

Lust auf Duft?

Wenn Sie wollen, dass Ihre Botschaften blind verstanden werden, arbeiten Sie doch einfach mit Duft als verbindendes ganzheitliches Element.

Duftmarketing – ein innovativer moderner Trend

Auf dieser Welt gibt es wohl nichts, das nach überhaupt nichts riecht oder sich nicht wenigstens mit individuellen Geruchsvorstellungen verbinden ließe. Menschen und Tiere, Früchte und Blumen, auch unberührte Natur und frische Luft, Frühstückskaffee und gutes Essen, Urlaub, Sommerwind und Meer, Kino, Theater, Bücher, Flughäfen, schnelle Autos und coole Klamotten, Arbeit und Reisen – sogar Geld und Erfolg. Ein jedes Wesen, ein jedes Ding und jedes Tun hat seinen höchst eigenen, unverwechselbaren (Wohl-)Geruch!

Unsere Nasen können wir nicht abschalten, selbst wenn wir es wollten. Duft und Sinnlichkeit, Duft und Geschmack, Duft und Erotik, Duft und Wohlbefinden gehören einfach zusammen, ebenso wie Gerüche und Erinnerungen, unangenehme (stinkende) wie angenehme (duftende).

Unsere Nasen sind unbestechlich

Ohne Nasen wären wir wirklich arm dran. Unser Alltag wäre von absolut geruch- und geschmackloser Monotonie. Denn Riechen und Schmecken fällt nicht nur in manchen Dialekten (sprachlich) zusammen. Wenn Ihnen etwas gut schmeckt, muss es auch gut riechen, weil unsere Geschmacksnerven auf der Zunge nur vier Nuancen wahrnehmen und unterscheiden können – süß, salzig, bitter und sauer – und damit hat sich's schon!

Alles andere nehmen wir nur über die Riechnerven wahr. Der Mensch kann zwar nur vier Geschmacksrichtungen unterscheiden, dafür aber ca. 4.000 verschiedene Gerüche! Schon bevor Zunge und Gaumen schmecken, hat unsere Nase bereits alles registriert. Der gute Geschmack ist also in Wirklichkeit ein guter Geruch!

40.000 Riechstoffe – kreativer Spielraum für Duftdesigner

Die Fachwelt spricht derzeit von ca. 40.000 auf der Welt gelisteten Riechstoffen. Innerhalb dieser Menge gibt es einen Teilbereich der so genannten ätherischen Öle. Ätherische Öle sind Duftstoffe der Pflanzen, die durch den Stoffwechsel während der Photosynthese am Tag und des Regenerationsprozesses in der Nacht entstehen. Zitronenessenz und alle Nadelholzöle enthalten einen hohen Anteil an ätherischen Ölen. Die Hauptwirkungsweise dieser Stoffe ist die Fähigkeit, verbrauchte Luft in geschlossenen Räumen zu reinigen. Die Zahl der ätherischen Öle wird derzeit auf 300-350 Stück geschätzt.

Wir leben alle duftgesteuert

Sie kennen alle die Situation: Sie betreten ein Hotelzimmer und Ihr erstes Gefühl ist Unbehagen. Dies liegt nicht selten an einem leicht unangenehmen Duft. Sie können ihn nicht richtig einordnen, aber er löst unvermeidbar ein Unbehagen bei Ihnen aus. Gleiches kann Ihnen in Privathäusern und Wohnungen, Autos, Flugzeugen, Büros, Speiselokalen etc. passieren. Raumduftdesigner sind heute in der Lage, Duftkompositionen zu entwickeln, die sich harmonisch, farb- und materialbezogen in Ihre Räumlichkeiten einpassen. Darüber hinaus kann auch Ihr Marketingkonzept durch die richtige Duftwahl unterstützt oder sogar besonders herausgestellt werden. Kreative Beduftung erhöht das Raumgefühl. Überlassen Sie den Duft in Ihrem Lebensraum nicht dem Zufall. Denn er entscheidet massgeblich über Ihr Wohlbefinden und das Ihrer Gäste bzw. Kunden.

Wirkung durch Duft

Mit bestimmten Düften erreicht man besondere Wirkungen, die ebenso gezielt eingesetzt werden können. Jeder ist gut beraten, der die Duftgestaltung seiner Räume – ob geschäftlich oder privat – nicht dem Zufall überlässt. Die Möglichkeiten, die sich durch Einsatz von Duft ergeben, eröffnen ihnen ganz neue Wege der Kommunikation. Durch

ausgewählten Dufteinsatz erreichen Sie – wie mit keinem zweiten Medium – eine optimale Harmonisierung von Mensch, Raum und Thema. Sprechen sie durch Einsatz von Düften das Gefühlsspektrum der Menschen an. Sie werden sehr schnell feststellen, dass die Kommunikationsebene eine viel intensivere sein wird. Die Gesprächsführung in einem frisch und gut riechenden Raum spielt sich auf einem ganz anderen Niveau ab, als in einem Raum mit abgestandener und verbrauchter Luft. Besonders Menschen die für Sinnesfreuden empfänglich sind, bevorzugen angenehm riechende Räume. Untersuchungen haben gezeigt, dass zielgruppenadäquate Duftreize die emotionale Befindlichkeit von Menschen in Räumen deutlich verbessern. Eine angenehme olfaktorische Stimulation wirkt sich positiv auf die Wahrnehmungsfähigkeit aus. Im Handel konnten durch den Einsatz von Düften Umsatzsteigerungen festgestellt werden.

Welche Raumduftsysteme bietet der Markt?

Im Wesentlichen haben sich in den letzten Jahren zwei Gerätekonstruktionen durchgesetzt. Die eine arbeitet mit der Erwärmung von Düften, die andere bevorzugt das Prinzip der Kaltverdampfung. Aus Sicht des Autors ist das Prinzip der Kaltverdampfung die natürlichste Art, Duft in Räume einzubringen. Dieses System ermöglicht den Einsatz aller auf dem Markt befindlichen Riechstoffe. Die Kaltverdampfung ist vergleichbar mit den mannigfaltigen Dufterlebnissen bei einem Waldspaziergang. Wir haben noch keinen Menschen kennen gelernt, der nach einem Regen den Duft im Wald als zu stark und unangenehm empfunden hat, obwohl sich durchschnittlich die Duftentwicklung nach einem Regen um das Vierzigfache erhöht. Dies ist auf die Tatsache zurückzuführen, dass die Duftverteilung im Wald nichts anderes ist als die natürlichste Form der Kaltverdampfung. Auch hat sich in der Praxis herausgestellt, dass es sinnvoll ist, Gerätekonstruktionen zu wählen, mit denen man in einem Objekt mehrere unterschiedliche Duftzonen entwickeln kann. Ob gute oder schlechte Düfte – nach einer gewissen Zeit gewöhnen sich alle Menschen an Düfte und nehmen sie nicht mehr bewusst wahr. In der Fachwelt bezeichnet man dies als Adaption. Das Kreieren von mehreren Duftzonen in einem Objekt umgeht diese.

Mit Duft ansprechen

In einem Punkt sind sich alle Marketingstrategen sicherlich einig. Die Kommunikation ist zum Verstehen ihrer Zielgruppe absolut wichtig, aber weit mehr als 80 % der Entscheidungen werden aus dem Bauch – also über das Gefühl – getroffen. Wenn man sich also nun über diesen Tatbestand weitest gehend einig ist, so stellt sich die Duftkommunikation als eines der wichtigsten Elemente für zukunftsorientierte und Erfolg versprechende Kundenansprache dar. Duftmarketing ist weit mehr als das Versprühen von Duftstoffen. Es entwickelt sich mehr und mehr zu dem wesentlichsten Baustein ganzheitlicher Kommunikation.

Quelle

Erschienen: www.officeabc.de

Autor: Wolfgang Stitzl