

Raumbeduftung für die SHK-Branche

Dufte Geschäfte

Jasmin riecht erotisch, der Duft von Orange aktiviert. Und Weihnachten duftet nach vielen Geschenken. Aber wie riecht das perfekte Bad? Duft setzt unser Gedankenkino in Gang und bewegt mehr, als wir wahrhaben wollen. Wie man mit Düften Kunden binden und den Absatz fördern kann, zeigt der folgende Beitrag.

Verkaufspsychologen und Praktiker wissen, dass rund zwei Drittel aller Menschen aus dem Gefühl heraus kaufen. Für das passende Stimmungsbild sorgen Produktpräsentation, Collagen, Dekoration, Licht, Farben, ausgewählte Materialien, manchmal auch Musik. Unser Geruchssinn wird dagegen meist vernachlässigt. Dabei öffnet Duft die Tür zu Erinnerungen, weckt Emotionen und inszeniert Einkaufserlebnisse. Interessenten und Kunden, die sich wohl fühlen und in einer angenehmen Atmosphäre mit positiven Assoziationen

befinden, sind offener für Verkaufsgespräche, Produkte und Vorschläge. Dies gilt auch für Verkaufs- und Collagenräume oder Bad-Ausstellungen.

Riechen heißt, sich erinnern

Wie Duft die Menschen seit Urzeiten in seinen Bann zieht, zeigen Sprichwörter und die Umgangssprache. Manchen können wir nicht riechen. Andere haben einen guten Riecher und oft lohnt es sich, der Nase nachzugehen. Die Nobelpreisträger Richard Axel und Linda Buck haben entschlüsselt, wie

wir eigentlich riechen. Wenn eine Blüte ihre winzigen Duftmoleküle in die Luft setzt, gelangen die Teilchen beim Einatmen in unsere Nase, wo sie in der feuchten Schleimhaut hängen bleiben und zu den Riechzellen gelangen. Hier docken sie nach dem Schlüssel-Schloss-Prinzip an. Diese Information wird als elektrisches Signal weitergeleitet und schaltet das limbische System, unser Zentrum für Gefühle und Lernen, ein. Unser Gehirn ruft den einmal gelernten Begriff zu dem aufgenommenen Duftmolekül ab: „Die Blume ist eine Rose“. Neben dem Namen werden aber auch Assoziationen und Emotionen geweckt. Der erste Kuss, die Geliebte, die Liebe haben ebenfalls eine Duftassoziation. Das alles geschieht in Millisekunden. Duft hat einen direkten Draht ins Gehirn und wird schneller als Sehen, Hören, Schmecken und Tasten verarbeitet.

Die Kauflust nimmt zu

Duft löst Emotionen in uns aus, weckt das Bild vom Wohlfühlen im Traumbad und motiviert zum Kauf. In Beratungsgesprächen wirkt der richtig gewählte Duft auf den Kunden aktivierend oder entspannend und schafft eine positive Atmosphäre. Gleichzeitig werden unangenehme Gerüche überlagert und neu besetzt. Unternehmen und Einzelhandel nutzen dieses Wissen, um den Umsatz anzukurbeln und um sich vom Wettbewerb abzugrenzen. Empirische Studien zeigen, dass Raumduft das Wohlbefinden der Kunden steigert. Sie bleiben länger im Verkaufsraum, befassen sich mit dem Sor-



Der richtige Duft im Verkaufsraum erhöht die Verweilzeit des Kunden und erhöht seine Kauflust. Der Fachgroßhändler Richter + Frenzel nutzt auch deshalb Duftsäulen in seinen Bad-Ausstellungen

timent und sind offen für Beratung. Gleichzeitig steigt die Lust zu kaufen um fast 15 %. Der gleiche Effekt zeigt sich bei den Verkaufszahlen. Der Umsatz nimmt um rund 6 bis 8 % zu.

Wie riechen eine Glas-Duschabtrennung, Sanitärkeramik oder eine Vorwandinstallation? Wie duftet es in einer Bad-Ausstellung? Verkauft sich, was der Nase gefällt, auch richtig gut? Hier kommt die Erfahrung von Duftspezialisten, beispielsweise der Münchner Firma Voitino, ins Spiel. Neben den wissenschaftlichen Ergebnissen setzen sie vor allem praktische Erfahrungen. Sie empfehlen für den SHK-Bereich verschiedene Düfte, die sich an den Jahreszeiten und Dekorationen orientieren. Frische, kühle, kristallklare Erinnerungen wecken Düfte wie Frozen Water, Blue Water, Green Balance. Sie passen besonders gut in den Hochsommer.

Duft nach Lindenblüten lässt Vögel zwitschern und riecht unwiderstehlich nach Frühling. Der Klassiker unter den belebenden und aktivierenden Aromen ist der Duft der Orange. Ideal für trübe, nasskalte Novembertage, an denen wir uns nach Wärme und Wohlsein sehnen. Weihnachtsduft erinnert uns an Geschenke.

Der älteste Marketingduft der Welt ist Weihrauch

Düfte, die wir sofort wahrnehmen, sind vergleichbar mit der Kopfnote eines Parfüms. Entscheidend ist immer die Gesamtkomposition der Aromen. Sie basiert auf umfangreichen Tests und wird von den Anbietern sorgsam gehütet. Damit unterscheiden sich Marketingaromen von einfachen Duftölen. Sogar ein komplettes Firmenimage lässt sich in Duft fassen. Der älteste „Imageduft“ für Millionen von Kunden ist übrigens Weihrauch, der seit Jahrhunderten Katholiken sofort an die Kirche erinnert. Profaner Zusatznutzen: Weihrauch wirkt beruhigend und überlagert unangenehme Gerüche.

Mit Duftkerzen oder Duftlämpchen, wie wir sie aus dem Wohnzimmer kennen, haben moderne Systeme für Verkaufs- und Besprechungsräume nichts gemeinsam. Diese Profi-Systeme bestehen aus zwei Einheiten: den Kartuschen mit den Duftölen sowie aus dem Gehäuse und der Technik zur Verbreitung des Duftes.



Die ätherischen Öle werden aus Blüten, Blättern oder anderen Pflanzenteilen isoliert und zur Dufttherstellung eingesetzt. Sie riechen angenehm und originalgetreu. Allergische Reaktionen auf Duftöle bzw. Atemwegsallergien auf Duftstoffe wurden noch nicht nachgewiesen. Allerdings sind chemische und alkoholische Duftträger tabu. Sie verfälschen den Duft oder können Nase und Atemwege reizen. Als Qualitätszeichen gilt die Zertifizierung nach den Grundlagen der Internationalen Vereinigung der Dufthersteller IFRA. Sie prüft, ob Mensch und Tier die hergestellten Duftstoffe vertragen.

Die Duftsäulen von Voitino gibt es in der Oberfläche Aluminium sowie in allen Farben nach RAL

Systeme für Ausstellungs- und Besprechungsräume

Zur Raumbeduftung wird das Duftöl tropfenweise auf eine warme Verdunstungspfanne gegeben und ein Ventilator trägt den Duft in den Raum. Ein patentiertes Verfahren des Duftmarke-

tingspezialisten Voitino nutzt Duftkartuschen, die ähnlich wie in der Medizintechnik mit Wasserstoffzellen arbeiten. Vorteilhaft sind die exakte Dosierung der Ölmenge, der einfache Wechsel von Kartuschen und das sichere Verschließen angebrochener Kartuschen bei einem Duftwechsel. Die Kartuschen werden einfach in eine Stand- oder Tischsäule mit Stromanschluss eingesteckt. Bedienen und programmieren lassen sie sich komfortabel über ein LED-Display. Die Duftstärke wird entsprechend dem Raumvolumen exakt und kontinuierlich für die eingestellte (Ladenöffnungs)Zeit geregelt. Im Idealfall soll ein Duft so dosiert werden, dass er gerade noch wahrgenommen wird. Bei zwei unterschiedlichen Duftkartuschen (z. B. für Vor- und Nachmittag) wird der Wechsel ebenfalls voreingestellt. Für Besprechungs- und Collagenräume reicht eine Tischsäule mit etwa



Kartuschen lassen sich schnell auswechseln; mit einer Kartusche lässt sich ein 100-150 m² großer Raum sechs Monate lang beduften

tigen nur einen 230 Volt-Stromanschluss. Die Kartuschen zum Preis von ca. 90 Euro halten – je nach Beduftungsstärke – bis zu einem halben Jahr.

Bedient und programmiert werden die Duftsäulen komfortabel über ein LED-Display



38 cm Höhe aus. In Ausstellungsräumen bis 150 m² Fläche genügt eine 80 cm hohe Standsäule. Diese wird oft im Eingangsbereich oder bei Sonderaktionen auf bestimmten Verkaufszonen aufgestellt. Je nach Raumvolumen und -größe wird dann noch eine zweite Säule platziert. Die Anschaffungskosten für eine Tischsäule von Voitino liegen bei etwa 700 Euro und für eine Standsäule bei rund 1700 Euro (je zzgl. MwSt.). Beide Geräte sind wartungs- sowie servicefrei und benö-

Für eine Beduftung über Lüftungs- und Klimaanlage gibt es spezielle Systeme, die vom Handwerk installiert werden.

kung kann sich der SHK-Fachmann obendrein im Projektgespräch profilieren und neue Türen für Zusatzgeschäfte öffnen. Warum z.B. in einem Fitnessstudio nur die Duschanlage montieren? Raumbeduftung kann auch dort eingesetzt werden, um die Sportler zu aktivieren und schlechte Gerüche, wie Schweiß, zu überlagern. Tagungshotels beduften Seminar- und Tagungsräume, um die Konzentration der Teilnehmer auch über das Mittagstief hinweg bis in die Abendstunden zu halten.

Duftsäulen finden zudem ihren Platz in Schwimmbädern, in Wellness-, Fitness- und Beautybereichen, schlecht belüftbaren Fluren oder sogar in muffigen Kellergeschossen.

In großen Bürogebäuden und Warenhäusern wird Duft mit speziellen Systemen über Klima- und Lüftungsanlagen eingespeist. Sie werden grundsätzlich nur über das Fachhandwerk eingebaut. Daneben bietet sich jeder

Kundenkontakt, der im Rahmen einer Wartung oder Reparatur stattfindet, für eine Erstausrüstung mit einer Beduftungseinheit an.

Wer Produkte und Dienstleistungen im SHK-Bereich verkauft, hat also viele Situationen und potenzielle Kunden, für die guter Duft eine nützliche und sinnvolle Ergänzung ist.

Voitino Duftmarketing GmbH
82152 Krailling (München)
Telefon (0 89) 89 55 57 00
Telefax (0 89) 89 55 57 20
E-Mail: info@voitino.de
www.voitino.de



Raumbeduftung eignet sich auch als Zusatzgeschäft

Die Möglichkeit, Duft einzusetzen, ist nahezu unbegrenzt. SHK-Handwerk und SHK-Handel können Duft für ihre eigenen Verkaufs- und Beratungsräume verkaufsfördernd einsetzen. Mit dem Wissen um Düfte und deren Wir-

Unsere Autorin Diplom-Wirtschaftsingenieurin (FH) Susanne Fahlbusch ist Inhaberin von com+ Public Relations, 82049 Pullach