

Sie befinden sich hier:

> Home > Unternehmen > Meldungen

Ressorts

Unternehmen

- ▶ Meldungen
- ▶ Charts & Rankings
- ▶ Agenturen
- ▶ Medien
- ▶ Digital Business
- ▶ Kreation des Tages
- ▶ Schlagzellen
- ▶ Termine
- ▶ Kreativ-Termine
- ▶ Karriere & Job

W&V Aktion

- ▶ Onlinequizz
- ▶ Markenquizz
- ▶ W&V Partyzone

Services

- ▶ E-Paper
- ▶ Spotbox
- ▶ Mobile
- ▶ Angebote im Überblick

Audio-Magazin

Wer Wo Was

Studiendatenbank

Specials

- ▶ SEM/SEO
- ▶ Medientage
- ▶ Außenwerbung
- ▶ BAC 2008
- ▶ Cannes 2008

UNTERNEHMEN

Dmax duftet nach Holz und Maschinenöl



Der Münchner Männersender Dmax aus der Discovery-Familie hat schon eine eigene Kreditkarte auf den Markt gebracht. Nun folgt ein eigener Duft: "Als erster TV-Sender in Deutschland bringt Dmax mit '15W40' seinen eigenen Duft auf den Markt", teilt der Sender mit. Das "Parfum für echte Männer" richte sich in erster Linie an die Kernzielgruppe des Senders, die jung, männlich und konsumaffin sei, heißt es. Entsprechend der Name des Dufts, "15W40". Die Formel bezeichnet die Zäh- oder Dünnschichtviskosität von Motoröl unter bestimmten Temperaturbedingungen.

Der Idee zum eigenen Duft ging die wissenschaftliche Untersuchung "Männer und die Welt der Düfte" voraus. Für die repräsentative Dmax-Studie wurden vom 8. bis 14. Januar dieses Jahres insgesamt rund 1.200 Männer von HumanLink, Berliner Institut für Kultur- und Konsumentenforschung, befragt. Auch ein TV-Sender kann duften, so die Analyse. Während ARD und ZDF eher als geruchslos empfunden werden, assoziiert jeder vierte Mann den Männersender Dmax mit der Duftnote "holzig" – mit der sich Männer übrigens laut der Studie selbst am erotischsten finden.

"Wir sind die ersten, die sich so intensiv mit dem Thema 'Mann und Duft' auseinander gesetzt haben. Dabei sind Männer-Düfte ein riesengroßer Markt. Fast alle Männer benutzen heutzutage After Shave, Eau de Toilette oder Deo, und die meisten Hersteller setzen bei ihren Werbebotschaften zunehmend auf das Medium Fernsehen. Grund genug für uns, sich der Duftwelt des Mannes wissenschaftlich zu nähern", so Magnus Kastner, Geschäftsführer Discovery Networks Deutschland.

Der Dmax-Duft "15W40", der mit einer eigenen Kampagne on Air und online beworben werden wird, kann ab Mai zum Preis von 29,90 Euro exklusiv über dmax.de bestellt werden.

Abo-Service

- ▶ Print Abo
- ▶ E-Paper
- ▶ Spots/Booking
- ▶ Newsletter
- ▶ Mobile

Thema der Woche

Bernd Buchholz



Der G+J-Chef im Interview.

W&V Guide

SEM/SEO



Philipp von Stölpnagel im Interview mit W&V-Redakteur Leif Pelikan

Das multimediale Online-Special.