

«Wo es gut riecht, hält der Mensch sich länger auf»

Experte Felix Hoffmann über passende Raumdüfte

Gibt es einen Duft, den alle Menschen gerne riechen?

Leider nein. Der Geruchssinn ist sehr komplex und individuell. Die meisten Europäer empfinden den Orangenduft als angenehm, viele Amerikaner fahren auf Vanille ab. Allerdings werden natürliche Düfte oft zu stark mit persönlichen Erlebnissen verknüpft. Die einen denken bei einem blumigen Geruch an die Grossmutter, die anderen an ein WC-Putzmittel. In Geschäften oder Grossraumbüros setzen wir hauptsächlich auf synthetische Düfte, weil die keine Assoziationen auslösen. Die Chance, dass sie von der Mehrheit akzeptiert werden, ist viel höher.

Wie riecht ein verkaufsfördernder Duft?

Das hängt stark von der Marke, dem Produkt und der Zielgruppe ab. Manche Düfte wirken zum Beispiel anregend, andere beruhigend. Eine Bank wird also anders beduftet als eine Papeterie oder ein Kleidergeschäft. Sind vor allem Frauen angesprochen, ist ein eher blumiger Duft verkaufsfördernd, bei Männern ein herber. Bei älteren Kunden darf es intensiver duften als bei jungen. Eine der ersten, die stark auf Duftmarketing gesetzt hat, ist die Kleidermarke Abercrombie & Fitch. Alle Läden duften identisch, und so intensiv, dass dem Einkaufen man selbst danach riecht. Der Duft ist hier so stark mit der Marke verknüpft und führt bestenfalls dazu, dass man deswegen gerne dort einkauft.

Kann ein Raumduft tatsächlich etwas bewirken?

In diversen Feldstudien wurde gezeigt, dass beduftete Verkaufsräume eine längere Verweildauer auslösen. Der Umsatz war zwischen 4 und 12 Prozent grösser als bei unbedufteten Räumen. Wo es gut riecht, fühlt sich der Mensch wohl.

Wie sollte es in einem Kleider- oder Schuhgeschäft riechen?

Beim Einkaufen möchte man sich ja möglichst sexy fühlen. Als Basis wird oft Moschus beigefügt, was sehr anregend wirkt, aber nur schwach wahrgenommen wird und sich gut hinter anderen Düften verstecken lässt. Ein Raumduft darf nur unterschwellig wahrnehmbar sein, ansonsten fühlt man sich manipuliert. In einem Schuhgeschäft würde ich mit Holz- und eventuell Lederdüften arbeiten, allerdings nicht, wenn es vor allem Kunstleder zu kaufen gibt. Das würde an Irreführung des Kunden grenzen.

Felix Hoffmann, Geschäftsführer Raum & Duft Konzept in Baden