

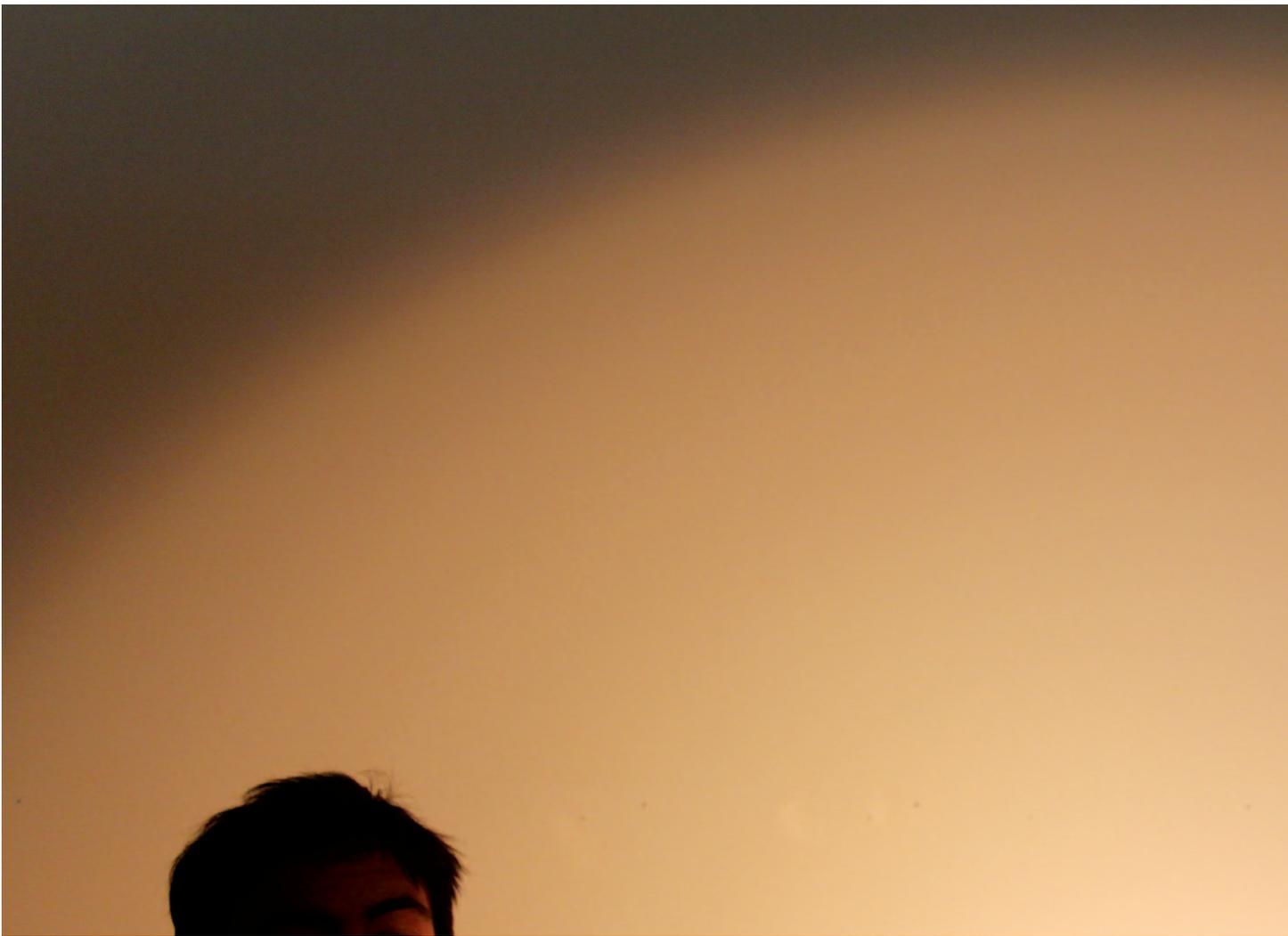
# Brot

Rebecca Paterno



Die Installation „Brot“ befasst sich mit dem Thema „unterschwelliges Marketing“ am Beispiel von Backwaren. Bäckereien waren eine der ersten Geschäfte, bei denen über den Geruchssinn dieses suggestive Marketing zum Einsatz kam. Ganz gezielt wird die Entlüftung vieler Bäckerstuben in den Verkaufsraum gesteuert, was beim Kunden den Appetit und somit die Lust zum Kauf anregt. Durch die strukturellen Veränderungen der Branche ist es aber inzwischen nötig mit künstlichen Düften zu arbeiten.

In der Installation werden drei Komponenten des suggestiven Marketings verwendet. Einerseits wird versucht mit Muzak als funktionaler Musik eine heitere und entspannte Atmosphäre zu erzeugen. Die zweite Komponente stellt ein warmweißer Lichtkegel, geworfen von einem Spotlicht aus der Architekturbeleuchtung, dar. Die Lichtfarbe von 2700 Kelvin ist in der Beleuchtung von Warengruppen den Backwaren zugeordnet. Schließlich erzeugt ein Beduftungssystem den synthetischen Geruch nach frisch gebackenem Gebäck. Durch das Fehlen des in Szene gesetzten Produkts Brot, werden die Suggestionen vom Unbewussten ins Bewusste geholt.



**kunstuniversität linz**  
Universität für künstlerische und industrielle Gestaltung

Ein Projekt der Abteilung Plastische Konzeptionen/Keramik