



# Dufte Sache

Düfte wirken sich unmittelbar auf die Gefühlswelt des Menschen aus. Sie rufen Erinnerungen wach, entspannen oder beleben. Durch den gezielten Einsatz von Düften lässt sich auch in der Gastronomie Wohlbefinden schaffen. Im Gespräch erläutert die Duftexpertin Elke Kies Hintergründe und Möglichkeiten.

## Frau Kies, was ist Duftmarketing?

Duftmarketing ist Wellness, Marketing und Erlebnis in einem Atemzug. Flüchtig im Genuss, schnell in der Wirkung und dauerhaft in der Erinnerung. Duft ist nicht nur ein wirkungsvolles Marketing-Medium, sondern auch ein bezahlbares. Ein wohl dosierter Duftausstoß kann mehr Emotionen und Erinnerungspotenzial auslösen als eine Printkampagne. Wichtig ist neben der richtigen Mischung des Duftes die Dosierung. Weniger ist mehr, lautet die Devise.

## Wie profitieren Gastronomen von Düften, die sie gezielt einsetzen?

Eine Raumbeduftung, die dem Wohlbefinden dient, soll nicht nur gut riechen, sondern auch die Luft verbessern. Gastronomen können z. B. einen ersten guten Eindruck vermitteln, wenn ein leichter, freundlicher Duft im Eingangsbereich den ankommenden Gast beim Betreten des Lokals positiv umgibt. Nach dem Verlassen des Betriebes bewirkt er eine dauerhaft angenehme Erinnerung.

Düfte sind auch saisonal der Dekoration anzupassen. Die optische, akustische und gustative Ausstattung von Veranstaltungen in der Gastronomie hat die Grenze des Möglichen erreicht. Nur durch Investition in die



Düfte wirken auf die Gefühlswelt des Menschen. Die Autorin definiert sechs Stufen: von der Standardversorgung bis zum Dufterlebnis.

Atemluft sind solche Ereignisse noch zu toppen. Selbst bei kleinen Budgets sollte auf die Wohlfühlbarkeit der Raumluft nicht verzichtet werden.

## Welche Projekte haben Sie unter dem Aspekt „thematisch bezogene Events“ in der Erlebnisgastronomie umgesetzt?

Hier gibt es einige Beispiele. Durch Festinstallation via Raumlufttechnik haben wir die Luft in der Ton-Fabrik Mechernich bei Köln deutlich verbessert. Zudem kamen bei Mottopartys Themedüfte, z. B. beim Karibik-Event Kokos & Limette oder an Halloween ein Kürbis-Aroma, zum Einsatz.

Der „Geruch“ vergangener Konzerte und Kneipenabenden in der Muffathalle in München sollte für das Jubiläum der Spardabank München von der Agentur KB1 durch einen frischen Touch ersetzt werden. Eine Mischung aus Orange und Minze unterstrich die CI-gemäße Dekoration und beseitigte den Mief. Zwei AirEnhancer ScentBeams mit Spezial-

düsen über der Bühne platziert verteilten den Duft auf 800 m<sup>2</sup>.

Bei der WM-Party 2006 mit Live-Übertragung der Spielfeld Deutschland gegen Polen wurde die Neue Börse Arena in Frankfurt/M. für 1.200 geladene Gäste in eine Fußball-Arena verwandelt. Zwei AirEnhancer ScentBeams mit Spezialdüsen unter der Tribüne angebracht verteilten den Duft von frisch geschnittenem, grünen Gras und vermittelten ein Outdoor-Barbecue-Feeling auf 900 m<sup>2</sup>.

## Können Umsätze durch Duftmarketing gesteigert werden?

Allen Untersuchungen gemein ist die Tatsache, dass unangenehme Gerüche oder Düfte zur Verschlechterung der Stimmung führen. Zu hohe Duftintensitäten bewirken, dass Düfte als unangenehm empfunden werden. Wir haben in Interviews der Diplomandin Isabella Flamm auf der CeBIT 2007 eine bis zu 8-fache Zufriedenheit der Besucher mit bedufteter Raumluft gegenüber den unbedufteten Messehallen ermittelt.

## Inwiefern gewinnt Duftmarketing im Zuge des Nichtraucherschutzes an Bedeutung?

In vielen Bereichen lässt sich ein schlechter Geruch von kaltem Rauch nur bedingt verdrängen. Hier gewinnt Duftmarketing zur Beseitigung und positiven Maskierung neu hervortretender Negativgerüche an Bedeutung. In Clubs nimmt die „Schweißgeruch-Problematik“ zu. Wir arbeiten auch an einer freundlichen Tabaknote, um die vermisste „Raucher-Gemütlichkeit“ wieder herzustellen. mth

## Vielen Dank für das Gespräch!

**Elke Kies:** Die Architektin und Duftregisseurin aus Neuss liefert seit 1997 mit ihrem Unternehmen Magic Box® eK Special Events Raumduft-Lösungen für Hotels, Touristik, internationale Messen, Events und zum Festeinbau mit den Schwerpunkten Wellness, Inszenierung und der Verstärkung von Marketingbotschaften. [www.duftregie.de](http://www.duftregie.de)

## Das bewirken Düfte:

- Steigerung des Wohlbefindens
- Förderung positiver Stimmungen und Bilder im Gedächtnis des Gastes
- Stärkung der Atemwege gegen Bakterien und Stäube – antiseptische Wirkung ätherischer Öle
- Positiver Einfluss auf Konzentration und Leistungsfähigkeit
- Angenehme Atmosphäre im Raum und Entspannung
- Besonderes Erlebnis, Gesprächsstoff
- Verlängerte Aufenthaltsdauer und steigende Umsätze

Damit die ganze Welt sich in Ihr Hotel oder Ihr Restaurant verliebt! online anbieten - online finden



**hr-broker**  
hotel-restaurant-broker

[www.hr-broker.eu](http://www.hr-broker.eu)