

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/12269/1562225/duft-satz-und-sieg-87-prozent-kennen-den-axe-effekt-mit-bild> abgerufen werden.

# AXE Unilever

Duft, Satz und Sieg! 87 Prozent kennen den AXE Effekt (mit Bild)

16.02.2010 - 09:48 Uhr, AXE Unilever

Hamburg (ots) - Der AXE Effekt ist bekannt wie ein bunter Hund. Zu diesem Ergebnis kommt eine aktuelle Online-Studie\* der Marke AXE, die im deutschsprachigen Raum mit 2000 männlichen und weiblichen Teilnehmern zwischen 16 und 28 Jahren durchgeführt wurde. Die Erkenntnis: 87 Prozent aller Befragten kennen den AXE Effekt und wissen was passiert, wenn er hemmungslos um sich greift. Fast jeder Dritte davon hat ihn sogar selbst schon einmal erlebt.

Marketing-Hokuspokus oder alltägliches Phänomen?

Dass ein Duft heftige Emotionen wie Lust und Erregung auslösen kann, ist mittlerweile wissenschaftlich bewiesen: Düfte wirken im Gegensatz zu anderen Sinneswahrnehmungen direkt auf das Emotionszentrum und provozieren Reaktionen, die jenseits der gedanklichen Kontrolle liegen. Vor allem Frauen sind betroffen. Ein guter Männerduft kann sie nämlich durchaus den Verstand kosten, ihr rationales Denken ausschalten und sogar sexuelles Verlangen auslösen. Das bestätigten auch die Befragten der Online-Studie von AXE:

"Der AXE Effekt kam einfach so über mich. Ich hatte mich nicht mehr unter Kontrolle und wusste auch Minuten später nicht, was mir widerfahren ist. Unglaublich!"

"Wenn ein Mann AXE benutzt, muss ich ständig an ihm riechen und es ist schwer, damit aufzuhören."

Nur zwei exemplarische Statements, die den sagenumwobenen AXE Effekt in Worte fassen. Die Studie zeigt, dass AXE mit seiner Kommunikation richtig liegt und der AXE Effekt als Synonym für den Joker im Spiel der Verführung etabliert ist.

Details zur Studie und weiteres Bildmaterial zum AXE Effekt können über Hoepfner Sport- und Markenkommunikation abgefordert werden.

\*Hamburg, Februar 2010, Ears and Eyes - Institut für Markt- und Trendforschung, Erhebungsart: Online-Umfrage in Deutschland mit 2000 Probanden, männlich und weiblich zwischen 16 und 28 Jahren

Pressekontakt:

Hoepfner Sport- und Markenkommunikation GmbH  
Andrea Strüver  
Rödingsmarkt 9, 20459 Hamburg  
Tel.: 040/271636-38  
Fax: 040/271636-40  
E-Mail: [struever@hoepfner-kommunikation.de](mailto:struever@hoepfner-kommunikation.de)

Originaltext:

AXE Unilever

Pressemappe:

<http://www.presseportal.de/pm/12269/axe-unilever>

Pressemappe als RSS:

[http://presseportal.de/rss/pm\\_12269.rss2](http://presseportal.de/rss/pm_12269.rss2)