

# Die Duftmänner kommen

Wo's gut riecht, da bleiben die Leute länger. Dies machen sich immer mehr Einkaufsgeschäfte, Waren- und Verkaufshäuser zunutze. Eine neue Firma aus dem Thierstein liefert Duftgeräte und den passenden Geruch.

—  
Martin Staub

**E**igentlich sind beide nicht aus der Branche. Kein Wunder, denn Duftmarketingfirmen gibt es noch nicht wie Sand am Meer. Urs Muff (33) leitete ein Coop-Restaurant im Baselbiet, Peter Ebersold (31) war bis Ende August Verkaufsleiter eines Verlages im Kanton Zug. Seit vergangener Freitag treten die beiden Jungunternehmer als Duftspezialisten in Erscheinung. ME Aromsystems nennt sich die in Nunningen ansässige Duftmarketingfirma. «Die erste der Region», wie sie beide betonen.

«Düfte können die Kaufbereitschaft um bis zu 15 Prozent steigern, wie eine wissenschaftliche Studie zeigt», erklärt Geschäftsinhaber Urs Muff. Zudem würden Düfte vom Menschen wie Markenlabels identifiziert und abgespeichert. «Deshalb riecht es zum Beispiel in sämtlichen Hilton-Hotels auf der ganzen Welt gleich», weiss Ebersold, und auch Ferrari, Mercedes Benz, Tui oder OBI würden sich bereits über «Markendüfte» identifizieren. Dass in grossen Warenhäusern die Kundschaft schon länger mit Düften,



**Sortiment komplett:** Peter Ebersold und Urs Muff mit Duftkoffer und Aromasäulen kurz vor dem Start ins Duftmarketing.

FOTO: MARTIN STAUB

die über die Klimaanlage abgegeben werden, beeinflusst wird, ist kein Geheimnis. Nur so sei zu erklären, dass es in der Gemüseabteilung nach frischem Gemüse riecht, und genau dort wo das Rayon der Metzgerei beginnt, würden Würstdüfte in die empfindlichen Nasen der Kundinnen dringen, erklärt Urs Muff und ergänzt: «Ohne nachzuhelfen würden sich solche Düfte vermischen und wären kaum wahrnehmbar.»

Die beiden Jungunternehmer setzen mit ihrer Produktpalette vorwiegend auf solche Geschäftszweige, die sich bis dato im Wesentlichen über das Optische definierten. Ästhetisch geformte Aromasäulen sollen künftig die Kundinnen und Kunden beim Optiker, im Reisebüro, beim Autohändler oder in der Bijouterie in Kauflaune versetzen. Aus sol-

chen Säulen, die in zwei Grössen erhältlich sind, verdunsten austauschbare Kartuschen das gewünschte Aroma in den Raum. Namen wie «Springpower», «Fashion», «Lagune» oder «Indiansummer» versprechen jede Menge Wellness für die Seele. Wenn allerdings der Fussballverband zur Jubiläumsfeier einlädt, solls ganz einfach nach frisch gemähtem Rasen riechen. Auch diese Dufttrichtung gehört ins Sortiment der 43 Düfte von ME Aromsystems.

Ganz besondere Hoffnung setzen Urs Muff und Peter Ebersold auf die Weltneuheit für den Privatverbraucher, den Aroma Tower «Caromalife», der mit einem Kapselsystem – ähnlich wie bei Nespresso – dezente Akzente mit Düften reiner ätherischer Öle ins Wohnzimmer zaubert.