they should be placed away from the unscented ones.

2. *What are the possibilities for (scent) marketing due to sensory hyper-reactivity?*

The respondents in this research have a somewhat negative depiction of (scent) marketers, possibly since fragrances exclude them, from society, but mostly it seems because they experience this line of business as concealed and secretive. Moreover, they feel that they are not being heard. If marketers took a stand and rebuffed the criticism, this could present an opening for communication and possibly a positive development. In addition, the respondents suggest producers and manufactures to increase the lines of unscented and SHR-friendly products and their promotion.

3. *Can target groups that are unsuited for scent marketing with regard to sensory hyper reactivity be outlined?*

Through this research, no specific target group could be outlined other than that of individuals with sensory hyperreactivity. According to the answers of the participants, no one had had the symptoms all their lives, it came over time. This could indicate that if prone to the condition, it develops only after years of exposure. (A few said they first noticed after years of exposure to chemicals, through their work). This line of thought could also imply that scent marketing is unsuitable for children, as the reactions that might develop, may be hard to monitor and predict.

4. *What fragrances, if any, in scent marketing are unsuitable for people with sensory hyper-reactivity?*



To the participants of this study, the fragrance itself was not as important as the chemical components it contains. So, a specific fragrance that is especially unsuitable could not be established, although citrus flavors, musk and resin were mentioned.

5. *What preparations, (chemical) components and ingredients are unsuitable in scent marketing with regard to people with sensory hyper-reactivity?*

The interviewees could for the most part not outline what specific components trigger their reactions. This could be a suggestion for the medical profession to investigate further. According to Millqvist (2007) research has already begun, trying to find underlying mechanisms of airway hyperreactivity to chemical irritants. If this could be determined, it would present a possibility for manufacturers to produce scents without the triggering effects. Although most respondents did not know what components triggered their reactions, some mentioned: formaldehyde, musk, paint thinner, resin, citrus fragrances and sunscreens.

6. *What surroundings are unsuited for scent marketing with regard to people with sensory hyper-reactivity?*

Public places, such as hospitals, dentists, waiting rooms and public authorities, are unsuited for scenting, since it limits people with this condition, and their chances for participation in society. But also, other public places, libraries, theaters, kindergartens, schools and workplaces where people have to be able to spend time, where the individuals do not have the choice to leave.

7. *How well does research and theory on scent marketing comply to existing realities today?*

According to the literature, scent marketing is an upcoming method to market places, products and services, almost without limitation, in e.g. textiles, cars, shops, hotels, and airplanes, and more are expected to follow. Lately, the smell of freshly beaked bread has started to meet anyone entering certain chains of grocery stores. In other business chains, the department with make-up and perfume is placed right by the entrance, so that the first thing to greet the customer is a hint of perfume (maybe even from outside the store).

Another type of scent marketing is to add perfumes to products which do not necessarily have to be fragranced in order to perform their primary role e.g. toilet paper, fabric softeners, hygiene products and detergents, which we encounter in stores everyday.

As of today a characteristic of the area is that it is more or less unhampered by legal restrictions. However, many people react to these types of smells and get sick from them. These people have difficulties to enter places, which are scented, or where aromatic products are displayed. And, as of today no medicines to relieve their symptoms are available. In time their voices can be expected to imitate legal or official limitations. Thus, it could be wise for scent marketers to address them.

### **6.3 Suggestions for Improvement**

The problem investigated in this study borders and intertwines to several other areas of expert knowledge, therefore the best delimitation is hard to outline. This also indicates that this type of study could be performed with different main focus; from a medical, chemical or psychological point of view. The investigated group projects a strong emotional atmosphere, which could lead to psychological involvement with the respondents.

In retrospect, some of the answers provided by the respondents could have been more precise if they had all been sent the interview guide before hand. The findings of the research could possibly present a stronger impact if the research method had been performed in combination with another, e.g. questionnaires.

### **6.4 Concluding Discussion**

The existing theories around scent marketing are aiming at portraying all the possibilities that this field offers, but to a very little extent, if at all, its limitations, especially regarding ethical and medical issues. Such aspects are generally summarized in one or two sentences if at all. The theories regarding sensory hyperreactivity and other airways dysfunctions are utterly medical in their orientation. Such articles discuss how to determine the condition, what symptoms and triggers are the most common. Here, two groups, scent marketers and medical professionals, have been identified that could benefit from communicating with each other. Both areas of research are somewhat new, which indicates that there are still many things to explore, which gives an explanation of the current situation. When more facts have been determined and established around both subjects, hopefully more suggestions for solutions will be closer at hand. However, one of the aims of this thesis is to achieve an initial link between both topics. Also, it seems legislation and authorities are not updated within these subjects. The third party affected is customers, individuals with sensory hyperreactivity. Their reality is in many aspects of their lives depending on

communication of the other two parties, which so far is unsatisfactory. Their role could be to influence the current situation through establishing themselves as providers of information. A fourth party, possibly unaware of its role, is all the individuals and potential customers without the condition, who choose to buy perfumed products over unscented ones. The act to buy something makes a statement what is demanded, what the market wants. Such acts are what make this market successful and lucrative. Most people without the condition or in relation to someone that has it, give the impression to be unaware of it and the problems related to the chemical components in fragrances.

### **6.5 Concluding Remarks**

During the interviews, many of the individuals participating came across as eager to speak about their experiences, thoughts and feelings. They expressed gratitude and anticipation that someone was interested in their situation and was willing to listen, even with regard to scent marketing, which most of them disapprove of. Some of them expressed negative attitudes towards the consumer society, which could both indicate a level of frustration of being excluded, as well as feelings of not being heard, in addition to them finding it morally indefensible, which could be found contradictory to the claim that they could have substantial spending power. Also, many of the respondents mentioned the use of chemicals as a harmful contributor to environmental problems and that this should be diminished and avoided as extensively as possible. Although, no doubt should be held for the participants concern for the environment, this could also give an indication of them being ignored, when referring to their own situation, whereas environmental issues are taken more seriously.

### **6.6 Recommendations for companies**

One question asked during the interviews was if the respondents had any ideas what marketers, and shop owners could do to facilitate for them, given that there are fragranced products in the surrounding. The respondents have provided some suggestions:

The first thing mentioned was to:

- Create a marking system. It should be possible to tell already at the door if the location is scented and with what fragrance, possibly even with the chemical components, so that it can be avoided if one chooses to. (Something along the line of the Swedish

STIM-sticker that one gets to put on the door after paying royalty to the artists, when playing music in commercial purposes).

One frequent suggestion was to:

- Place fragrances products and perfumed ones far away from each other in the store. Preferably, so that the store can be entered, products purchased and cash register reached without contact to the scented products. This could be combined with placing the perfumed merchandise in a well ventilated location, so that their spreading scent will be as limited as possible.

Stated to be very important but some times not regarded is:

- The separation of fragranced products and unscented ones should also be respected during manufacturing and transportation.

Other suggestions were to:

- Present the possibility for people with SHR to shop during special hours of opening, when the air is at its cleanest.
- Reserve (front) seats or rows with good ventilation at theaters and concerts. This is already done for allergic individuals, in some situations, e.g. in regional busses and trains, where dogs are to be held in set out coaches and in the back of the bus. This type of solution could be applied in this case as well.

Some also expressed wishes regarding more colorful solutions to their dreams of everyday life including:

- A fragranced-free chartered airplane, hotel and restaurant with fragranced free personnel.
- Fragrance-free doctors and nurses for house calls.

The author's suggestions, arisen during interviews and deliberation:

- Specify the perfumes used in products such as shampoos, detergents, lotions and hair conditioners. If medical research could establish what components often act as triggers, these could be avoided through the introduction of such a system.
- Initiate communication and interest for this type of information and suggestions, to stay ahead of potential restrictions and legislation.

## **6.7 Discussion of Recommendations for companies**

The creation of a marking system could potentially be somewhat expensive as it would be most effective if it looked the same nationally (in a larger scope, perhaps even internationally). This means that there needs to be some sort of authority in charge of this matter. To separate products in the store should be the most cost efficient solution to the problems experienced by people with sensory hyper reactivity. To place the products in a well ventilated area was another. If no such place exist up to that time, this could be quite expensive, but only once. However, to make sure the lines of manufacturing, production and transportation are separated will be more expensive to implement. Special opening hours may also be expensive to offer, but some of the respondents still achieve the same thing by going places when they know most people do not. To offer a couple of reserved seats or perhaps even rows at cinemas and theatres seem to be a quite reasonable suggestion which will not lead to any additional costs. These rows and seats should be placed in a well ventilated location, which could, if none exist be more costly, but a one time sum.

The wishes and dreams for fragrance-free hotels, airplanes and staff could be considered a bit more flamboyant, but are nonetheless things most of us take for granted.

## **6.8 Recommendations for future studies**

Recommendations for future studies with connection to this specific thesis are predominantly of medical nature, next to chemical. This is due to the complexity of the topic, which intertwines to touch other professions such as those of medicine, and chemistry. Regarding future studies of the limitations to applicability of scent marketing, technological innovations are at its frontier.

Suggestions for future studies:

- Study the choices and buying patterns of perfumed products.
- Study the attitude towards scent marketing (sense marketing) in chain stores, malls etc.
- Study the attitude towards scent marketing in customers without sensory hyperreactivity.
- Study how many people know of the condition sensory hyperreactivity and if and how this intertwines with the attitude towards scent marketing.

Suggestions for future medical studies:

- Study underlying reasons behind sensory hyperreactivity.
- Study what chemical components trigger the reactions among individuals with sensory hyperreactivity?

If it is possible to establish what components act as triggers in most cases, maybe these could be exchanged and improved, possibly already at the manufacturing stage, or replaced by other substances that do not cause the same reactions. Then scented products could be produced without negative effects. In addition, this could possibly give a hint for future medicines aiming at relieving the symptoms of hyper sensory reactivity.

Suggestions for future chemical studies:

- Study the possibility to manufacture and produce perfumes and fragranced products without triggering chemical components (to reasonable costs).

---

## References

---

### Internet, Books, Broadcasts, Journals and Papers:

Andersen, E. S., & Schwencke, E. (1998). *Projektarbete - en vägledning för studenter*. Lund: Studentlitteratur.

Christensen, L., Andersson, N., Engdahl, C., & Haglund, L. (2001). *Marknadsundersökning-en handbok* (2 ed.). Lund: Studentlitteratur.

Doft i reklamen (Writer) (2008). *Hjärnstorm (Extramaterial)*. Sweden: SVT.

Dooley, R. Got Smell? Ads Target Customer Noses [Electronic Version]. *Marketing & Strategy Innovation Blog - Customer Centric Thoughts from the World's Sharpest Minds in Marketing, Strategy, Innovation and Design*. Retrieved 2008-05-10 from <http://blog.futurelab.net/2007/05/got-smell-ads-target-customer.html>.

Egidius, H. (1994). *Psykologi Lexikon*. Stockholm: Bokförlaget Natur och Kultur.

Enberg, S. (2008). Doftöverkänslig. Retrieved May 14, 2008, from <http://www.doftoverkanslig.se/>

Fox, K. *The Smell Report - An overview of facts and findings*. Oxford, UK: Social Issues Research Centre.

Goldkuhl, L., & Styvén, M. (2007). Sensing the scent of service success. *European Journal of Marketing*, 41(11/12), 1297-1305.

Johansson, Å., Millqvist, E., Nordin, S., & Bende, M. (2006). Relationship Between Self-Reported Odor Intolerance and Sensitivity to Inhaled Capsaicin: Proposed Definition of Airway Sensory Hyperreactivity and Estimation of Its Prevalance. *Chest - The Cardiopulmonary and Critical Care Journal*.

Kharif, O. (2005). The Sweet Success of Smell [Electronic Version]. *Business week*. Retrieved April 18 from [http://www.businessweek.com/technology/content/apr2005/tc20050418\\_7222\\_tc024.htm](http://www.businessweek.com/technology/content/apr2005/tc20050418_7222_tc024.htm).

Lindstrom, M. (2005a). *BRAND Sense - how to build powerful brands through touch, taste, smell, sight and sound*. London: Kogan Page Limited.

Lindstrom, M. (2005b). Broad sensory branding. *Journal of Product & Brand Management*, 14(2), 84-87.

- Lindstrom, M. (2005c). Follow your nose to marketing evolution. *Advertising Age*, 76(21).
- McDonnell, J. (2007). Music, scent and time preferences for waiting lines. *International Journal of Bank Marketing*, 25(4), 223-237.
- Millqvist, E. (2007). Asthma, Allergy and Chemical Sensitivity. From <http://www.tilia.se/>
- Nordström, M. (2008). Dags att hålla för näsan? - en studie om doft som marknadsföringsmedium. Linköpings universitet.
- Power, D. (2008). Something is in the air: Panel says scent sells. *Women's Wear Daily*, 195(63).
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2007). *Research Methods for Business Students* (4 ed.): FT Prentice Hall.
- Ternesten-Hasséus, E. (2005). *Airway Sensitivity to Chemicals and Scents - Symptoms, trigger factors and the capsaisin inhalation test*. Göteborg University, Göteborg.
- Tjernberg, A. R. (Writer) (2008). Intervju-Doftreportage P1 [Radio]. In S. P1 (Producer), *Vetenskapsradion*. Sweden: SR.
- Trysell, K. (2007). Ljuvliga dofter - men inte för alla [Electronic Version]. *Tidningen Apoteket*, 1 from <http://www.apoteket.se/rd/d/5940>.



# Appendix 1

---

*Appendix 1 contains the interview questions, followed by shortened, freely translated versions of each respondents answer. The full transcripts of the conducted telephone interviews in original language are to be found in Appendix 2.*

---

## ***Respondents answers to Question 1***

The first question was if the respondent had always been sensitive to smells and chemicals, and if not when they had started to notice this.

**Respondent 1:** *I noticed for the first time during my adolescence and teenage years, in respect to PE (physical education, gym class) and social contexts, when going to parties and such things.*

**Respondent 2:** *No. I guess I understood when given the diagnosis. I realised at that time that I had had problems for a longer period of time. Looking back I understood why I had fainted and things, there were signs from when I was 20 years old*

**Respondent 3:** *No, it started when I was about 40, shortly before turning forty.*

**Respondent 4:** *No. I understood what it was all about somewhere between 20 and 25 years of age. I don't know when it started. I coughed, got headaches... but it cannot possibly be the preparations/products I use...(ironic tone). Then, between 20 and 25, I suspected it and took out my old bottle of musk-oil and opened it, then I understood what it was all about!*

**Respondent 5:** *No.*

**Respondent 6:** *No. I noticed for the first time during the late 90's, and in the year 2000.*

**Respondent 7:** *No. I started to notice during -05.*

**Respondent 8:** *No. I started to notice during -98.*

## ***Respondents answers to Question 2***

The second question was: "What symptoms do you get?"

**Respondent 1:** *Nasal catarrh, difficulties to breathe, cough and headaches.*

**Respondent 2:** *Fainting-fit irritated mucous membrane.*

**Respondent 3:** *Difficulties to breath (dyspnoea), headache or eye pain, really, in my left eye, it knocks me out completely. I can be bed-bound for several days. My eyes and nose are running, but it also happens that I get a blocked nose. It depends. And enormous fatigue, it*

*is indescribable. It also happens that I get difficulties to concentrate, and hoarseness, lasting for days.*

**Respondent 4:** *Very many different symptoms, depending on the smell, or chemical substance, if it really is the fragrance or more the chemicals it is all about. My reactions vary from flare (erythema) to that it goes down into the inner organs. Not just difficulty in breathing and similar things, but also, back pain, pain in the kidneys, but even stomachache. You get pain in the most weird places, so it is hard to make out a connection, even though you may have experienced it one hundred times. So, in large, everything ranging from exhaustion, to pain in the inner organs, difficulties to breathe, affected sinus and headaches.*

**Respondent 5:** *Cough and I get completely exhausted.*

**Respondent 6:** *Loads of symptoms. I tremble, get an irritated nose, nausea, faintness, the legs give way. I break into very smelly sweats, as if the smell I have inhaled and now have in my body has to get out, somehow. My concentration level gets impaired, dry mouth, Difficulties in breathing and getting air. I get tastes in my mouth, from the smells in the mucous membrane, that I cannot get rid of. Skin eruptions in my mouth, and face. The whole body gets completely deprived. Eyes, nose and respiratory passages, the whole body gets affected, and how depends on the smell.*

**Respondent 7:** *I get pain in my ear. It sounds trivial, but let me put it like this: Yesterday I was at a board meeting when the lecturer took out a marker and started to draw things on the white-board. After about two minutes I felt like I had had too much wine, very unpleasant. First, I need to leave the place, but symptoms like pain in the ear, hoarseness, a red face and difficulties to breathe. And I am still hoarse after two days. Then, there is the next stage, that lasts for about two or three days depending on how I was attacked. So I feel discomfort even after two days. Like I took a strong medicine and try to get rid of it. I pee a lot, poop a lot and need to drink a lot, I try to recover, sober up.*

**Respondent 8:** *I get symptoms from basically all organs except for the stomach. I get cognitive symptoms, with dyslectic problems, both with regard to writing, speaking and hearing. When someone talks to me I become like an empty hole, and normally I am a very verbal person. I get confused, and difficulties to focus, concentration difficulties. Dizziness, aches, varying, in joints and muscles, I never know what will happen. Respiratory passages, cough. It begins in the sinus, aching then down to the lungs and bronchial tubes. It can be everything from feeling triggered to being sick for weeks. The more triggers, the longer the periods and in the end I need to try to relieve it, shower.*

### ***Respondents answers to Question 3***

**Have you been diagnosed as having Sensory Hyperreactivity (SHR)?**

**Respondent 1:** *Yes, last spring.*

**Respondent 2:** *Yes. At the time, I was 45 years old.*

**Respondent 3:** *Yes I have. By Professor Olle Löwhagen, Sahlgrenska University Hospital, 'Allergologen' in -92, sixteen years ago.*

**Respondent 4:** *I am not diagnosed by a traditional doctor, no. But, this condition is one of the concealed faces of Fibromyalgia. And I got that diagnose in the early 90's, but I had it long before that. So, then I was diagnosed with one condition, containing SHR as one of the symptoms.*

**Respondent 5:** *Yes, five years ago.*

**Respondent 6:** *No, I have another diagnosis. Non-allergic asthma and contact allergies, probably both through skin and airway contact, which calms down when unexposed. Medicine works to a very little extent. It is suspected that i may have sensory hyper reactivity. So I probably have different variations.*

**Respondent 7:** *I probably have it, and it is reported as an occupational injury, since I have been working with textiles, that were heavily sprayed with pesticides, during a period of 30 years. At one point there was a moth-attack and Anticimex was summoned. They sprayed with a pesticide where clorpyrophos is a component. It is probably that substance that triggered these reactions and gave me a sinus infection that lasted over a year, according to my doctor. After that, I have been sensitive to smells.*

**Respondent 8:** *Yes.*

### ***Respondents answers to Question 4***

**Under the fourth question the respondents were asked if they thought that their condition got better or worse with age. And if so, do they see any change in the development or number of fragranced products.**

**Respondent 1:** *I feel that it has gotten worse with age. Sometime in the middle it was constant, like during the teenage years. After that it has gotten worse gradually. When I quit smoking 10-15 years ago I got a horrible cold, cough and it was really straining. That is when I find that it started in a larger extent. And a couple of years ago I had to consult a doctor about it.*

**Respondent 2:** *First, it got worse and worse, but then when I learnt how to handle difficult situations and learnt to master my fear and learnt to plan around it, it got better, better and better.*

**Respondent 3:** *I believe it gets better, depending on that I avoid pretty much everything that has to do with fragrances. I am better off now. We had to move away from the community and out in the country side, in haste, since then I have felt a lot better. I have learnt to check and test things that might trigger me. There are so many more products, now, there is scent in everything. I have been sent magazines which disturbed me greatly, they had fragranced the pages in the magazines.*

**Respondent 4:** *I don't have a good answer to that. It is probably depending a lot on what balance the body is in. If you have an infection coming, you are obviously more sensitive, if you are in good shape, you may have a higher tolerance level. It is hard to know when you are so used to living with yourself and all your weird symptoms. The development of scented products; it is out of control. So much worse, I must say. I am one of those who have shut out the rest of the world to a large extent, but during the last couple of years when I tried to take part in life in a more normal way, I really experienced it to be more and more. Even the premises, not only people, in general. Just take those spraying things in the bathroom!*

**Respondent 5:** *No, it doesn't get any better. I think it is about the same regarding products, but you probably understand why you react more to things when they are scented, since you react differently in comparison to not having any problems. In general I think it is the same, with the products, as of today, but I react more to them, than before.*

**Respondent 6:** *I am on sick leave, and have been for more than one and a half years. So, now that I have been home for a longer period of time, little things have gotten better as I am not exposed. It is probably an occupational injury that has developed among printers and copy machines. And now when I have kept away from these substances, I see a slight recovery. I have to be careful around printing ink and paper and use a mask. With regard to products and places: I find that it is relatively little in the air, but reckon that there are so many more fragranced products, and come across them more and more. Male fragrances have come more the last couple of years, with everything from after-shave, perfumes and deodorants.*

**Respondent 7:** *No, not yet. Better, in the aspect that you learn how to find the nuances in this type of devilment. New things are constantly added. I believe one can learn to live with it, but it is hard. And it is always better to know, even if my diagnosis is not established, it is plausible. In regard to products and places: I do not react as strongly to places, I have time*

to leave in another way. It is more evident with a marker in premises where I feel the discomfort, when I am so unprepared. When I go into a store I think to myself that it has to be quick. I have to have a mask, and I get passed it, so it is ok. It is the way of thinking that is different, for instance when it comes to buy bread or something.

**Respondent 8:** *I think it gets worse. It is probably a combination of constant triggering and that the body gets more symptoms because it constantly gets triggered.*

### ***Respondents answers to Question 5***

**Question number five was: “What kind of smells triggers your reactions?”** This question was connected to the one following, which was if they reacted more to ‘chemical’ (chemically manufactured) smells or others as well, in high concentration, such as food, flowers, garbage.

**Respondent 1:** *What I react to is primarily scented products, perfumes, everything that smells too strong. Wunderbaums, scented candles such things. All types of smoke, cold air and exertion. Cold air and exertion make me react in the same way. I am allergic to mould, so I also react when the weather is moist outside, earthy smells. Pollution, exhaust fumes. This time of year it is hard with all the flowers, bushes and trees that smell, I react to that too, lilacs for instance. I haven’t experiences any reactions to food that have a strong smell, in that case more the unpleasant smell of cooking, not the food in it self, but spices, perhaps.*

**Respondent 2:** *Primarily chemical fragrances, chemicals. I react a little to lilies of the valley and hyacinths, but that, I can handle. Relly really strong scents, like hyacinths.*

**Respondent 3:** *All perfumes, scents of flowers, smoke, cigarette smoke, diesel fumes, chimney smoke. When my husband has been shopping, the groceries smell. Printer’s ink, cold air and exersion. It is a mix. It is enough with a very small dosis of these kinds of smells.*

**Respondent 4:** *I believe that it is mostly those synthetically produced, yes. I am pretty much an allergic, so as a child I reacted a lot to flowers, pollen, traditional triggers. But through my alternative doctors, as I cannot consult doctors as regular people, since I cannot visit hospitals and clinics due to the smells, I can say that the allergies have gotten much better. I still do not like lilacs, but can pass by them. It happens that a cough a bit but I so not feel that I have a problem with it.*

**Respondent 5:** *I cannot stand anything that emits a chemical gas or smell that is unnatural. There are of course natural scents too, but those I can take. I do not react to animals and nature.*

**Respondent 6:** *Above all, I cannot tolerate resin substances, forest scents and citrus fragrances. Resin is often used as a structural component in perfumes, and is a regular component, a bit like the glue to hold it together. I react to organic smells as well, resin, pine-needles, citrus, and newly polished shoes.*

**Respondent 7:** *Solvents in perfumes. And they differ, different reactions to different perfumes. It is very hard to specify. Sometimes I can tolerate a perfume, but after shave is the worst, and men's perfumes. Not flowers in general, only once at a funeral with heaps of lilies. Lilies of the valley and other flowers outside are fine, but I don't put them inside in a vase. Essences of fragrances from health stores are ok too, they are based on oil. I have small bottle of lavender oil in my purse, and whenever I encounter a smell I cannot tolerate I put it in my hands and sniff it.*

**Respondent 8:** *I react to scented products and paint thinner, a rather new discovery. Chemically produced fragrances, because it is rarely natural scents in them. I never get sick from natural smells. I can experience them unpleasant and that there is too much, but I never get sick from them. Out of biological smells I only react to 'goliat museron', a mushroom that has become popular lately. The Japanese use it as an aphrodisiac and delicacy. It has an aromatic smell, that is the only natural smell and provisions I cannot tolerate. I can experience the smell, but I cough when I eat it, so it contains some substance that I am sensitive to.*

### ***Respondents answers to Question 6***

**The sixth question was "Do you react to any specific 'chemical' components?"**

**Respondent 1:** *I really don't know what I react to, I just that some are more difficult. It's a jungle, all these smells.*

**Respondent 2:** *I get triggered by very little, foremost formaldehyde. In liquid form formalin, the same thing as far as I know. It is a component in perfume and shampoo and possibly in other things.*

**Respondent 3:** *Well, there has to be but I don't know what exactly which ones, I don't know all the components in perfumes for instance. It never says what they contain, it is a business secret.*

**Respondent 4:** *Musk! That is awful! Other than that I don't know, they can contain 400 different substances, and you don't know exactly what.*

**Respondent 5:** *No, I cannot answer that except that I react to things that are definitely perfumed.*

**Respondent 6:** *Well, it is resin, colophonium and hospital scents, oxidized smells, concentrated fragrances, and smells that make the air seem dusty.*

**Respondent 7:** *No, unfortunately not. It is such a secretive industry so it is hard to get at that. Some sun tan lotions are horrible with regard to the perfumes they contain. They emit a chemical smell, sometimes even hard to detect. If I don't manage to detect it I just go home feeling sick, not knowing the cause.*

**Respondent 8:** *No, nothing other than paint thinner. But one doesn't know what perfumes contain. So no, I don't. All I know is that it is chemically produces products, perfumes and scented products.*

### ***Respondents answers to Question 7***

**The next question regarded if some places are more difficult than others and if so, what places do they avoid if they avoid, due to too many smells?**

**Respondent 1:** *When I leave my house it is straining with exhaust fumes, neighbours, fires, smoke, and barbeques during the summertime. So, then I have to avoid going out. It is hard in places where you have to be and go, for instance, the workplace, to make people understand and respect it enough to stop using scented products, and perfumes. The store, because sometimes you need to go and get groceries. We, who are really sensitive, react to detergents, fabric softeners, everything. Environments that I absolutely avoid are restaurants, busses and trains, social events and places where I know people do not respect it. It is hard.*

**Respondent 2:** *Where there are a lot of people or cars. IKEA since they started with scented candles. They are placed in such a way that it is impossible to reach the cash register without walking through them. Restaurants, cinema, to go dancing is so much fun, but I can't, everywhere where there is a lot of people. Cities during wintertime when people drive with studded tires, I guess things whirl up.*

**Respondent 3:** *I don't visit any such places, but definitely public medical service; they should really get their act together. Where I live there is a proposition to prohibit perfumes*

*with in public medical service, both among the staff, patients and visitors. We will see what happens. I avoid everything else. I don't go to the store, my husband does that.*

**Respondent 4:** *Easy answer, all. I cannot remember the last time I was in a store. And to go out, or something like that, I haven't done that in an even longer time. So, all places regardless from my home. It is insane, but now that you ask the question, it's pretty much it. So, I avoid things and have done so for years!*

**Respondent 5:** *Cities, when they are invaded with people; that makes an impact. Exhaust fumes. Places where there are too much people. I prefer to avoid cities on difficult days. Regarding restaurants, and cinemas: You have to change (??what?) in order to avoid (what?) as much as possible of course. You learn how to walk through the store to be ok.*

**Respondent 6:** *I cannot tolerate candles, especially tea lights; I react a lot to those. Grocery stores. The store near us has started to use scents, so I cannot go there anymore. If I do go, I feel very poorly after. Often, they have scented products near the foods, so then they absorb the scents as well. The perfume store is better than the grocery store, since the products they sell are more similar, the store has so many different scents, fabric softeners, scented candles, detergents, and perfumes, above that they add smells so to give the impression of freshly beaked bread. Grocery stores have become a problem for many of us. I avoid restaurants, the grocery store, public places, and I cannot go to the theater.*

**Respondent 7:** *Stores and malls with entrances with perfumes. You just don't go into those stores. The nearest mall where I live, to go there in the afternoon is impossible. I have to go early in the mornings when the air is still somewhat fresh. Changing rooms, I try to go between 3-5 pm when it is practically empty. I try not to avoid things, but to be creative with it, to go during certain times when I know it will be better. I avoid cinemas, but it happens that I go to restaurants. Once my whole group left with me because I couldn't tolerate it anymore. I go to the theater; there I sit on the second row, by the wall, where the air is better. I always buy tickets there.*

**Respondent 8:** *Where there are a lot of people. Busses, libraries, shops, streets, sidewalks, especially now during summer when people wear less clothes. I avoid many places, which many people, public transportation. Concerts. Things I don't have to do, to survive. Enjoyment. I avoid restaurants.*



## ***Respondents answers to Question 8***

**How do you adjust, prepare yourself when you know you have to do something where you will be exposed to smells?**

**Respondent 1:** *If there is something that gives you great discomfort, you notice pretty fast after entering, and then you try to hold your breath, pass by it as quickly as possible. Or if it is really bad, go out without getting what you came for, or you just do it really fast, if possible. Mostly you just have to avoid things, because there are no medicines as of yet. Or use a mask, but it is hard to get used to.*

**Respondent 2:** *I try to adjust by letting people know in advance, and I try to stay quarantined before, to be in a good state, or I avoid to do things. Often it doesn't help. I don't use a mask as I feel it comes through my eyes as well. The mucous membranes get affected.*

**Respondent 3:** *I have a mask with a carbon filter, which I use, for instance when I get the mail, and I risk being exposed to exhaust fumes.*

**Respondent 4:** *Hold my breath or put a scarf for my mouth. Use a mask if there is really a crisis. I don't like it but it happens that I have to, for instance in the laundry room at home. I change sidewalks. One way or another I get away, as soon as possible.*

**Respondent 5:** *For instance cinemas and things, well, I cannot go there. I am not that sensitive. But I definitely don't want to be exposed. I have a mask through which I inhale a dentist spray, (??bedövning?) it takes about 20 minutes, and then it lasts for about 40 minutes, so that is not so much. But, then I cannot eat or drink during one and a half hour.*

**Respondent 6:** *I have a mask; I always have it with me, hanging around my neck. But most important is that I get away. I try to run pass or avoid things where I know that I will be exposed, because that doesn't work.*

**Respondent 7:** *I always carry a mask. I take a chance on most things, but I always have it with me, just in case. Then, if I find myself in difficult situations, I just take it out and breathe through it for a couple of minutes, and then I put it away. But I don't like to wear it because of the attention it draws. But sometimes I have to.*

**Respondent 8:** *I plan very carefully. I move quickly. I walk pass areas where it smells. Enter through another entrance, if possible. I bring a scarf, and hold it for my mouth if I feel that 'this doesn't work'. I exhale, but do not inhale.*

## ***Respondents answers to Question 9***

**Question 9** aimed at determining what a greater use of scent marketed places and products mean to them.

**Respondent 1:** *As of today, we don't really know what it is scented, that is horrible. You notice already that they use scent to entice people to buy things; I find it horrible, since I have problems with it. That what is natural isn't allowed to stay natural. To have a natural smell of the products ought to be better. I don't think it is good for anyone, especially not me, who get sick from it. I oppose very strongly to that it is even considered.*

**Respondent 2:** *It would imply, for us that, if we cannot plan around it, we will be completely locked out from places of work, but also from the public room, like libraries, stores etc.*

**Respondent 3:** *Well, then I would be even more blocked out that what I already am. I can't go anywhere.*

**Respondent 4:** *Oh, my, they would isolate me even more. What I do now is pretty much going to the hospital pool, so that even I can get some sort of physical training. But it would also mean that all the people I want to meet have been exposed to even more fragrances which stick to them, and they would carry that junk with themselves when going over to meet me, in my home. So, it would isolate me even more, and put an even higher demand on the people I would like to spend time with.*

**Respondent 5:** *Yes, it would be even worse, of course. Because you are not even free from it at the hospital, where there are both people and personnel, unfortunately.*

**Respondent 6:** *Yes, then I would be even more isolated. And I am, already. Pretty much house arrest, that is what one expects. At some places where they have other demands, to take into consideration, are they fragrance-free as well, but it is normally a bit worse in the public medical care.*

**Respondent 7:** *Well, that is not fun. It is horrible. But that's the way it is getting according to the papers. Children's perfumes and stuff... It is repulsive, what a society, and at the same time there is talk of the environment. It fits very badly. It seems like a desperate act, to do these things; it is like the 18th century, when you applied powder not to smell the real odours. Chaotic and depressing that you are not supposed to be natural.*

**Respondent 8:** *Even more limitations. If the stores start to smell more from scented products, I am not able to shop anywhere. I have difficulties shopping for clothes, as it is, because they are fragranced. So, then I would have to have someone shop for me.*

## ***Respondents answers to Question 10***

**Should some places be completely free from perfumes? What do you think?**

**Respondent 1:** *Absolutely! Public medical care, waiting rooms, public authorities. Federal- and public authorities, to me it is self evident, really. Public places, that is desirable, but definitely difficult, but it is all about the accessibility for us with this type of problems, since it is so concealed. These issues have to be lifted, and decisions have to be taken, in order for something to happen. To make a decision, to forbid scents in public medical care, for instance. To reach the public. Even for me, who know of this condition and the problems, I find it almost unreasonable to demand fragrance-free environments in full, but it could be possible to limit the worst things, like the smell of perfumes and pure perfumes. And of course, there are others, with other problems.*

**Respondent 2:** *Yes, absolutely. There is a lack of legislation. I find that it should be the same as smoking, where chemicals come out in the air, as well. The same law should be applicable. Of course, in the public room, where all people should be able to be. This also includes not puffing out chemicals at schools, work places and hospitals.*

**Respondent 3:** *Yes, I actually do. Places like public buildings, medical care and dentists and such places. Things that are public should be fragrance-free. It also occurs that dentist- and medical receptions are situated in malls.*

**Respondent 4:** *Yes, since I cannot even seek public medical care. That makes me a bit hateful. I had to go when I got borrelia and it was such a hassle before that was sorted out. It would also be oh, so nice to be able take advantage of public places. I would just love to be able to go to the library. I can accept that this will not include the cinema, because people like to be dressed up for that, but I would like to be able to go to public places, and seek medical- and dentist care and on occasion visit places like libraries. Then, you are not aiming very high. I would also like the political plan for disabled people to be applied to functional disorders that are not visible, so that even ours became validated. Schools and pharmacies.*

**Respondent 5:** *Yes, of course. Definitely hospitals. The problem with scents and perfumes is for instance that, when you walk into a hospital or clinic, where it says that you are not allowed to wear perfume, and you ask someone: "What is perfume?" Most people answer that perfume is what you spray on your body. People are unaware of the meaning, washing*

*their clothes in perfumed laundry detergents, showering with scented shower gels, because they don't feel it. There is a piece of information that doesn't reach people today.*

**Respondent 6:** *Yes, I do. Public medical care, pharmacies, public places, grocery stores and other business chains. Even us that are sensitive to smells and chemicals need to get clothes, etc.*

**Respondent 7:** *Yes, absolutely! Hospitals, public places, theaters. Although I don't believe it... This respondent has wished to add via e-mail: All places that today are smokeless zones.*

**Respondent 8:** *Well, scent marketing should not exist anywhere, according to me. And perfumes should be limited to areas with fragrances products. And increase the ventilation. To me, they can still have them in the stores, but in a corner with increased ventilation.*

### ***Respondents answers to Question 11***

**Do you have any tangible suggestions for (scent) marketers and sales people how they can improve the environment for you?**

**Respondent 1:** *Mark that the place is scent marketed or fragranced! Almost even outside the door, so that we can avoid it. And if it is clothes or products. Perhaps even with what scent or product the place is fragranced, so that there is a choice before entering. That would be desirable. It is worse when you come in and react to something than if you are prepared. I know about some stores, but it is surprising that food aromas are added. How you scent and with what substances - clarity. I don't think that it is good for anyone. For products as well? More specification. The ones conducting research of us will perhaps find out what substances we react to and that would be great. Of course it is desirable. Perhaps that they don't have so many scented candles or that the personnel don't have as much perfume.*

**Respondent 2:** *I find that there should be legislation, saying that when you use scent marketing or fragrance something, or add chemicals, you have to have signs where it says so.*

*So that one can see. In the same way you can see that a person smokes. There should be a sign: "Here, we fragrance with chemical chocolate smell". This type of marketing should not be hidden. I even find that it should be forbidden. Motsägelsefullt? One should not increase the use of chemicals, one ought to decrease it. There should be fragrance-free*

zones. Everyone should be able to stay in the public room, and those should be a fragrance-free zone.

*Libraries should be fragrance-free as it is a public room, but one could say that for instance at concerts, the first row could be reserved for unperfumed people. So that you don't have to sit next to someone wearing perfume.*

**Respondent 3:** *I find that they should stop to market with fragrances in ventilation systems, in department stores. Also with regard to small children, who cannot defend themselves. They are exposed to it and it can last a long time before anyone understands what it is all about. If you think that it is asthma and get a whole lot of medicines against it, that doesn't help. I have inhaled, thinking it was asthma, enormous quantities. Also, that they do not use cleaning detergents with perfumes. Yes, the unscented products should be placed far away from the other products. And that they avoid placing flowers and strongly fragranced products right by the entrance. Isolate perfumed products, so that they do not spread their scent to unfragranced ones, gladly so that it is possible to go in and buy fragrance-free products and then directly to the cash register. That would be great!*

**Respondent 4:** *Information and knowledge is key. I am just wondering, because I am in no way unique, just a bit more sensitive than most others. What components do they make us inhale? What products do expose our children to? I don't think one can reach the marketers, because it is all about the money. So then chemical inspections and so on, that they find a substance that fall under the forbidden substances in the EU. There is so much money in this industry and that goes above health. It should be much more open. No secrecy. Coop has started to divide scented products and unscented ones, which is good. But it also important during transportation, so that things do not get mixed. Once I got paper towels that were scented simply by standing close to perfumed products. It is hard for someone with this type of sensitivity to go through a store and looking for unscented products among all the scented ones. Do not put unperfumed laundry detergent next to one with perfume. The unscented things should be placed near the entrance, because sometimes you need to get out fast.*

**Respondent 5:** *Yes, primarily to organize stores. So that unscented things are placed together, so that it is possible to walk through without problems. I can hold my breath for a while and walk passed it, but many times the scented products are placed by the cash registers, which means that there are many stores which one cannot walk into, because you risk being exposed during too much time. The dream is of course that people are allowed to smell like people, clean and fresh, but without perfumed products. Or, if at all, natural for*

*the people who can handle it, but some people have problems with that too. A lower dose of perfume would only decrease the distance, but only at a minimum, like 3 meter instead of 5.*

**Respondent 6:** *Sorting. In most cases, the unscented products are at the end of the store, so that it cannot be avoided to walk passed the others. Some stores are better than others. Coop and Willys are better than ICA.*

**Respondent 7:** *Unfortunately that they terminate the business.?? There is no short cut. It is hard. I wrote to Gotzl about how it works, added some information of our network and I haven't received an answer. Coop has started, they are going to put all unscented products and put in one place and that is very positive. Ventilation, for stores too. To move the products is also good.*

**Respondent 8:** *That all unscented products, like laundry detergents and hygiene products and other unfragranced goods, are put in one place, close to the entrances. Easy accessible, close to entrances and cash registers so that you don't have to expose yourself to the rest of the store or other people. The most important thing for me is to put the perfumed products somewhere else, with good ventilation, so that I don't have to be exposed.*

### ***Respondents answers to Question 12***

**The twelfth question was if the respondents wished for additional fragrance-free products. And in that case what?**

**Respondent 1:** *Yes, well, absolutely more... it is astonishing what you get by with, Yes for instance, for windows, showers, you get by with few products. It wouldn't be wrong if there were more... We tip off each other through the network, we who have the condition. There are some producers, like "Änglamark".*

**Respondent 2:** *No, not really. I get by, but the accessibility. It is really hard to have to search, and when there are strong chemicals close by in the store. Toothpaste? I have received recommendations from my dentist. But you need to put a lot of time into finding some products.*

**Respondent 3:** *Yes, I guess that is always good! Sure! I would like everything from head to toe when it comes to hygiene products, and house cleaning as well. And to be able to trust it. Sometimes for instance with laundry detergent, it says it doesn't contain perfume, and maybe it doesn't, but it has been through the same lines of manufacturing, as the fragranced products. It is also very important how they are displayed in the stores.*

**Respondent 4:** *Yes, all the way! I have everything from foot care to hair care and it is unscented, the whole shebang. What I could imagine is ... make-up. I don't understand why it has to smell so much, mascara, lipstick, lotions. There is no reason why, but it does, mostly. But I don't use that much and I have washing powder. But, I think that it is upcoming, except at the pharmacy, it seems, which is a bit weird. A well assorted internet store with the entire range, all products, not only the basic goods, well displayed, to enable participation of the whole supply, like an ordinary grocery store. Everyday things, both to use and to eat.*

**Respondent 5:** *Yes, from a competitive angle it would be good if there were more, of course. But, what you do is just to try to find products so that you get by with pretty well. The next problem that you have to ask the staff when looking for a product in the store and then they will go over their range of products, because 99% of all products are scented. That is time consuming for the personnel and in also, you want to be able to look and choose for yourself and not have someone else do it. If you want to get this type of products you have to go to the pharmacy. That is where you get all such things.*

**Respondent 6:** *Primarily that the products are more accessible. Sometimes they are hard to find. There is no commercial for this kind of products, either. And a bigger selection.*

**Respondent 7:** *Yes, I do. But with fragrance-free I mean that they should be chemical-free as well. More towards health food stores. Because it is also about chemicals. There are hair conditioners that have ten components, but are still not good just because there is no perfume in it. So, I still feel insecure. Shampoos, conditioners and lotions. Now, I only use pure oils. Then, I add the scent I want to them. I don't use any lotions, so that I would wish for.*

**Respondent 8:** *Of course. Yes, more hygiene products. Things like ... soaps, shampoos, above all conditioners; the range of that type of products is very limited. Since it is so limited it is often more expensive. Laundry detergents, fabric softeners... clothes. It is very important with unfragranced clothes. Cars are also scented, it is common. I don't think that one should perfume products at all, but I understand that one cannot reach that market. Everyday products, that all people are supposed to be able to use, for instance clothes, they shouldn't be scented.*

### ***Respondents answers to Question 13***

**Places and products that are unscented usually smell something anyways; do you react to these smells as well?**

**Respondent 1:** *If it is a very evident smell and I feel it, of course I can react to it, like furniture and fabrics, or if a house smells in a musty way, then I could react.*

**Respondent 2:** *Yes, it can make me feel poorly, sometimes, or from the strong chemicals used in packaging, like colours or so. The original smells? Sure, it happens, especially if it is new. Shoes, for example, they must air out.*

**Respondent 3:** *Yes, I have had to fight for this matter, so to speak. For example, I use a washing-up liquid, when you do it by hand, which is said to be fragrance-free, where the Asthma and Allergy association has put their label, and it is not! There is a very strong scent to it. I have told them this. But some products work better, I have found a laundry detergent which is good, and a brand of deodorant, which does not smell at all.*

**Respondent 4:** *Yes, well, even if the location is unscented, that is not enough. It can be enough that a person wearing perfume passes by, even outside. And with products? There is no guarantee, none at all, that is why I believe that it is all about chemicals. It doesn't have to be smells that you react to, you can react to things regardless, and then it is about a substance. I usually say that I am sensitive to smells- and chemicals, because I believe that it is the chemicals in the smells that make us react.*

**Respondent 5:** *Yes, it happens, sometimes. It has to do with earlier effects before, usually, when it gets colder and the air gets rawer and it gets colder outside.*

**Respondent 6:** *I can handle a lot of flower scents. I can pass by some smells without problems. Lilies of the valley I can pass without problems. Unpleasant smells of regular cooking as well. But, with other more chemical smells it becomes very dramatic.*

**Respondent 7:** *Yes, like that self tanning lotion. That was some sort of chemistry, instead, even though it did not smell. It emitted something... it was not a pleasant smell, but all suntan lotions emits some kind of dry chemical, that makes you cough. You don't have to smell it, but begin to cough because there is something in it. I cannot possibly have reacted to the smell. I can walk into a summer cottage and say "this place has been sprayed with pesticide" and my husband asks: How do you know? How can you know? That is my specialty, so to speak.*

**Respondent 8:** *Hair products that are unfragranced contain concealing aromas, not named perfumes, and I react to those. Cleaning detergents in premises. Old odours in furniture, furniture with fabrics, where people have been sitting, I react to such things.*



### ***Respondents answers to Question 14***

Many people react negatively to the typical smells associated to hospitals and dentist's offices. In research it has been found that some people react positively when that scent is exchanged to another (orange), which made the patients feel calmer (Goldkuhl & Styvén, 2007). The respondents were asked their thoughts and comments on this.

**Respondent 1:** *Yes, I think that it should be natural, of course. When something is made artificially, I think that is wrong. I get scared when I hear such things, there is too much pollution already, so why should there be more... And for me, who has this condition, and get sick because of chemicals.*

**Respondent 2:** *I think it would be better to work with the fear. This is a way to camouflage fear. I think you should work with it instead, which can easily and inexpensively be done through cognitive therapy. ?? Verkligen inte så lätt (tar tid) och tämligen dyrt för den enskilde, eftersom denna typ av vård sällan subventioneras av samhället. It is very efficient against fear. It is better than increasing the use of chemicals.*

**Respondent 3:** *I definitely don't want that! No, because, it is possible that you react to the smell even worse, you don't know that. For the environment too.*

**Respondent 4:** *I think those people should work on themselves.*

**Respondent 5:** *No, that would be a disaster! That just cannot happen.*

**Respondent 6:** *Well, citrus is a horrible smell in this sense. All chemical fragrances... these 30% who experience problems, I think we would simply have to leave instead. To conceal one chemical scent with another is probably very wrong.*

**Respondent 7:** *Well, I haven't participated in any similar testing, but that is sort of what I do myself in my purse, with my oil, that I can accept. So depending what it is based on? Well, yes, but I am very hesitant, very hesitant. I don't want to contribute to anything like that; I would rather that everything was taken away. It doesn't work. There is always someone reacting in a strange way. Because they will not only add the smell of orange, but other chemical components as well, that someone else reacts to, so I don't want to have any of that.*

**Respondent 8:** *I don't know... Since I react to concealing substances, it is possible I would react to that too. I don't have that negative associations to medical care. So, I don't know.*

### ***Respondents answers to Question 15***

Hospitals and Dentist's offices normally have a chemical scent to them; do you react to this as well? What kind of scent is preferred?

**Respondent 1:** *No, I really don't. Maybe it's because you always know it smells like that in those places... but sure, if it is very obvious, so that it is too strong, one can react to that in itself.*

**Respondent 2:** *It happens that I do...but not so that I get sick. When I have been to hospitals and become sick from it, it is normally from when the doctor or nurse has leant over me. That type of chemical smell is better? Yes.*

**Respondent 3:** *It happens that I do... But I have had the same dentist for years. I ask sometimes if she has something new, and then she walks by me quickly. The sterile smells are preferable? Yes, exactly.*

**Respondent 4:** *No, it has been alright. So, that type of chemical smell is preferable? Yes, definitely.*

**Respondent 5:** *No, I don't. But it does happen that you get a bit...when you come close to the opening, and they just cleaned the floors. It is so, unfortunately, that there are some components in the detergents, that make them smell a little. Perhaps they bought them by mistake or something like that. That kind of smell is still preferable? Yes, yes, exactly*

**Respondent 6:** *Yes, very strongly. I react at the hospital. It depends for instance that they put alcohol on their hands and my entire body trembles when I walk by. The chemical substances make it problematic. They don't smell, but I react even so. It doesn't just have to do with smell, but that it is there. With an added scent above that, I would probably hit the roof or something. Once at a reception, that was scented, they had to take me out to the balcony, so that we could talk. They said they didn't have any perfumes, but it was fabric softeners, above all. So I don't think it would be positive with another scent. Free from scents, that will be great.*

**Respondent 7:** *No, not yet. But I can well imagine that people that are sensitive react to it. Some chemical component, if there are such in hand wash, for instance. You have those at hospitals, and it could be that there is a component in that.*

**Respondent 8:** *No, I don't.*

### ***Respondents answers to Question 16***

**Thoughts and feelings when scent is used to enhance experiences (e.g museums and cinemas)?**

**Respondent 1:** *No, I don't like that at all. Because of my condition. If I didn't I don't know how I would react. You get another attitude... I don't like it. The question is if it is good for*

anyone, to take it even further. What will happen in the future? What do we do with it? We don't know. It has to go someplace.

**Respondent 2:** *Well, I think that this is to increase the use of chemical in the western world. I don't think it is a good idea. Not only for us, who have to inhale it, but for the environment, seas and trees, as well. There are climate changes already, we shouldn't add on to it. I don't think that should be allowed, at all, but one possibility could be to at least write it. So that you know in advance.. One must inform, that here we will use this chemical during 3 minutes, or this and this will happen during 3 minutes with artificial scent. So that I know, and can avoid it. Or tell people that about 30 % of the population actually dislikes this. I don't think that it should be hidden. What happens with us, who get sick, is that we don't understand why we get sick. If it is explained that fragrances are used, then we know. Otherwise I cannot explain to my surrounding why I get sick. It is a very hidden problem Today, many people talk about us, me and my problems, as something imagined and that makes it harder for us to explain. Also, I want to know so that I don't expose my child to this. Workplaces are another issue. What about the people who have to work in these places, day in and day out...*

**Respondent 3:** *No, you are not allowed to do that. You should be able to trust what you see. Not add on extra things above what you see, I think.*

**Respondent 4:** *I don't like that either. It cannot be wrong to let clean be clean and neutral, without adding a lot of additives.*

**Respondent 5:** *Yes, if it is natural, to me that would be ok. But, if it is chemically manufactured, that is a bit insane. It is the same with modern cars, where cartridges are put into the system, with different scents. That's also disastrous, to do that.*

**Respondent 6:** *Well, I haven't been to the cinema in such a long time, but I don't think it would work out. Yes, I probably would get sick. If I don't know what it is, I cannot trust that environment. Maybe you won't sense it enough to pin point it, but, so that one cannot stay there.*

**Respondent 7:** *No, it's horrible, horrible. You need to put up a ten for that, minus ten(-10)!*

**Respondent 8:** *A bit of panic.*

### ***Respondents answers to Question 17***

**A few respondents were also asked how their attitude towards smells and perfumes has changed.**

**Respondent 6:** *It crept up on me. It is just so, you have to avoid smells and perfumes. If it is reasonable, then.. It is probably an occupational injury, a whole lot of particles have caused this. The problem has increased gradually. Naturally, you should be careful, but it is there all the time, you can't hold your breath all the time. For instance with deodorants, it can be ok from a bit of a distance, but it is very, very hard when you are hyper sensitive to it, like many people are. You don't have to have experienced it before, but when you react with shaking and spasms, that is not positive. I try different surroundings, because I have a need for a social life, and sometimes it is ok, others not. But I choose carefully.*

**Respondent 7:** *Yes, of course it has changed. I used to like perfumes. Up to a few years ago, but now I cannot use them anymore. So there is a great change. But I still feel like a scent-person when I offer myself a lavender scent. I think I am a good way along the road. You like to have a fragrance that you find pleasant? Of course, I do. I am a scent person, so I probably made an effort to do that. To live with it.*

**Respondent 8:** *Yes, I used to find some smells nice, but I can't anymore. Even if I understand that a smell is a so called "pleasant" fragrance, I cannot sense that it smells nice anymore. I find it smells detestable and use nothing of that. I try to encourage people to use as little as possible, because I believe that this is something that will...spread. I think we will have these problems, all of us, in due time. Do you miss scented products? No, I don't miss it. Would you like to have some if they were manufactures in another way? No, I don't find it necessary.*

## Appendix 2

---

Appendix 2 contains the full transcribed versions of the conducted telephone interviews in original language.

---

### Respondent 1

**Vi börjar lite så smått här... Eftersom att du är den första jag intervjuar, så du får gärna säga till mig om du har åsikter angående frågor, om de borde vara mer utförliga eller om du tycker att någon fråga är olämplig, så får du säga till. *Jajamen, det skall jag göra.***

**Har du alltid varit doftöverkänslig? *Egentligen i tonåren kände jag första gången. Ok, ja. Det var väl egentligen då, med idrott och socialt, när vi skulle på fest och sånt där. Tonåren.***

**Hur reagerade du då? Hur märkte du det? *Det var svårt att vara i det rummet där tjejerna sprejade på sig, och sådär så jag fick gå undan. Ja. Men då sa jag inte till så mycket så, utan jag gick undan och höll mig för mig själv. Ok.***

**Vilka typer av reaktioner? Hostade du? Svårt att andas? Jag antecknar lite under tiden, för säkerhets skull. Man vet ju aldrig om de tekniska apparaterna slutar att fungera... *Nä, precis.***

**Har du fått SHR som diagnos? *Mmm, Ja, det fick jag i våras. Ja, Ok.***

**Värre eller bättre med ålder? *Jag känner att det har blivit värre med åldern. Nånstans på mitten då så har det hållit sig sedan I tonåren, att man har känt att man har haft lite besvär. Men sedan har det ökat på successivt. När jag slutade röka för 10-15 år sedan...fick jag fruktansvärd hosta, förkylning och det blev jättejobbigt. Då tycker jag att det startade upp i en större omfattning. Ok. Och så för några år sedan fick jag helt enkelt söka för det.***

**Vilken slags dofter reagerar du på? *Det jag reagerar på är framförallt parfymerade produkter, parfymen egentligen, allt som luktar för starkt, luktgranar, du vet allt sånt... doftljus. All sorts rök, vedrök, kall luft, ansträngning...***

**Då reagerar du på lägre doser eller? *Nej, just att andas in kall luft kan ge precis samma symptom egentligen som när man är doftöverkänslig. Ansträngningen i sig självt gör att man kortandas. Precis som när man inte vill andas in dofter som man inte tål. Kyla och ansträngning fungerar på precis samma sätt. Vi andas ju lite kort då, vi som har SHR, ingen djupandning.***

**Reagerar du endast på mer 'kemiska' dofter (kemiskt framställda) eller även andra sorters dofter i för hög koncentration, såsom mat, blommor, sopor?**

*Ja, jag är ju mögelallergiker, så jag kan ju även känna när det är fuktigt väder och jag går ut, och så här och så reagerar jag även på det. Typ jordluft, det kan jag reagera på också. Sen är det luftföroreningar, och även avgaser, när jag går ut, efter bilar. Just nu är det ju*

*jättejobbigt med alla blommor, buskar och träd som luktar så det reagerar jag också på, som syrener och liknande.*

**Ja, ok, för då är det ju ändå lite mer dofter som förekommer biologiskt. Starkt doftande mat är inget problem, eller? Nej...det har inte jag upplevt. Däremot mer matos, och så här, inte maten i sig. Sen kan man ju reagera på starka kryddor och sånt. Aha, ok.**

**Finns det några speciella kemiska komponenter i dofter som du reagerar mer på än andra?**

*Jag vet faktiskt inte det, Karin, vad jag egentligen reagerar på. Nä, man känner bara att vissa är mer...Det är en djungel med alla dessa dofter.*

**Ja, för, om vissa komponenter kunde fastställas, så kanske de kunde undvikas i framställningen.**

*Ja, precis. Nä, men det vet jag faktiskt inte. Det finns vissa dofter så, t.ex. Karl Lagerfeldt och några sådana där som man vet att dom tål jag absolut inte, men vilka ämnena är? ... Nej, jag vet faktiskt inte det.*

**Är några specifika dofter/platser är extra jobbiga? Ja... när jag går utanför min dörr hemifrån så är det ju jobbigt med avgaser, grannar, och vedeldning, rök och grill och så nu sommartid, ja då får man ju akta sig för att gå ut. Det som är svårt är ju arbetsplatsen, för folk att respektera att sluta använda parfymade produkter och parfym... För där måste man ju vara. Samma i affären, man behöver ju faktiskt gå till affären för att handla ibland. Där kan jag ju heller inte välja, hur miljön är så att säga. Kanske be om att de inte har så mycket doftljus eller att personalen kanske inte har så mycket parfym. Det är också en tuff miljö.**

**Ren och skär parfym är ju en sak, men väldigt många produkter innehåller ju parfym, fastän att man inte tänker på det... Vi som är riktigt känsliga reagerar ju även på sköljmedel, tvättmedel, allting. Och fastän att man byter och använder oparfymerat, så sitter det rester kvar i maskinen. Även när någon kommer på besök sitter sköljmedels rester kvar i tyger och möbler. Så, visst det är jättejobbigt...**

**Undviker du vissa platser redan i nuläget pga. för hög doftkoncentration, vilka?**

*Miljöer som jag absolute inte går till är restauranger, tåg och buss och sånt där det är ju sånt där man inte kan kliva av heller. Eller sociala sammanhang...och plaster där man vet att folk inte respekterar... efter vissa erfarenheter väljer man ju sedan bort de personerna. Så det är tufft...*

**Hur anpassar du dig när du måste göra något som innebär att du utsätter dig för dofter?**

*Då, när man kommer in känner, så man ju ganska tidigt om det är något man får jätteobehag av, och försöker man ju hålla andan och passera så snabbt som möjligt. Antingen får man gå ut om det är så illa och inte handla, eller också göra sitt ärende väldigt snabbt. Om det går. Det handlar ju mycket om att bara undvika eftersom att det inte finns några mediciner, så det får gå fort eller så vänder man om utan att ha gjort sitt ärende. Sedan har man ju en mask som man kan använda. Men sen är jag lite dålig på att använda den, för jag har precis börjat med den så jag får vänja mig vid den och hur jag ser ut när jag har på mig den. Det är lite tufft. **Händer den att många frågar? Nu har jag ju utsatt mina nära och anhöriga och det är***

*klart att dom frågar, men inte ute... möjligtvis barn, dom som är väldigt spontana. Då säger man vad det är och sedan räcker det.*

**Vad skulle ett större utbredande av doftmarknadsförda plaster och produkter innebära för dig?**

*Det skulle hjälpa en jättemycket...så att man kan undvika dem mer. ? Missförstånd! Jaha, du menar... att de borde markeras?*

*Ja, just det! Ja, alltså får man inte reda på att det är doftsatt... det är förfärligt! Man känner ju redan nu...att de doftsätter för att dom skall locka personer att köpa grejer och sånt där. Det är fruktansvärt, tycker jag, jag som har problem med det! Det som inte är naturligt, att det inte får vara naturligt. Att det luktar av produkterna naturligt, så är väl det bättre. Jag tror inte att någon mår bra utav det speciellt inte jag som bli sjuk. Det här med att doftsätta butiker tycker jag är förskräckligt, jag tror inte att det är bra för någon och det är definitivt inte bra för oss. Det reagerar jag jättestarkt på att man ens överväger att göra så...*

**Bör vissa platser var helt befriade från doftmarknadsföring, såsom myndigheter, väntrum etc.? Vilka? Vad tycker du?** *Absolut! Sjukvård, och väntrum, alla myndighetslokaler över huvudtaget och så tycker jag. Jag tycker stat och myndigheter, det är för mig självklart egentligen. Allmänna plaster? Mmm, mycket önskvärt, sedan vet man ju att det är svårt, absolute, för det handlar ju om tillgänglighet för oss med den här problematiken för den är ju dold. Och det handlar mycket o matt lyfta upp det här och om att man måste ta beslut på det om det skall hända någonting. Tex. sjukvården att de tar ett beslut om att det skall vara doftförbud helt enkelt. Att nå ut till allmänheten...Man måste ha kunskap från sjukvården, absolut. Jag som vet om mina bekymmer, tycker att det är svårt att kräva...doftfrihet fullt ut. Det är nästan orimligt. Men man kan få bort det värsta. Typ när det doftar parfymerat med ren parfym. Men sen är det ju många med andra bekymmer också, men jag tror som sagt det...*

**Konkreta förslag till vad (doft)marknadsförare kan göra för att förbättra miljön för doftöverkänsliga. Men även andra marknadsförare och försäljare:**

*Markera att platsen är doftmarknadsförd eller doftsatt! Nästan tom utanför dörren, att här har vi doftsatt. Så att vi kan undvika. Om det nu är kläder eller varor. Kanske tom med vilken doft eller produkt man doftsatt, så att man har ett val innan man går in. Det hade verkligen varit önskvärt! Det är värre när man kommer in och får sin reaktion än om man är förberedd. Vissa butiker vet man ju, men det som överraskar är ju att man lägger på matlukt och så... Hur man doftsätter, med vilka ämnen... tydlighet. Så att man egentligen har ett val innan man går in... Jag tror inte någon mår bra av det egentligen. Önskas detta även på produkter? Mer specifikt... Ja, mer specificerat ... De som forskar om oss kanske kommer på vilka ämnen vi reagerar på och då hade ju detta varit jättebra. Visst är det önskvärt!*

**Önskar du fler doftfria produkter? Vilka? (Städprodukter, tandkräm har jag aldrig sett. Däremot tvättmedel, schampo etc.)** *Ja, jag tycker väl... Absolut mer... Ett större utbud? Ja, absolut! Ja... mer... Det är förvånansvärt vad man kan klara sig med Yes till exempel, till fönster, dusch... man klarar sig med få produkter. Det hade inte varit fel att de blev fler..*

**T.ex. Doft och smakfri tandkräm och städprodukter har jag nog aldrig sett.** *Nej, det är samma med mitt hem, det är svårt. Vi får ju även tips av varandra, genom forumet, vi som har sjukdomen. Det finns ju vissa producenter såsom Änglamark.*

**Saker och plaster som inte är parfymerade, doftar i alla fall något, hur upplever du det som doftöverkänslig? Det är klart att om det är en väldig påtaglig doft, och jag känner den så är det klart att jag kan reagera på det. Som möbler och tyger eller om ett hus luktar på ett speciellt unket vis, så kan jag reagera.**

**Tex doften av sjukhus, tandläkarmottagningar associerar många med negativa känslor, och i utförda experiment reagerar i alla fall vissa grupper mer positivt på att den typiska doften ersätts med någon annan – hur tankar/känner du inför detta?**

Ja, jag tycker att det skall vara naturligt, givetvis. När man liksom konstgör någonting som inte är naturligt, det tycker jag är fel, jag blir rädd när man hör sånt, det blir jag, jag tycker redan det finns för mycket föroreningar och så där... så varför skall det bli mer, och jag då dessutom som är drabbad och sjuk pga. kemikalier.

**Sjukhus/Tandläkarmottagningar doftar ganska kemiskt, desinficerar och sterilt, reagerar du på detta också? Vilket är att föredra? Nä, det gör inte jag egentligen. Det kanske är att man vet att det alltid luktar så där...men visst, luktar det mycket och påtagligt så att det blir för starkt ibland, för det kan man ju reagera på I sig, men att det skulle bli ytterligare någonting som man lägger på där, ...om man lägger på ytterligare en doft som man lägger till det andra, nej, det tycker jag... nä!**

**Du nämnde förväntan: Sjukhus doftar på ett visst sätt, hur tror du att det hade varit om man hade associerat den nya doften till samma plats? Ja, det är jätteviktigt för oss! Jag vill gärna veta om det går att veta, jag vill gärna undvika att gå någonstans och riskera att bli mer sjuk.**

**Tankar/känslor när tillsatt doft används för att förstärka upplevelser? (Biosalonger-NL, vikinga-museum i York)**

Nä, sånt tycker jag inte om överhuvudtaget... I och med att jag har sjukdomen. Skulle jag inte ha sjukdomen vet jag inte hur jag skulle reagera... Man har ju en annan inställning... Jag tycker inte om det alltså. Frågan är om det är bra för någon, om man tar det steget längre, utanför sig själv. Vad kommer att hända i framtiden? Vad gör vi med det då? Det vet vi ju inte? Det måste ju ta vägen någonstans...

**Har du märkt hur din egen inställning har förändrats sedan du började märka av din doftöverkänslighet?**

Ja, det har den ju gjort, med tanke på att man har fått ta tag i sin arbetsmiljö, vänner etc. Det är ju som att leva ett helt annat liv.

**Fungerar det bra på arbetsplatsen?**

Ja, jag jobbar inom vården, och under de 25 åren jag har jobbat och varit I arbetslag och så, har det inte varit helt parfymfritt. Då har jag ändå bett. Det är tufft alltså! Det är skitjobbigt. Jag har egentligen inte hårdragit det utan bett dem, sedan har jag mer vikt undan. På min nuvarande arbetsplats har jag varit tvungen att saga till på ett annat vis, med arbetsmiljölagen och så.

Tack, nu känner jag att jag fått lite klarhet...

Man vet att man inte kan få det helt doftfritt, men det gäller att hitta en rimlig nivå – frågan är var den ligger. Det handlar om att informera och att hitta en gyllene medelväg! Lycka till med arbetet! Tack så mycket! Kan jag återkomma om det skulle behövas? Absolut, Karin. Ha det gott! Tack detsamma! Och tack för att du svarade på mina frågor. Hej då! Hej!



## Respondent 2

**Har du alltid varit doftöverkänslig? Nej. När märkte du att det började komma? När fick du symptom av det?** Jag förstod väl när jag fick diagnosen. Och då förstod jag att jag hade haft problem en längre tid. När jag tittade tillbaka förstod jag varför jag hade svimmat och så, det fanns tecken redan när jag var i 20 års åldern.

**Har du fått SHR som diagnos?** Ja. Då var jag 45 år.

**Värre eller bättre med ålder?** Först blev det värre och värre och värre, men sedan när jag lärde mig att hantera situationer och jag lärde mig behärska min rädsla och jag lärde mig planera, så blev det bättre, bättre och bättre.

**Vilka dofter reagerar du på?** Framförallt kemiska dofter, kemikalier.

**Reagerar du endast på mer 'kemiska' dofter (kemiskt framställda) eller även andra sorters dofter i för hög koncentration, såsom mat, blommor, sopor? Andra dofter som finns runt omkring?** Nej, lite grann har jag med liljekonvaljer och hyacinter men annars känner jag att det är hanterbart. **Så, starkare dofter?** Ja, om det är väldigt, väldigt starka saker, som hyacinter och sådär.

**Finns det några speciella kemiska komponenter i dofter som du reagerar mer på än andra? Vad det är som trigger?** Jag trigger igång på väldigt lite, men framför alltså är det formaldehyd. I flytande form är det formalin, men det är ju samma sak vad jag har förstått. Det finns i parfym och hårschampo och ja, det kan finnas lite överallt.

**Är några specifika dofter/platser är extra jobbiga?** Ja, det är ju helt enkelt där det är mycket folk eller mycket bilar. **Och i förhållande till doftmarknadsföring?** IKEA, sedan de började med doftljusen, sedan det blev modernt med doftljus. De är placerade så att man måste gå igenom för att komma fram till kassan. Som en smal port, så att säga. Och där är det bara tjockt(?svårt att höra). De travar ju grejer där också... **De kanske står i en viss höjd också?** Ja, precis. De står i travar, precis vid själva ingången som är väldigt smal och det finns ingen alternativ väg att gå.

**Undviker du vissa platser redan i nuläget pga. för hög doftkoncentration, vilka?** Ja, det är ju just IKEA, restauranger, bio...dansa är ju jätteroligt, men det går inte...ja, överallt där det är mycket folk. Städerna på vintern när folk kör med dubbdäck. **För att de virvlar upp grejer?** Ja, jag vet inte riktigt vad det är, men det virvlar väl upp saker...

**Hur anpassar du dig när du måste göra något som innebär att du utsätter dig för dofter?** Anpassar mig... jag vet inte riktigt vad du menar med frågan... men om jag vet att jag måste så försöker jag säga till i förväg, och så försöker jag vara i karantän innan, i flera dagar så att jag verkligen skall vara i gott skick eller så later jag bli att göra saker. Men ofta så hjälper det inte. **Använder du mask?** Nej, jag tycker inte att den hjälper, det kommer in genom ögonen i alla fall. Det är ju slemhinnorna som påverkas.

**Vad skulle ett större utbredande av doftmarknadsförda plaster och produkter innebära för dig?** Det skulle innebära att vi, om vi inte kan planera, blir helt utestängda från arbetsplatser men även från det offentliga rummet så som bibliotek, affärer osv.

**Bör vissa platser var helt befriade från doftmarknadsföring, såsom myndigheter, väntrum etc.? Vilka? Vad tycker du? Behövs lagstiftning?** *Ja, absolut, det är klart att det fattas lagstiftning. Jag tycker att det är som med lagstiftningen mot rökning, där det också kommer ut kemikalier i luften. Samma sak borde gälla. Jag tycker att det är självklart i det offentliga rummet, där alla skall kunna vistas. Vilket innebär att man inte bör puffa ut kemikalier på skolor, arbetsplatser, sjukhus.*

**Konkreta förslag till vad (doft)marknadsförare kan göra för att förbättra miljön för doftöverkänsliga. Men även andra marknadsförare och försäljare.** *Jag tycker att det borde finnas en lagstiftning som säger att man, när man doftmarknadsför, eller rättare sagt doftsätter med, eller tillför kemikalier, så måste man ha skyltar där man säger det. Så att man kan se... På samma sätt som att man kan se att en människa röker. Det skall stå en skylt att: "här doftsätter vi med kemisk chokladdoft...". Den här typen av marknadsföring skall inte vara dold. Jag tycker dessutom att den skall förbjudas. Man skall inte öka kemikaliemängden. Man borde minska den. Man borde ha doft fria zoner. Alla skall kunna vistas i det offentliga rummet och dör skall det vara doftfria zoner. **Skulle man kunna ha ett doftfritt rum exempelvis i ett bibliotek?** *Nej, jag menar att hela biblioteket skulle vara en doftfri zon, det är ett offentligt rum.. Men sedan kan man i och för sig säga att på konsert t ex, kan man ange att första bänkraden är till för oparfymerade besökare. Så att man kan slippa sitta bredvid folk som har alltför mycket parfym på sig.**

**Hade det kunnat hjälpa om man delar upp parfymfria produkter från övriga i affärer?** *Oh, Ja, ja visst, självklart! Den affärsinnehavare som kommer på att: här används inte doft, vi tvättar golvet istället för att puffa ut doft för att dölja mögel, dålig lukt.*

**Önskar du fler doftfria produkter? Vilka?** *Nej, inte direkt. Jag klarar mig. Men, däremot tillgängligheten. Det är jättejobbigt att behöva leta. Att ha starka kemikalier bredvid i affären...*

**Parfymfria tvättmedel, har jag sett, och kanske skurmedel, men aldrig tandkräm. Nä, men det finns. Jag har fått råd av min tandläkare. Men, man måste lägga ner mycket tid på att hitta vissa produkter.**

**Saker och plaster som inte är medvetet parfymerade, doftar i alla fall något, hur upplever du det som doftöverkänslig?** *Ja, det kan jag må dåligt av ibland, eller de starka kemikalierna i vissa förpackningar, som färg eller så. Men inte de ursprungliga dofterna? Jodå, det kan hända, framförallt om det är nytt. Skor tex., de får stå och lukta av sig.*

**Tex. doften av sjukhus, tandläkarmottagningar associerar många med negativa känslor, eller tom rädsla. I utförda experiment reagerar i alla fall vissa grupper mer positivt på att den typiska doften ersätts med någon annan – hur tänker/känner du inför detta?** *Jag tycker att det är bättre att jobba med rädslan. Det här är ju ett sätt att kamouflera rädslan. Jag tycker att man kan jobba med rädslan istället och det kan man göra enkelt och billigt med kognitiv terapi. Det är väldigt effektivt för rädsla. Det är bättre än att öka kemikalieanvändningen.*

**Sjukhus/Tandläkar mottagningar doftar ganska kemiskt, desinficerat och sterilt, reagerar du på detta också? Vilket är att föredra?** *Det kan jag göra...men inte så att jag blir sjuk. När jag har varit på sjukhus och har blivit sjuk av det, så har det oftast varit att*

*sjuusköterskan/läkaren varit parfymerad och sen böjt sig över mig. Så, den sortens kemiska doft är ändå att föredra? Ja*

**Tankar/känslor när tillsatt doft används för att förstärka upplevelser? (Ex Museer, Biografer...)**

*Ja, jag tycker att detta är att öka på kemikalieanvändningen i västvärlden. Jag tycker inte att det är någon bra idé. Både för oss som måste andas in det men även för miljön, sjöar och träd. Vi har redan klimatförändringar. Man skall inte öka på den kemiska belastningen. Det är det ena. För det andra tycker jag inte att det skall vara tillåtet att göra det, egentligen tycker jag inte att det borde vara tillåtet alls, men, en möjlighet är att man åtminstone måste skriva det. Så att man vet det in förväg. Man måste informera att här kommer det under 3 minuter att användas den och den kemikalien Under 3 minuter kommer detta och detta att hända, med konstgjord doft. Så att jag vet det, då kan jag undvika det. Eller tala om att det faktiskt finns ca 30 % av befolkningen som inte tycker om detta... Jag tycker inte att det skall vara dolt. Det skall synas att man använder det här. **Är det största problemet, att det är dolt?** Nä, inte det största. Det största är ju att man gör det över huvudtaget. Men, det som händer med oss, vi som blir sjuka, det är ju att vi ju då inte förstår varför vi blir sjuka. Står det förklarat att doftsättning används så vet vi varför vi blir sjuka. Annars kan jag ju inte förklara för min omgivning varför ja blir sjuk. Idag är det många pratar om oss och mig om mina problem som om att de är inbillade. Det är ett väldigt dolt problem. Många pratar om det som om att problemen är inbillade och det gör det svårare för oss och att förklara. Om jag t.ex. går förbi ett rum eller på en gata där man puffar ut doft från ventilationen kritisk(?svårt att höra). Dessutom tycker jag att det är graverande att man utsätter barn för det här. Jag kan komma in med mitt lilla barn i barnvagn där det exempelvis puffas ut konstgjord apelsindoft någon meter ifrån, eller så. Där sitter mitt lilla barn och andas in det, det tycker jag äräckligt. **Att man inte kan värja sig emot det?** Ja, och att jag som förälder inte kan veta att jag utsätter mitt barn för det här. Då hade jag ju kunnat välja att gå till en annan affär. Eller att jag inte tar med mitt barn till affären. Det här borde ju föräldrar reagera väldigt starkt på, tycker jag. **De kanske inte vet om det.** Nä, precis. Men sen kan jag väl mycket väl förstå att man använder dofter eller att konsumenten gör det, men de skall göra det på de plaster där man vet om det. I alla fall till en början. Sedan är det ju detta med de som jobbar på ställen som är doftsatta t.ex. på restauranger eller så. De är ju i den miljön hela dagarna. Det borde klassas som ett arbetsmiljöproblem, folk får ju sjukskriva sig pga. detta.*

### Respondent 3

**Har du alltid varit doftöverkänslig?** Nej, det började ungefär när jag var 40. Strax innan 40.

**Vad får du för symptom?** Ja, när jag blir utsatt för dofter får jag andnöd, väldigt svårt att andas, huvudvärk eller ögonvärk egentligen, i vänster öga, som slår ut mig totalt. Jag kan bli liggande i flera dagar. Näsan och ögon rinner, men det händer också att jag blir tjock i näsan. Det är olika. Och väldigt trötthet, det går inte att beskriva. Det kan också hända att jag tappar bort minne, att jag får svårt att koncentrera mig och så och en heshet som varar flera dagar.

**Har du fått SHR som diagnos?** Ja, det har jag, hos professor Olle Löwhagen, Sahlgrenska Universitetssjukhuset Allergologen -92, 16 år sedan.

**Värre eller bättre med tiden?** Jag tycker det blir bättre, i och med att jag håller mig ifrån så gott som, allt det här med dofter. Så jag klarar mig lite bättre nu. Vi fick flytta ifrån samhället ut på landet i all hast. Och sedan dess har jag matt mycket bättre. Och jag har lärt mig kolla upp vad det är som kan störa mig. **Har du märkt någon skillnad med produkter eller doftmarknadsföring?** Ja, det har kommit mycket, mycket mer. Nu skall det vara dofter i allting! Men det har ju liksom inte kommit hem till mig... jo, det har det, jag har fått hem en del tidningar, och det har jag blivit väldigt störd av. De doftsätter tidningsblad.

**Vilka dofter reagerar du på?** Alla parfymers, blomdofter, jag reagerar på när det är rök, cigarettrök, dieselavgaser, skorstensrök... När det kommer varor hem från affären, när min man har varit och handlat, då luktar dom. Trycksvärta, kall luft och ansträngning.

**Reagerar du endast på mer 'kemiska' dofter (kemiskt framställda) eller även andra sorters dofter i för hög koncentration?** Det är blandat. Det behövs ytterst liten mängd av dessa dofter.

**Finns det några speciella kemiska komponenter i dofter som de reagerar mer på än andra?** Det måste det ju vara, men det vet man ju inte vad det är i parfymers till exempel. **Du vet inte vilka komponenter?** Nej, jag har ingen aning om vilka. Det står aldrig vad parfymers innehåller, detta är en affärshemlighet!

**Är några specifika dofter/platser är extra jobbiga?** Jag besöker inga sådana plaster, men jag tycker att det är inom sjukvården. Där tycker jag verkligen att de bör skärpa sig. Men, nu bor ju jag i Västra Götalandsregionen der det skall gå på remiss nu, att vården skall... att det skall förbjudas inom vården. Både bland personal och patienter och besökande. Så får vi se vad det kan leda till, vad som händer. **Framför allt inom sjukvården?** Ja, jag undviker annat.

**Undviker du vissa platser redan i nuläget pga för hög doftkoncentration, vilka?** Ja, jag går ju inte i affären, det gör jag inte. Det gör min make. Bilar, bilavgaser, det är lukten jag inte klarar av, det spelar ingen roll hur diesel, hur bra för miljön den är, så klarar jag inte av det ändå. **Du undviker alltså allt där du kan tänkas utsättas, såsom platser med mycket folk o liknande?** Ja, det blir för mycket, jag går inte ut.

**Hur anpassar du dig när du måste göra något som innebär att du utsätter dig för dofter?** Jag har ju en andningsmask med kolfilter som jag använder. Den använder jag t.ex. när jag skall hämta posten, för jag måste ju gå ut för att hämta den och då kan det komma bilar. Då har jag alltid den med mig.

**Vad skulle ett större utbredande av doftmarknadsförda plaster och produkter innebära för dig? Du menar om det hade varit fritt från det? Nej, snarare tvärtom. Ja, det gör ju att jag blir ännu mer utestängd än vad jag är redan. Jag kan ju inte gå in någonstans.**

**Bör vissa platser var helt befriade från doftmarknadsföring? Ja, det tycker jag faktiskt, som offentliga byggnader och sjukvården och även tandläkare och så där. Ja, det som är offentligt borde vara helt fritt. Det kan ju tänkas att exempelvis tandläkarmottagningar finns i affärscentra och även vårdmottagningar.**

**Konkreta förslag till vad (doft)marknadsförare kan göra för att förbättra miljön för doftöverkänsliga. Men även andra marknadsförare och försäljare.** Jag tycker att de skall strunta i att marknadsföra med dofter i ventilation och i varuhus så där, tycker jag. Och med tanke på små barn som inte kan värja sig. De råkar ju ut för det och det kan ju dröja länge innan någon förstår vad det är för någonting. Om man tror att det är astma och får massor med mediciner emot det, som inte hjälper. Jag har inhalerat, i tron om att det var astma, enorma mängder. **Kan du komma på något annat förslag?** Nej, jag har min andningsmask, som jag får förlita mig på. Jag kan inte komma på något annat? Det skulle vara att utesluta det hela. Men t.ex att de inte städar med material som innehåller parfym. Det är ju inte bara personal.

**Önskar du fler doftfria produkter? Vilka? Ja, det är väl alltid bra! Jajamensan! Har du några förslag på något du tycker fattas? Ja, alltså jag skulle vilja ha allt från topp till tå vad gäller hygien och även när det gäller rengöring i hem. Och att sedan kunna lite på att det är det! För ibland, t.ex. det där med tvättmedel... det står att det inte innehåller parfym, och det kanske inte gör det, men att det har gått samma bana som de parfymerade produkterna. **Framställda i samma apparater? Löpande band?** Ja, har gått samma bana om man säger så. Och sedan hur de ställs ut i butikerna...det är väldigt, väldigt viktigt. **Har du några förslag?** Ja, att de oparfymade skall stå långt ifrån de parfymade produkterna, inte ens i närheten av dem. Det hade varit jättebra! Ja, och blommor. Gärna undvika att placera blommor och starkt doftande produkter precis vid ingången. **Så, att isolera de här produkterna och ställa dem så att man kan undvika andra doftande produkter om man önskar?** Ja, isolera parfymfria produkter, så att de inte tar doft från andra produkter, allra helst så att man kan gå in och köpa parfymfria varor och sedan kunna gå direkt till kassan. Det hade varit jättebra!**

**Saker och platser som inte är medvetet parfymade, doftar i alla fall något, hur upplever du det som doftöverkänslig? Ja, jag har ju så att säga fått kämpa här nu, till exempel...jag använder diskmedel, handdiskmedel, där de har gått ut och sagt att den är oparfymad, där **Astma- och Allergiförbundet** satt sitt märke på det och det är inte oparfymat! Det är väldigt stark doft i den. Jag ha påtalat detta. Vi har gjort så att vi köper sånt här som är förpackat i en hink. Ocean, heter det. Och det kan man lita på, till 100%. **Jag vet inte om jag uttrycker mig oklart, det jag menar är att produkter som är oparfymade, exempelvis en deodorant, oftast i alla fall luktar något, reagerar du på den sortens doft också?** Nej, den enda jag har använt är Neutral och den luktar ingenting.**

**Tex. doften av sjukhus, tandläkarmottagningar associerar många med negativa känslor, kanske till och med i viss mån rädsla, och i utförda experiment reagerar i alla fall vissa grupper mer positivt på att den typiska doften ersätts med någon annan – hur tänker/känner du inför detta?** Det vill jag absolut inte ha! Nej, för det kan ju vara att man reagerar på lukten ännu värre, det vet man ju inte. För miljön till exempel.

**Sjukhus/Tandläkarmottagningar doftar ganska kemiskt, desinficerat och sterilt, reagerar du på detta också?** Det kan jag göra... Men hos min tandläkare har jag gått nu i flera år. Jag frågar ibland om hon har nått nytt och då går hon snabbt förbi mig. **De sterila dofterna är ändå att föredra framför andra kemiska dofter?** Ja, just det.

**Tankar/känslor när tillsatt doft används för att förstärka upplevelser?** Nej, så får man inte lov att göra. Man skall kunna lita på det man ser. Inte komma med nått annat utöver det, tycker jag. Det räcker väl så?

*Vi fortsätter att prata lite runt i kring frågorna och förslag en och om livssituationen och livsvalen som doft- och kemikalieöverkänslig.*

## Respondent 4

**Har du alltid varit doftöverkänslig?** Nej. Jag förstod vad det handlade om någonstans mellan 20 och 25. När det började, det vet jag inte. Jag fick hosta, huvudvärk, men det kan ju inte vara preparaten jag använder (ironisk ton)... Så , mellan 20 och 25 år misstänkte jag det och tog fram min gamla myskolje flaska och öppnade den och då förstod jag vad det handlade om!

**Vad får du för symptom?** Väldigt många olika symptom beroende på vilken doft det handlar om. Eller kemiskt ämne, om det nu är doft, eller handlar om kemikalier. Det kan kvitta i och för sig. men, mina reaktioner, det är allt från hudrodnader till att det går ner till de inre organen. Det är inte bara att man får andnöd och liknande utan man kan få ryggont, ont i njurarna, men även ren magknip. Och man kan få ont på så konstiga ställen, så man fattar inte att det finns ett samband. Fastän att man har upplevt det, kanske 100 gånger. **Så du har råkat ut för alla dessa symptom, själv?** Det där är många olika symptom, ja. Det är i stort sett allt från utbrändhet till djupt in i de inre organen och andningsvägar, bihålor, huvudvärk. Ja, alltså jag skulle kunna räkna upp ganska mycket.

**Har du fått SHR som diagnos?** Jag är egentligen inte diagnostiserad av traditionell läkare, nej. Däremot kan jag ju säga som så att den här åkomman är en av Fibromyalgis dolda ansikten. Och den diagnosen fick jag tidigt 90-tal, men jag hade ju detta långt innan. Men på så sätt, alltså jag fick en diagnos...och då är detta ett av symptomen som finns inom den diagnosen också.

**Värre eller bättre med ålder?** Det har jag inget vettigt svar på. Det handlar nog mycket om i vilken balans kroppen är . Har du en infektion på gång, är kroppen nedsatt så är du onekligen känsligare. Är du i mycket god form, så kanske, kanske, att du har lite högre tolerans. Men någonstans... det är jättesvårt att mäta när du är så van att leva dig själv och alla dina knäppa symptom. **Har du märkt någon skillnad i utbredning av doftsatta produkter och plaster?** Du, det har ju blivit alldeles åt helsike. Ja, det är sant! **Så det är värre?** Ja, ja, o ja, det måste jag säga. Nu tillhör jag ju dom som har stängt ute världen väldigt, väldigt mycket. Men jag upplevde ju onekligen under de sista åren när jag har försökt att ta del av livet på ett mer normalt sätt, att det blev mer och mer. Även i lokalerna, inte bara människor, utan totalt sett. Ta bara de där sprutgrejerna på toa!

**Vilka dofter reagerar du på?** Jag tror att det är mest de syntetiskt framställda, ja. Jag är född mer eller mindre som allergiker. Jag reagerade mycket på blommor och liknande, pollen, de här traditionella, som barn, men med hjälp av mina alternativläkare, jag kan ju inte söka vård som vanliga människor eftersom att jag inte kan gå in på sjukhuset eller på läkarstationen, för att det luktar. Alltså har jag sökt mina egna vägar. Och med hjälp av dom så kan jag ju säga att allergi biten har blivit mycket bättre. Jag tycker fortfarande inte om syrener, men jag kan gå förbi dom och andas.

**Kan de även vara starkt doftande mat och så?** Det fixar jag ganska bra, alltså... Jag kan säga att jag kan hosta till någon gång ibland och att jag kan förstå att det här är nog nått som har med det här att göra. Men, det har jag inte problem med.

**Finns det några speciella kemiska komponenter i dofter och parfymer som du reagerar mer på än andra?** Mysk! Den är grym. Sedan vet jag alltså ingenting mer, för dom

kan ju innehålla 400 olika ämnen och vad de är, det har man liksom ingen aning om. Men, Mysk, rätt upp och ner, den är förödande! Det är den jag kommer på mest, direkt.

**Är några specifika dofter/platser är extra jobbiga?** Det var ett enkelt svar: alla. **Hmm...**Jag har ju valt bort. Jag vet inte när jag var i en affär senast. Och alltså, gå på lokal eller någonting sånt...det är ännu längre sedan. Så jag säger nog alla plaster utom mitt hem. Det är inte klokt, men när du ställer frågan så, så det är ungefär så...för jag kommer ifrån lite grann..oanmäld och kan jag inte sanera...och då känner jag att...det är mitt hem som är den enda riktiga platsen.

**Undviker du vissa platser redan i nuläget pga för hög doftkoncentration?** O, ja! Och det har jag ju gjort i många år!

**Hur anpassar du dig när du måste göra något som innebär att du utsätter dig för dofter?** Håller andan. Ta en sjal för mun. Mask, om det krisar riktigt. Det är jag ju inte glad åt, men visst, det kan hända att jag får ta på mig en mask, hemma i tvättstugan till exempel. Byt trottoar. Att ta dig på ett eller annat sätt, snabbast möjligast ifrån det hela.

**Vad skulle ett större utbredande av doftmarknadsförda plaster och produkter innebära för dig?** Ja, herregud, dom skulle isolera mig ännu mer. Det lilla, lilla jag gör är väl egentligen att jag går till lasaretsbassängen och försöker se till att även jag skall kunna få fysiskträning. Men, ja alltså, det skulle ju även innebära att de människor jag träffar, ja, då har ju alla de här dofterna fastnat på dom, på väg från sig till mig. Så det skulle isolera mig ännu mer och ställa ännu högre krav på de människor jag skulle vilja umgås med. Om det kan vara svar på den frågan...Eftersom jag redan nu är så isolerad och undviker alla plaster, så är det ju då de människor jag umgås med som får på sig den här skiten och drar hem till mig.

**Bör vissa platser var helt befriade från doftmarknadsföring, såsom myndigheter, väntrum etc.? Vilka? Vad tycker du?** Ja, du förstår nästan det när jag sa att inte kan söka vård. Jag kan inte ens besöka Landstigets lokaler. Du kan tro att jag blir hatisk. Jag var alltså tvungen att söka vård när jag fick borrelia och det var ett surr utan dess like innan det var färdigt. Det skulle ju vara jätte, jättetrevligt om man säger att man kunde gå i de kommunala lokalerna också! Jag skulle älska att kunna gå till biblioteket! Om vi skulle saga de här offentliga lokaler som vem som helst skall kunna ha tillgång och tillträde till. Jag kan väl acceptera om det innebär att inte kunna gå på bio, för då skall ju folk vara så väldigt fina, men att kunna söka vård att kunna gå till tandläkaren och att kanske kunna få besöka ett bibliotek, ibland. Då har man inte satt ribban högt. **Kommer du på nått mer?** Ja, jag skulle ju vilja hur mycket som helst! Jag skulle ju vilja att den här handikappspolitiska planen, som varje jädra kommun skall ha, även sökte sådana funktionshinder som man inte syns. Även vårt funktionshinder skulle få ett berättigande och existensvärde. Det skulle ju... ja, alltså, jag har jobbat inom skolan – det går ju inte. Därför att det är en doftande miljö. Du kan ju tänka dig när 20 ungar kommer från idrotten och skall ha matte med mig. Apoteket.

**Konkreta förslag till vad (doft)marknadsförare kan göra för att förbättra miljön för doftöverkänsliga. Men även andra marknadsförare och försäljare.** Jag tror att om man har kunskap om en sak, efter det kan man välja förhållningssätt. Och då beror det ju på om man kan stava till empati eller inte, hur mycket produkter man väljer att hålla på kroppen innan man går ut. Jag tror att med information, information, information... Och jag skulle ju kunna tänka mig att väldigt många av våra unga män skulle tänka till när det sägs att det försämrar kvaliteten på spermerna. Alltså kunskap om vad det handlar om, kunskap,



kännedom, om vad är det för ämnen de utsätter oss för. För jag kan ju uppleva att jag helt enkelt blir, avtrubbad. Att hjärnan påverkas, jag blir avtrubbad, jag blir groggy, jag blir påverkad! Och då undrar man ju, jag är inte unik, jag är bara lite mer känslig än många andra. Vad är det för ämnen som de med berätt mod ser till att vi andas in. Och ännu värre, jag är så gammal så mina luftrör är väl svarta, men undrar, var gång jag kommer bakom en familj med barnvagn, där jag måste byta trottoar. Vad är det som säger att inte detta stackars lilla barn skriker för att det inte vill ligga vid mammans bröst för att hon har en äcklig deo i armhålan. Så, information, på BVC redan. Vad är det för produkter vi utsätter dina barn för? **Och när det gäller (doft)marknadsförare eller producenter?** Dom vetet fanken om man kommer åt...för det handlar bara om pengar. Då är det ju med kemikalieinspektion och liknande, att de helt enkelt hittar ett ämne som finns och att det får gå in under alla dessa förbjudna ämnen som EU har. Någonstans... jag tror inte att...det är så mycket pengar i denna marknaden och det går långt, långt före hälsan. **Jag fiskar lite efter konkreta förslag för producenter och marknadsförare, som de kan göra redan nu, med utgångspunkt i att produkterna ändå existerar, konkreta förslag såsom placering, märkning etc.** Ja, jag tycker nog att det skall vara mycket mera öppet. Vad är det för ämnen som finns i de här produkterna. Det skall inte vara detta hysch, hysch. Och låt oss saga, biblioteket kanske kan ha en väl ventilerad hörna, men med restauranger och liknande, jag tror faktiskt, som sagt, inte att det är genomförbart därför att det handlar om små molekyler som rör sig. Och det är inte lätt att hitta ett väl ventilerat hörn, men givetvis, det gör sitt till om de nu inte har anammat den nya marknaden, med doftsatta miljöer, då är det ju doft i ventilationsapparaten också. Och då är det ju helt, helt doftsatt i hela miljön och då finns det ingenting mer att göra. För sprejar de ut en massa i de här luftkonditioneringarna och liknande då blir det ju i hela byggnaden. Har vi missat nått på vägen? **Du har sagt en hel del grejer, men jag undrar ju just utifrån en marknadsföringssynpunkt, om det kan hjälpa med att placera produkter på ett annat sätt, att märka på dörren att lokalen är doftsatt så kanske man har ett större chans att själv kunna välja – sådana förslag. Det var lite det jag var ute efter.** Ja, det tycker jag nog att varje galleria eller köpcenter som gör såna här smyggrejer, det skall stå då, så att människan har valmöjligheten att gå eller välja ett annat ställe. Coop har börjar lite grann på försök, att placera parfymmerade produkter tillsammans. Så det handlar mycket om transportledet. Jag fick hem hushållspapper som jag kastade ut lika fort igen därför att det hade någonstans i transportkedjan varit vis sedan om parfymmerade produkter. Där har du ju nått, för man kan inte ställa oparfymmerat tvättmedel vid sidan om parfymmerat - doften vandrar. Är vi på rätt linje nu? **Ja, detta gillar jag.** Transportledet är alltså jätteviktigt. Det som Coop gör nu, att smala produkter, det ger ju en store chans för den som går och handlar. Jag har försökt att följa med min mor på Kvantum i Hässleholm, för sina föräldrar kan man ju försöka offra sig. Hur lätt tror du att det har varit för mig att försöka leta upp parfymfria tvål och tvättmedel när det står ihop med all den andra skiten. Det går helt enkelt inte, därför att det är en salig blandning. Och man måste gå förbi alltihop för att komma fram till det andra. Då är det ju kört. Ja, och det skall ju vara så nära utgången som möjligt så att man inte skall längst inne i ett hörn, utan så nära som möjligt för det kan bli bråttom.

I slutdiskussionen önskar respondenten en välsorterad nätbutik, med hela utbudet, med alla varor upplagda för att kunna ta del av hela utbudet, inte bara basvaror, som i en vanlig livsmedelsaffär. Vardags saker att både använda och äta i vardagen.

**Önskar du fler doftfria produkter?** Gissa tre gånger... **Vilka?** Ja, alltså, hela vägen. Jag har allt ifrån fotvård till hårvård och det är oparfymmerat hela köret. Det jag skulle kunna tänka mig också... jag kan inte förstå varför smink måste dofta en massa, mascara, läppstift, crémer. Det finns ingen anledning att det skall vara doftsatt, men det är det många gånger. Och då är det ju

fel där med. Jag kan inte se annat än att alla de produkter man använder kunde vara doftfria. **Så egentligen mest smink?** Du vet, jag är ju så gammal så jag använder inget, jag har plockat bort allt så fort jag känner. Nej, och diskmedel finns ju också, nä... jag har nog hittat på ett eller annat vis, så mitt hem är doftsanerat. Så det finns inget...

Det verkar ju som att det har kommit mer och mer, tex vid frisersalonger och liknande så har man ju upptäckt att oj de har en hel serie och den är oparfymerad. Den heter nått... typ supreme (lite svårt att höra) och vad va det nu...vad heter den andra...med hudvårdsprodukter också. Så någonstans så tror jag att det finns hopp. Jag tror faktiskt att det kommer fler och fler produkter som är alternativa när det gäller doft, förutom på Apoteket verkar det som. Och det är ju med lite egendomligt. Ja, Apoteket skulle också vara trevligt att kunna gå in på, det är ju nästan livsnödvändigt, det också. Det är en himla tur att man har familj. Jag vet inte hur det skulle fungera annars. Jo, och du, det är en sak till, men det handlar inte riktigt... men jag kan säga, att jag fasar för den dag när jag kommer att behöva hemtjänst. Hur skall jag kunna få en doftfri hemtjänst? Hur skall jag överhuvudtaget kunna få en vettig plats där jag kan vara inom äldrevården. Nu har jag ju inte varit inlagd, men en väninna, hon blev så sjuk att hon låg och kräktes pga doften, hon blev så sjuk så att... och det fanns ju inget alternativ. Medmänsklighet, jag skall acceptera att någon annan gör mig sjuk, för de har ju inte tagit på sig någonting idag och det lilla de har tagit på sig, det kan jag ju inte känna (tycker de). **Jag tror att det är relativt få som vet om det.** Det tror jag också! **T.ex. när du sa att vi eventuellt kunde träffas live, så tänkte jag spontant att jag nog är ganska doftfri, då jag inte brukar använda parfym, men vid närmare eftertanke slog det mig att det var jag nog inte, med tanke på parfymerat schampo, tvätt/skölj medel, deodorant, crème...** Det kan ju räcka att du t.ex. kramar om någon med riktigt mycket rakvatten och så sitter det, så att...det är ju ingen enkel match. Du kan ju räcka med att med två tonårsdöttrar, två döttrar som idag är vuxna, du kan ju tänka dig...genom åren... ingen kompisar hemma och har de varit ute och roat sig kvällen, så får kläderna kastas ut när de kommer hem så att de inte finns inne på morgonen. Och till exempel presumtiva pojkvänner, innan de var avdoftade så att de kunde presenteras för mamma. "Vad är din mamma för en jädra knäppgök?" **Man kanske tror att man är doftfri, men så har man en deodorant på sig.** Ja, det har vi haft mycket diskussioner kring, det var framför allt en som jag inte tålde. "Den är ju dold under kläder och svettas gör man ju vara i vissa lägen". Så du har helt rätt.

**Saker och plaster som inte är medvetet parfymerade, doftar i alla fall något, hur upplever du det som doftöverkänslig?** Ja, alltså om platserna inte är parfymerade så räcker inte det. Det kan vara tillräckligt med att en människa passerar, som är parfymerad. Och det gäller ju även utomhus. Jag kan alltså bli indoftad på min balkong, för att det passerar någon. **Och med parfymfria produkter?** Det är ingen garanti, ingen garanti alls, och det är därför jag tror att det handlar om kemikalier. Det behöver inte vara att det doftar, man kan reagera på någonting ändå och då är det ju ett ämne. Jag brukar säga att jag är doft- och kemikalie, för jag tror att det är kemikalierna i dofterna som gör att vi reagerar.

**Tex doften av sjukhus, tandläkarmottagningar associerar många med negativa känslor, och i utförda experiment reagerar i alla fall vissa grupper mer positivt på att den typiska doften ersätts med någon annan – hur tänker/känner du inför detta?** Jag tycker det att de personerna får jobba med sig själva.

**Sjukhus/Tandläkarmottagningar doftar ganska kemiskt, desinficerat och sterilt, reagerar du på detta också?** Nej, det har gått bra. **Vilket är att föredra, den sortens kemiska dofter?** Ja, helt klart!

**Tankar/känslor när tillsatt doft används för att förstärka upplevelser, (i ex museum eller biosalonger)?** Det tycker jag inte heller om. Det kan aldrig vara fel att rent skall vara rent och neutralt utan en massa tillsatser.

Denna intervjupersonen fortsätter att säga att dessa 6,3 % som idag är så begränsade i sina liv skulle kunna vara köpstarka om de fick större möjlighet att vara det.

Via mail har denna intervjuperson sedan ytterligare föreslagit bilburen vårdcentral. Hembesök av sköterska och läkare, även om det kanske doftar x antal produkter så är det många antal mindre än på en traditionell vårdcentral. Men de bör vara doftsanerade. Vidare finns en önskan om att kunna åka kollektivt. Dessutom att det hade varit fantastiskt att t.ex. kunna få möjligheten att närvara vid konserter, och att en möjlighet kanske kunde vara att få närvara vid sound check. Ännu en dröm är att kunna resa till utlandet med ett doftfritt flygplan med doftfri besättning och passagerare, samt doftfritt hotell och restaurang...Det finns ju hälsosor med vegetarisk mat. Dessutom finns ombudsmän för både det ena och det andra. Vi som inte kan stå upp och besöka olika instanser personligen och tala för våra önskemål och behov, vi behöver någon som för vår talan.

## Respondent 5

**Har du alltid varit doftöverkänslig?** Nej.

**Vad får du för symptom?** Hosta och jag blir totalt slut.

**Har du fått SHR som diagnos?** Ja, för 5 år sedan.

**Värre eller bättre med ålder?** Nej, det blir inte bättre, det blir det inte.

**Har du märkt någon skillnad gällande produktutveckling?** Ja, det tror jag nog är i stort samma men man förstår kanske varför man reagerar mer på saker när de innehåller parfym på ett annat sätt, man reagerar ju på ett annat sätt än om man inte haft några problem. **(Jag hade lite svårt att höra och fick fråga igen)** Jag tror alltså att det i princip är samma idag, alltså. **Men att du reagerar mer på det?** Ja, precis.

**Vilka dofter reagerar du på?** Jag tål ingenting som avger en kemisk gas eller en kemisk doft, som inte är naturlig. Det finns ju naturliga produkter också som doftar, om jag säger så, men det tål jag. **Så stark blomdoft, starkt luktande mat reagerar du inte på?** Nej. Inte djur och natur.

**Finns det några speciella kemiska komponenter i dofter som du reagerar mer på än andra?** Nej, det kan jag inte att svara på utan det är sånt som är definitivt parfymerat, alltså det som jag reagerar på.

**Är några specifika dofter/platser är extra jobbiga?** Städer, när det blir invasion, av människor, det påverkar också mycket. Avgaserna. **Några specifika plaster i stadsmiljön?** Nej. Det är där det är mycket folk.

**Undviker du vissa platser redan i nuläget pga för hög doftkoncentration, vilka?** Helst städer under dåliga dagar. **Hur har du det med restauranger, bio, affärer?** Ja, det måste man...ju lägga om, för att undvika så mycket som går naturligtvis. Man har ju lärt sig vilken väg man skall ta igenom butiken för att det skall vara ok.

**Hur anpassar du dig när du måste göra något som innebär att du utsätter dig för dofter? Du sa att du dels undviker det?** Ja, bio och sånt där, till exempel, det kan jag ju inte gå på alltså. **Och du snitslar dig igenom affären för att slippa utsätta dig?** Ja. **Underlättar det om du vet om att det kommer att finnas dofter?** Ja, nej, jag är inte så pass känslig. Men jag vill definitivt inte bli utsatt för det. Jag har en mask som jag inhalerar i och det tar ca 20 minuter att inhalera och verknings tiden på den är då 40 minuter, så det är ju inte så mycket. Men problemet är också då att jag varken får äta eller dricka på en och en halv timme efteråt. Det är en sån här tandläkarsprej som jag inhalerar.

**Vad skulle ett större utbredande av doftmarknadsförda plaster och produkter innebära för dig?** Ja, det blir ju ännu värre, självklart. För man är ju inte ens fri från det här ens på sjukhuset utan det finns ju både på människor och personal, tyvärr. **Så det hade inneburit att du blev ännu mer begränsad?** Ja.

**Bör vissa platser var helt befriade från doftmarknadsföring, såsom myndigheter, väntrum etc.? Vilka? Vad tycker du?** Ja, det är ju självklart. Sjukhus, absolut. Problemet om vi nu skall ta det här med dofter, parfym, ...det är ju just om man kommer till en

vårdcentral eller ett sjukhus, där det står att man inte får använda parfym. När man då frågar folk, "vad är parfym?" Då säger de flesta att det är det här man sprejar på sig, det är parfym. Man förstår inte innebörden, att man tvättar kläderna i parfymerade produkter. Man förstår inte innebörden när man duschar på morgnarna och har en duschlotion som innehåller lite parfym, för det känner man inte. Där har man ju en informations bit som inte går fram hos folk idag.

**Konkreta förslag till vad (doft)marknadsförare kan göra för att förbättra miljön för doftöverkänsliga. Men även andra marknadsförare och försäljare.** Ja, framför allt att man styr upp i butiker, att oparfymerat står med oparfymerat så att man kan gå i butiken eller komma igenom, utan problem. Jag för min del, kan ju mycket väl hålla andan en stund och ta mig igenom ett sånt där stråk. Men många gånger har man ju detta i samband med kassorna, de här dofterna, vilket innebär att det är väldigt många butiker som man inte kan gå in i för att man riskerar att bli utsatt för de här dofterna, lite för lång tid... Drömmen är ju naturligtvis att få människan att lukta som människan skall göra. Att man är ren och fräsch, men att man inte har parfymerade produkter över huvudtaget. Skall det vara någonting så skall det vara naturligt för dom som klarar det. Det finns ju dom som har problem med det också, med naturliga dofter. Men ur min synvinkel så skulle jag helst vilja ha bort allt sånt där som är parfymerat, absolut. Det är ju bara en marknadsföringsgrej att man använder så mycket dofter, så att det skall lukta gott och att man skall köpa mer utav produkten. Men om man tar bort de kemiska dofterna, eller vad man skall kalla det för, då är ju alla på samma spelplan. **Kan de hjälpa med lägre doser eller användningsgrad?** Nej, det hjälper inte. Absolut inte. För varje gång man blir utsatt för en dos under en dag... första dosen klarar man, ganska bra, men efter två eller tre doser under en dag, det triggar enormt mycket, så då har det ingen betydelse om det är lite i en produkt. **En lägre dos av de kemiska substanserna som stör?** Nej, det hjälper inte. Det skulle kanske innebära att avståndet kan minskas till själva produkten där de befinner sig just nu, men de hjälper inte oss som har de här problemen. Det är bara att man kanske kan minska avståndet, så istället för 5 meter är det 3 meter. Så det skulle inte spela så stor roll egentligen.

**Önskar du fler doftfria produkter? Vilka?** Ja, ur konkurrenshänseende vore det bra om det fanns fler, självklart. Men man gör ju så, att man försöker hitta produkter där man kan klara sig med ganska bra... (svårt att höra). Sedan har vi ju nästa problem, när man kommer in i butiken och skall handla en sådan produkt, då får man gå till någon personal och försöka berätta sitt önskemål och så får man be personalen gå fram och titta igenom hela sitt stora sortiment, för 99% av allting är ju parfymerat. Och så får hon stå där och offra sin tid just på att läsa igenom etiketterna, så det gäller ju att veta vad man vill ha för något. Det hade ju varit bra om man själv kunde kolla igenom det här. Det här är ju inte bra... **Hade det varit bra med en databank där man själv kunde kolla?** Det är inte det, utan när man kommer in i butiken... Man vill kunna stå där i floran av produkter och kunna välja själv, inte leja någon annan till att gå och välja. **Så produkterna skulle vara separerade från andra doftande produkter?** Ja. Vill man ha sådana här produkter, så får man handla på Apoteket. Det är där man handlar allt sånt här.

**Saker och plaster som inte är medvetet parfymerade, doftar i alla fall något, hur upplever du det som doftöverkänslig?** Ja, det kan stämma, ibland... Det har att göra med annan påverkan innan, oftast, när det blir råare luft ute, när det blir kallare. Höst, vinter och vår.

**T.ex. doften av sjukhus, tandläkarmottagningar associerar många med negativa känslor, och i utförda experiment reagerar i alla fall vissa grupper mer positivt på att den typiska doften ersätts med någon annan – hur tänker/känner du inför detta? Menar du att gå på en läkarmottagning med tillsatt doft? Till exempel.** Nej, det vore ju en katastrof! Det går bara inte.

**Sjukhus/Tandläkarmottagningar doftar ganska kemiskt, desinficerat och sterilt, reagerar du på detta också? Reagerar du på den sortens doft också?** Nej, det gör jag inte. Men däremot kan man ibland bli lite.. om man kommer vid nyöppning och de precis har städlat golven. Då är det ju tyvärr så att det finns vissa medel i de här rengöringsmedlen, som kan innehålla och gör att de doftar lite grann. När man av misstag kanske har köpt in nått eller så. **Då är den sortens kemiska dofter ändå att föredra?** Ja. Ja, precis.

**Tankar/känslor när tillsatt doft används för att förstärka upplevelser, (i ex museum eller biosalonger)?** Ja, är det naturligt, så för min del, så är det helt ok. Men är det kemiskt framställt, så är det ju vansinnigt... Det är ju likadant med de här moderna bilarna, där man stoppar in patroner i systemet, med olika dofter, det är ju också en katastrof, alltså, att göra på det sättet.

## Respondent 6

**Har du alltid varit doftöverkänslig? Nej. Hur märkte du det? Första gången?** Slutet på 90-talet början av 2000-talet.

**Vad får du för symptom?** Massor av symptom: Dels att jag skakar, irriterad näsa, illamående, matthet, benen viker sig. Jag får väldigt illaluktande svettningar, som att den doft jag får i mig måste ut på nått vis, en stinkande doft. Koncentrationen blir nedsatt, muntorr, svårt att andas och att få luft. Och så får jag smak av doft som sitter i sig från slemhinnorna, som jag inte blir av med. Utslag i munnen, tungan och ansiktet. Hela kroppen blir ju utslagen. Andningssvårigheter, ögonen, näsan, och luftvägar, ja, hela kroppen, kan man säga, det beror på dofter, det varierar.

**Har du fått SHR som diagnos?** Nej, jag har en annorlunda diagnos. Icke allergisk astma Jag har kontaktallergi, förmodligen både hud och luftkontakt som lugnar ner sig när jag inte exponeras och medicin fungerar ytterst lite. Sen misstänker man att jag kanske har sensorisk hyperreaktivitet. Så jag har förmodligen flera varianter.

**Värre eller bättre med ålder?** Jag är idag helt sjukskriven och har varit det över ett och ett halvt år. Och jag kan ju säga att nu då när jag har varit hemma en längre tid. Så, små saker har förbättrats då jag inte exponeras. Det är sannolikt en arbetsskada som har utvecklats ibland skrivare och kopiatorer. Och nu när jag har hållit mig borta ifrån de här ämnena, så ser jag en liten, liten

förbättring. Jag måste passa mig vid kontakt med trycksvärta och papper och använda andningsskydd. **Med produkter och miljöer?** I luften tycker jag att det är relativt lite, men jag tycker att det har blivit väldigt många fler parfymade produkter och man träffar på det mer och mer. Herrdofter har ju kommit mycket mer de sista åren, med allt från rakvatten, parfym och deodoranter.

**Vilka dofter reagerar du på?** Framförallt reagerar jag på harts-ämnen, skogsdofter, då och de här citrusdofterna. Harts används ofta som ett byggämne i parfym, och är en vanlig komponent, lite som ett klister.

**Reagerar du endast på mer 'kemiska' dofter (kemiskt framställda) eller även andra sorters dofter i för hög koncentration, såsom mat, blommor, sopor?** Ja, jag reagerar på organiska dofter också. Harts, tallbarr, citrus och nyputsade skor.

**Finns det några speciella kemiska komponenter i dofter som de reagerar mer på än andra?** Det är ju harts, Kolofonium och sjukhusdofter oxiderade dofter, koncentrerade dofter. Och dofter som känns "dammiga", när det känns som att luften är dammig.

**Är några specifika dofter/platser är extra jobbiga?**

Menar du ute eller hemma? **Framför allt butiker, affärer, offentliga plaster osv.** Ja, jag tål ju inte levande ljus, jag reagerar jättemycket på det, framför allt värmeljus. Sen så, livsmedelsbutiker. ICA-butiken som är här där vi bor, har ju lagt till dofter, så jag kan inte besöka den mer. När jag går ner någon gång och handlar där mår jag väldigt dålig. De har ju så ofta parfymade varor, bland livsmedlen så många andra varor tar åt sig dofter. Jag tycker parfymaffären, är bättre än ICA, egentligen, om jag skall vara ärlig, för de har så enormt mycket doftande produkter. **Har det med förväntan att göra, tror du, att dofterna i ICA butiken är mer dolda?** Nej, utan just att det är så många olika dofter i ICA affären,

sköljmedel, rengöringsmedel, doftljus, plus att de har parfymer, dessutom att det skall lukta nybakat bröd och så. Så livsmedels affärer har blivit ett problem för många.

**Undviker du vissa platser redan i nuläget pga. för hög doftkoncentration?** Ja, det gör jag. **Vilka?** Jag undviker ju restauranger, ICA, allmänna plaster, jag kan ju inte gå på teater. Jag försöker springa förbi eller undvika saker där jag vet att jag blir utsatt, för det går inte.

**Hur anpassar du dig när du måste göra något som innebär att du utsätter dig för dofter?** Jag har en andningsmask, som jag har med mig jämt, jag har den hängandes om halsen. Men det viktigaste är ju att jag kommer därifrån.

**Vad skulle ett större utbredande av doftmarknadsförda plaster och produkter innebära för dig?** Ja, då skulle jag ju bli ännu mer isolerad. Och det är jag ju idag, redan. Ren husarrest, det är vad man förväntar sig. På vissa ställen där de har andra krav på sig, där är de även också doftfria, men inom den vanliga vården fungerar det ofta lite sämre. Där man tror att det skall vara problem, där är det inga problem. Och ibland ringer jag och förvarnar och talar om.

**Bör vissa platser var helt befriade från doftmarknadsföring, såsom myndigheter, väntrum etc.?** Ja, det tycker jag, ett kort svar. **Vilka? Vad tycker du?** Vården, Apoteken, allmänna platser jag tycker samt även livsmedelsbutikerna och andra affärskedjor. Även vi som är doftöverkänsliga behöver ju kläder mm.

**Konkreta förslag till vad (doft)marknadsförare kan göra för att förbättra miljön för doftöverkänsliga. Men även andra marknadsförare och försäljare.** Sortering. Oftast är det så att sakerna står längst in, så att man inte skall kunna undgå att passera. Där är Coop och Willys är bättre än ICA.

**Önskar du fler doftfria produkter? Vilka?** Framförallt att produkterna skall vara mer lättåtkomliga. Ibland är svårt att hitta. Man gör inte reklam för den här sortens produkter heller. Och ett större utbud.

**Saker och plaster som inte är medvetet parfymerade, doftar i alla fall något, hur upplever du det som doftöverkänslig?** Jag kan klara många blomdofter. Jag kan passera vissa dofter utan problem. Liljekonvaljer, kan jag gå förbi, utan problem. Jag klarar ju t.ex. vanligt matos. Men med andra, mer kemiska blir det väldigt dramatiskt.

**Tex. doften av sjukhus, tandläkarmottagningar associerar många med negativa känslor, och i utförda experiment, med apelsindoft, reagerar i alla fall vissa grupper mer positivt på att den typiska doften ersätts med någon annan – hur tänker/känner du inför detta?** Ja, alltså citrus är ju en värstingdoft. Alla kemiska dofter... De här 30% som har problem, jag tror det skulle resultera i att vi måste gå därifrån i stället. Att dölja en kemisk doft med en annan är nog väldigt fel.

**Sjukhus/Tandläkarmottagningar doftar ganska kemiskt, desinficerat och sterilt, reagerar du på detta också?** Ja, mycket starkt. Jag reagerar på sjukhuset. Det beror på att de till exempel spritar händerna och hela jag skakar när jag går förbi. De kemiska ämnena gör det problematiskt. Det luktar ju inte, men jag reagerar ändå. Det har inte bara med doft att göra utan att det finns där. **Och en tillsatt doft i det sammanhanget?** Ja då, hade jag nog hoppat i taket eller nått... Jag kan ju berätta till exempel: när jag var på läkarmottagningen, kallad av



försäkringskassan, där det var doftsatt och de var tvungna att ta ut mig på balkongen. De sa att de inte hade några parfymer, men det var sköljmedel framförallt. Jag fick gå ut på balkongen för att vi skulle kunna prata. Så jag tror inte att det skulle vara positivt! Fritt från dofter, så blir det bra!

**Tankar/känslor när tillsatt doft används för att förstärka upplevelser, (i ex museum eller biosalonger)?** Ja, jag har ju inte varit på bio på så länge, men jag tror inte att det fungerar. Ja, jag skulle säkert bli sjuk. Vet jag inte vad det är, kan jag inte lita på den miljön. Man kanske inte känner det så att man kan peka på det, men det går inte att vara kvar där.

**Du märkte av din doftöverkänslighet kring slutet av 90-talet, hur har din egen inställning till dofter och parfymer förändrats?** Ja, det kom smygande. Det är ju så att man måste undvika dofter och parfymer. Om det är måttligt så... Det är ju en sannolikt arbetsskada, det här och det är en massa partiklar som har gjort att detta har uppkommit. Det har ju smugit sig på. Problemet har ökat undan för undan. Man bör ju naturligtvis vara noga men om det finns hela tiden, man kan ju inte hålla andan hela tiden. Till exempel med deodoranter, det kanske kan funka på lite distans, men det är väldigt, väldigt svårt och är man då överkänslig, som så många är, då tycker jag att det borde vara "nej". Man behöver ju inte ha upplevt det innan, men när man reagerar med skakningar, att man krampar... det är inte positivt.

Jag försöker återkommande testa nya miljöer, för jag har behov av ett socialt liv, ibland fungerar vistelse och ibland inte. Men jag väljer med omsorg.

Den här intervjupersonen poängterar även att många fullt funktionella personer genom denna åkomma blir sjukskrivna för att de inte kan arbeta, pga. miljön, och detta måste ju någon betala, vilket inte är optimalt...

## Respondent 7

**Har du alltid varit doftöverkänslig?** Nej.

**När började du märka av det?** Under -05.

**Vad får du för symptom?** Jag får ont i örat. Det låter så trivialt, men jag skulle säga så här... Det hände i förrgår när jag satt vid ett möte och han som höll föredrag tog upp en spritpenna och började rita på whiteboard-skivan, så tog det en eller två minuter tills jag kände mig som om jag hade druckit för mycket vin eller ja...obehagligt, obehagligt. Och så måste jag ju gå därifrån och då fortsätter symptomen som ont i örat, hes, röd i ansiktet, andningsbesvär. Och jag är fortfarande hes, efter två dagar. Och då kommer det in i nästa skede som pågår, ja, två dygn kanske, beroende på hur man har blivit attackerad. Så jag känner obehag även två dagar efter. Det är som om jag har tagit en stark medicin och försöker bli av med den. Jag kissar mycket, bajsar mycket och dricker mycket, jag försöker nyktra till. Så är det, och då låter det så jäkligt att bara säga "jag får ont i örat". Men, jag försöker nyktra till.

**Har du fått SHR som diagnos?** Jag har det troligen och den är anmäld som en arbetsskada också, för jag har jobbat med textilier i musee-miljö, som var behängda med bekämpningsmedel, under en 30-årig period. Och sen så var det vid ett malangrepp där man fick tillkalla Anticimex som besprutade med en pesticid och i den ingår det något som heter clorpyrofos. Och det är förmodligen det ämnet som satte igång de här reaktionerna och gav mig den bihåleinflammation jag hade under ett år, också, sa min läkare. Och sedan dess är jag alltså känslig för dofter.

**Värre eller bättre med ålder?** Nej, inte ännu. Bättre så till vida att man lär sig nyansera ett sånt här jävelskap. Men jag har ännu inte fattat att spritpennor är besvärliga, för jag har varit på sådana möten tidigare. Men hela tiden läggs det till nya saker. Jag tycker att man kan lära sig leva med det, men det är svårt. Det blir ju bättre än i det första läget, när man inte visste någonting. Så är det alltid bättre att veta något, även om min diagnos inte är klar så är den trolig. Trolig överkänslighet och reaktioner.

**Någon skillnad gällande produkter och plaster?** Ja, det är inte en lika stark reaktion, jag hinner gå därifrån på ett annat sätt. Det blir starkare med en spritpenna när man sitter i en lokal och känner obehaget, då är jag så oförberedd. När jag går in i en affär då tänker jag så här att, det måste gå fort, jag måste ha en mask och sen kommer jag förbi det, så är det ok. Så det är tankesättet som är annorlunda, när det gäller att köpa bröd eller nått.

**Vilka dofter reagerar du på?** Lösningssmedel, som ingår i parfymerna också. Och det är ju olika, olika reaktioner för olika parfymerna. Det är väldigt svårt att nyansera. Ibland kan jag klara en parfym, men rakvatten är värst. Rakvatten, herrarnas parfymerna.

**Reagerar du endast på mer 'kemiska' dofter (kemiskt framställda) eller även andra sorters dofter i för hög koncentration, såsom mat, blommor, sopor?** Nej, inte blommor. Jo, på en begravning med massor med liljor. Inte heller liljekonvaljer ute. Sätta in blommor inne, gör jag ju inte. Men ute går det bra med blommor. Och det går också bra med essenser av dofter i hälsokostbutiker, dom är lösta i olja. **Intressant.** Ja, det är intressant. Där har jag en egen liten lavendelolja med en doft, som jag har i en mycket liten flaska i min handväska, när jag åker tunnelbana. Och den har jag när det finns dofter jag inte klarar av, då kan jag lukta på den. Jag stoppar den i mina händer och så sitter jag och snuffsar på mina händer. Och då är det en olja och då är det lavendel, oligandeum.

**Finns det några speciella kemiska komponenter i dofter som de reagerar mer på än andra?** Nej, tyvärr vet jag inte. Det här är ju en hemlig industri, så det kommer man ju inte åt. Men, det kan också vara solkrämer, dom är förjåkliga med sina sammansättningar och parfymer idag. En tjej som jag sitter med i samma rum, brukar vara ok, men en dag förra veckan så var det en ny doft med henne, då. Jag kände att "det är någonting", och jag började hosta och hacka. Det var det inte det här akuta utan mer långdragna, vi satt ju där 2 timmar. Först kunde hon inte komma på men sedan, "jaha, kan det vara det här jag har på benen?". Det var en kräm så att hon skulle bli lite brun under dagen. En kräm som simulerar så att man blir brun. Brun-utan-sol. Ja, och det var en kemi-doft. En smygande, som bara för att jag inte sitter ensam, utan i samma rum, kunde jag registrera det hela. Annars hade jag bara gått hem och känt "fy fan, vad trött jag är idag".

**Är några specifika dofter/platser är extra jobbiga?** Ja, det är ju affärer, Åhléns och NK sådana där, med en inkörsportar med parfymer. Det är ju så att man inte går in i dom affärerna. Och Täby-centrum till exempel, som är mitt närmsta centrum. Att gå dit när dagen är slut, det går inte för då är det så tjockt av dålig luft med dofter ifrån alla affärer. Där måste man vara tidigt om morgnarna. Och sedan omklädningsrum, så klart också. Då har jag på lokal gymmet där jag går och gymnastiserar och likaså simmar, på eftermiddagen mellan 15-17.

**Undviker du vissa platser redan i nuläget pga. för hög doftkoncentration, vilka?** Ja, men det är då som jag hittar på att jag kan gå i förtid, mellan 15-17, då är det inga människor där. Och i Täby-centrum kan man gå tidigt på morgonen, när det är bra luft. Så man undviker inte saker utan jag hittar på egna idéer, vad man kan klara och vad man kan göra. För jag tror inte att man kan ändra på folk, det går inte. **Restauranger, biografer och så?** Biografer undviker jag. Restauranger undviker jag inte, det går jag på, men det kan hända... En gång satt vi på en restaurang 6 personer i en grupp och så kom det in en som hade parfym så att jag måste gå. Då gick allihop! Det blir så konstiga situationer. Det var med goda vänner då, som hängde på mig, de förstod att jag inte kunde vara där, så de skyndade sig och åt och sedan tog vi kaffet på ett annat ställe. Och jag kan också gå på teater, jag sitter på andra raden lägst in, där sitter man nästan som uppe i luften, på Dramaten. **Är det avsatt för det?** Nej, men jag köper alltid biljetter där.

**Hur anpassar du dig när du måste göra något som innebär att du utsätter dig för dofter?** Jag har alltid en mask med mig. Jag chansar på det mesta, men jag har alltid en mask med mig. Så i nödfall kan jag... En gång kom jag in i ett omklädningsrum, där det var parfym och då tog jag på mig masken. Men då står man naken och med mask på sig, då blir man ju lite skrattig. Man kan ju aldrig räkna ut att det kan bli så eländigt, men man tar med sig masken. Det kan bli så att man sitter i en buss och så kommer det dieselavgaser, på med masken och andas i den, tre eller fem minuter och sedan är det bara att stoppa ner den. Jag tycker inte om att vara iförd mask för det väcker sådan uppmärksamhet. Men ibland så måste man.

**Vad skulle ett större utbredande av doftmarknadsförda plaster och produkter innebära för dig?** Ja, det är ju inte roligt. Det är förskräckligt. Den det är ju så det håller på att bli efter vad man läser i tidningar. Barnparfymer och...ja... Det är vidrigt, ett sånt samhälle, samtidigt som att man skall prata om vår miljö. Det rimmar ju inte. Det känns som en desperat handling att hålla på med det här. Det är som på 1700-talet! När man liksom pudrade på för att inte känna de riktiga dofterna. Och vad samhället idag står för. Kaotiskt! Deprimerande! Att man inte kan vara naturlig...

**Bör vissa platser var helt befriade från doftmarknadsföring, såsom myndigheter, väntrum etc.? Vilka? Vad tycker du?** Ja, absolut! Sjukhus och allmänna, offentliga, ja, teatrar. Fast det tror jag inte kan komma.. (lite svårt att höra). Den här respondenten har via mail önskat lägga till: samtliga ställen där vi idag har rökfritt.

**Konkreta förslag till vad (doft)marknadsförare kan göra för att förbättra miljön för doftöverkänsliga. Men även andra marknadsförare och försäljare.** Det är ju tyvärr att de lägger ner verksamheten. Det finns ju ingen genväg till det här. Det är ju svårt. Jag har ju skrivit till hon den här Gotzl om hur det fungerar, och tillsatt lite information om vårt nätverk och jag har inte fått något svar. **Nått annat, på vägen, såsom märkning, sortering?** Ja, men där har Coop ju kommit med att de ska ta bort alla icke-doftande produkter och sätta dom på ett eget ställe och det är ju klart positivt. **Ytterligare förslag?** Ja, det är ju ventilation också, för butiker, som man kan föreslå. Att flytta bort produkterna är också bra.

**Önskar du fler doftfria produkter?** Ja, det gör jag. Men, med doftfria menar jag att de skall vara kemikalie-fria också. Så lite mer åt hälsokost-hållet om man säger så. För det gäller också kemikalier. Det finns hårbalsam som har tio komponenter är inte heller bra bara för att man har tagit bort parfym. Så här känner jag mig fortfarande osäker. **Vilka?** Hårshampoo och hårbalsam och att smörja in sig med. Nu använder jag bara rena oljor istället. Som jag sätter den doft på som jag vill ha själv. Jag använder ingen kroppslotion och så där. Så det skulle jag önska mig.

**Saker och plaster som inte är medvetet parfymerade, doftar i alla fall något, hur upplever du det som doftöverkänslig? Reagerar du på det också?** Ja, men det är ju som den där brun-utan-sol. Då var det någon kemi där istället. Fastän att den inte luktade. Den avgav någonting som...det var inte en god doft, utan alla sololjor ger ju någon sån torr kemikalie som gör att man börjar hosta. Man behöver inte dofta det utan man börjar hosta av att det är någonting i den. Lukten kan jag omöjligt ha reagerat på. Jag kan komma in i en sommarstuga och säga att "här är det besprutat" och min man frågar "hur kan du veta det?". Så det är min specialitet om jag så säger.

**Tex. doften av sjukhus, tandläkarmottagningar associerar många med negativa känslor, och i utförda experiment reagerar i alla fall vissa grupper mer positivt på att den typiska doften ersätts med någon annan, t.ex. apelsindoft – hur tänker/känner du inför detta?** Ja, jag har ju inte varit med om någon sådan testning, men det är ju det jag själv utövar i min handväska, med oljan, som jag kan acceptera. **Så beroende på vad den är baserad på, hade det kunnat fungera?** Ja, men jag är väldigt tveksam, väldigt tveksam. Jag vill inte bidra till någonting sånt utan jag vill då hellre att man tar bort allting. För det går inte. Det är alltid någon som reagerar på något konstigt sätt. Och då blir det inte bara apelsindoft som de kommer att sätta dit, utan de kommer också sätta dit någon annan kemisk komponent, som någon annan reagerar på. Så, jag vill inte vara med om det.

**Sjukhus/Tandläkarmottagningar doftar ganska kemiskt, desinficerat och sterilt, reagerar du på detta också?** Nej, inte ännu. Men jag kan ju mycket väl föreställa mig att folk som är känsliga reagerar på det. Att det är någon kemisk komponent, om det finns till exempel i handtvätt. Det är ju sånt man har på sjukhus. Och då kan det ju vara någon komponent i den.

**Tankar/känslor när tillsatt doft används för att förstärka upplevelser, (i ex museum eller biosalonger)?** Nej, det är förskräckligt, förskräckligt. Det får du sätta en tia på, minus 10!

**Hur har din egen inställning till dofter och parfymer förändrats?** Jo, det är klart det har förändrats. För jag gillade ju parfymer tidigare. Tills för några år sedan, men nu kan jag ju inte använda det. Så det är en stor förändring. Men ändå tycker jag att jag kan känna mig som en doftmänniska när jag erbjuder mig själv en lavendeldoft. Jag tycker att jag har kommit en bra bit på väg. **Det är trevligt att ha en doft, som du tycker luktar gott?** Javisst, det tycker jag. Jag är en doftmänniska, så jag har nog ansträngt mig för att få göra det. För att få leva med det.

## Respondent 8

**Har du alltid varit doftöverkänslig?** Nej.

**När började du märka av det?** -98

**Vad får du för symptom?** Jag får symptom ifrån i princip alla organsystem i kroppen utom magen. Jag får alltså kognitiva symptom med dyslektiska problem, både skriv, tal och hörförståelse. När någon talar till mig blir jag som ett tomt hål och jag är väldigt verbal annars. Jag blir förvirrad, jag får svårt att fokusera, koncentrationssvårigheter. Yrsel, värk, varierande. I leder och muskler, jag vet aldrig vad som händer. Luftvägar, med hosta. Det börjar i bihålorna, det värker, sedan går det neråt i lungorna, i bronkerna. Det kan vara ifrån allt att jag känner att jag blir triggad till att jag blir sjuk i flera veckor. Ju fler triggingar, ju längre perioder och till slut måste jag hitta på något sätt för att försöka behandla, i alla fall duscha och (svårt att höra). Respondenten påpekar att dessa symptom endast är en del, en översikt. 'Jag har nästan allt man kan få, utom kramper och död'.

**Har du fått SHR som diagnos?** Ja.

**Värre eller bättre med ålder?** Jag tycker att det blir sämre. **Tror du det beror på fler doftmarknadsförda plaster och produkter?** Det är nog en kombination av ständig trigging och att kroppen får fler symptom när den ständigt blir triggad.

**Vilka dofter reagerar du på?** Parfymade produkter och tinner, en ganska ny upptäckt.

**Reagerar du endast på mer 'kemiska' dofter (kemiskt framställda) eller även andra sorters dofter i för hög koncentration, såsom mat, blommor, sopor?** Kemiskt framställda dofter, för det är sällan naturliga dofter i det här. Jag blir aldrig sjuk av naturliga dofter. Jag kan tycka att dom är obehagliga och känna att det är för mycket, men blir inte sjuk av naturliga. Av biologiska dofter är det bara 'goliat museron', en svamp som har kommit på senare år som har blivit populär. Japanerna använder den som potensmedel och någon sorts läckerhet. Och lyckas man exportera till Japan får man väldigt bra betalt. Dessutom tycker folk att den smakar så fantastiskt. Och den har en parfymisk doft och det livsmedlet tål jag inte. Det är det enda naturliga livsmedlet, eller naturliga dofterna som jag vet att jag inte tål. Jag tål den lite grann, jag kan uppleva doften, men jag hostar när jag äter den. Så det finns ju något ämne i den då ju.

**Finns det några speciella kemiska komponenter i dofter som de reagerar mer på än andra?** Nej, inte mer än det som jag vet och det är tinner. Men parfym vet man ju inte vad det finns i. Det är så, så nej, det vet jag inte. Men jag vet att det är kemiskt tillverkade produkter, parfym och parfymade produkter.

**Är några specifika dofter/platser är extra jobbiga?** Där det rör sig mycket människor. Bussar, bibliotek, affärer, gator, trottoarer kan vara fruktansvärt jobbiga. Framförallt nu då det är varmt och folk har lite kläder.

**Undviker du vissa platser redan i nuläget pga. för hög doftkoncentration, vilka?** Ja. Jag undviker många plaster. **Kan du specificera lite?** Ja, plaster med många människor. Och då kan vi ta om det igen: buss åker jag inte längre. Allmänna färdmedel. Konserter. Sânt som jag inte måste göra för att överleva. Nöjen. **Restauranger, bio?** Undviker.

**Hur anpassar du dig när du måste göra något som innebär att du utsätter dig för dofter?** Om jag, eller hur jag? **Hur.** Jag planerar väldigt noga. Förflyttar mig snabbt. Går förbi områden där det doftar. Jag går in igenom en annan ingång, om jag kan. Jag har med mig en halsduk som jag då håller för munnen om jag känner att det här går inte. Jag andas ut och inte in. Det låter konstigt, men jag går och små blåser utåt.

**Vad skulle ett större utbredande av doftmarknadsförda plaster och produkter innebära för dig?** Ännu mer begränsningar. Börjar butiker lukta mer av parfymade produkter så kan jag ju inte handla (svårt att höra) någonstans. Jag har svårt att handla kläder redan nu, för att dom är parfymade. Så jag skulle behöva be någon handla åt mig. **Menar du att kläderna är parfymade eller butiken?** Kläderna.

**Bör vissa platser var helt befriade från doftmarknadsföring, och parfym?** Vilka? **Vad tycker du?** Ja, alltså, doftmarknadsföring, det tycker jag inte skall finnas någonstans. Och parfym tycker jag att man skall begränsa områden med parfymade produkter. Och öka ventilationen. För mig kan man ha dem kvar i butiker, men de skall vara i hörn med ökad ventilation.

**Konkreta förslag till vad (doft)marknadsförare kan göra för att förbättra miljön för doftöverkänsliga. Men även andra marknadsförare och försäljare.** Att man väldigt tidigt, nära entréer har allt som är oparfymat. Och har det på ett ställe, som tvättmedel, hygienprodukter och sånt som är oparfymat. Lätt tillgängligt, nära entré, nära kassa så att man inte behöver utsätta sig för resten av butiken eller andra människor för att kunna handla sina egna hygienprodukter. För mig skulle det vara bra om man låt oss säga går in till vänster och där finns de parfymfria produkterna och så kan jag ta mig fram till kassorna utan att måsta gå in bakom hyllan där dom parfymade produkterna är. Det allra viktigaste, för mig, är att man har dom produkter som faktiskt är parfymade någonstans med hög ventilation, så att jag inte behöver utsättas för dom.

**Önskar du fler doftfria produkter?** Självklart. **Vilka?** Ja, mer hygienprodukter. Sånt som har med ja...tvålar, schampo och framförallt balsam, den typen av produkter finns det väldigt lite. I och med att det är så begränsat så blir det ofta dyrare. Ja, tvättmedel, sköljmedel...kläder. Jätte viktigt, oparfymade kläder. Bilar är ju parfymade, det är vanligt. Jag tycker inte man ska parfyma produkter överhuvud taget, jag förstår att man inte kommer åt den marknaden. Men sånt som är vardagsprodukter, dom alla ska använda, ja till exempel kläder, skall inte vara parfymade.

**Saker och plaster som inte är medvetet parfymade, doftar i alla fall något, hur upplever du det som doftöverkänslig?** Hårprodukter som är oparfymade har ju döljdofter, som inte kallas parfym, dom jag reagerar på. Städprodukter i lokaler. Gamla dofter i möbler, tygmöbler, där folk har suttit kan jag reagera på. Var det så du menade?

**Tex. doften av sjukhus, tandläkarmottagningar associerar många med negativa känslor, och i utförda experiment reagerar i alla fall vissa grupper mer positivt på att den typiska doften ersätts med någon annan – hur tänker/känner du inför detta?** Jag vet inte...Jag vet inte. Det är så att, eftersom jag reagerar på sådana här döljämnen, så är det möjligt att jag skulle reagera på det. Jag har inte så negativa associationer till sjukvården. Så, jag vet inte.

**Sjukhus/Tandläkarmottagningar doftar ganska kemiskt, desinficerat och sterilt, reagerar du på detta också?** Nej, det gör jag inte.

**Tankar/känslor när tillsatt doft används för att förstärka upplevelser, (i ex museum eller biosalonger)?** Lite panik.

**Hur har din egen inställning till dofter och parfymer förändrats?** Ja, från att ha tyckt att saker luktar gott, kan jag inte göra det längre. Även om jag förstår att det är en så kallat 'god doft', så kan jag inte känna att det luktar gott längre. Jag tycker att det luktar avskyvärt och använder ingenting sånt. Jag försöker uppmuntra folk att använda så lite som möjligt för jag tror att det här kommer att... jag tror att det här är nått som sprider sig. Jag tror att vi kommer att få de här problemen, alla, så småningom.

**Saknar du doftande produkter?** Nej, jag saknar det inte. **Skulle du vilja ha de tom det gick och de framställdes på annat sätt?** Nej, jag tycker inte att det är nödvändigt.