

Duftende Marken

Die Guardi Lifestyle GmbH zeigt, wie man eine Marke fühlbar und riechbar macht. Private-Label-Kosmetik verhilft Unternehmen dazu, ihre Sinne für außergewöhnliche Werbeformen zu schärfen.



Die Spezialisten von Guardi Lifestyle bei der Duftauswahl mit einem Kunden

Jeder kennt das: Man kommt aus dem letzten Kroatien-Urlaub, packt den Rest vom Hotel-Shampoo aus dem Kulturbeutel – und dann dieser bestimmte Duft... Ein Gefühl, als könnte man noch aus dem Fenster hinab auf die Kvarner Bucht sehen. Aber mit dem letzten Tropfen Shampoo ist auch der Urlaub endgültig in den Abguss gespült.

Das ist mehr als ein nostalgischer Moment. Es ist ein Markenerlebnis! Denn gerade Duft und Haptik transportieren eine Marke ganz schnell in das emotionale Zentrum des Gehirns. Man erreicht die Kunden ungefiltert. Das lässt sich gut nutzen – nämlich im Rahmen von Private Label Kosmetik. Das Wiener Unternehmen Guardi Lifestyle hat sich auf die Erstellung derselben spezialisiert

und übernimmt – nebst dem selektiven Vertrieb von Nischenmarken in Deutschland, Österreich und der Schweiz – vornehmlich derartige Private-Label-Projekte. Gesellschafterin Doris Wagner, die mit ihrer Kosmetik-Linie NAVI bereits erfolgreich den Markt erobert hat, weiß: Der Fantasie sind dabei keine Grenzen gesetzt, was Duft, Textur und Farbgebung des Produkts angeht. Es gibt nur drei Dinge, über die ein Private-Label-Kunde vorab Bescheid wissen sollte: Erstens – die grobe Idee und Anwendungsfall (Zahnpasta? Hotelseife?) Zweitens – ein Budget Drittens – eine Auflagen-

höhe (Benötige ich 1.000 Stück oder 100.000 Stück pro Jahr?)

Sind diese Rahmenbedingungen geklärt, wird es für den Kunden bequem: Beim Private Labeling wird ihm quasi alles abgenommen! Von der Zusammensetzung der chemischen Rezeptur, der Auswahl passender Lohnhersteller und Verpackungslieferanten, vom Druck bis zur Konfektionierung bis hin zur rechtlichen Qualitätsprüfung und dem Transport liegt bei Guardi Lifestyle alles in einer Hand.

Vielfalt in der Anwendung

Mit Private-Label-Kosmetik lässt sich übrigens nicht nur der letzte Urlaub einfangen. Sie findet ihren Anwendungsbereich längst auch abseits von Hotelketten: Schönheitschirurgen lassen sich Apotheken-Linien schneiden, Dermatologen erstellen eigene Praxis-Goodies, Yoga-Studios ihre Ayurveda-Duftöle. Die Spas renommierter Hotels lassen sich bereits eigene, individuelle Themen-Kabinenware erstellen – Thalasso und Schoko von der Stange war gestern, gebrandete Tiroler Heublumen sind morgen. Im Trend liegen vor allem regionale Inhaltsstoffe, die den Charakter der Tourismusregion widerspiegeln und auch als Mitbringsel vom Hotelshop gerne der Verwandtschaft in alle Welt mitgenommen wird. Und: Wie duftet Ihr Hotel? ■

