

Sonderdruck  
Januar 2009

01|09

MAGIC BOX, Neuss



MAGIC BOX e.K. Special Events  
Büdericher Straße 9  
D-41460 Neuss  
Telefon +49.2131.591810  
Telefax +49.2131.591806

www.duftregie.de

# wörkshop

MARKETING | MESSE | EVENT

wörkshop 01/2009

## Duft wirkt schneller.

ausgewählte PROJEKTE



### Messestände

*awz-event für DOW Chemicals, K Düsseldorf 2007*  
VIP-Pavillon, Thematische Zonen-Beduftungen

*Electronic Arts, Gamescom Köln 2009*  
Beduftung der VIP-Area

*Interlücke, imm Köln 2003 und 2005*  
Farbthemen-orientierte Duftbereiche

*Leister für Bahlsen, ISM Köln 2009*  
Vier leckere Duftstationen zur Verkostung

*mac für Rehau Sun Chemical, beide 2008*  
Klimaverbesserung Meeting/Präsentation

*SAP, CeBIT Hannover 2006*  
Loungebeduftung

*Service Factory für Vodafone, CeBIT Hannover*  
Großraum- und Meetingraumbeduftungen

*Siteco, Light + Building Frankfurt 2004 und 2006*  
Erfrischungsdüfte in der Meeting Area

*Vok Dams für Volkswagen, 2001-2003*  
Duft-Inszenierungen, Produktlaunche Detroit  
Motorshow, Genfer Autosalon, Autosalon Paris

*Wella AG, HairStyle, Hair + Beauty Frankfurt*  
2003 und 2004  
Erlebnisbeduftungen

### Thermen // Wellness

*Aquadrom, Hockenheim*  
RLT-2-fach-Beduftung Aquafitness

*Fildorado, Filderstadt*  
RLT-Beduftung im Umkleidebereich

*JEAN D'ARCEL Dayspa, Kehl und Freiburg*  
4-fach wechselnde Treatment-Düfte

*Krouneberg Centre Aquatique, Mersch*  
RLT-Beduftung im Umkleidebereich u.a.

*Schwimm-in-Bilk, Düsseldorf*  
RLT-Beduftung im Umkleidebereich

### POS-Aktionen // VKF

*Globus SB Warenhäuser, diverse Orte*  
Beduftung saisonaler Aktionsflächen

*Haloren Schokoladenfabrik, Halle*  
Produktduftdisplays für Promotions

*Neumarktpassage, Köln*  
Saisonale Beduftungen seit 2002

*Schadow-Arkaden, Düsseldorf*  
Weihnachtsbeduftungen seit 2005

*Sony Style Store, Berlin*  
Shopbeduftung über RLT

*Warsteiner, diverse Orte*  
Grasduft-Promotions  
in TOP Getränkemärkten

### Museen // Ausstellungen

*Ars Electronica Center, Linz 2009*  
Duftportal in der Europäischen Kulturhauptstadt

*circ für die Autostadt, Wolfsburg*  
X-mas Feeling Outdoor, der duftende  
Adventskalender

*Inter-NL für Hunebed Exhibition, Borger*  
Höhlenduft für ein künstliches Hünengrab

*Kunstraum GfK für Klimahaus 8°Ost,*  
Duftexponate/-Räume für diverse Klimazonen

*Maisel's Brauereimuseum, Bayreuth*  
Dufräume mit Hopfen-Malz-Holz

*milla für Steiff, Produktwelt in Giengen*  
Themenduft im maritimen Bereich

*step-one für Beiersdorf, Hamburg*  
interaktive Deoduft-Stationen in der  
Jubiläumsausstellung

*Lübeck Travemünde Tourist Service,*  
Beduftung der 1. Ice World Ausstellung

### Konferenzen // Präsentationen

*Art Event für Becks, Bremen*  
2-stufige Präsentationsbeduftung

*Monaco Informations Centrum,*  
3-stufige Präsentationsbeduftung

*Revlon Professional, Bad Sassendorf*  
Erlebnisparkours und Dufterlebnisse

### Events

*Crossworks für Tupperware, Bremen*  
Szenische Themenbeduftung

*Filmtec für Volkswagen, 2010*  
Duft-Inszenierung für Konzernveranstaltung,  
Genfer Autosalon

*KB1 für Sparda-Bank, München*  
Jubiläum Air Enhancement in der Muffathalle

*Mäurer & Wirtz im Lofthaus, Düsseldorf*  
Szenische Beduftung Strellson Parfum-Launch

*Paffrath für Flughafen DUS, Düsseldorf*  
Weihnachtsbeduftungen der Shopping Mall

### Freizeitparks

*Europa Park, Rust*  
Magic Cinema 4D/4-fach szenische Düfte  
Vogthaus/Outdoor NoseCatcher Schinken  
Grotte Atlantis/Meeresduft

*Hofmann Animatronics für Heide-Park, Soltau*  
Puppenshow mit zwei Düften

*milla für botanika Entdeckerzentrum, Bremen*  
Rhododendron-Kino mit Blütenduft

### Coming soon

*milla für Deutscher Pavillon »balancity«  
Shanghai Expo 2010*  
Landestypische Düfte von Natur bis Nahrung

Sonderdruck  
Event

Kräftig  
durchatmen

Marketing  
Gut gepunktet

Messe  
Stark vertreten

Event  
Für Events mit Sterne-Niveau

GIT VERLAG ONTUR

Verlag:

ONTUR

Herausgeber:

GIT VERLAG  
A Wiley Company

# Kräftig

# durchatmen

Duftzonen schaffen eine angenehme Atmosphäre für potentielle Kunden

Die gelungene Messe-Präsentation eines Unternehmens sorgt für volle Auftragsbücher – mindestens bis zur nächsten Messe und im Idealfall weit darüber hinaus. Architekten, Designer, Messebauer, Licht- und Veranstaltungstechniker werden beauftragt, durch die Gestaltung am Point of Sale ein ansprechendes Ambiente zu schaffen, das für die notwendige Aufmerksamkeit beim möglichen Kunden sorgt. Verkaufstrainer werden bereits weit im Vorfeld engagiert, um die Mitarbeiter auf das Firmen-Highlight des Jahres virtuos vorzubereiten. Damit man dem erwarteten Besucheransturm gerecht wird, ergänzt man für die perfekte Kundenbetreuung das Stammpersonal um zusätzliche Promotoren. Diese sind beauftragt, kleine Wartezeiten mit einem Angebot an heißen oder kalten Getränken zu überbrücken. Nichts bleibt dem Zufall überlassen. Nichts?

Kaum hat der Messetag begonnen, lässt auch schon die Konzentration nach – eine bekannte Tatsache. Kunden berichten, dass nach kurzer Zeit der geplante anregende Austausch von Informationen und das Einholen von Angeboten zur Pflichtübung reduziert sind. Mit fortschreitendem Tag ist zunehmend mehr Selbstdisziplin erforderlich, um die wachsende Ungeduld bei so manchem Kunden zu neutralisieren, wissen Verkäufer zu berichten. Lange vor Ende des Messtags sind viele der Akteure erschöpft und in zahlreichen Gesichtern steht ein „Ich will hier raus!“ geschrieben. Die Ursache liegt häufig am Gemisch vieler individueller Gerüche und schlechter Luft durch die geballte Zusammenkunft von Menschen in den Messehallen. In diesem Mief verabschiedet sich das Wohlbefinden der Kunden und Mitarbeiter auf geradezu geschäftsschädigende Weise.



Empfindung des Klimas	im Vodafone-Pavillon	allgemein auf der Messe
anregend	9 %	1 %
frisch	14 %	2 %
angenehm	44 %	12 %
neutral	33 %	31 %
trocken	11 %	34 %
stickig	6 %	19 %
müde	1 %	9 %
künstlich	6 %	19 %
chemisch	0 %	2 %
unangenehm	1 %	6 %

## Düfte in vorhandene Technik integrieren

Die Duftregisseure von Magic Box liefern die entsprechende Präzisionstechnologie zur wohldosierten Kaltausbringung von Duftstoffen. Da die Duftöle nicht erhitzt werden, bleiben die verbreiteten Düfte unverfälscht und natürlich.

Mit Geräten wie dem AirEnhancer ScentWave (bis 300 qm) und ScentBeam (bis 800 qm) wird in der Kaltverwirbelung Feinstnebel erzeugt, der vor der Ausbringung als „duftende Luft“ im Gerät mehrfach verdünnt wird. Ein sehr sparsames Verfahren. Die ScentWaves besitzen durch ihr Leichtgewicht von unter 9 kg und ihr geringes Volumen von max. 18 x 38 x 36 cm (B x H x T) genügend Flexibilität für eine unauffällige Integration in die vorgegebenen Örtlichkeiten. Der Einsatz von Schuhkarton-kleinen Kompaktgeräten zur Ausbringung von Raumdüften erlaubt eine punktuelle Verbesserung des Raumklimas bis 50 qm. In kleineren Besprechungsräumen kommen auch passive Systeme mit Feststoffen (Gel-Düften) zum Einsatz, die der Kunde kinderleicht handhaben kann.

Soll die vorhandene, festinstallierte Klima- und Belüftungsanlage genutzt werden, verwendet man spezielle AirEnhancer in Bypassanordnung. Zu diesem Zweck bietet die RLT-Serie ökonomische und funktionelle Lösungen, denn die bestehende Raumluft-Technik sorgt bereits für eine gute Duftverteilung im Raum. Die Geräte sind für Lüftungs- und Klimaanlage mit einer Leistung von 1.200 - 65.000 cbm/h ausgelegt und mit einem bis vier wechselnden Düften erhältlich.



## Mehr Wohlbefinden und Umsätze durch frische Luft

Gute Luft zeichnet sich durch ausreichend Sauerstoff und Feuchtigkeit sowie eine geruchliche Qualität, die wir als „frisch“ bezeichnen, aus. Die auf Energie-Effizienz getrimmte Messe-Klimatisierung erzeugt jedoch meist nur ein gerade so den gesetzlichen Anforderungen genügendes Standardraumklima: zu trockene, meist zu warme und als „tot“ empfundene Luft. Professionelle Abhilfe leisten Unternehmen wie Magic Box mit AirEnhancer Geräten, die unangenehme Gerüche beseitigen und die Luft mit feinsten ätherischen Ölen verbessern. Diese leichten Duftzugaben fördern das Wohlbefinden und steigern damit die Verweildauer der Kunden am POS. Die bewusste Schaffung von Duftzonen durch präzise Dosierung lenkt ohne allzu großen Aufwand die Aufmerksamkeit der Kunden auf spezielle Angebote und verstärkt die Affinität des Kunden zu einem Artikel.

Das Wissen über die emotionale Kraft der Düfte wächst täglich. Neue Erkenntnisse der Forschung und zahlreiche, professionelle Projekte auf diesem Gebiet vergrößern unseren Erfahrungsschatz. Welche bedeutungsvolle Rolle der Geruch im Leben spielt, spiegeln auch Redewendungen wieder wie: „jemanden nicht riechen können“ bzw. „sich nicht satt riechen zu können“, was beweist, wie wichtig letzteres für absolutes Wohlbefinden ist. Alles, was gut duftet, gewinnt an Wert. Die bekannte physiologische Wirksamkeit 100 % ätherischer Öle liegt in ihrer Steigerung von Vitalität und Wohlbefinden, ihrem keimtötenden Ef-

fekt, einer Unterstützung der Atemwege gegen den Einfluss von Bakterien und Stäuben sowie der Stärkung des Immunsystems. Psychologisch nehmen Düfte Einfluss auf Konzentration und Entspannung. Sie tragen zur guten Laune bei, fördern positive Bilder „im Kopf“ und steigern folglich die Beratungs-Bereitschaft - was auch erheblich zum Erreichen von Messzielen beitragen kann. Ein weiterer Vorteil: Das Erlebnis Standbesuch bleibt sehr viel länger und deutlicher in Erinnerung – erhaltene Informationen werden besser gelernt. Letzteres ist ein ausbaufähiger Sachverhalt, den die Forschung erst kürzlich beleuchten konnte.

Seit über 10 Jahren ist Magic Box aus Neuss mit luftverbessernder Raumbefudung erfolgreich am Markt und erfreut sich auch auf Messen wachsender Beliebtheit bei den Ausstellern. Resümee: Was dezent gut duftet, steigert die Anziehungskraft und unsichtbare Dufttechnologie genießt höhere Akzeptanz. Aus Überzeugung lassen auch die Betreiber des Vodafone-Pavillon ihr Areal auf der CeBIT seit 2005 von den Neusser Spezialisten beduften. Um festzustellen, ob die vorgesehene Wirkung eingetreten ist, wurde diesbezüglich kürzlich eine Besucherbefragung durchgeführt. Das Publikum verglich seine Empfindungen beim Aufenthalt im Vodafone-Pavillon zum allgemeinen Klima auf der Messe. Die Ergebnisse bestätigen die Konzeption (siehe Kästen 1 und 2).

Organisiert wurde die Befragung von Isabelle Flamm im Zuge ihrer Diplomarbeit „Duftmarketing in der Messepraxis“.

- Die zentralen Ergebnisse**
- Dufteinsatz führt zu spürbarer Verbesserung der Raumluftqualität
  - Dufteinsatz wird positiv empfunden
  - Dufteinsatz prägt eine positive Produktdifferenzierung und -bewertung

Diese Ergebnisse belegen, dass bei der multisensorischen Ansprache hochwertige Düfte als ein wesentliches Gestaltungs- und Stilelement nicht fehlen sollten.



Zur Messe- und Showgestaltung setzt man heute fast durchgängig Lichteffekte ein, die über DMX-Protokoll gesteuert werden. Mit ScentWaves z. B. lässt sich diese Steuerung nutzen, um bis zu vier Düfte zeitgleich mit anderen Aktoren zu synchronisieren. Dabei sind z. B. blitzschnelle, bildgenaue Duftwechsel möglich.

Zur perfekten Inszenierung von Highlight-Produkten usw. empfehlen sich Nose-Catcher, die nur im Nahbereich sensorgesteuert oder on-demand zur gezielten Duftausbringung an Exponaten, Sonderplatzierungen und interaktiven Stationen eingesetzt werden. Das Angebot hierfür umfasst ein breites Spektrum authentischer Themendüfte. Aus über 800 Düften kann im Sortiment der Neusser Duftregisseure gewählt werden. Vom antiseptischen „NoSmell“ über aktivierende, 100 % ätherische Kompositionen bis hin zum illustrativen Themenduft. Für spezielle Anforderungen wird auf Wunsch auch ein individueller Duft kreiert.

[ Kontakt > www.duftregie.de ]

Exklusives Design fordert exklusive Düfte! Bei interlücke auf der imm-06 in Köln kreierte Magic Box die passenden Düfte für die Themenbereiche. Ein Rundgang über den ca. 600 qm großen Stand führte so auch olfaktorisch in ganz verschiedene Welten. Das Pilotenherz schlug im „Blauen Raum“ höher, wo ein Hauch von frischem Fernwehduft getreu dem Motto »Reisen« durch das Interieur schipperte. Fernab der Lüfte erzeugte ein warmer Kamin-Duft unter dem Hirschgeweih eine heimelige Atmosphäre. Zarte Zigarrendüfte und ein leichtes Holzaroma umschmeicheln die Nasen.

Wiederum eine neue Welt fand der Besucher im „Grünen Raum“. Pastellige Bambus-Nuancen wurden mit einem anregenden, holzig-grünen Duft in ihrer Natürlichkeit verstärkt. Diese olfaktorische Gestaltung unterstrich in seiner Einzigartigkeit das hochwertige Interieur des Möbelerstellers. Die Dufttechnologie, die mit schonender Kaltverwirbelung arbeitet, war für den Besucher dabei vollkommen unsichtbar!

[ Quelle > interlücke ]

