

Die geheime Macht der Düfte

Scentcommunication entwickelt Geruchsmarketing für Konzerne – Kunden sind Automobilhersteller oder die Bahn

VON CORINNA SCHULZ

Supermarktketten in Deutschland haben das Potenzial schon vor geraumer Zeit erkannt. Um die Kauflust ihrer Kunden zu steigern, finden sich im Eingangsbereich vieler Filialen Bäckereien, die den Duft frischer Brötchen verströmen. Weltweit entdecken nun immer mehr Unternehmen die Macht der Düfte als Teil ihrer Marketingstrategie. Lange Zeit setzten Kon-



Firmenchef Robert Müller-Grünow im Lager mit Projektmanagerin Antonia Biedermann Foto: rako

der Weise „Relax“ und setzt sich aus Essenzen zusammen, die beruhigend auf das Nervenkostüm wirken, wie Lavendel, Rosenholz, Jasmin.

Die Entwicklung eines „Corporate Smell“, also eines Konzernduftes, dauert meist mehrere Monate. Die Kosten liegen im fünfstelligen Bereich. Da die Aromen dem Kunden eine Botschaft vermitteln sollen, wird zusammen mit dem Auftraggeber im Vorfeld genau analysiert, welche Werte die Marke hat und welche Attribute ihr in der Übersetzung in einen Duft zugeschrieben werden sollen. Auch variieren die Ingredienzien je nach geografischem Zielort. „Was für eine deutsche Nase angenehm ist, muss es noch lange nicht für eine asiatische sein“, sagt der 47-Jährige.

Bei der Suche nach der richtigen Mischung nutzt Müller-Grünow die Expertise ausgewählter Parfümeure und großer Duft Häuser. Die Rohstoffe kauft der Kölner in den USA, Frankreich oder der Schweiz ein. Für große Räume hat das Unternehmen ein System für die Zerstäubung über die Klimaanlage entwickelt, für kleinere gibt es den „Scent Cube“, einen kleinen Kasten, in den eine Kartusche mit Aroma-Gel eingesetzt wird.

Wurden noch vor einigen Jahren 90 Prozent des Umsatzes im Ausland gemacht, so ist mittlerweile Deutschland einer der stärksten Wachstumsmärkte. Zahlreiche Dax-Konzerne zählt Müller-Grünow schon zu seinen Kunden.

KINDERMODE Kölner Messe kauft Veranstalter in Brasilien

Die Kölner Messe hat den brasilianischen Messeveranstalter Interfeiras Eventos Ltda. gekauft. Damit weitet das Kölner Unternehmen sein Engagement in Brasilien weiter aus. Die Kindermodemesse FIT 0/16 in São Paulo wird damit Teil des internationalen Messeportfolios des Unternehmens. Sie wird seit 22 Jahren von Interfeiras Eventos organisiert und hat sich seitdem als größte Veranstaltung Südamerikas im Kindermodebereich etabliert. In Köln gibt es mit der internationalen Leitmesse „Kind und Jugend“ bereits umfangreiche Erfahrung.

„Mit unserer internationalen Branchenkompetenz möchten wir die Position der FIT 0/16 im südamerikanischen Markt weiter stärken und die Messe auch international zu einer führenden Veranstaltung der Kindermodebranche machen“, so Messechef Gerald Böse. Mit insgesamt rund 40 Millionen Kindern und einem Marktvolumen von rund 45 Milliarden Euro ist der brasilianische Kinderausstattungsmarkt der zweitgrößte weltweit.

Für die Kölnmesse ist die FIT 0/16 die dritte Veranstaltung in Brasilien. Seit 2014 organisiert das Kölner Unternehmen die Ernährungstechnologiemesse ANUTECH Brazil in Curitiba, Ende September 2015 findet die erste Kongressmesse UrbanTec Brasil in Rio de Janeiro statt, bei der Lösungen im Rahmen der Urbanisierung im Mittelpunkt stehen. (cos)

ERFOLGSMODELL



zerne vor allem auf Bild und Ton. Mittlerweile haben sie erkannt, dass man auch über den Geruchssinn effektiv Käufer erreichen und die Kauflust steigern kann.

Das Duftdesign ist für Unternehmen deshalb so attraktiv, weil Gerüche das Gehirn direkt stimulieren. „Keine Sinneswahrnehmung ist schneller und unmittelbarer, weil der Duft uns ohne Umweg über das Bewusstsein erreicht“, sagt Robert Müller-Grünow. Der Kölner kennt sich aus im Geschäft der Aromen und Essenzen. Nach seinem BWL-Studium an der Uni Köln, stieg Müller-Grünow ins

Duftgeschäft ein und beschäftigt sich seither mit der Werbewirksamkeit von Aromen. 2002 gründete er die Firma Scentcommunication, übersetzt Duft-Kommunikation, und entwickelt für Unternehmen weltweit den passenden Duft zur Marke. „Es gibt so gut wie keine Branche, mit der wir nicht zusammenarbeiten“, sagt Müller-Grünow. In der Kundendatei finden sich Schwergewichte wie Procter & Gamble, Nestlé, Samsung, aber auch Telekommunikationskonzerne, die ihre Kundenshops ebenso beduften wie Schweizer Uhrenhersteller, aber

auch große deutsche Autobauer, die möchten, dass die Fahrer ihrer Limousinen edle Hölzern erschnuppern, oder Hotels, die ihrer Lobby eine besondere Duftnote geben wollen. Beduftet wurde auch schon im Irak, wo das Kölner Unternehmen im Auftrag eines großen amerikanischen Getränkeherstellers 8000 Supermärkten die richtige Note verpasste.

Insgesamt 5000 Düfte hat Müller-Grünow zusammen mit seinem zwölfköpfigen Team in Mülheim bislang entworfen. Für ein großes Kreditinstitut hat Scentcommunication jüngst eine Komposition

kreiert, in der nicht nur Seriosität, sondern vor allem auch Transparenz vermittelt werden soll. Der Duft riecht dann in der Tat auch sehr klar und hell. Was drin ist? Firmengeheimnis.

Die Deutsche Bahn hat das Duftkonzept kürzlich in ihren bayerischen Regionalzügen getestet. Das Projekt, das von der Uni München begleitet wurde, brachte interessante Ergebnisse: Das Reiseerlebnis wurde besser eingestuft, als bei duftlosen Zügen und bei Verspätungen waren die Reisenden nachsichtiger mit der Bahn. Und so heißt der Duft auch passen-



Buchung & Beratung unter: 02 61 / 9 15 54 50

Lust auf atemberaubende Bergwelt?

Madeira – Ewiger Frühling Blumeninsel im Atlantik

8-tägige Flugreise inklusive umfangreichem Ausflugsprogramm ab € 1.199,-

Das ganzjährig milde Klima, die üppige Vegetation sowie grandiose Landschaften machen die Insel so unverwechselbar. Entdecken Sie mit uns wildromantische Küsten, eine atemberaubende Bergwelt und beschauliche Fischerdörfer. Der Botanische Garten von Funchal, Porto Moniz und Cabo Girao, die höchste Steilküste Europas, Monte hoch über Funchal, eine Fahrt an die Ostküste Madeiras und eine Wanderung entlang der Levadas, der Wasserkanäle, zählen zu Ihrem Ausflugsprogramm.

Eingeschlossene Leistungen:	Reisetermine:	3% ABOCARD-Bonus
✓ Flug von Köln nach Funchal und zurück in der Economy Class	13.10. – 20.10.2015; 10.11. – 17.11.2015 und 05.04. – 12.04.2016	
✓ Flughafensteuern und Sicherheitsgebühren		
✓ Transfers Flughafen – Hotel – Flughafen		
✓ 7 Übernachtungen in einem Hotel der gehobenen Mittelklasse in Funchal		
✓ 6 x Abendessen		
✓ Willkommensgetränk		
✓ Ausflüge und Besichtigungen gem. Reiseverlauf		
✓ Örtliche, Deutsch sprechende Reiseleitung		
✓ Reiseleiter (Polyglott o. ä.)		

Preise pro Person

im Doppelzimmer 13.10. – 20.10.2015	€ 1.199,-
im Doppelzimmer 10.11. – 17.11.2015	€ 1.199,-
im Doppelzimmer 16.02. – 23.02.2016	€ 1.199,-
im Doppelzimmer 05.04. – 12.04.2016 (Blumenfest)	€ 1.399,-
Einzelzimmerzuschlag	€ 220,-
Zusatzausflug „Funchal bei Nacht“	€ 49,-

Informationen und Anmeldungen:
telefonisch unter **02 61 / 9 15 54 50** oder per E-Mail an: wtt@ksta.de
Bitte Stichwort „KSTA“ angeben!

Veranstalter: **wtt** Rhein-Kurier GmbH Pastor-Klein-Strasse 17 56073 Koblenz

Kölner Stadt-Anzeiger

www.ksta.de/leserreisen

VIEL GLÜCK

ZUM GEBURTSTAG

Am 17. August

Emilie Popka (96) und Elli Friebe (80), Städtisches Seniorenzentrum, Dellbrück.

Artur Schlockermann (94) und Otto Emil Pütz (83), Städtisches Seniorenzentrum, Riehl.

Franz Meister, St. Vincenz-Haus, Kunitzviertel (80).

Hans Schout, Städtisches Seniorenzentrum, Bocklemünd-Mengenich (80).

ZUM DIENSTJUBILÄUM
Johann-Peter Riechartz (40 Jahre Rhein-Energie AG).

NOTDIENSTE

Arztzentrum: Ruf 11 61 17.

Kinderärztl. Notdienst: Uniklinik, Joseph-Stelzmann-Str. 9, 47 88 89 99. Kinderkrankenhaus, Amsterdamer Str. 59, Ruf 88 88 42-0. Krankenhaus Porz, Urbacher Weg 19, 0 22 03/9 80 11 91.

Privatärztl. Notdienst: Ruf 1 92 57.

Zahnarzt: Ruf 0 18 05/98 67 00 (über Ansgedienst).

Apotheken:

Notdienst-Auskunft: Ruf 08 00/0 02 28 33 (aus dem Festnetz) und 2 28 33 (vom Handy).

Altstadt-Nord, Kosmas-Apotheke, Apostelnstr. 10, Tel. 9 25 30 34.

Bickendorf, Sophien-Apotheke, Venloer Straße 528, Tel. 55 32 48.

Chorweiler, Vita-Apotheke, Londoner Platz 2-4, Tel. 70 19 36.

Dellbrück, von Quadt-Apotheke, Dellbrücker Hauptstraße 114, Tel. 68 19 33.

Deutz, Kastell-Apotheke, Gotenring 7, Tel. 88 10 97.

Mülheim, Brücken Apotheke, Buchheimer Straße 53-59, Tel. 9 63 99 70.

Ostheim, Königs-Apotheke, Frankfurter Straße 716, Tel. 89 55 24.

Porz-Eil, Apotheke 1 extra, Rudolf-Diesel-Straße 32-36, Tel. 02203/30 78 83.

Sülz, West-Apotheke, Zulpicher Straße 357, Tel. 43 43 87.

Zündorf, Zollturm-Apotheke, Schmittgasse 37, Tel. 02203/ 8 48 80.

Tierarzt (19-8 Uhr): T.A. Cimander, Im-mendorf, Tel. 02236 / 961 76 61.

HEUTE – MORGEN – ÜBERMORGEN

17. AUGUST Vortrag

Kölner Perspektiven zur Mobilität: Diego Deponte ist Verkehrs- und Mobilitätsplaner aus Mailand. Sein Expertenwissen hat er in zahlreichen nationalen und internationalen Projekten und Studien zur Gesamtverkehrsplanung, Bauleit- und Stadtplanung unter Beweis gestellt, die er für öffentliche und private Auftraggeber erfolgreich durchgeführt hat. In seinem Vortrag wird er einige seiner interessantesten Projekte vorstellen. Vortrag in englischer Sprache. Anmeldung per Mail erforderlich.

koelner.perspektiven@stadt-koeln.de

19.30 Uhr, Forum Volkshochschule im Rautenstrauch-Joest-Museum, Cäcilienstraße 29-33. Eintritt frei.

20 Uhr (Einlass, Filmbeginn bei Anbruch der Dunkelheit), Odonien, Hornstraße 85. Eintritt: Fünf Euro.

21 Uhr, YUCA, Bartholomäus-Schink-Str. 65-67. Eintritt: 17 Euro.

18. AUGUST Film

Wir sind jung, wir sind stark: Rostock-Lichtenhagen, 1992. Stefan, der Sohn eines Lokalpolitikers, zieht mit seiner Clique um die Häuser. Ohne Job und Ziel machen sie sich gegenseitig zum Opfer ihrer Grausamkeiten. Die Sehnsucht nach etwas Besserem wird verdrängt von der Hoffnungslosigkeit, dass sich jemals etwas ändern könnte. Tief verunsichert richtet sich ihr Hass schließlich gegen Asylbewerber. Der Spielfilm von 2013 mit Devid Striesow, Jonas Nay und anderen ist open-air im Rahmen der Reihe „Wer hat Angst vor deutschem Film?“ zu sehen. Regie: Burhan Kurhani.

19. AUGUST Konzert

Son Lux: Hinter dem Pseudonym Son Lux steckt der Multiinstrumentalist Ryan Lott, der lange als Werbekomponist gearbeitet hat. Seit kurzem gehören außerdem Gitarrist Rafiq Bhatia und Drummer Ian Chang zu dem Projekt. Kritiker ziehen Vergleiche mit Sufjan Stevens, Portishead, Battles, Grizzly Bear und Bon Iver. Im

Rahmen der c/o pop stellt das Trio sein Album „Bones“ vor.

Gesammelt von Alexandra Spürk kulturspiegel@ksta.de

Das Trio Son Lux



Das Trio Son Lux