

# Marken, die Duft sichtbar machen: Best Practices & Inspiration



## Visuelle Sprache in der Praxis: Naturästhetik im Packaging-Design

Verpackungen vermitteln Markenwerte innerhalb von Millisekunden. Visuelle Anker wie Naturtexturen, Erdtöne oder handschriftliche Typografie werden mit Natürlichkeit und Authentizität assoziiert. Besonders im Premiumsegment wirken minimalistische Designs mit hochwertigen Materialien und subtilen Farbakzenten.



### Praxisbeispiel:

**Brand:** Farfalla (Schweiz)

**Strategie:** Reduziertes Design mit pflanzlicher Symbolik, pastelligen Naturtönen und Fokus auf Reinheit.

**Ergebnis:** Hohe Wiedererkennbarkeit, klare Positionierung im Bio-/Demeter-Segment, starke Kundenbindung in der Schweiz.



**Design transportiert Werte: wer  
Natürlichkeit verkauft, muss sie auch  
visuell zeigen.**





# Marken, die Duft sichtbar machen: Best Practices & Inspiration



## Sprache, die berührt: Metaphern in der Duftbeschreibung

Metaphern konkretisieren olfaktorische Eindrücke durch bildhafte Vergleiche. Sie unterstützen nicht nur das Verständnis, sondern erzeugen emotionale Resonanz. Besonders wirksam sind Naturmetaphern, saisonale Bilder und poetische Stimmungsbeschreibungen.



### Praxisbeispiel:

**Brand:** April Aromatics

**Beispiel:** Beschreibung eines Parfums mit „Der Duft eines meditativen Waldspaziergangs bei Morgendämmerung“.

**Ergebnis:** Aufbau einer treuen Community, die Düfte als emotionale Erlebnisse statt Produkte wahrnimmt.



**Metaphern machen Unsichtbares  
spürbar: sie sind der emotionale  
Übersetzer für Duft.**





# Marken, die Duft sichtbar machen: Best Practices & Inspiration



## Multisensorisches Storytelling – Wenn Worte, Bilder und Düfte zusammenwirken

Erfolgreiche Marken nutzen mehr als Sprache: Bildwelten, Musik, Texturen ergänzen die Duftbeschreibung. Die Kombination aus sinnlich-emotionaler Sprache, ästhetischer Fotografie und haptischem Design erzeugt immersive Erlebnisse. Entscheidend ist die Konsistenz über alle Kanäle hinweg.



### Praxisbeispiel:

**Brand:** Abel Odor (Niederlande)

**Strategie:** Verbindung von Duftkompositionen mit Fotografien von Natur, minimalistischen Texten, Soundtracks und nachhaltigem Packaging.

**Ergebnis:** Aufbau einer internationalen Fanbase durch kohärente, multisensorische Erzählweise.



Erlebnisse entstehen, wenn Marken sprechen, klingen, duften und berühren – ganzheitlich.





# Marken, die Duft sichtbar machen: Best Practices & Inspiration



## Werte erlebbar machen: Authentizität als Markenkern

Besonders in der Naturduftbranche ist Transparenz zentral: Inhaltsstoffe, Herkunft, Herstellung. Authentische Marken gewähren Einblicke hinter die Kulissen – etwa durch Storytelling rund um Anbaupartner, Produktionsprozesse oder Visionen. Kundenbindung entsteht über Vertrauen – nicht über Versprechen.



## Praxisbeispiel:

**Brand:** Aimee de Mars (Frankreich)

**Strategie:** Kommunikation des Markenwertes „Parfum mit Seele“ – mit Fokus auf soziale Projekte, Transparenz über Inhaltsstoffe, Interviews mit Gründerin.

**Ergebnis:** Emotional starke Kundenbindung und hohe Wiederkaufsrate trotz Nischenpreis.



Transparenz ist der neue Luxus – wer ehrlich kommuniziert, baut echtes Vertrauen auf.







## Schweizer Besonderheiten: Premiumdenken und Naturbewusstsein verbinden

Die Schweiz gilt als einer der wachstumsstärksten Märkte für Naturparfum im DACH-Raum. Verbraucher\*innen suchen Produkte, die ethisch einwandfrei, aber dennoch luxuriös und ästhetisch hochwertig sind. Kleine Manufakturen und klar positionierte Marken haben besonders gute Marktchancen.



### Praxisbeispiel:

**Brand:** Le Jardin Retrouvé (Zürich Retail Partnerschaft)

**Strategie:** Einstieg in den Schweizer Markt durch Pop-up-Events, Workshops zu Duftwahrnehmung und persönliche Beratung.

**Ergebnis:** Erfolgreiche Etablierung über Storytelling + multisensorisches Markenerlebnis, besonders in urbanen Bio-Lifestyle-Konzeptstores.



Die Schweiz liebt die Verbindung aus Sinnlichkeit, Verantwortung und feiner Ästhetik.

---

### Interesse an einer Kooperation ?

Wir von Exklusiv & Sichtbar machen Marken erlebbar und bringen Onlineshops im Premiumsegment auf ein neues Level. *Budget:*  
*Ab 500 Euro.*

