



PRESSEINFORMATION

BREAD & BUTTER / Sommer 2012:

It smells freakin' good

Baierbrunn, 19. September 2012 – BREAD & BUTTER war ein überragender Erfolg für drom. Hunderte internationale Gäste, Aussteller und Journalisten besuchten droms „Perfume District“ in Berlin. Hier öffnete sich das kreative Dufthaus der Modewelt und präsentierte im Sommer 2012 die Geheimnisse der Feinparfümerie: Aus unzähligen natürlichen und synthetischen Rohstoffen, die jeweils nur einen reinen Stoff beinhalten, komponiert ein Parfümeur seinen perfekten Duft. Dabei kann beinahe jeder alltägliche Geruch oder Gegenstand zu einer Quelle der Inspiration werden. Am Ende entsteht ein Parfüm, das völlig eigenständig seinesgleichen sucht. Auf diese Art kreierten droms Parfümeure so namhafte Fine Fragrances wie POLICE, Abercrombie & Fitch oder ODIN 06 Amanu. ODIN gewann vor kurzem den ersten Indie FIFI Award – ein Nischenprodukt schönster Kreativität, das auch die Jury in NYC vollständig überzeugt hatte.

In Berlin Tempelhof wurden die Besucher nun anlässlich der BREAD & BUTTER von droms Parfümeuren ins frische Grün des Central Parks entführt, um dort genüsslich an einem aromatischen Coffee-to-Go zu schnuppern. Oder sie konnten ihre Sinne auf Reisen schicken und sich in den Duft einer frisch gedruckten New York Times vertiefen, die man sich mit in den Park genommen hatte. Denn die Kreativen bei drom hatten sich etwas ganz Besonderes ausgedacht und von unterschiedlichsten Motiven und Themen inspirieren lassen – selbst die Vertreter großer Magazine waren verblüfft, wie „echt“ die Parfümeure den Duft von Papier und Druckerfarbe nachempfinden konnten. So gab es bei drom irgendwo zwischen Graffiti und Neon auch „kriminelles Geld“ zu riechen, ein Hauch von Unerlaubtem in der Nase. Solche Duftakkorde hinterließen Eindruck und inspirierten auch namhafte Markenhersteller, erneut über einen Corporate Duft nachzudenken:



PRESSEINFORMATION

Könnte nicht ein großes Modehaus auch wie ein Spaziergang durch frisch gemähte Wiesen riechen oder eine Sportzeitschrift wie Denim?

Einige hundert Besucher schnupperten vom 04. bis 06. Juli an droms Beispielkompositionen und renommierten Markendüften – dies waren internationale Designer, Distributeure, Fachhändler, Modehersteller, Redakteure und eben Aussteller sowohl von Nischenmarken als auch von großen Brands. Dabei waren diese nicht nur an Duftkompositionen interessiert, sondern auch am geballten Know-how des Dufthauses aus dem deutschen Süden: Ob es um die Vermittlung von Lizenzpartnern ging oder ein Gesamtkonzept gesucht wurde, in droms „Perfume District“ gab es kompetente und kreative Antworten auf alle Fragen rund um Fine Fragrances und den Duft. Und auch bei drom ist man sich sicher, dass man nächstes Mal wieder dabei sein will, nach dem Motto: „I’ll be back“, so Dr. Ferdinand Storp, Mitinhaber und Geschäftsführer von drom fragrances.

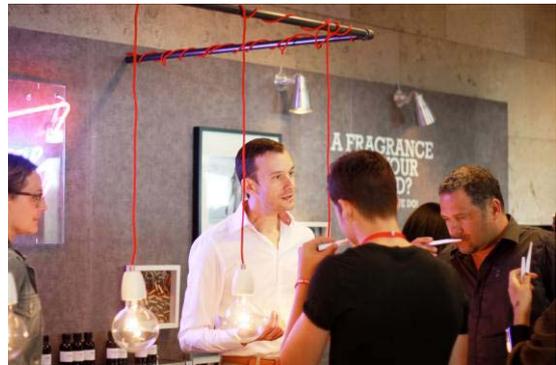
drom hatte bereits über einige Jahre die Entwicklung der BREAD & BUTTER verfolgt und war an einer Teilnahme interessiert. Mit der Bildung der Area TreasURY wurde es nun möglich, als Dufthaus Teil der Messe zu werden, um sich hier Inspiration und neuen kreativen Input zu holen und den Dialog mit einer ebenfalls sehr kreativen Nachbarbranche aufzunehmen. So formuliert es Markus Schiek, Managing Director International Sales, Marketing & Fragrance Development von drom fragrances, sehr trefflich: "Wir haben eine coole, entspannte Atmosphäre vorgefunden, genau das, was wir gesucht haben – Rock n' Roll".

3 410 Zeichen

Foto-Blog: <http://perfume-district.tumblr.com/>

Bildmaterial in Druckqualität:

BREAD & BUTTER war ein überragender Erfolg für drom. Hunderte internationale Gäste, Aussteller und Journalisten besuchten droms „Perfume District“. Sie entdeckten die Welt der Feinparfümerie und konnten zudem erschnuppern, wie entfernte Plätze wie der Central Park in New York riechen.



Dieses und weiteres Material können Sie unter info@p-co-com.de bestellen oder unter www.pco-communications.de/download direkt herunterladen.

Kontakt:

drom fragrances GmbH & Co. KG
gergana von heyking
oberdiller str. 18
82065 baierbrunn
germany
phone + 49 89 74425 323
fax + 49 89 74425 411
krg@drom.com
www.drom.com

p.co communications
petra reppert
potsdamer str. 5
80802 münchen
germany
phone + 49 89 990197 0
fax + 49 89 990197 29
petra.reppert@p-co-com.de
www.pco-communications.de



PRESSEINFORMATION

drom fragrances

Außergewöhnliche Düfte zu entwickeln und diese erlebbar zu machen ist das erklärte Ziel von drom. Mit Kreativcentern in Europa, USA, Brasilien und China und einer hochmodernen, globalen Organisation betreut das Unternehmen führende Markenhersteller auf der ganzen Welt. drom fragrances hat seine innovative Leidenschaft in der Firmenphilosophie verankert und erzielt mit zukunftsweisenden Kreationen immer wieder neue Erfolge.

So gelang es drom, absolut sorten- und naturreine Öle zu entwickeln und als pureganic® zu patentieren. Deutlich wahrnehmbar differenzieren sich diese olfaktorisch von konventionellen Aromaölen und entsprechen damit dem aktuellen Trend zu Naturkosmetik. Getreu dem Motto "be different!" präsentieren sich auch das New Yorker 'Fine Fragrance Studio' und der hohe Anteil Kreativer bei drom. Über alle Kulturgrenzen hinweg ist drom weltweit vernetzt und verwendet modernste Kommunikationstechnologien. Diese und viele andere Parameter machen drom zu einem innovativen Partner – kreativ, schnell und beweglich. drom wird als Familienunternehmen in dritter Generation von den Brüdern Dr. Andreas und Dr. Ferdinand Storp geführt. Mit rund 100 Millionen US-Dollar Umsatz und 370 Mitarbeitern ist drom weltweit einer der Top Ten Hersteller von Duftstoffen. Für etwa 400 Kunden, die überall auf der Welt zu Hause sind, entwickeln droms Parfümeure im Schnitt mehr als 100 Düfte pro Tag. Neben Fine Fragrance (Feinparfümerie) kreiert drom auch Düfte für die Bereiche Cosmetics & Toiletries, Hair und Home Care, aber auch für Zukunftssegmente wie Multimedia & Entertainment. Hightech-Produktionswerke in Europa, USA, China und Brasilien, sowie Repräsentanzen und Tochtergesellschaften auf allen relevanten Kontinenten sorgen für Kundennähe und eine jährliche Produktionskapazität von rund 35 000 Tonnen. Durch einheitliche Produktionsstandards stellt drom seinen hohen Qualitätsanspruch weltweit sicher.