

CHANEL



À bientôt ...

Marilyn Monroe trug bevorzugt: nur einen Hauch von Chanel N° 5. Auf dieses Bonmot der Schauspielerin greift das Pariser Luxushaus nun in seiner neuen Werbekampagne für das ikonische Parfüm zurück. Welche Bedeutung die Kosmetiksparte für ein Haus wie Chanel hat, lässt sich nun in Paris besichtigen. Und erleben. Nahe der ersten Boutique in der Rue Cambon hat der eigene Beauty-Store eröffnet. Samt Parfüm-Bar und limitierten Produkten. 382, Rue Saint-Honoré. Montag bis Samstag von 10 bis 19 Uhr

HIER KOMMEN UNSERE KOSMETIKEXPERTEN ZU WORT

Was Frauen wirklich wollen? Einen Schminktisch. Nicht immer bietet Haus oder Wohnung Platz dafür. Aber es gibt Abhilfe: Das dänische Label Nomess hat sich auf Produkte spezialisiert, mit denen man prima Ordnung halten kann, und die „Balsabox“ entwickelt. Eine Holz-Kiste, die beim Öffnen den im Deckel versteckten Spiegel offenbart. Das pinkfarbene Innere ordnet Pinsel und Co. perfekt. Über nomess.dk



Feiner fliegen: Vor sieben Jahren bestimmte die EU, dass wir keine Flüssigkeiten mehr im Handgepäck transportieren dürfen. Es sei denn, man stopft maximal 100 ml kleine Cremes und Düfte in eine durchsichtige Plastiktüte. Aber bitte nicht mehr als einen Liter insgesamt. Schön ist das nicht. Doch jetzt gibt es wenigstens optisch attraktivere Alternativen wie das Kosmetik-(Abend?)täschchen von Unützer aus Kunststoff und Wildleder in acht Farben. Über unuetzer.com



Tasche voll? Platzprobleme in einer Clutch sind bei Frauen programmiert. Ein Grund mehr vor ein paar Jahren für die deutsche Designerin Lili Radu, gleich eine Make-up-Clutch zu entwerfen, in der sich mühelos Puder, Mascara, Handy und mehr unterbringen lassen. Und zwar jedes Produkt an seinem eigenen Platz. Nun gibt es auch eine limitierte und bereits gefüllte (!) Version mit Produkten von Face Stockholm. Über liliradu.com



ALLES NEU MACHT DER ...

Auch die Kosmetikmarken bringen zweimal im Jahr eine neue Kollektion heraus. Bevorzugt im Frühjahr und Herbst. Um alle tollen Neuheiten vorzustellen, reicht der Platz nicht aus. Daher habe ich drei Favoriten herausgesucht. Neu und innovativ ist die „Supremya Yeux La nuit“-Augencreme von Sisley. Das Besondere ist der neue Phyto-Wirkstoff, aber auch die Anwendung. Man tupft die Creme um die Augenpartie und auch auf das Oberlid. Sie wird für Straffung und somit einen wachen Blick sorgen. Mehr Zeit haben wir nun auch wieder für den Körper. Die „Skin Caviar Luxe Soufflé Body Creme“ von La Prairie, ist, wie ihr Name verrät, reichhaltig und dennoch luftig auf der Haut. An alle (nicht nur) Männer: Mit dieser Creme liegen Sie geschenke-technisch immer richtig! Und als besonderes Parfüm empfehle ich: Schnuppern Sie mal an „Maremma“ von Tiziani Terenzi.



Petra Scholtz
Leitung der
Hamburger
Hof-Parfümerie

MANN CREMT, WAS MANN KANN

Die Nachfrage nach Männerkosmetik wächst ständig, aber hat „Mann“ einmal etwas gefunden, das er gut verträgt, bleibt er dabei. Doch manchmal sollte man Neues wagen: Probieren Sie mal das „Fluide Hydratant Visage“ aus der Homme-Serie von St. Barth aus. Es pflegt, ohne dass die Haut glänzt. Zudem ist die gesamte Homme-Linie unparfümiert und verträgt sich daher sehr gut mit einem Duft. Und falls es in diesem Jahr noch in die Berge geht, darf eine gute Sonnenschutzcreme nicht fehlen. Ja, auch im Winter! Lancaster hat die „Sun Sport Ski Comfort Cream“ entwickelt. Sie schützt mit einem neuen Wirkstoff vor Sonne und Kälte (die Haut, nicht den Körper) und „weißelt“ auch nicht, wie wir Bayern sagen. Ausreden fürs Nichteincremen gelten nicht mehr, liebe Männer!



Peter Wiedemann
Inhaber der Parfümerie
Wiedemann in Bad Tölz