Erfolg mit Top 14

Um Fachgeschäften qualitativ hochstehende Produkte der Aromatologie anbieten zu können, entwickelte Jürg Horlacher die «Top 14». Pfiffig konzipiert, deckt die Linie alle Wünsche ab. Bereits jetzt ist sie ein voller Erfolg.

Jürg Horlacher, eidg. dipl. Drogist und Inhaber der Aromalife AG, macht die Aromatherapie zum Erlebnis.

Eine dufte Sache: Mit 14 ätherischen Ölen und vier Basisprodukten können Kunden ihre individuelle Aromapflege kreieren. 3er-Sets gibt es zu den Themen: Frauenwohl, Bewegung, Hautsache, Nervenkostüm, Für alle Fälle und Winterfit.

«Top 14 entwickelt sich zum absoluten Erfolg für Apotheken und Drogerien», schwärmt Jürg Horlacher. «Vor vier Monaten eingeführt, haben schon über 80 Geschäfte unser System, die Feedbacks sind durchwegs positiv.» In die neue Produktelinie sei die 20-jährige Erfahrung mit seiner Firma Aromalife AG eingeflossen. «Die 14 wichtigsten ätherischen Öle decken 80 Prozent aller Befindlichkeitsstörungen ab. Mit einem schmalen Sortiment wollten wir nicht nur möglichst viele Kundenwünsche abdecken, sondern auch den Fachgeschäften ein Instrument mit Zusatznutzen zur Verfügung stellen.»

Ausgeklügeltes Konzept

Dass auch die Qualität der Top 14 top ist, versteht sich für den Aromatologie-Spezialisten von selbst. «Wir haben das beste Lavendel auf dem ganzen Markt», ist Horlacher überzeugt. Sein Credo: Nur ätherische Öle aus biologischem Anbau zu verwenden, die in Bezug auf Inhaltsstoffe und auch olfaktorisch spitze sind.

Dass mit wenigen Einzelsubstanzen ein durchschlagender Erfolg möglich sei, hätten die Schüsslersalze gezeigt. Doch die Linie der Top 14 sei ausgeklügelter konzipiert. Horlacher: «Es reicht nicht, nur ätherische Öle anzubieten. Wir haben ihnen darum vier neutrale Grundlagen zur Seite gestellt: Raumspray, Körperöl, Emulsion und Duschbad. Diese vier Basiselemente decken alle möglichen Anwendungsmöglichkeiten der Aromapflege ab.» Anders als bei Spagyrika, die im Fachgeschäft gemischt werden, könne der Kunde sein gewünschtes Produkt so zu Hause selber mischen.

Regenbogen der Aromen

Damit die Kundinnen und Kunden wissen, für welche Anwendungen sich ein Öl eigne, seien alle Fläschchen mit Piktogrammen versehen. Zudem tragen die Fläschchen genaue Anweisungen, wie viel vom Öl einem Basisprodukt beigemischt werden soll. Darüber hinaus sei jedem Top-14-Öl die Farbe der entsprechenden Pflanze zugewiesen worden, was unbeabsichtigt zu einem reizvollen Regenbogen der Aromen geführt hätte, den auch das Frauenkopf-Logo spiegle. «Alle Öle sind nicht nur mit dem Pflanzenamen, sondern auch mit einem emotionalen Fantasienamen wie Lichtblick- oder Frauen-Öl versehen», ergänzt Horlacher, «aus dem sofort ersichtlich ist, bei welcher Befindlichkeitsstörung ein Öl eingesetzt werden kann.»

Win-win-Situation auch für Fachgeschäfte

«Für rund 750 Franken erhalten die Fachgeschäfte ein attraktives Starterpaket, das auf zwei Laufmetern präsentiert werden kann», erklärt Horlacher. Im Paket inbegriffen seien nicht nur die informative 16-seitige Kundenbroschüre, es umfasse auch neu entwickelte Duftstein-Tester, sprich nachfüllbare magnetische Holzdosen, in denen der Duft besonders lange halte. Horlacher: «Sie ermöglichen Kunden in der Selbstbedienung, Öle auch ohne Beratung auszuwählen. Bei Bedarf können die Öle mit weiteren unserer 200 ätherischen Öle ergänzt werden.» Besonders interessant auch für den Fachhandel seien die 3er-Sets zu ausgewählten Themen (s. Bild).

Damit alle Möglichkeiten der Top 14 ausgeschöpft werden können, bietet die Aromalife verschiedene Schulungen für das Fachpersonal von Apotheken und Drogerien an. «Die Teilnehmenden erfahren u. a. auch, dass sich Aromatherapie-Produkte hervorragend mit anderen Therapieformen wie Schüsslersalzen oder Spagyrik kombinieren lassen, da sie auf einer anderen Ebene wirken», verrät Horlacher. «Alle unsere Kurse sind beliebt und immer schnell ausgebucht.» ■

Aromalife AG, 3427 Utzenstorf
Tel. 032 666 20 60, Fax 032 666 20 66
www.aromalife.ch, info@aromalife.ch