

Geruchssinn: Ein Hauch von Luxus

Über paarige Geruchsnerven werden die Geruchsinformationen ins Gehirn geleitet, wo diese verarbeitet werden. Mithilfe des Geruchssinns erkennen wir Nahrung, Paarungs- und Artgenossen, aber auch Feinde. Zur Unterscheidung verschiedener Düfte kommen mehrere Typen von Rezeptoren zum Einsatz. Durch das Zusammenwirken der unterschiedlichen Rezeptortypen können komplexe Duftqualitäten wahrgenommen werden. Insgesamt kann der Mensch mehrere Tausend Duftqualitäten unterscheiden. Durch seine Verbindung mit dem limbischen System (Teil des Gehirns, der unter anderem für die Verarbeitung der Emotionen und die Entstehung von Triebverhalten verantwortlich ist) ist unserer Geruchssinn stark mit unserem Gefühlsleben verbunden und beeinflusst dieses maßgeblich.



Foto: Corbis, Andrew R. Kirby



Yogesh Kumar: Die Firmen-CI für die Nase

Wie lässt sich Duft konkret einsetzen, um seine Kunden zu emotionalisieren?

Ein Duft ist nicht nur ein Geruchsmittel. Er trägt in sich eine Magie – und diese Magie muss auch inszeniert sein. Konkret: Eine speziell entwickelte Hardware und Software sorgt mithilfe von Duft-Pads für eine automatische Verbreitung von Düften im Raum. Die Idee besteht aus einem innovativen Produkt mit einer Dienstleistung. ASCENT ist eine faszinierende Ergänzung zu den üblichen Kommunikationskanälen von Unternehmen. Eine sinnliche Vertiefung zur Verbreitung der CI und des Unternehmensimage. ASCENT setzt Düfte gezielt als Kommunikationsmittel ein und verankert die Unternehmensbotschaften direkt im limbischen System der Konsumenten.

Darüber hinaus kann auf das Arbeitsklima im Unternehmen eingewirkt werden, wodurch die Motivation und Konzentration von Mitarbeitern gesteigert werden kann. Wenn wir einen richtigen Duft mithilfe dieser Geräte am richtigen Ort platzieren, schaffen wir einen wunderbaren Effekt: Wohlfühlen, Entspannung, Verweilen, Erfrischung, Luftreinigung, Wiedererkennung und Motivationssteigerung. Stimmung direkt am POS, Verkaufsförderung und eine emotionale Brücke zum Kunden. Ein präzises Duftdesign als Duftinszenierung macht einen Einkauf zu einem genialen Erlebnis.

Wie und wo lässt sich Corporate Scent einsetzen?

Die Einsatzgebiete und Zielgruppen sind vielfältig: von Handel und Industrie über Wellness-Oasen, Fitness-Tempel, Gastronomie oder Hotellerie bis hin zu Entertainment-Einrichtungen und dem Bereich Dienstleistungen oder Gesundheitswesen. Aber auch beim POS, in Verkaufsbereich oder Besprechungsräumen, bei Messeauftritten und in Wartehallen kann Duftmarketing gezielt eingesetzt werden. Aber bei Präsentationen, Visitenkarten, Briefpapier und als Geschenkartikel sind individuelle Duftkompositionen ideal.

Kann man seinen Unternehmensduft auch anlassbezogen modifizieren, zum Beispiel für spezielle Events eines Unternehmens?

Ja, natürlich! Man kann einen Corporate Scent variieren und auch als Eventduft einsetzen.

Wie gehe ich vor, wenn ich mich dazu entschliefte, ein Duftdesign für mein Unternehmen kreieren zu lassen?

In einem ausführlichen Analyse-Gespräch erarbeiten wir gemeinsam das Briefing für die individuelle Zielsetzung. Dann, in einer sehr ungewöhnlichen, mehrstufigen Entscheidungs- und Dufterlebnisphase, entwickeln wir gemeinsam mit dem Kunden von der Basis-Note weg die fertige Komposition. Schon nach circa sechs Wochen ergänzt ein exklusiver Duft das Unternehmensimage als olfaktorisches Logo.

Welche Duftkreation war Ihre bisher größte Herausforderung? Die „Zauberflöte“, ein Duftkonzept für eine Aufführungsserie der gleichnamigen Oper von Mozart in New York. Dafür habe ich circa acht Wochen gearbeitet. Am Ende hat der Duft die Leute inspiriert, sich die Vorstellung anzusehen ... und sie haben die Musik im Parfum wiedergefunden! www.dasparfum.com

FACTS & FIGURES

Individuelle Duftberatung, Entwicklung und Produktion von Parfummischturen für Einzelpersonen; Corporate Identity „Scent für Unternehmen“; Kreation olfaktorischer Logo; Duftkonzepte für Präsentationen, Duftseminare und Duftervents unter anderem für Bank Austria, Hirsch GesmbH Österreich, Fa. Pedross Italien, TEV Theatre of eternal values Belgien, Ford Motor Company Austria, Accente GesmbH Wiesbaden, Dubai Opernball 2006, WKD Wien, Procter & Gamble Deutschland, Siemens Forum Wien

Fa. Yogesh Kumar
Yogesh Kumar
Kirchengasse 24/4, A-1070 Wien
Tel.: +43(699)19 43 25 94
E-Mail: office@dasparfum.com

