

INSIDE beauty

Das Fachmagazin für die Parfümeriebranche





Betörende Einladungen für ihn, den Sommer mit neuen **erfrischenden und belebenden** Düften zu feiern.

HERRENDÜFTE

John Varvatos: Traditionelle Handwerkskunst und moderne Technologie vereinen sich im neuen Duft des Designers. Pur, erfrischend und belebend, erinnert Artisan (Nobilis) an den Duft unberührter Natur.

Boss in motion: Moschusartige und holzige Akkorde lassen die White Edition, den sechsten Duft der kugelförmigen Linie, zu einem frisch-würzigen Energiekick werden (P&G Prestige Products).

Jaguar: Der Klassiker Jaguar for men (Open Markenvertrieb), vor 20 Jahren lanciert, präsentiert sich neu in einem dunklen, transparenten Grün. Der ausdrucksstarke Originalduft blieb unverändert.

G Perfumes by Paolo Gigli: Italienische Flakongunst aus 24 Karat Gold und Platin verbunden mit feinsten Düften. Excentrique pour homme (masterbrands) zeigt sich sinnlich und männlich zugleich.

Canali: Der Marktführer im Bereich maßgeschneiderter Anzüge steht für Luxus, Status und höchste Qualität. Für den Mann, der hochwertige Qualität und Individualität schätzt, wurde Canali Style (Beauty Brands International) kreiert. Ein „Grand Parfum“, das italienischen Stil mit Eleganz verbindet.

Deutschland im Goldrausch

Die Marke Paco Rabanne ist inzwischen auch der jungen Zielgruppe ein Begriff. Durch das innovative Vermarktungskonzept von Black XS und Black XS for her konnten die beiden Düfte im vergangenen Jahr große Erfolge feiern. So waren die Erwartungen hoch, als die aktuelle Duftneuheit „1 Million“ im März lanciert wurde. Schon nach kurzer Zeit übertraf „1 Million“ seinen Vorgänger Black XS. Nach nur fünf Wochen waren bereits 85 Prozent der in den Handel einverkauften Ware in den Händen glücklicher Endverbraucher. Ein enormer Erfolg für den neuen Herrenduft in diesen eher schwierigen Zeiten. „1 Million“ erreichte im Zeitraum der Lancierung einen Marktanteil von über 6 Prozent. Verglichen mit den Neulancierungen im Vorjahr ist „1 Million“ bislang die erfolgreichste Lancierung! Mit dem Duft war ganz Deutschland im Goldfieber. So erstrahlten auch die Douglas-Filialen im goldenen Glanz, als vom 16. bis 29. März ein Schaufenster- und Instore-Dekorationswettbewerb stattfand, bei dem die Filialen ihre Kreativität unter Beweis stellen konnten. Mit großer Begeisterung und viel Engagement setzten die Mitarbeiter ihre Ideen zur „1

Million“-Kampagne um. Bei den zahlreichen kreativen und ausgefallenen Ideen fiel die Entscheidung der Jury PUIG Deutschland GmbH schwer. Die glücklichen Gewinner wurden Mitte April ermittelt.



Mit Kreativität und Begeisterung setzten die Douglas-Teams die Duftneuheit „1 Million“ in Szene. Hier die Bilder der preisgekrönten Dekorationen

