

YOGESH KUMAR Der gebürtige Inder kreiert duftende „Messages in a Bottle“: Massgeschneiderte Parfums für Unternehmen

Der Herr der Düfte



Auffällige Logos, grossflächige Plakate oder teure Werbestars waren gestern. „Messages in a Bottle“ ist heute das Zauberwort, glaubt zumindest Yogesh Kumar. Denn der Parfumeur packt Corporate Identities (CI) von Firmen in Flakons und Kunden so an der Nase.

Ganze zwei Tage braucht es im Schnitt, und dann hat er ihn eingefangen: Den Duft der Firma oder auch die „Message in a Bottle“, wie es der aus Indien stammende, nun in Österreich lebende Parfumeur Yogesh Kumar beschreibt. Er ist Meister seines Faches, aber längst tüftelt er nicht mehr nur an individuellen Düften für Mann oder Frau oder hält Duftseminare. Erst vor kurzem hat er einen ganzen Wiener Bezirk in eine Flasche gepackt: „Der Duft der Josefstadt.“ Jasmin und einige fruchtige Duftzusätze entströmen dem schlichten Flakon, wenn man ihn öffnet. „Ich habe das Image des achten Bezirkes eingefangen“, meint Yogesh schmunzelnd: „Ein bisschen nobel.“ Orientalisches entweicht hingegen einer anderen Parfumflasche, deren Inhalt Yogesh extra für den heurigen Opernball in Dubai gemixt hat. Sie wurde dort als Damenspende verteilt. Und wirklich: Sandelholz und Ylang-Ylang erwecken beim Schnüffler sofort Bilder aus 1001 Nacht. Selbst der Coca-Cola-Konzern hat sich für ein spezielles Event in Italien von Yogesh eine Flasche abfüllen lassen. Ein bisschen Zimt und dazu Zitrone, verrät Yogesh ein bisschen von dieser Geheimmischung. Genaueres erfährt man nicht, denn der gebürtige Inder, der seit 2003 in der Kirchengasse im siebenten Wiener Gemeindebezirk ein eigenes Geschäft betreibt, gewährt nur spärliche Eindrücke. Tatsache ist, dass jeder Mensch und selbst jedes Unternehmen seinen individuellen Geruch hat. Es kann auch den passenden, sozusagen massgeschneiderten Duft bekommen, verspricht Yogesh. Neben Duftberatungen um



wohlfeile 180 € (also ein persönliches Gespräch, ein Riechtest und ein speziell zusammengestelltes Parfum) bietet Yogesh Duftworkshops an und hat zudem vor einiger Zeit die Idee entwickelt, „Messages in a Bottle“ für Firmen zu kreieren. „Mit der Corporate Identity eines Unternehmens kann man viel machen“, ist Yogesh überzeugt. Und im Gegensatz zu Logos oder Fernsehspots bleibt ein Duft schliesslich ewig in Erinnerung. Allerdings: Den eigenen Duft der Firma in die Flasche abzufüllen, haben hier zu Lande erst wenige Unternehmen entdeckt.

Düfte und Gerüche hingegen bewusst einzusetzen, damit arbeiten bereits einige Firmen, wie z. B. der Schnittenhersteller Manner. In seiner Verkaufsfiliale am Stephansplatz werden angenehme Gerüche eingesetzt, um Kunden zum Kauf zu verlocken. Und spezielle Raumdüfte sollen Manner-Mitarbeiter bei ihren Verkaufsgesprächen kreativ beeinflussen.

Geld stinkt nicht

„Ganz einfach“, sagt Yogesh, ist es z.B., einen „Firmenduft“ für ein Unternehmen zu entwickeln, das Lebensmittel produziert. Auch Produkte wie Stahl, Software oder Papier seien in Flakons einzufangen. Für eine Bank müsse das Parfum „jedenfalls nach Geld riechen“. Sehr angenehm klarerweise, denn Geld stinkt nicht, meint Yogesh mit einem charmannten Lächeln auf den Lippen.

Demnächst wird Yogesh, der bereits im zarten Alter von 13 Jahren auf dem elterlichen Wohnzimmertisch in New Delhi sein erstes Parfum zusammenmischte, für die PR-Agentur Cox Orange ein Parfum kreieren. Patchouli wird

wohl dabei sein, denn laut Yogesh steht dieser Duftstoff für Kommunikation. Empfehlenswert ist Patchouli daher übrigens auch für Telefongesellschaften.

Duftende Erinnerung

Egal, ob für eine Person oder eine Firma: Düfte müssen vor allem eines, nämlich positive Erinnerungen und angenehme Emotionen wecken. An seine Kunden hat Yogesh jedenfalls nur zwei Anforderungen: Sie müssen experimentierfreudig sein und aus der Masse herausstechen wollen. „Die Kunden, die zu mir kommen, wollen nicht einer unter Tausend sein.“

Dies war übrigens auch immer das Lebensmotto von Yogesh selbst, der in der Millionenstadt New Delhi als Sohn eines auf Friseurbedarf spezialisierten Unternehmers aufwuchs. Statt die Firma seines Vaters zu übernehmen, kreierte er für ihn Rasierwässer. Dann gründete Yogesh mit 17 sein eigenes Unternehmen und war jahrelang immer wieder auf „Duftreisen“ quer über den Erdball, um Neues zu entdecken oder Aufträge auszuführen, wie zum Beispiel Raumdüfte für Hotels. „Ich habe klein angefangen“,

sagt Yogesh bescheiden. Als er 1997 „der Liebe wegen“ nach Österreich übersiedelte, übergab er seine indische Firma dem Vater und gründete „nach einem

bürokratischen Hürdenlauf“ eine neue Firma in Wien. Yogesh konnte nur ein Wort, als er nach Österreich kam, nämlich „Danke“. Sein erstes Buch, das er auf Deutsch las, war übrigens Patrick Süskinds Roman „Das Parfum“.

BARBARA SCHUMY
b.schumy@wirtschaftsblatt.at

„Die Kunden, die zu mir kommen, wollen, nicht einer unter Tausend sein“

Yogesh Kumar

ZUR PERSON

1969 wird Yogesh Kumar in der indischen Hauptstadt New Delhi als Sohn eines Friseurbedarfs-händlers geboren. Schon als Kind betreibt er am elterlichen Wohnzimmertisch ein kleines Chemielabor und entwickelt mit 13 Jahren sein erstes Parfum, später auch Rasierwässer für seinen Vater. Mit 17 Jahren gründet Yogesh bereits sein erstes Unternehmen und stellt u.a. Raumdüfte für rund 60 indische Hotels. 1997 über-

gibt er seine Firma seinem Vater und kommt nach Österreich. 2003 eröffnet er ein Parfümgeschäft in der Wiener Kirchengasse und bietet z.B. individuelle Duftberatungen sowie Workshops in ganz Europa an. Für Kunden wie z.B. den Getränkekonzern Coca-Cola, das Kindermodenunternehmen Takito oder das Kloster Pernegg kreierte er eigene Düfte.

Infos unter:
www.yogesh-parfum.com



Yogesh Kumar:
„Ein Geruch muss angenehme Gefühle wecken“