



DUFTSTARS
ÖSTERREICHISCHER
PARFÜMPREIS
2018

DIE DUFTSTARS

SEIT 1993 WURDE IN DEUTSCHLAND DER FIFI-AWARD FÜR DEN/DIE BESTEN PARFUM/S VERLIEHEN. DIE GEWINNER WURDEN KURZUM "DIE DUFTSTARS" GETAUF. DIESE BEZEICHNUNG IST SEIT DEM JAHR 2005 PROGRAMM UND NACH ERFOLGREICHEM RE-LAUNCH EBENSO NAMENSGEBER DES AWARDS. GLEICHZEITIG IST ES DIE HÖCHSTE AUSZEICHNUNG FÜR DÜFTE IM DEUTSCH-SPRACHIGEN RAUM.

VERANSTALTER DER DUFTSTARS (BERLIN/DEUTSCHLAND) IST DIE FRAGRANCE FOUNDATION DEUTSCHLAND, DER HERSTELLER UND LIEFERANTEN DER PARFUMBRANCHE, HÄNDLER UND MEDIEN ANGEHÖREN.

ERKLÄRTES ZIEL DER DUFTSTARS IST ES "DAS PARFUM ALS KULTURGUT ZU PFLEGEN, ALS LUXURIÖSES ACCESSOIRE DARZUSTELLEN UND SEINE FASZINATION EINER BREITEN ÖFFENTLICHKEIT ZU PRÄSENTIEREN".





AUSGANGSLAGE

FÜR DIE EXPANSION DER DUFTSTARS NACH ÖSTERREICH WURDE EIGENS DER "VEREIN ZUR FÖRDERUNG DES PARFUMS ALS KULTURGUT" GEGRÜNDET.

ZU SEINEN MITGLIEDERN ZÄHLEN NEBEN ALLEN WICHTIGEN HANDELSPARTNERN (DOUGLAS PARFUMERIEN, MARIONNAUD, MÜLLER, ETC.), DIE WICHTIGSTEN LABELS (U.A. CHANEL, DIOR, CLARINS, ESTÉE LAUDER, L'ORÉAL) UND MEDIENPARTNER (WIENER, VERLAGSGRUPPE NEWS, RED BULL MEDIA HOUSE, USW.).

FÜR DEN ÖSTERREICHISCHEN MARKT WURDE SO DIE MARKE "DUFTSTARS - DER ÖSTERREICHISCHE PARFÜMPREIS" INS LEBEN GERUFEN.

DEN VORSITZ HÄLT CHANEL MIT SEINEM PRÄSIDENTEN HARALD PAVLAS.

AUFTRAG

ERSCHAFFUNG EINER VOLLSTÄNDIGEN VISUELLEN CORPORATE IDENTITY

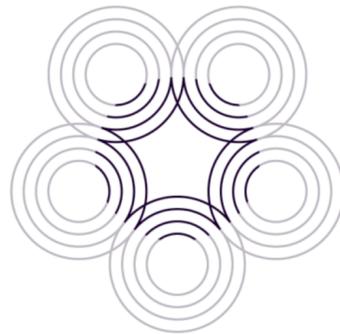
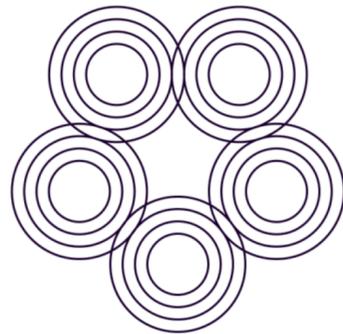
ETABLIERUNG DER ÖSTERREICHISCHEN "DUFTSTARS" ALS EIGENSTÄNDIGE MARKE

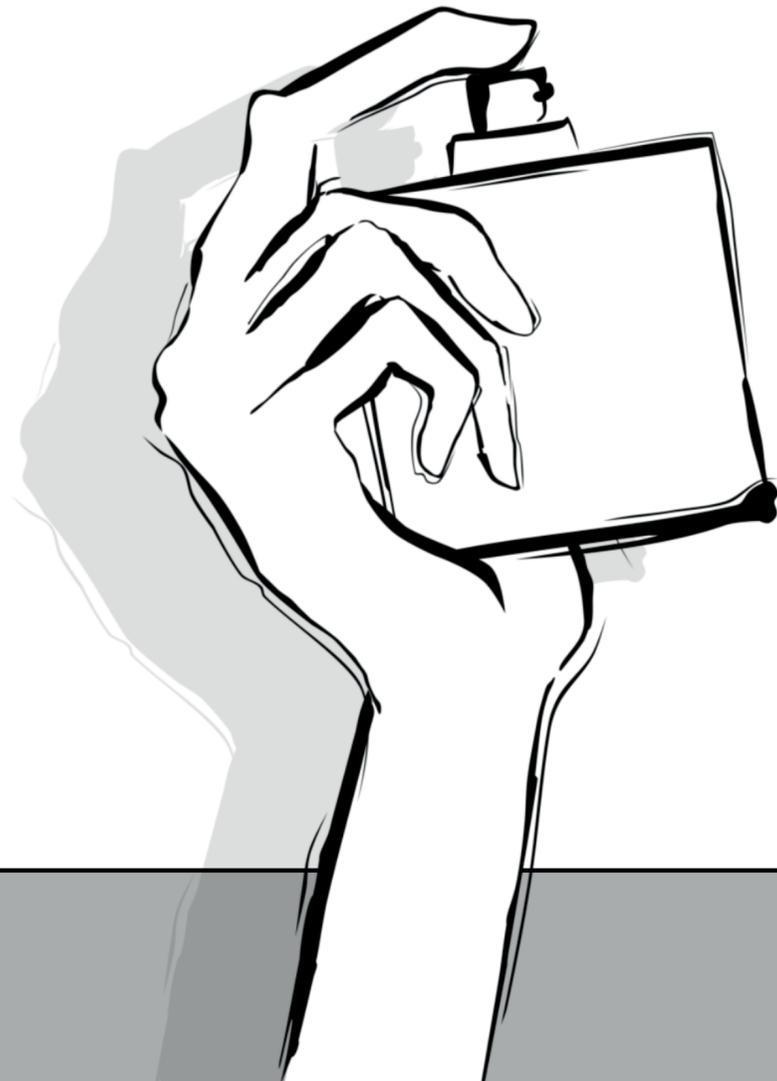
MARKANTE UNTERSCHIEDBARKEIT ZUM DEUTSCHEN PENDANT

HERANGEHENSWEISE

EINZIGER INPUT UND AUSGANGSPUNKT DER PRODUKTION WAR DAS ORIGINALE LOGO DER URSRÜNGLICHEN "DUFTSTARS".

DIESES SOLL DIE KONZENTRISCHEN KREISE EINES TROPFENS AN DER WASSEROBERFLÄCHE DARSTELLEN.





VORÜBERLEGUNGEN

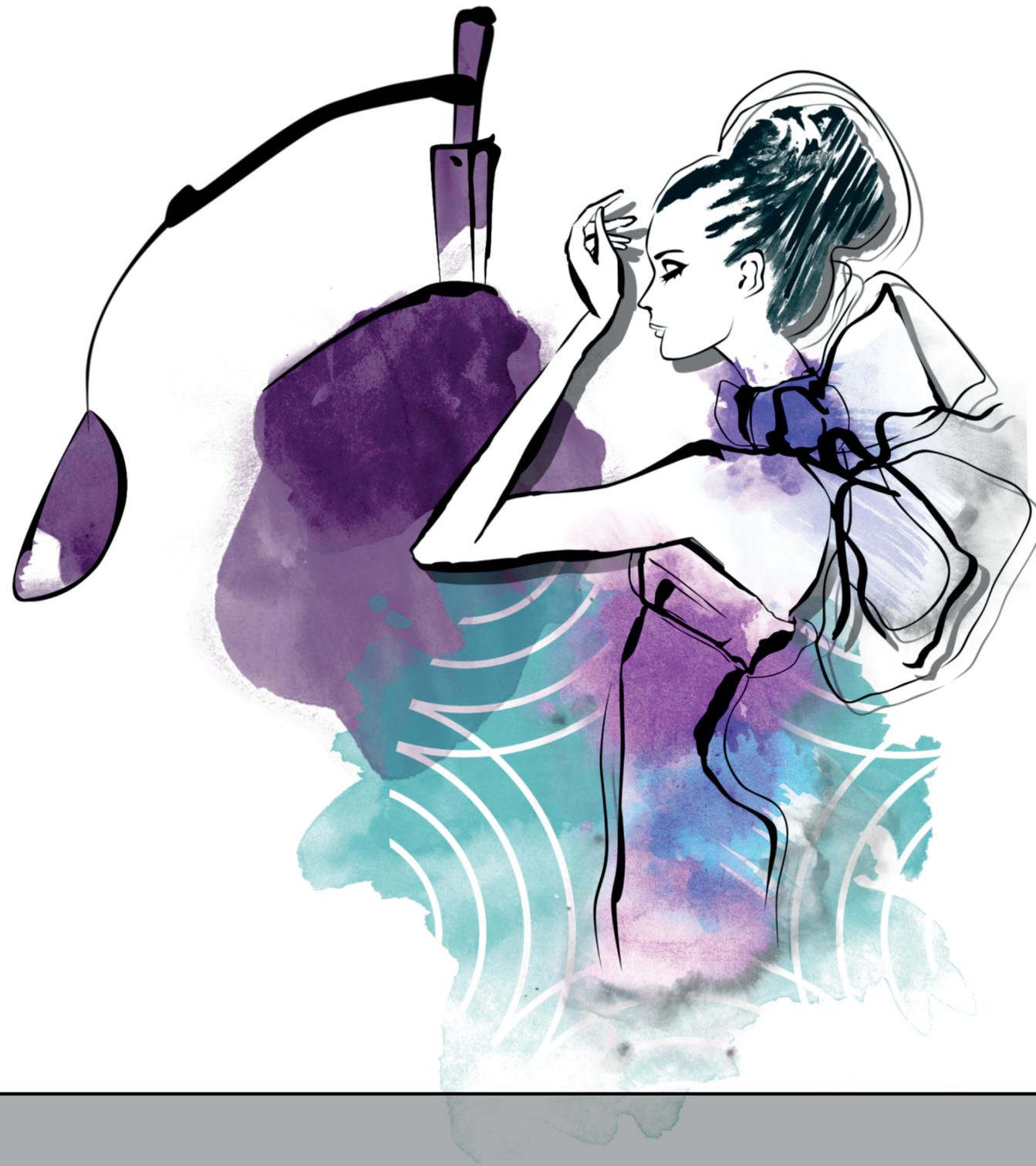
EINEN DUFT ZU KREIEREN MEINT IMMERZU AUCH KUNST ZU ERSCHAFFEN. BESONDERE DÜFTE ENTSTAMMEN NAHEZU IMMER AUCH DEN GROSSEN MODEHÄUSERN.

INNERHALB DER CI SOLL DIE BESONDERS INNIGE BEZIEHUNG **MODE-DUFT** VISUELL DARGESTELLT WERDEN.

DIESEM ANSPRUCH SOLLEN AUSNAHMSLOS JEDES BEWEGTBILD, JEDE ANIMATION UND VISUELLE KOMPOSITION, DAS BÜHNENBILD, VISUALS UND SPOTS GERECHT WERDEN.

IM STIL VON MODESKIZZEN SOLL **DAS FLAKON** DAS ZENTRALE ELEMENT SEIN, WELCHES IN UNTERSCHIEDLICHE ELEMENTE (MANNEQUINS, LOGO, WASSERFARBEN, STRAFFIERUNGEN, ZEICHNUNGEN, ETC.) EINGEBETTET WERDEN.

SO SOLL ZUGLEICH EIN KUNSTVOLLES KEYVISUAL ERARBEITET WERDEN, DAS DIE ÄSTHETIK DER DUFTSTARS BETONT.



KEY VISUAL
VERWENDUNG IN SÄMTLICHEN
MEDIEN
(TV, ONLINE, PRINT, POS, USW.)

VISUELLE ELEMENTE
HANDSKIZZEN
À LA MONT BLANC
WASSERFARBEN



PRODUKTION "DUFTSTARS 2018"

41 EINZELCLIPS
FORMAT: 1920 x 640

GESAMTDAUER: 37:00:05

1x INTRO

IN EINER ERSTEN ANIMATION WIRD DAS PUBLIKUM IN DAS BÜHNENBILD UND DIE BILDERWELT DER DUFTSTARS EINGEFÜHRT.

DAUER: 01:17:00

DIVERSE VISUALS

ABSEITS DER BÜHNE WERDEN AUF SCREENS UND WÄNDEN SPONSOREN UND DEREN LOGOS IN DIE VIDEO-CI EINGEARBEITET UND VISUALISIERT.

DAUER: CA. 17:00:00

14x TEASER / KATEGORIEN

ZUR ORIENTIERUNG WÄHREND DER "DUFTSTARS" WERDEN DIE EINZELNEN KATEGORIEN IN KURZEN CLIPS VORGESTELLT - ZWISCHEN DAMEN- UND HERRENDÜFTEN UNTERSCHIEDEN - UND ZUSÄTZLICH FINDET EINE PRÄMIERUNG VON 3 SONDERPREISEN(*) STATT:

LIFESTYLE
KLASSIKER HERREN
KLASSIKER DAMEN
PRESTIGE HERREN
PRESTIGE DAMEN
BESTES FLAKON DESIGN HERREN
BESTES FLAKON DESIGN DAMEN
ULTRA SELEKTIV HERREN
ULTRA SELEKTIV DAMEN

MEDIA AWARD PRINT*
MEDIA AWARD TV*
PUBLIKUMSPREIS HERREN*
PUBLIKUMSPREIS DAMEN*
LIFE ACHIEVEMENT AWARD*

DAUER: 06:14:16

11x NOMINIERT

DIE JEWEILIGEN NOMINIERTEN DÜFTE WERDEN KATEGORIEWEISE PRÄSENTEIRT UND ANHAND VON TYPISCHEN FLAKONS IN DAS GESAMT-BÜHNENBILD INTEGRIERT.

DAUER: 09:00:07

14x GEWINNER

INSGESAMT WURDEN 2018 BEI DEN "DUFTSTARS" 12 GEWINNER AUSGEZEICHNET. WEITER WURDEN IN DER SONDERKATEGORIE "MEDIA AWARD" DAS BESTE PRINTSUJET UND DER BESTE TV-SPOT ERMITTELT.

DAUER: 04:37:14



RESULTATE

GENERELL KONNTE DER EINDEUTIGE AUFTRAG DEN "JUNGEN" PREIS DER "DUFTSTARS" ALS EIGENSTÄNDIGES PRODUKT UND EVENT MIT MERKBARER UNTERSCHIEDBARKEIT ZUM "GROSSEN BRUDER" AUS BERLIN IN DER GRAFISCHEN GESTALTUNG UMGESETZT WERDEN.

DIE PRODUKTIONSZEIT BETRUG KNAPP 3 MONATE, DA FÜR JEDE KATEGORIE EIGENS HANDGEZEICHNETE MOTIVE - WELCHE SICH AN MODESKIZZEN DER BRANCHE ORIENTIEREN - ENTICKELT UND IM TRICKFILMSTIL ANIMIERT WURDEN.

ZUSÄTZLICH WURDE MIT WASSERFARBEN EIN ORANISCHES UND FLORALES ELEMENT IN DIE, AN SICH "EINFACHEN" SCRIBBLES, MITEINGEBRACHT, UM SO EIN SINNBILD FÜR "DUFT/GERUCH" HERAUSZUARBEITEN. SO GELANG ES EINE BESONDERE ÄSTETHIK FÜR DIE VERANSTALTUNG ZU KREIEREN UND EIN VISUELLES GESAMTBILD ZU E R S C H A F F E N .

DER PERSÖNLICHE FOKUS LAG WEITER DARAUFG, DIE KUNDEN CHANEL, DIOR, BOSS, GINVÉNCY, PRADA, ETC. "PERFEKT" UND "EINZIGARTIG" ZU INSZENIEREN, UM SICH SELBST (ZUMINDEST) AN EINEN ABEND REIN GRAFISCH UND KREATIV AN DIESE ANZUNÄHERN.



**DUFTSTARS**
ÖSTERREICHISCHER
PARFÜMPREIS
2018

