



Hintergrund Die DUFTSTARS – der deutsche Parfumpreis hat sich über die letzten Jahre vom Branchenevent zum nationalen Medienereignis entwickelt. Die jährliche Prämierung der besten Parfums ist ein vielbeachtetes Society-Event und zieht inzwischen internationale Stars in die Hauptstadt.

Aufgabe Seit 1999 ist CB.e sowohl für Konzeption und Umsetzung der glamourösen DUFTSTARS-Gala als auch für die begleitende Presse- und Öffentlichkeitsarbeit verantwortlich. Professionelle Medienarbeit und langfristig aufgebaute Netzwerke zu Journalisten und Redaktionen sind die Grundlage für die jährlich wachsende Berichterstattung in den Medien.

Idee und Umsetzung Mehr Öffentlichkeit lautet die Devise! Die Verlegung der Gala 2000 nach Berlin markiert den Beginn des Markenaufbaus. Die Gästezahl steigt, das Medieninteresse wächst. 2005 startet der Publikumspreis und bezieht den Endkunden aktiv in die Wahl ein. Ein Jahr später wird der amerikanische Name zugunsten einer markanten Wort-Bild-Marke ersetzt: Deutscher Parfumpreis – DUFTSTARS. Damit ist alles gesagt. Seit 2007 wird die Moderationsassistenz von Kai Pflaume mit einem bundesweiten Casting gesucht. 2009 feiern schließlich rund 1.000 Gäste die Parfums, internationale Stars kommen extra nach Berlin. Die exklusive Betreuung der Journalisten vor und während der Gala sorgen für die deutschlandweite Berichterstattung in allen relevanten Medien des People-Segments von „LeuteHeute“ (ZDF), „Brisant“ (ARD), und „Das SAT1 Magazin“ (Sat1) über Gala, Bunte und Instyle bis zu Vogue, Glamour und zahlreichen Onlineportalen.