

## Corporate Düfte: Wann sie Sinn machen

Corporate Identity (CI) und Corporate Scent (CS) sind aktuell beliebte Diskussionsthemen in einschlägigen Kreisen, insbesondere im Marketingbereich. Schön, dass die Erkenntnis, dass sich Duftmarketing sinnvoll einsetzen lässt, damit langsam an Boden gewinnt. Und gut, dass airomat® 20 Jahre Erfahrung in diesem Bereich hat.

Dass Düfte wirken und deshalb auch gezielt eingesetzt werden, ist der Inhalt unzähliger Studien und Beratungsansätze. Allgemein bekannt ist, dass sich Duftmarketing eben nicht nur in der Beduftung von Räumen erschöpft und dass ein gutes Duftklima positiv auf die Stimmung von Mitarbeitenden und Kunden auswirkt.

## Was ist Duftmarketing

Duftmarketing basiert auf der Wirkung, welche Düfte auf Menschen, eben auch Mitarbeitende und Kunden, ausüben. Düfte wirken unmittelbar auf das limbische System, das heisst, die sogenannten olfaktorischen Reize gelangen nach der Aufnahme unmittelbar ins Gehirn und lösen dort Reaktionen aus, welche mit Erinnerungen im Zusammenhang stehen. Menschen reagieren jedoch, abhängig von ihrer individuellen Erinnerungswelt, ganz unterschiedlich auf Düfte. Aus dieser Erkenntnis resultiert die Anforderung an den Duftmarketingspezialisten, einen allgemein wirkenden Duft zu finden, der den gewünschten Effekt erzielt. Die Wirkung gewisser Düfte hat sich mittlerweile bereits herumgesprochen. Lavendel etwa gilt als beruhigend und stressabbauend, Citrusdüfte als konzentrationsfördernd. Für allgemeine Stimmungen werden Düfte oft an der Wahrnehmungsgrenze eingesetzt. Für spezifische Produkte und Marken gelangt dann auch mal ein höher dosierter Duft zur Anwendung, welcher den Kunden dazu animiert, sich unmittelbar und intensiver mit dem Produkt zu befassen.

## Was bewirkt Duftmarketing

Düfte haben Einfluss auf Stimmungen. Durch gezielten Einsatz können nicht nur Stimmungen beeinflusst, sondern auch die Markenidentifikation und –Loyalität, die Verweildauer im Geschäft oder gar die Kauflust gesteigert werden. Gäste fühlen sich wohler, erinnern sich an das Besuchserlebnis und verbinden den Besuch mit positiven Erinnerungen. In firmeninternen Bereichen wird Verbindung zum Geschäft, die Identifikation mit dem Arbeitgeber, seinen Produkten und Dienstleistungen gefördert. Zudem werden Kreativität, Konzentrationsfähigkeit und positive Arbeitserlebnisse gefördert.

## airomat® Raumduftklima – Duftmarketing und Beseitigung schlechter Düfte

Als Nr. 1 der Schweiz für Raumduftklima hat airomat® 20 Jahre Erfahrung in diesem Thema. Genauso lange wird mit dem erfolgreichen airomat® System Duftmarketing betrieben. In einem Bereich unterscheidet sich airomat® jedoch ganz wesentlich von anderen Duftsyste men. Durch die spezielle Funktionsweise der airomat® Geräte werden nämlich nicht nur positive Düfte ausgegeben. Das kann nämlich auch eine handelsübliche Spraydose, sondern störende, wirklich schlechte Gerüche, werden in einem ersten Schritt effektiv neutralisiert. Deshalb ist airomat® nicht nur ein Instrument des Duftmarketings, sondern dient auch der Beseitigung von unangenehmen Gerüchen. Das Einsatzgebiet ist damit nicht auf Läden und Büros beschränkt. Auch Hotel- und Gastrolokale, Fitnesscenter und Alters- und Pflegeheime profitieren von diesem besonderen Effekt. airomat® Raumduftklima berücksichtigt durch unterschiedliche Gerätegrössen und –Leistungen die Ansprüche unterschiedlicher Standorte. Und durch spezifisch zusammengesetzte Duftstoffneutralisation werden auch die lokalen Duftverhältnisse beachtet. Dank dem sehr grossen Duftspektrum hat airomat® für jede Situation den passenden Duft bereit. Schliesslich sind die Raumsituationen in unterschiedlichen Lokalitäten einer Firma nicht exakt gleich und auch der Duftgeschmack der Menschen ist unterschiedlich. Von airomat® Duftspezialisten auf Wunsch kreierte CS Düfte lassen sich damit saisonal oder situativ beliebig ergänzen. Das Ergebnis ist dann schlicht Duftmarketing «at it's best».