

AKTIONSPLAN

Wie das duftet!

Die Deutschen stehen auf Parfums, sind sich aber oft unsicher, welches zu ihnen passt. Hier können Sie als Profi Abhilfe schaffen. Geben Sie Ihren Kunden in einem Workshop einen Einblick in die faszinierende Welt der Düfte.

Sie wecken Erinnerungen, beeinflussen unsere Stimmung und können sogar ausschlaggebend dafür sein, ob wir unser Gegenüber sympathisch finden, geben sie doch Hinweise auf dessen Persönlichkeit. Da wundert es nicht wirklich, dass 70 Prozent der Deutschen regelmäßig ihren Lieblingsduft auftragen, wie eine aktuelle Online-Erhebung des Marktforschungsinstituts Splendid Research ergab. Doch

wie den Duft finden, der zu einem passt? Und wenn man diesen dann hat: Wie hat man möglichst lange Freude an ihm? Viele klagen darüber, dass sie ihr Lieblingsparfum nach einer gewissen Zeit gar nicht mehr wahrnehmen. Auf beide Fragen können Sie als Expertin Antworten geben – laden Sie Ihre Kunden deshalb zu einem Duft-Workshop ein!

Als Zeitpunkt eignen sich die Monate vor dem Advent, da Parfums zu den beliebtesten Weihnachtsgeschenken zählen. Aber auch zum „Welttag des Duftes“ am 27.6. könnten Sie einen Duft-Workshop

veranstalten. Davon abgesehen empfehlen sich Frühjahr und Herbst als günstige Zeiträume für die Veranstaltung, da hier die Dufttrends für die neue Saison vorgestellt werden.

Die Teilnehmer als Parfümeure

Für den Workshop sollten Sie drei bis fünf Stunden veranschlagen. Werben Sie mit einer „Duftreise“ oder einem „Duft-Workshop“ – und vermeiden Sie das Wort „Seminar“, da es zu sehr nach trockenem Theorie-Unterricht klingt. Dann geht es an die Planung. Zuerst sollten Sie sich die Frage stellen: Will ich mit ätherischen Ölen oder mit synthetisch hergestellten Essenzen arbeiten? Die Entscheidung hängt sicherlich auch davon ab, wie Sie in Ihrem Institut aufgestellt sind (siehe Kasten). Machen Sie Ihren Kunden das Event mit dem Herstellen einer individuellen Komposition schmackhaft. Dies kann ein Badesalz sein, ein Raumspray



Düfte und die Psychologie des Riechens

Mit diesem Buch entführt Duftexperte Robert Müller-Grünow in die Welt der Düfte und beleuchtet dabei ein seiner Meinung nach unterschätztes Sinnesorgan: die Nase. Er beschreibt in kurzen Kapiteln anschaulich, wie wir Gerüche wahrnehmen, was sie für uns und unser Leben bedeuten und wie sie unsere Gefühle und sogar die Partnerwahl beeinflussen. Der Experte erklärt außerdem, wie Düfte u. a. von Automobilkonzernen und Arztpraxen gezielt als Marketinginstrument eingesetzt werden. Im Anhang befindet sich ein Duftlexikon.

Edel Books

17,95 €

Den Workshop mit dem Fokus auf ätherischen Ölen gestalten

Wenn Sie im Institut auf Naturkosmetik setzen, werden Sie sicherlich beim Duft-Workshop auf zu 100 Prozent naturreine ätherische Öle zurückgreifen wollen. Auch an ihnen können Sie die Teilnehmer für eine anfängliche „Riechübung“ schnuppern lassen. Im Workshop selbst gehen Sie näher auf ätherische Öle ein: Was sind ätherische Öle? Zudem können Sie zu Einteilung und Gewinnung von ätherischen Ölen informieren. Eventuell

wollen Sie hier auch in Richtung Aromatherapie gehen und Anwendungsmöglichkeiten und Basisöle aufzeigen. Als selbstgemachte Kreation bietet sich ein Badeöl an. Die Teilnehmer können so das Erlernte anwenden und durch die Kombination verschiedener Öle ein Badeöl nach ihren Bedürfnissen herstellen. Alternativ ist auch ein Raumduft denkbar, der in ein Gefäß mit Flaschenhals und Bambusstäbchen abgefüllt wird.

oder ein Massageöl. Vielleicht wollen Sie den Workshop nicht selbst durchführen, sondern einen Parfümeur dazu einladen. Dieser könnte als Highlight ein persönliches Eau de Parfum mit den Teilnehmern zusammenstellen. Ein hübscher Flakon mit entsprechendem Label ist natürlich inklusive. Eine besondere Erinnerung wäre es, wenn die Teilnehmer das Label selbst gestalten und „ihrem“ Duft einen Namen geben können.

Den Riechsinn testen

Als Einstieg für ein Duftseminar bietet es sich an, die Teilnehmer an klassischen Duftessenzen wie Zimt, Jasmin, Bergamotte oder Sandelholz riechen zu lassen. Füllen Sie diese in hübsche Gefäße wie Apothekenfläschchen und stellen Sie sie auf den Tisch mit ausreichend Teststreifen daneben. Dies führt sicherlich zu überraschenden Erkenntnissen und lockert zudem die Stimmung. Eine andere Aufgabe könnte auch sein, die Teilnehmer einen Duft beschreiben zu lassen – mit möglichst vielen Adjektiven. Selbstverständlich stellen Sie auch mehrere Dosen Kaffeebohnen zur Verfügung, damit sich die Nase der Teilnehmer wieder regenerieren kann. Da Düfte auch an Erinnerungen geknüpft sind, wäre es ebenso eine Idee, die Teilnehmer zum Einstieg zu fragen, welchen Duft sie mit einem bestimmten Erlebnis aus der Vergangenheit oder einem speziellen Ort verknüpfen.

Düfte erkennen und verstehen

Nach dem Einstieg bietet sich eine kurze Theorie-Einheit zum Thema „Riechen“ an. Erklären Sie den Aufbau der Nase sowie die Aufnahme und Verarbeitung von Düften. Mit Begriffen wie Kopf-, Herz- und Basis-Note sollten die Teilnehmer am Ende des Tages etwas anfangen können. Zudem sollte geklärt werden: Was ist der Unterschied zwischen Eau de Parfum, Eau de Toilette und Duftwasser? Anschließend geht es zur spezifischen Wirkung von gewissen Düften. Mit interessanten und kuriosen Fakten sowie



Kurzweilige Riechübungen und ein einzigartiges Parfum

Beispielen lockern Sie das Ganze auf. Geben Sie praktische Tipps, an welchen Körperpartien man das Parfum am besten aufträgt, um seine volle Wirkung zu entfalten, und wie der Duft lange hält.

Wenn Ihre Kunden gerne lesen oder sich für Film und Kunst interessieren, könnten Sie das Buch „Das Parfum“ von Patrick Süskind eine wichtige Rolle während des Workshops spielen lassen. In diesem ist Jean-Baptiste Grenouille, der 1738 im französischen Grasse mit einem ausgeprägten Geruchssinn zur Welt kommt, auf der Suche nach dem perfekten Parfum. Von dieser Idee ist er so besessen, dass er sogar zum Mörder wird. Vielleicht haben Sie Lust, weniger grausame Passagen aus dem Buch vorzulesen, welche die Herstellung eines Duftes beschreiben. Wenn Sie sogar die Möglichkeit haben, Beamer und Leinwand zu nutzen, könnten Sie Ausschnitte aus der

Verfilmung zeigen. An diese können Sie mit einer entsprechenden Übung oder Fragestellung anknüpfen.

Exquisite Eleganz wie in Paris

Achten Sie beim Duft-Workshop auf ein passendes Ambiente. In Anlehnung an Paris als Duftstadt könnten Sie die Räumlichkeiten mit Eiffelturm, Perlenketten, Weinkisten und Vintage-Artikeln wie Duftzerstäubern gestalten. Parfums, die Sie auch im Institut anbieten, sollten Sie an einer präsenten Stelle platzieren. Schließlich ist ein Duft-Workshop eine gute Gelegenheit, den Produktverkauf anzukurbeln. Und diese sollten Sie nicht verpassen!

NADINE SCHNEIDER