

Duftmarketing

Die meisten Menschen sind heute nahezu ständig von vielen unterschiedlichen Düften umgeben. Rund 2.500 verschiedene Duftstoffe finden sich zum Beispiel in Dingen des täglichen Gebrauchs – wie in Wasch- und Reinigungsmitteln, Kosmetikprodukten, Parfümen, Raumluftverbesserern und Duftkerzen. Immer mehr setzt sich der Trend durch, öffentlich zugängliche und auch private Räume gezielt zu „beduften“.

Was Duftmarketing bewirken kann

Das Duftmarketing basiert mit seinen Erkenntnissen und Erfahrungen auf der menschlichen Natur. Düfte und Gerüche wirken direkt im limbischen System (Riechhirn) und sind damit unmittelbar gekoppelt an das menschliche Verhalten. Sie bestimmen unsere Vorlieben und Abneigungen, sie können uns Angst machen oder uns in Stimmung bringen. Wie mit unsichtbaren Fäden verbinden sie Erinnerung, Inspiration, Gefühl, Liebe und Hass.

Duftmarketing ist in Japan und den USA längst nichts Neues mehr und wird mit grossem Erfolg eingesetzt. Zahlreiche wissenschaftliche Untersuchungen wie z. B. eine Studie der Universität Paderborn kamen zu verblüffenden Ergebnissen: Richtig eingesetzt steigerte sich die durchschnittliche Verweildauer der Kunden im Verkaufsraum um 15,9 %, der angenehme Raumduft erhöhte die Kaufbereitschaft der Kunden gegenüber Kunden in "normalen" Verkaufsräumen um 14,8 %. Insgesamt konnte der Umsatz um etwa 6% gesteigert werden

Der Duft muss wie eine Marke aufgebaut werden

Jedes Geschäft muss seinen individuellen Duft haben, der nach vorausgegangenen Marktstudien zusammengemixt werden sollte. Der Duft soll so etwas wie ein Markenzeichen, ein Logo, für das entsprechende Geschäft werden. So rät die Duftexpertin Anja Stöhr den Sportgeschäften zu einem frischen Zitronen-Geranium- Duft. "Der Geruch darf nicht zu stark sein und muss zum Stimmungsbild passen", sagt sie. Die technischen Möglichkeiten für das Konzept sind vorhanden. Duftsäulen für einen Bereich von rund 100 Quadratmetern gibt es im Fachhandel. Auch im Briefverkehr weckt ein Rosenduft angenehme Erinnerungen bei Kunden und Geschäftspartnern. Wichtig ist, diese Markenzeichen konsequent einzusetzen.

Unterstützen Sie die Erwartungshaltungen

Wichtig ist, keine sehr unrealistischen Gerüche, die sofort als künstlich erkannt werden, einzusetzen. So wecken Gerüche wie "Sommerwiese" im Winter oder "Ozean" im Hochgebirge zwar positive, aber unwahrscheinliche Assoziationen. Das Bistro kann aber mit "Kaffeduft" durchaus den Eindruck frisch gebrühten Kaffees vermitteln, gemischt mit dem Duft frischer Croissants kurbeln die Düfte das Frühstücksgeschäft an. Reisebüros sind gut beraten, ihre Kunden mit dem Geruch von Ananas oder Kokosfrucht auf Palmen, Strand, Sonne und Meer einzustimmen.

Veredeln Sie dezent

Oft geht es beim Duftmarketing darum, vorhandene Gerüche zu überdecken. So überlagert der richtige Duft negative Gerüche von Reinigungsmitteln, Zigarettenkonsum, Küchenbenutzung, Benzinumfüllung, Toiletten, Schweissausbruch, Tierhaltung und vielem mehr. Auch hier gilt, nicht zu übertreiben, um nicht unglaubwürdig zu wirken. So kann der Gummigeruch der Reifen in einem Autohaus vielleicht durch Blumenduft verbessert werden; allemal glaubwürdiger ist es jedoch, klassischen Ledergeruch einzusetzen und damit die Ledersitze zu betonen.

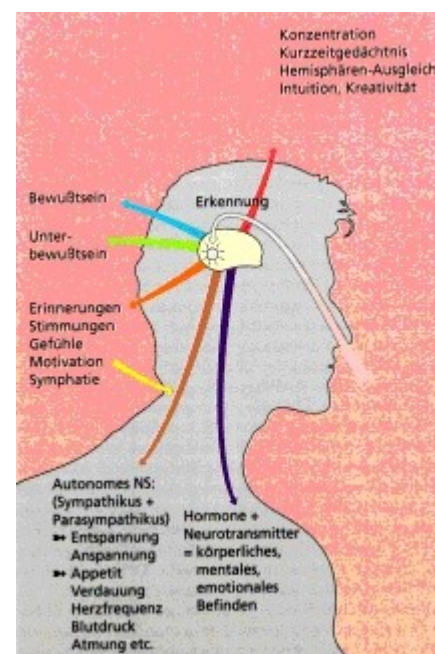
Eine leichte Brise angenehmer Düfte:

- baut negative Gerüche ab und verbessert die Luftqualität
- schafft mehr Aufmerksamkeit bei Kunden und Besuchern
- erzeugt optimale Atmosphäre in allen Räumen
- bringt neues Einkaufserlebnis für Ihre Kunden
- bewirkt positives Kundenverhalten
- verlängert die Kundenverweildauer, denn wo es gut riecht ...
- steigert die Kauflust und damit den Umsatz
- erzeugt Wohlbefinden und Vertrauen
- motiviert Mitarbeiter und verbessert die Arbeitsatmosphäre
- steigert Leistungskraft und Kreativität
- schafft entscheidende Wettbewerbsvorteile

Alles Vorteile, die auch Sie für Ihre Profilierung nutzen sollten. Sie schaffen sich einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil und sind Ihren Mitbewerbern eine "Nasenlänge" voraus.

Manipulation?

Da Duft bewusst wahrnehmbar ist und in erster Linie für gute Gefühle sorgt, hat Duftmarketing gar nichts mit Manipulation zu tun. Lediglich der Aufenthalt im Geschäft wird angenehmer gestaltet. Nur weil sich Konsumenten durch ein angenehmes Geruchs-Ambiente wohler fühlen, kann also nicht darauf zurückgeführt werden, dass die Kunden deswegen zum Kauf gezwungen werden oder sich nicht mehr frei entscheiden können



Bestimmten Düften werden bestimmte Wirkungen zugeschrieben. So sollen Pfefferminze, Bergamotte und Zitrusdüfte beispielsweise belebend wirken, Leistungen und Konzentrationsfähigkeit steigern. Bewiesen ist das nicht - es gibt nur wenig wissenschaftliche Untersuchungen zu der psychologischen Wirkung von Düften. Doch bei Duftmarketing geht es nicht immer nur darum, dass ein Raumduft "gut" riecht - also je nach Anwendungsgebiet anregend oder beruhigend, verkaufsfördernd oder leistungssteigernd wirken soll.

Es gibt nämlich auch künstliche Düfte, die keinen Eigengeruch haben. Sie docken an bestimmte Rezeptoren in der Nase an die, mit denen der Mensch ansonsten schlechte Gerüche wie zum Beispiel Zigarettenqualm wahrnimmt. Die Wahrnehmung dieser Gerüche ist damit blockiert, obwohl der Qualm trotzdem vorhanden ist und auch eingeatmet wird. Auch hier warnt das Umweltbundesamt. Schliesslich haben Gerüche eine warnende Funktion, indem sie beispielsweise auf Feuer oder auf unhygienische Zustände aufmerksam machen.

Mit dem richtigen Duft lässt sich jede Raum-Atmosphäre optimieren

Autohaus

Der richtige Duft im Autosalon schafft eine optimale Kauf- und Vertrauensatmosphäre. Der oftmals vorhandene Gummigeruch kann durch einen klassischen Lederduft oder andere Duftkompositionen abgelöst werden. Es wird ein edles Ambiente noch gesteigert und Ihre Kunden bewerten die Exklusivität Ihrer Ausstellung und der präsentierten Fahrzeuge noch positiver.

Geschäft

Beduftete, wohlriechende Verkaufsräume schaffen nicht nur ein exquisites Image, sondern auch ein neues Einkaufserlebnis und versetzen die Kunden in Kaufstimmung. Ihre Kunden fühlen sich besonders wohl und verweilen länger in Ihrem Geschäft. Denn ist der Kunde entspannt und gutgelaunt, steigt seine Kauflust und damit auch Ihr Umsatz.

Büro

Verbrauchte und schlechte Raumluft hat auch in Büros erheblichen Einfluss auf die Leistung, Motivation und Kreativität der Mitarbeiter. Die richtige Duftkomposition im Büro optimiert die gesamte Arbeitsatmosphäre und vermindert erheblich Leistungstiefs und Stresssituationen. Beduftete Büros, Ausstellungs-, Warte- und Besprechungszimmer motivieren nicht nur Ihre Mitarbeiter, sie schaffen Aufmerksamkeit bei Kunden und Besuchern.

Möbel

Erleben Ihre Kunden bereits beim Betreten Ihrer Ausstellung eine angenehm duftende Atmosphäre, steigt die Erlebniswirkung und das Kaufinteresse. Die produktionsbedingten Eigengerüche fabrikneuer Möbel, hervorgerufen durch die verarbeiteten Materialien, Klebstoffe, Folien usw. können durch eine entsprechende Duftkompositionen abgebaut werden. Ihr Sortiment und Ihre Ausstellung wird noch positiver bewertet.

Hotel

Mit Beduftung Ihres Hotels können Sie die Exklusivität und das Ambiente Ihres Hauses nachhaltig unterstreichen. Wohlgerüche wecken positive Gefühle, schaffen Vertrauen und Geborgenheit. Ihre Gäste werden es Ihnen danken, denn wer eine angenehme, "dufte" Atmosphäre erfährt, fühlt sich wohl, erinnert sich gern und kommt wieder.

Seminar

Duftkompositionen zur Steigerung der Konzentration, Aufnahmefähigkeit und zum Spannungsabbau sind in Tagungs- und Seminarräumen unentbehrlich. Sie halten die Teilnehmer geistig bei der Sache, beugen Müdigkeit und Konzentrationsschwächen vor. Die Aufnahmefähigkeit der Teilnehmer bleibt länger auf einem hohen Niveau. Sie fühlen sich fit und nehmen das vorgetragene Thema besser auf.

Arztpraxis

In Arztpraxen schafft ein ausgewogenes Raumprofil nicht nur eine angenehmere Raumluft, sondern auch psychisches Wohlbefinden. Durch Dufteinsatz können bereits beim Betreten der Praxisräume die Ängste einiger Patienten abgebaut werden. Typische Gerüche von medizinischen Substanzen und Heilmitteln, verbunden mit Eigengerüchen von Mobiliar, Körperschweiß etc., werden reduziert sowie Stress und Ungeduld vieler Patienten vermindert.