

Dufte Umsätze für den Handel

Während beim täglichen Einkauf Sinne wie Hören oder Sehen von der Verkaufsförderung längst entdeckt wurden, wird der Geruchssinn noch nicht so beachtet. „Dabei sind Düfte mit Emotionen verknüpft und das ist die Wirkung von Duftmarketing“, sagt Mag. Oswin Lippitsch, Geschäftsführer von Aromea Air Design und Experte auf diesem Gebiet.

Besonders im LEH können Düfte zum Kauf von Produkten anregen, „hier ist es besonders einfach, da Lebensmittel ja einen Eigengeruch haben“, so Lippitsch. So kann etwa mit gezielter Beduftung der Absatz der Obst- und Gemüseabteilung oder Backabteilung gesteigert werden. „Eine weitere sehr gute Einsatzmöglichkeit ist die Süßwarenabteilung“, erklärt Lippitsch. Da durch die Verpackung jedes Eigenaroma überdeckt wird, hilft hier eine gezielte Beduftung den Umsatz anzukurbeln.

Zahlen belegen Wirksamkeit

Dabei gibt es Zahlen, wie wirksam Beduftung ist: „Schaffen Sie Wachstumsimpulse und trotzen Sie der Finanz- und Wirtschaftskrise, erhöhen Sie die Kundenverweildauer um bis zu 15 Prozent und Ihren

Umsatz bis zu 6 Prozent“, sagt Reinhard Oppel, Geschäftsführer von Assada Aroma Marketing International. Diese Zahlen belegt auch eine Studie der Universität Paderborn: 16 Prozent höhere Verweildauer, 14 Prozent mehr Kaufbereitschaft und schließlich eine Umsatzsteigerung von sechs Prozent.

Dabei ist Duft nicht Duft: „Wir empfehlen ausschließlich natürliche Düfte wie zum Beispiel Orange und keine synthetischen Düfte wie Schokolade“, sagt Dr. Thomas Nemetz Geschäftsführer von Reditune Österreich Bornhauser KG.

Erfolgreich umgesetzt wird Duftmarketing unter anderem bereits im Metro Future Store in Düsseldorf, dort kurbeln „Kräuter



der Provence“ die Umsätze an der Fischtheke an.

Ein weiteres Einsatzgebiet für Duftmarketing ist neben dem Lebensmittelhandel natürlich auch der Textilbereich, aber auch für Drogerien und Parfümerien gibt es Angebote: „Wir bieten auch eine Beduftung auf Knopfdruck an, so kann der Kunde bestimmen ob er an einem bestimmten Produkt riechen will, ohne die Packung zu öffnen“, so Lippitsch.

Propos Displays Umsatzbringer Display

Stammplatzierung alleine ist noch kein Garant für gestiegene Verkäufe, viel Zusatzumsatz kann durch Zweitplatzierungen erzielt werden. Studien belegen, dass sogar drei Viertel aller Konsumenten ihre Kaufentscheidung spontan im

Geschäft treffen. Umso wichtiger sind durchdachte Displays für Zweitplatzierungen. Zahlreiche Anbieter versorgen den heimischen Handel. Darunter Propos Displays, seit 30 Jahren setzen Kunden wie Nestlé, Cosmos oder Haribo auf die verkaufsfördernde Wirkung der Displays die aus Materialien wie Metall, Kunststoff oder Holz gefertigt werden. Eine Produktion im ungarischen Kisbér mit 30 Mitarbeitern unterstützt das Wiener Unternehmen.



aromea
AirDesign

Griesgasse 1 · A-9020 Klagenfurt
Tel.: +43 463 348 836- 0 · Fax -99
office@duftmarketing.at
www.duftmarketing.eu

Seit 10 Jahren die Nummer 1 bei Duftmarketing in Österreich

VKF Renzel der POS Profi

Alles für den POS gibt es von VKF Renzel. Der Verkaufsförderungsprofi bietet nicht nur Fahnen und Schilder, sondern auch Hilfsmittel zur Preisinformation wie Scannerschienen und Beschriftungssysteme. Auch Sicherheit wird groß geschrieben, so gibt es zur Überwachung Kameras und Spiegel, sowie Geldscheinprüfer. Daneben spielt natürlich auch die Verkaufsförderung eine große Rolle.