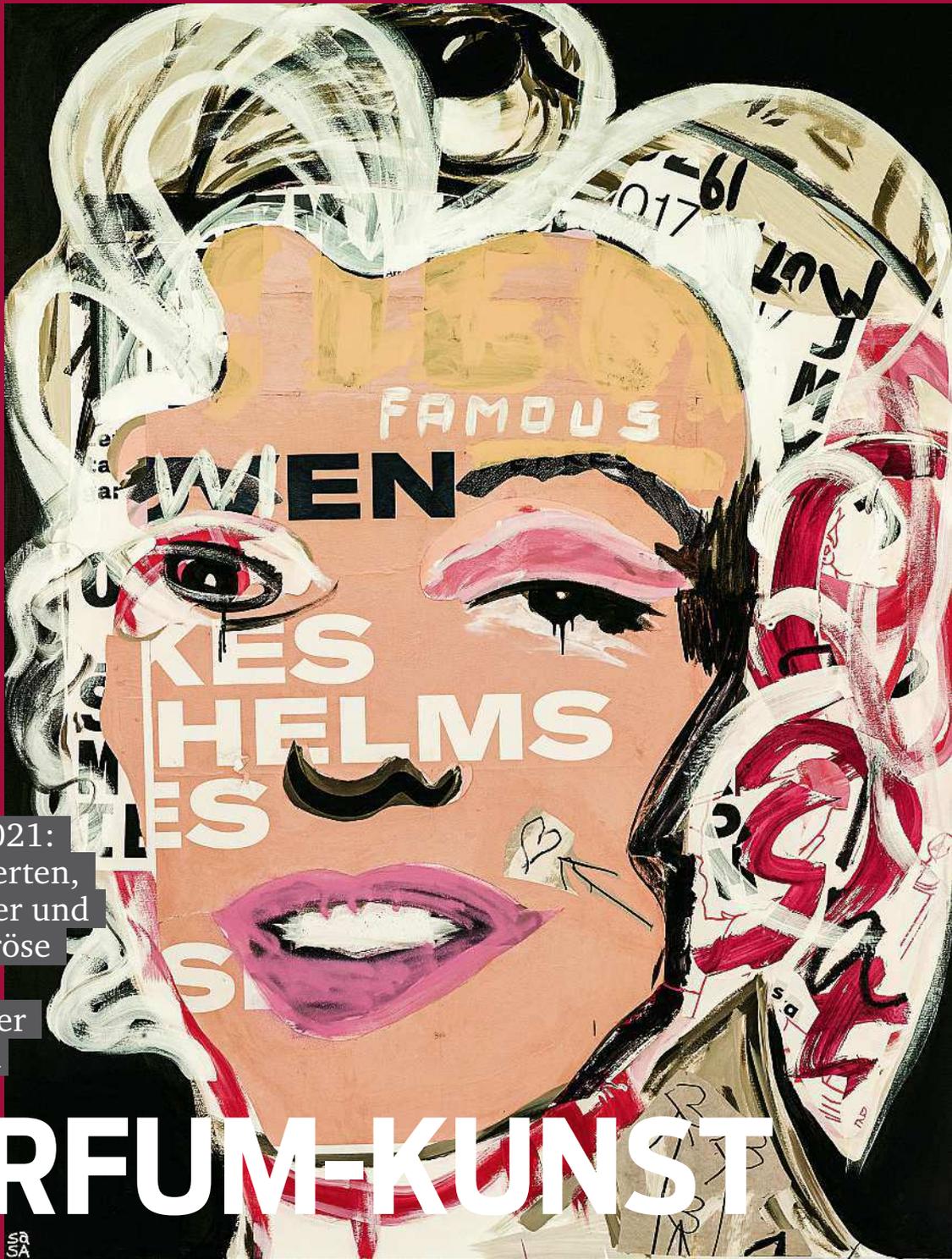


DUFTSTARS

Nr. 1/2021



Duftstars 2021:
Die Nominierten,
die Gewinner und
die glamouröse
Gala mit
spektakulärer
Kunstaktion

PARFUM-KUNST

LIEBLINGSPARFÜM

Beauty-Redakteurinnen
und Influencerinnen verraten,
wonach sie duften

COOLE MODE ...

... für kalte Tage.
Die wichtigsten Trends für
Herbst/Winter

DUFT MIT WIRKUNG

Duftexperte Dr. Joachim
Mensing über die Zukunft der
Parfümerie

FOTO: SASIJA KNEZEVIC

N°5

CHANEL





DUFTSTARS
ÖSTERREICHISCHER
PARFUMPREIS
2021

DUFTSTARS RELOADED

Nach einer Zwangspause im Vorjahr konnte die Fragrance Foundation Austria heuer die DUFTSTARS wieder im Rahmen einer großen und glamourösen Gala verleihen und ihre Mission – die Leidenschaft für feine Düfte – einem breiten Publikum zugänglich machen.

MISSION. Was für ein Jahr! Unglaublich, herausfordernd und unser Leben in einer Art beeinflussend, wie es wohl niemand voraussehen konnte. Umsomehr hat es uns gefreut, dass wir nach einem Jahr Zwangspause vielen strahlenden Preisträgern im Rahmen der fulminanten DUFTSTARS-Gala persönlich gratulieren konnten. The Fragrance Foundation Austria hat sich auch heuer auf ihre Mission konzentriert, die Welt dazu zu inspirieren, die Kunst und Leidenschaft des Parfums zu entdecken und ihre Begeisterung an KundInnen und Interessierte weiterzugeben.

2021 wählten die KonsumentInnen nicht nur Ihren Lieblingsduft in der Königsdisziplin des Publikumspreises, sie voteten auch für den inspirierendsten Werbespot, das beste Drucksubjekt und kürten die drei Lieb-

lingsfilialen Österreichs beziehungsweise des stationären Handels.

NEUE KATEGORIE. Es war ein spannendes Rennen mit würdigen Gewinnern! Apropos Gewinner: Neben den bekannten Kategorien wurden auf der diesjährigen DUFTSTARS-Gala auch erstmals die besten „Home Fragrances“ ausgezeichnet. Blättern Sie – in hoffentlich entspannter Atmosphäre – durch unser zweites DUFTSTARS-Magazin und freuen Sie sich auf spannende und informative Berichte rund um die vielfältige Welt des Duftes. In einem Interview mit dem Autor und Duftexperten Dr. Joachim Mensing („Schöner Riechen“) erhalten Sie Einblicke in die Praxis der modernen Parfümerie und Duftpsychologie.

Nachhaltigkeit ist auch in der Beauty- und Kosmetikbranche ein großes Thema geworden. Viele große Marken verpflichten sich dazu, Produktion und Vertrieb ressourcenschonender und umweltfreundlicher zu gestalten. Lesen Sie mehr dazu auf den folgenden Seiten. Ich bedanke mich für Ihr Interesse, Ihr Vertrauen und vor allem für Ihre Liebe zu unserer gemeinsamen Leidenschaft: Düfte, die begeistern, bezaubern und unser Leben ein bisschen schöner machen. In diesem Sinne: Duften Sie wohl und bleiben Sie uns gewogen! ■

Präsidentin The Fragrance Foundation Austria

Folgen Sie uns auch auf:
www.thefragrancefoundation.at
Facebook & Instagram

IMPRESSUM

Medieninhaber:

Für den Inhalt verantwortlich:
The Fragrance Foundation Austria (TFFA), Verein zur Förderung des Parfums als Kulturgut, Schottenring 12/Top 5, 1010 Wien
Mobile: 0043/660 55 44 667
Mail: office@duftstars.at
www.thefragrancefoundation.at

Produktion und redaktionelle Betreuung:
Dorothe Rainer, Sandra Rabalder
Autoren: Isabella Klausnitzer, Cordula Puchwein, Eva Syndram
Layout/Grafik: KURIER Kreation
Fotoredaktion: S. Schoberberger

Anzeigenleitung:
Elisabeth Laimighofer
Projektleitung:
Mag. Sonja Polster
Mail: sonja.polster@kurier.at

Verlagsort: Wien
Hersteller: Mediaprint
Druckerei: Ferdinand Berger & Söhne GmbH



MODE & BEAUTY

8 HALLO HERBST!

Von Fake Fur und Stepp bis zu Glitzer & Glamour – Saisonstart für die Herbst- und Wintermode

22 PFLEGENEUEHEITEN

Was man unbedingt braucht für einen natürlich schönen Teint

DUFTWELTEN & DUFTTYPEN

14 HOME FRAGRANCES

Feine Düfte für zu Hause, die uns auf Reisen schicken

16 #LIEBLINGSPARFUM

Erfolgreiche InstagrammerInnen verraten ihren Lieblingsduft

26 SO RIECHT DER HERBST

Neuerscheinungen für die kommende Saison

30 DER DUFT DER ZUKUNFT

Duftexperte Dr. Joachim Mensing im Interview

32 DUFTHOROSKOP

Welcher Duft zu Ihrem Sternzeichen passt

34 SICHER KEINE FÄLSCHUNGEN

Warum es sich lohnt, im stationären Handel zu kaufen

36 WORAUF KÖNNEN SIE NICHT VERZICHTEN?

BeautyredakteurInnen und ihre Schönheitsgeheimnisse

40 AUS BESTER FAMILIE

Moderne „Haute Parfümerie“-Düfte



LIFESTYLE & NACHHALTIGKEIT

42 IT'S SHOWTIME

Serienhits und ihre wichtigsten „Essentials“

48 NACHHALTIGKEIT IN DER BEAUTYBRANCHE

Zehn Projekte, die sich zu einem achtsamen Umgang mit der Natur verpflichtet haben

DUFTSTARS & FRAGRANCE FOUNDATION

52 HINTERGRUND

Wer und was ist die TFFA und was sind ihre Aufgaben?

54 DUFTSTARS 2021

Alle Nominierten nach Kategorien und alle Gewinner

59 DER ALCHIMIST

Künstlerporträt von Sasha Knežević

60 GALA

Rückblick, Highlights, Promis und Small Talk

CLARINS

Live beautifully

DOUBLE
SERUM
DOPPELTE
POWER
JETZT FÜR
IHRE AUGEN



Nach
7 Tagen
erscheint
der Blick
jugendlicher*

CLARINS.COM

Neu Double Serum Eye Age Control Augenpflege-Konzentrat

Innovation: Einzigartige Doppelformel zu 96% natürlichen Ursprungs angereichert mit 13 Pflanzenextrakten inklusive der leistungsstarken Extrakte aus biologischem Wiesenkerbel und Curcuma, um die Vitalfunktionen der Haut zu boosten. Für sichtbare Wirksamkeit bei allen Zeichen von Hautalterung.

*Zufriedenheitstest - 375 Frauen aus verschiedenen Nationen - 7 Tage.

SAISON-START

Die neue Mode ist da, da kommt viel Cooles auf uns zu. Ein Überblick über die wichtigsten Trends.

VON ISABELLA KLAUSNITZER

MUST-HAVE

Kopfbedeckungen aller Art. Besonders hip: das grüne Strickmützl von Miu Miu, das sich mit einigem Geschick vielleicht nachstricken oder nachhäkeln lässt. Über Mytheresa



YETI!

Kuschelboots sind großer Schuhtrend. Wir wollen euch nur vorwarnen. Miu Miu über Mytheresa



COOL COLD

So schickt Miuccia Prada ihre Miu-Miu-Frauen in Schnee und Eis, aber nicht nur. Prada und viele andere trendsetzende Designer setzen diese Modesaion auf Flausch und Stepp

STEPP & LOGO.

Der gesteppte Jumpsuit von Chanel ist eher nichts für die Piste



Trend #1
GANZ SCHÖN KALT

Die Modemacher rechnen offenbar mit Kälte und Eiszeit. Fake-Fur-Mäntel und -Jacken, extravagante Stepplooks, bauschig Flauschiges, alles ein Riesenthema. Und auch Kopfbedeckung wird ganz wichtig.

HILF MIR IN DEN MANTEL

Und zwar ganz genau in diesen. Bin nämlich ganz verliebt in dieses mintfarbene Modell von Michel Mayer, sehr schick und gleichzeitig sehr warm. Die österreichische Designerin Michaela Mayer mit eingeschwoener Fanklientel feiert gerade ihr 25-jähriges Jubiläum. Wir gratulieren von ganzem Modeherzen!



Kiehl's Ultra Facial Cream. Diese Creme zählt zu den Crème-de-la-Crème-Klassikern und wurde unter Extrembedingungen bei einer Grönlandexpedition getestet



Dior Capture Totale Rich Creme. Besonders reichhaltige Pflegecreme



BEAUTY-TIPP

VON ISABELLA KLAUSNITZER

Den Designern kann's modermäßig diesen Winter offenbar gar nicht kalt genug werden. Die kalten Jahreszeiten sind übrigens für unsere Haut immer eine große Herausforderung. Daher braucht's ordentlich viel Extrapflege.



Guerlain Advanced Youth Watery Oil. Hochwirksames Konzentrat mit extremer Reparaturwirkung



Lancôme Absolué The Serum. Temperaturunterschiede sind ziemlich Stress für die Haut. Das richtige Serum wirkt dagegen Wunder

Gucci Flora
Gorgeous Gardenia.
Florale Muster für
Flakon und
Verpackung



Trend #2

STARK GEMUSTERT

Riesentrendthema: grafische Muster zum Schwindligschauern. Versace hat dafür sogar ein eigenes Versace-Muster kreiert. Gemusterte Mäntel, gemusterte Kopftücher, gemusterte Taschen, gemusterte Strümpfe, gemusterte Stiefel – kommt alles auf uns zu.



Diptyque Kyoto, verhüllt mit japanischem Furoshiki-Tuch

Hermès Twilly d'Hermès
Eau Ginger. Parfumflasche trägt Hermès- Tuch



BEAUTY-TIPP

VON ISABELLA KLAUSNITZER

Chanel s'il vous plaît! **Chanel N° 5**, der Duft, der Flakon, die schwarz-weiße Verpackung – der Stoff, aus dem Träume von Schönheit, Chic und Eleganz sind. Anlässlich des 100-Jahre-Jubiläums hat das französischste aller Couturehäuser seinem legendären Parfum eine ganz besondere Limited Edition gewidmet. „Factory 5“ umfasst eine Auswahl an Chanel N° 5-Produkten, eines feiner als das andere. Wir wollen sie alle!



ROTE LIPPEN

Klassischer Chic zum schwarz-weißen Look: knallroter Lippenstift. Chanel Rouge Coco Bloom in „Blossom“



ELEGANT

... und forever todschick. Besonders in der Abendmode ist Schwarz-Weiß nicht zu toppen. Look von Elie Saab



MINI MINI MINI

Der Minirock ist wieder da! Das ist der eine Trend. Der andere? Schwarz-Weiß. Von Valentino



Trend #3

BLACK & WHITE

Wohl die schickste Farbkombi der Modewelt. Ein echter Klassiker, diese Saison wieder ganz starkes Thema. Darüber freuen wir uns, diesen Trend können wir ganz leicht mitmachen, Schwarzes und Weißes haben wir sicher im Kasten.



EXZENTRISCH
Schwarz und Weiß kann auch sehr ausgefallen sein. Von Salvatore Ferragamo

GUERLAIN

PARIS

AQUA ALLEGORIA



THE JOYFUL BY NATURE FRAGRANCE COLLECTION



AQUA
ALLEGORIA
NETTARE DI SOLE

Guerlain

Trend #4

GLITZER & GLAMOUR

Wer sagt, dass wir Gold, Pailletten und Glitzerflitzer nur am Abend tragen können? Unsere Lieblingsdesigner schicken uns in goldenem Strick, glitzernden Kleidern und Mänteln und exaltierten Metallic-Hosen in den herbstlichen Alltag.

WOW, WAS FÜR EIN LOOK!

In diese Fransenhose von Alberta Ferretti hat sich auch Jennifer Aniston sofort verliebt



Große Clutch
von Bottega Veneta
über Mytheresa



Goldsandalen
von Dolce & Gabbana
über Mytheresa

GOLDSTÜCK.
Pierpaolo Piccioli
kleidet seine
Valentino-Frauen
in allen Goldtönen

MIUCCIAs TRENDLOOK.

Was Prada vorgibt, dem folgen Stylisten, Moderedaktionen, dann Sie und ich. Miuccia Prada zeigt tagestaugliche Pailletten seit jeher in ihren Kollektionen, Herbst/Winter 2021 werden sie mit Fake Fur kombiniert

Kleine Tasche
von Balenciaga
über Mytheresa



BEAUTY-TIPP

VON ISABELLA KLAUSNITZER

Sinnlich verführerische Düfte, rote Lippen und Goldschimmer auf den Lidern, so geht Beauty glamourös.

Dior
Mono Couleur
Couture 616
Gold Star



Dolce & Gabbana
The One Gold EdP



Giorgio Armani
Lip Power 302
Energetic



YSL
Rouge Pur Couture
No 151 Rouge
Unapologetic

Kilian
Le Rouge Parfum
Liquid Ultra Matte
Immortel





PHANTOM



scan to meet phantom



the new fragrance for men

paco rabanne

DER DUFT FÜR ZUHAUSE

Mit speziellen Raumdüften, verströmt mit Diffuser oder Kerze, kann man in den eigenen vier Wänden diverse Stimmungen erzeugen: von kuschelig warm über luftig-leicht oder belesen-strebsam bis hin zum olfaktorischen Besuch auf der Insel Elba.



KAMINFEUER

Kerze „Feu de Bois“ von Diptyque verströmt einen herrlich rauchigen Duft von knisterndem Holz. Amber und duftende Harze verbreiten eine wohlige Atmosphäre.

www.diptyqueparis.com



LIFESTYLE

Acqua di Parma hat eine ganze Reihe eleganter Duftkompositionen. „Luce di Colonia“ versteht sich als die Quintessenz italienischen Lifestyles. Die Zitrusmischung verleiht einem Raum Helligkeit und Leichtigkeit.

www.acquadiparma.com



STUDIERTUBE 2.0

Die Kerze „Byredo Bibliothéque“ verströmt einen fruchtig-ledrigen Duft und sorgt unmittelbar für eine Wohlfühlatmosphäre, die nichts mit verstaubten Bibliotheken zu tun hat.

www.byredo.com

MUNTERMACHER

Für gute Laune sorgt der Diffuser von Etro in Duftichtung Orange Grapefruit Flower. Eyecatcher sind hochwertige Glasflaschen in strahlend leuchtenden Farben.

www.etro.com



FRISCHE BRISE

Der Duft der Mittelmeerinsel in einem Flakon: Zitrusfrüchte, Salznüancen, Algen, Myrte, Wassermos, Hölzer: „Isola d'Elba“ von Acqua dell'Elba.

www.acquadellelba.com

VIKING COLOGNE

EIN DUFT FÜR MODERNE, CHARISMATISCHE MÄNNER

„Der Duft von Viking Cologne ist für uns eine wahrliche Offenbarung. Wir wollten einen Duft erschaffen, bei dem die Frische aus dem Parfum heraussticht – ein energiegeladener Duft, der Lust auf Abenteuer macht.“

Erwin Creed, Januar 2021



VIKING COLOGNE ist ein Duft für den **modernen, charismatischen Entdecker**. Die **Sehnsucht nach Abenteuer und Herausforderung** zeichnen diesen Mann aus. Er liebt es, Neuland zu erkunden und **kennt keine Grenzen** – ob in der Natur oder im Großstadtdschungel.

VIKING COLOGNE ist ein **aromatischer Fougère-Duft**, eine meisterhafte Komposition aus trockenem Sandelholz, spritziger Bergamotte und erdigem Vetiver.



CREED – DIE KÖNIGSKLASSE DES PARFUMS

1760 von **James Henry Creed** gegründet, belieferte das Dufthaus CREED damals schon sämtliche Königshäuser mit seinen meisterlichen Parfums. Jedes davon ein **Original**, ein **Meisterwerk** und gemäß alter Tradition von Hand geschaffen. Die Parfummkunst von CREED **“de père en fils”** (vom Vater zum Sohn) wird von Generation zu Generation weitergegeben. Entdecken Sie ihr ganz eigenes, privates CREED in der CREED Boutique Wien.



CREED BOUTIQUE + SEILERGASSE 1 + WIEN



#UNSERE LIEBLINGS- DÜFTE

Für ihren Stil werden sie von ihren Followern bewundert. Aber für diese drei Influencerinnen muss nicht nur das Outfit sitzen, sondern auch der Duft.

» Auf Instagram werden ihre Looks und ihre Leben von Tausenden von Followern und Followerinnen verfolgt und bewundert. Exklusiv für DUFTSTARS haben uns drei erfolgreiche Influencerinnen ihren Lieblingsduft verraten und erzählt, was sie mit ihm verbinden. Denn obwohl die Sozialen Netzwerke visuelle Medien sind, darf für Edisa Shahini, Sermin Kaya und Kimberly Budinsky der passende Duft zu ihrem Outfit keinesfalls fehlen. Wie wichtig Parfums sind, lernte etwa Edisa Shahini schon von klein auf. „Ich bin mit reichen, feinschmeckerischen Düften meiner Mutter aufgewachsen. Ich erinnere mich immer noch an Orte und Emotionen, wenn ich die Düfte rieche, die meine Mutter getragen hat“,

@EdisaShahini

„Von den diesjährigen Duftnominierungen ist ‚Angels' Share‘ by Kilian mein Favorit für die kühleren Jahreszeiten. Es ist ein extrem warmer, würziger und verführerischer Duft. Er ist absolut geschmackvoll und er macht süchtig. Meiner Meinung nach der perfekte Herbst-/Winterduft“, so die erfolgreiche Bloggerin Edisa Shahini.



erzählt sie. Dies hat auch ihre Begeisterung für Düfte geformt. „Ich trage jeden Tag Parfüm, genauso wie ich meine Lieblingsaccessoires trage. Es gehört zu meiner täglichen Routine nach der morgendlichen Dusche, sogar wenn ich ins Bett gehe – ich möchte gut riechen“, so die diesjährige DUFTSTARS-Jüro-rin, für die „Angels' Share“ von Kilian zu ihren Lieblingsdüften zählt. Eine Begeisterung, die auch Sermin Kaya teilt. Denn beim Duft ihres Favoriten, Chanel 1957, schießen ihr sofort wohlwollende Bilder in den Kopf. „Mich erinnert das Parfum an warme Sonnenstrahlen, frische Wäsche, den Orient und zugleich an saftig grüne Wiesen“, erklärt die langjährige Beauty-Bloggerin und Mutter eines Sohnes. Erinnerungen an ihre Mutter hat auch Kimberly Budinsky, wenn sie an ihr Lieblingsparfum „Alien“ von Mugler denkt. Mit 14 hat ihre Mama ihr den Duft zum ersten Mal geschenkt. „Düfte erzählen für mich immer Geschichten. Wenn ich einen Duft rieche, habe ich sofort ein Bild von einem Ort, einem Menschen oder einer Jahreszeit vor Augen“, so die Influencerin, die auch noch Moderatorin ist.



BeautyLash

Geschminkt sein ohne schminken

#wenigeristmehr



WENIGER
SCHMINKEN

MEHR ZEIT
MEHR HERBSTSPAZIERGÄNGE
MEHR GEMEINSAM LACHEN
MEHR DAS LEBEN GENIEßEN



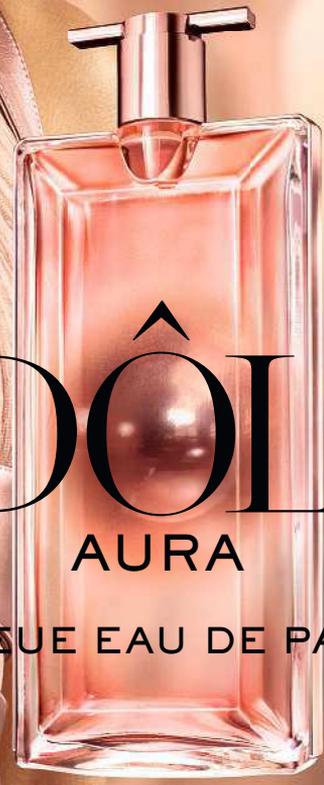
beautylash.at
@beautylashinternational
#BeautyLashEffect

Sermin Kaya
@TheBeautifulView

„Ich bin vernarrt in ‚1957‘ von Chanel und diese unfassbar gelungene Komposition, die aus acht (!) weißen Moschusakkorden besteht. 1957 war das Jahr, in dem Coco Chanel einen Riesenerfolg in den USA feierte, somit steht das Parfum für Eleganz und Exklusivität. Und so duftet es auch – exklusiv, aber nicht aufdringlich. Für mich ist ‚1957‘ der perfekte Duft für jeden Anlass“, so Sermin.



LANCÔME
PARIS



IDÔLE
AURA

DAS NEUE EAU DE PARFUM

@KimberlyBudinsky

„'Alien' von Mugler ist für mich ganzjährig einsetzbar und erzählt für mich die Geschichte von starken, unabhängigen Frauen und von Femininität. Alien verbindet für mich Eleganz und Femininität mit dem Außergewöhnlichen. Es ist ein ganz besonderer Duft, der immer in Erinnerung bleibt und etwas Positives und Mutiges ausstrahlt“, sagt sie.



STEINREICH DIE GLÜCKSBINGER DER VIPS

Ein Ring, der erfolgreich macht, ein Armband, das Liebeskummer lindert, Ohrringe, die Energie versprühen und Ketten, die glücklich machen oder sogar guten Sex versprechen. Das alles stellt Designerin und Unternehmerin Gabriele Iazzetta mit ihrem spirituellen Schmuck in Aussicht. Und es scheint zu wirken...



Die Österreicherin Gabriele Iazzetta hat sich seit 15 Jahren Heilsteinen und Schmuck nach den Lehren von Feng-Shui verschrieben und kann mittlerweile auf ein erfolgreiches Unternehmen stolz sein. Durch die mediale Präsenz in gleich zwei Shoppingkanälen in Deutschland längst kein Geheimtipp mehr, schwören nun auch heimische Promis auf den spirituellen Schmuck, der nicht nur wunderschön aussieht, sondern wirkt. Allen voran Moderatorin Sasa Schwarzjirg, die auch als Testimonial für Gabriele Iazzetta fungiert. Aktuell gibt es Wissenswertes zu den Heilsteinen auch im Podcast Spirit Lounge zu hören.

www.gabriele-iazzetta.shop/de

Das Herzog Leopold - regionale Genussvinothek



Im Zentrum der niederösterreichischen Bezirkshauptstadt Korneuburg hat vor nun rund einem Jahr 'Das Herzog Leopold' in einem behutsam restaurierten Kaiserhaus seine Pforten geöffnet. Serviert werden ausschließlich ausgewählte österreichische Weine aus den bedeutendsten Weinbaugebieten, abgerundet durch ein regionales Speisenangebot.

www.dasherzogleopold.at

Beauty & Trends

edition.LIEBLINGSSTÜCKERL® Federleichte Farbenpracht aus Österreich

Mit schmeichelnden Farbkombinationen und einzigartiger Formenvielfalt präsentiert Elisabeth Limmert die handgefertigten Ohrringe von edition.LIEBLINGSSTÜCKERL®. Aus nachhaltigen Materialien und mit gerade einmal 4 Gramm pro Ohrring, bieten sie einen hohen Tragekomfort und sind der ideale Begleiter für jeden Anlass.

Alle Kollektionen online erhältlich.



www.lieblingsstueckerl.com

MOOI Beauty & Concept Store



MOOI (niederländisch für hübsch) ist der erste nachhaltige Beauty & Concept Store in Wien, der sich den schönen Dingen des Lebens verschrieben hat. Neben natürlichen Wohlfühl-treatments gibt es jede Menge zu entdecken. Innovative Wohnaccessoires, Schmuck und Designstücke aus fairen sowie überwiegend lokalen Betrieben freuen sich auf ein neues Zuhause. Bei den Behandlungen sind Nachhaltigkeit und unbedenkliche Inhaltsstoffe ebenfalls das A und O.



Maniküre- sowie Pediküre-Fans können sich getrost entspannen und ihre Nägel mit den veganen und umweltfreundlichen Nagellacken der französischen Marke manucurist verwöhnen lassen. In den besten Händen ist man bei den Brownistas von MOOI. Ob Brow-Styling, Massage, Pflege, Färbungen oder Lifting – der perfekte Schwung bringt das Gesicht einfach schön zur Geltung.

MOOI Beauty & Concept Store
Josefstädter Straße 50
1080 Wien

www.mooi-beauty.at
Tel.: 01 / 99 78 012
termin@mooi-beauty.at

www.mooi-beauty.at

HIER ENTLANG ZUM „PERFEKTEN“ GLOW



FOTOS: AUFWACHER GUERLAIN, HERSTELLER

Ein ebenermäßiger, zart schimmernder Teint wird in der Beautysprache „Glow“ genannt. Hier fünf Schritte, wie man die Haut zum Strahlen bringt.

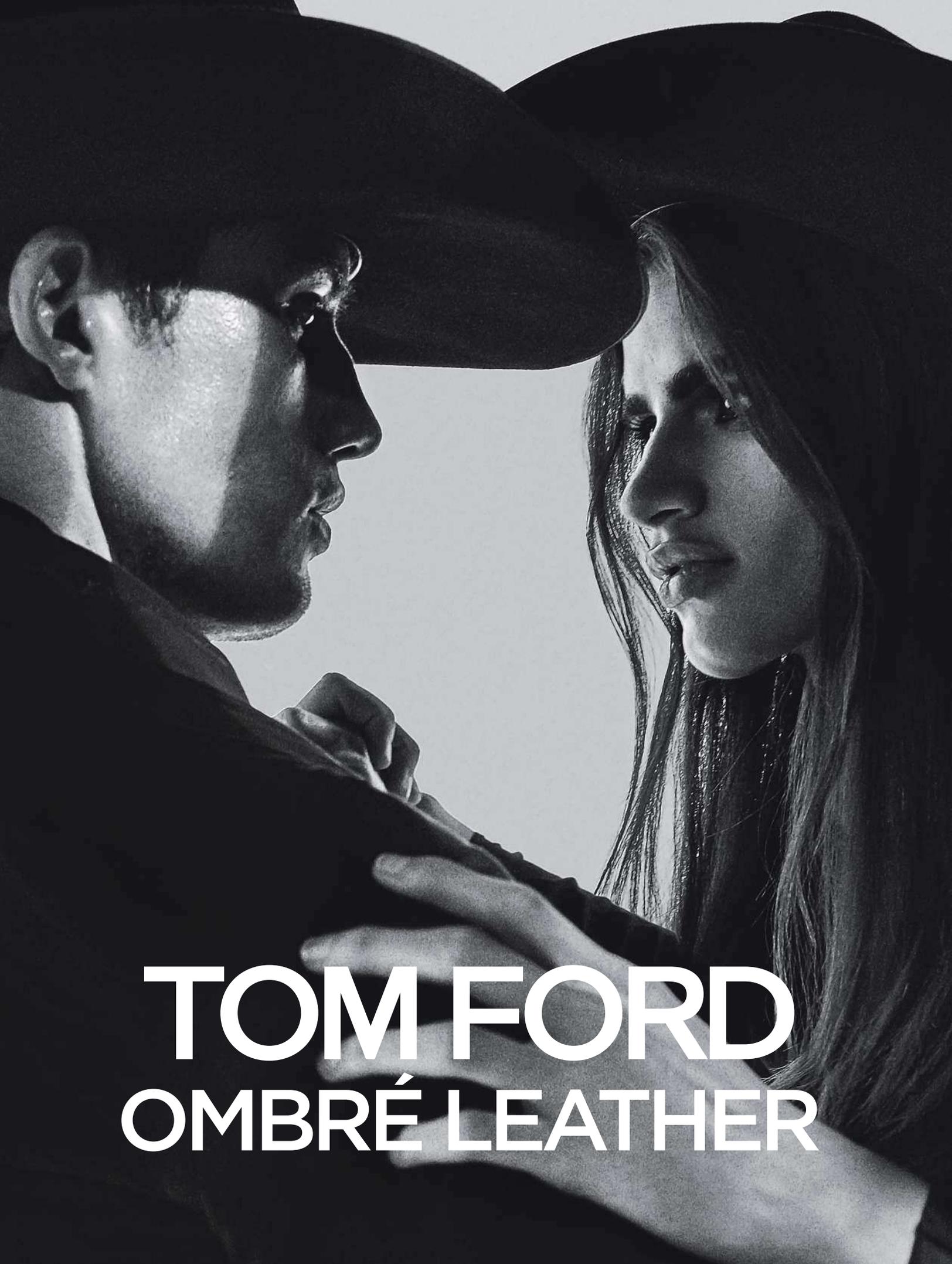
VON DOROTHE RAINER

1 REINIGUNG

Eine gründliche Gesichtereinigung bewahrt nicht nur vor Unreinheiten, sondern sie hilft der Haut auch, Pflegeinhaltsstoffe besser aufzunehmen. Damit ist sie die Grundvoraussetzung für einen strahlenden Teint. Bei der Reinigung werden nämlich alle Rückstände und abgestorbenen Hautschüppchen entfernt, die die Haut stumpf und fahl wirken lassen.

- A Anti-Schadstoff:** Der „Super Potent Cleanser“ von Dior reinigt, klärt und entfernt Schadstoffe.
- B Gel + Schaum:** „All About Clean 2-in-1“ von Clinique entfernt Unreinheiten und Ablagerungen.
- C Tonerde-Maske:** Die „Pore Purifying Scrub Mask“ von Waso reinigt porentief. Wirkt gegen Mitesser.





TOM FORD
OMBRÉ LEATHER

Der letzte Schritt zum Glow ist die Foundation, die kleinere Makel einfach unsichtbar macht. Hier gilt – um Natürlichkeit zu wahren – weniger ist mehr: Ein bis zwei Tropfen flüssiger Foundation reichen meist für das ganze Gesicht. Mit einem Beautyblender lassen sich die Produkte besonders präzise verteilen und das Ergebnis wirkt viel gleichmäßiger und natürlicher.

5 MAKE-UP/FOUNDATION

- A Natürliches Finish:** „L'Essentiel“ von Guerlain hat sowohl pflegende wie deckende Inhaltsstoffe. Die Foundation hält den ganzen Tag, es gibt sie in 30 Nuancen!
- B Soforteffekt:** Die „Super Potent Serum Foundation“ von Dior glättet die Haut unmittelbar nach dem Auftragen, macht sie geschmeidig und lässt sie strahlen.
- C Schattenlöcher:** Der flüssige „Luminous Silk Concealer“ von Armani ist einfach in der Handhabung und deckt Augenschatten zuverlässig ab.



SPECIALS FÜR AUGEN & LIPPEN



A Soforthilfe: Der „Le Lift Flash Eye Revitalizer“ von Chanel revitalisiert und schenkt intensive Leuchtkraft.

B Weichmacher: Die Lippenpflege von Jo Malone pflegt mit Vitamin E. Macht die Lippen samtweich und betont das natürliche Lippenrot.

C Kraftvoll: „Advanced Génifique Yeux“ von Lancôme aktiviert dank Mikrobiom die Augenregion. Wirkt pflegend und verjüngend.

Die Augenpartie hat einen großen Einfluss auf Aussehen und die Ausstrahlung. Denn Augenringe und geschwollene Tränensäcke lassen uns müde und gestresst wirken. Augenpads wirken diesen Hautproblemen entgegen und funktionieren als Glow-Booster. Hyaluronsäure, Kollagen oder Vitamin E pflegen trockene Haut intensiv und sorgen für einen revitalisierten Teint ohne Falten.

- A Glättend:** Die „Miracle Overnight Cream Mask“ von Master Lin bringt die Haut über Nacht ins Gleichgewicht und lässt sie natürlich strahlen.
- B Rosig:** Die „Blue Therapy Amber Algae Revitalize Day Cream“ von Biotherm ist leicht getönt und sorgt für einen frischen Teint.
- C Festigkeit:** Die „Extra-Firming Energy“ von Clarins strafft und pflegt mit Superfruchtconzentrat.



2 FLÜSSIGE EXTRAS

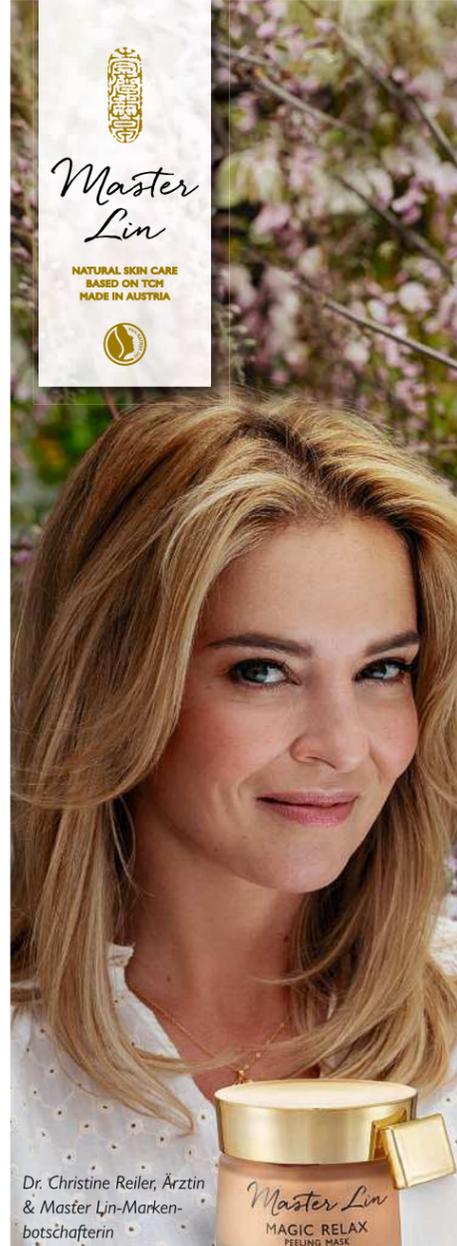
Nach der Reinigung ist die Haut besonders aufnahmefähig, und es ist der ideale Zeitpunkt für Seren und Elixiere, die besonders reich an Wirkstoffen sind und in tiefere Hautschichten eindringen. Sie sind ideal, wenn besondere Bedürfnisse, etwa nach Feuchtigkeit, bestehen oder wenn Makel wie kleine Sonnenschäden minimiert werden sollen. Seren kommen noch vor der Pflegecreme zum Einsatz.

- A Feuchtigkeitsboost:** Die „Revitalizing Supreme+ Optimizing Power Treatment Lotion“ von E. Lauder.
- B Aufheller:** Das „Illuminating Micro-Spot Serum“ von Shiseido bekämpft Pigmentflecken.
- C Vitalisierend:** Die „Hydrating Infused Emulsion“ von La Mer stärkt und vitalisiert.



3 RICHTIGE PFLEGE

Nur eine gut gepflegte Haut kann auch strahlen. Dabei ist es wichtig, die Pflege auf ihre Bedürfnisse abzustimmen, und die können nach Jahreszeit, Hormonhaushalt oder nach gesundheitlichem Befinden variieren. Wichtig ist, dass die Haut immer genügend Feuchtigkeit bekommt. Und man sollte bei der Wahl der Pflege darauf achten, dass sie Inhaltsstoffe enthält, die die Hautgesundheit fördern.



ROSA GLOW FÜR EIN STRAHLENDES HAUTBILD.



Die **Magic Relax Peeling Mask** von Master Lin pflegt und schützt die Haut mit den Wirkstoffen von **rosa Tonerde**, beruhigendem **Magnolienblüten-Extrakt** und glättendem **Mandelöl**. Feine **Bambusfasern** sorgen für einen zarten Peeling-Effekt – die Haut strahlt und sieht gesünder aus.

www.masterlin.com   

BLÜTEN & FRÜCHTE

Diese Herbstneuheiten, die nach Obstgarten und frischen Blüten duften, verschönern uns triste und kalte Herbsttage.



Ein blumig-würzig-holziges Eau de Parfum „Twillly Eau Ginger“ von Hermès ist eine köstliche Kreation aus aufregender Pfingstrose, kandiertem Ingwer und geschmeidiger Zeder. Ein frischer und selbstbewusster Duft für moderne Frauen.

„English Pear & Freesia Cologne“ versetzt einen sofort in einen Obstgarten, wo sich saftige Früchte mit blühenden Blumen vermischen. Für den köstlichen Cocktail verantwortlich sind Williamsbirne und Freesia mit einem Schuss Patchouli.



„Miss Dior“ EdP feiert die Schönheit der sinnlichen Provence-Rose, umhüllt von frischen zitrischen Noten und verwoben mit lebhaftem Rosenholz. Die moderne, souveräne Weiblichkeit eines sinnlich floralen Duftes.

„Gucci Flora Gorgeous Gardenia“ wird als neuinterpretiertes Eau de Parfum lanciert. Die Herznote des verspielten Dufts wird von der Gardenie bestimmt, kombiniert mit solarem Absolve von Jasminum grandiflorum. Speziell ist der Akkord von braunem Zucker, der für zarte Süße im Nachklang sorgt.



Das legendäre „Samsara“ EdP von Guerlain gibt es jetzt in dem von Raymond Guerlain entworfenen Flakon. Die Duftkomposition ist Kult, besteht sie doch aus reinstem Sandelholz und einer Jasminvariante, die zuvor nur religiösen Opfern vorbehalten war.

„Giardini di Seta“ von S. Ferragamo ist eine blumig-fruchtige Essenz von knackigen roten Früchten, die in die florale Transparenz von hellem Moschus eintauchen. Ein kunstvolles Bouquet süßsaurer Rhabarber-Akkorde, gepaart mit der holzigen Note von Vetiver.



GIORGIO ARMANI

Adria Arjona

armanibeauty.com

REFILLABLE,
MORE RESPONSIBLE,
DISCOVER



MYWAY

EAU DE PARFUM & NEW EAU DE PARFUM INTENSE



FRISCH & WÜRZIG

Lavendel, Ingwer und Gewürze – ein intensiver Herbst für die Männer, vor allem wenn es um Düfte geht.



„Oud Tobacco“ EdP von Montale ist ein intensiver Herrenduft, mit starkem Tonkabohne-Tabak-Akkord. Dank Zitrusnoten und rotem Sumach wird er sinnlich, während Weihrauch, Oud und Orangenblüte berauschend wirken. Das Parfum von Pierre Montales nimmt Anleihen am Orient.



„Luna Rossa Ocean“ von Prada ist ein Duft, der traditionelle Ingredienzen lebendig und neu interpretiert. Bergamotte trifft auf frische und aquatische Noten. Er ist auch der Lieblingsduft von US-Schauspieler und Produzent Jake Gyllenhaal, der als Testimonial gewonnen werden konnte.

„Spicebomb Infrared“ von Viktor & Rolf ist die bisher schärfste Version des Herrenparfums, bei dem die Hitze mit voller Kraft und lustvoll aufgedreht wird. Die Hauptnote liefert nämlich eine der schärfsten Chilischoten der Welt.



„The One for Men Gold“ EdP von Dolce & Gabbana bezeichnet sich als Parfum für den Gentleman mit Stil. Drei Weltklasse-Parfümeure haben den Duft aus spritzigen Zitrusnoten in Kombination mit feurigem Ingwer und würzigem Patschuli kreiert.



Die frischen und würzigen Töne von Kardamom, der süßliche Duft von Toffee und rauchigen Hölzern: „The Most Wanted Intense“ EdP von Azzaro eröffnet ein neues Kapitel des holzig-orientalischen Fougère-Duftes.



Paco Rabanne hat mit „Phantom“ den ersten interaktiven Herrenduft geschaffen. Mit dem Smartphone wird der Flakon zum Wingman. Den Träger erwartet ein Duftcocktail aus Lavendel, Zitrone und Vanille.



„Savage Elixir“ von Dior ist die konzentrierte Variante des beliebten Herrenduft-Klassikers. Die Mischung aus berausenden Gewürzen, einer „maßgeschneiderten“ Lavendeleссенz, Hölzern und spritzigen Noten ist einzigartig.



BURBERRY HERO



THE NEW FRAGRANCE FOR MEN

DER DUFT DER ZU KUNFT

Künstliche Intelligenz, Wirkdüfte und die Schönheitsmedizin werden in Hinkunft mitbestimmen, wie und wonach wir riechen. Duftkoryphäe Dr. Joachim Mensing erklärt, was das für die Parfümeure und Konsumenten bedeutet und warum unser Geruchssinn offen und neugierig bleiben sollte.

Herr Dr. Mensing, Sie sind Parfümeur, Dufttherapeut und Duftpyschologe. Können Sie erklären, was das Psychologische an einem Duft ist?

Joachim Mensing: Ein Parfum ist immer auch ein Transformationsangebot an das Selbst. Ein Duft lockt einen ja irgendwo hin und das Psychologische daran ist: Wohin geht die Reise? Aus psychologischer Sicht geht es dabei auch um den Einfluss auf die persönliche Stimmung und ums Wohlfühlen, denn jeder Duft hat sein verborgenes Wohlfühlenspektrum, das auf den Träger wartet.

Und was ist das Therapeutische daran?

Jeder Mensch hat ein Gedächtnis für Gerüche, das ihn beeinflusst, und ein Duft wird entsprechend den eigenen olfaktorischen Erfahrungen erlebt. Eine Dufttherapie wird individuell abgestimmt, sodass Erinnerungen und Emotionen ausgelöst werden. Besonders wirkungsvoll erweist sich Dufttherapie übrigens, wenn es um Entspannung geht, bei Depressionen und auch bei neuer Ich-Stärke.

Mit der Wirkung von Düften beschäftigt sich auch die „Neuroparfumerie“. Was verbirgt sich dahinter?

Dabei handelt sich um eine wahre Duftrevolution, weil die Wirkung von Duft auf das Gehirn durch moderne bildgebende Verfahren erstmals sichtbar wird. War man bis jetzt auf Erfahrungswerte angewiesen, etwa in

der Aroma- oder Dufttherapie, schafft die „Neuroparfumerie“ völlig neue Möglichkeiten und den wissenschaftlichen Beweis, wie das Gehirn auf gewisse Gerüche reagiert und vor allem, welche Gehirnregionen auf welche Düfte besonders reagieren.

Welche neuen Erkenntnisse ergeben sich daraus?

Man hat zum Beispiel festgestellt, dass der orbitofrontale Cortex in unserem Großhirn richtig „zitrusgeil“ ist, also extrem auf Zitrusdüfte anspricht. Das hat dazu geführt, dass man jetzt weiß, dass Menschen, die mehr oder weniger bewusst dynamischer und aktiver sein wollen, zu frischen, zitrischen Düften greifen. Ebenfalls spannend ist die Erkenntnis, dass sich der Hippocampus, der für das Kurz- und Langzeitgedächtnis und die Stressreduktion zuständig ist, sich durch bestimmte Blumennoten entspannt. Und der Hypothalamus, der nicht nur das Gefühl für Hunger und Durst steuert, sondern auch den Sexualtrieb, hat eine Vorliebe für Düfte mit Gourmet-Akkord, die nach Früchten und Vanille riechen.

Düfte riechen also nicht nur, sondern sie haben vor allem auch eine Wirkung.

Ja, genau. Düfte wirken unter anderem auf das limbische System, den Teil des Gehirns, der die Emotion steuert. Die Erkenntnisse der Neurobiologie zeigen klar auf, dass sich die drei

Zentren durch unterschiedliche Duftrichtungen stark beeinflussen lassen. Das heißt, mit dem richtigen Duft kann man sich ganz gezielt zu mehr Wohlbefinden, zu Genuss oder zur Stressreduktion sprühen. Und noch mehr: Düfte können sogar Schmerzen lindern. Man hat vor einigen Jahren entdeckt, dass es im Riechkolben und in der Amygdala eine sehr große Dichte spezieller Rezeptoren gibt, die eine emotionale Reaktion zeigen, wenn sie stimuliert werden. Das nutzt die Pharmaindustrie bereits in Medikamenten als Stimmungsaufheller. Die Patienten verspüren mit mehr Wohlbefindens auch weniger Schmerzen.

Bedeutet das, dass wir in Zukunft ein Parfum nicht nur nach dem Duft, sondern vor allem nach seiner Wirkung aussuchen werden?

Grundsätzlich ist das ja auch jetzt schon möglich, aber die Industrie hält sich bedeckt, weil – so schreibt es der Gesetzgeber vor – Parfums keine hormonelle Wirkung wie etwa Oxytocin haben dürfen. Da sind diese „Wirkparfums“ ein Graubereich. Allerdings gibt es ja schon Düfte, die beschwingt machen. Oder denken Sie an die ganzen Kuscheldüfte, die mit den Milch-Mousse-Noten, die unser Ur-Emotionszentrum aktivieren – die haben einen großen Wohlfühlfaktor. Und fast jeder Duft hat weißes Moschus und Vanille drin, die direkt ans Emotionszentrum gehen.

Was hat das für Auswirkungen auf die sensitive Arbeit des Parfümeurs?

Wenn man Erkenntnisse aus der Neurobiologie in ein Computerprogramm umsetzt, ist der Parfümeur tatsächlich nur noch Zuschauer. Die künstliche Intelligenz wird die Parfümerie verändern. Wenn man etwa immer besser weiß, welche Duftbausteine besondere Reaktionen im Gehirn hervorrufen und die Daten in ein Computerprogramm einspeist, wird man individuelle Wirkparfums auf Knopfdruck herstellen können. Dabraucht man den Parfümeur nur noch zum Einmal-Drüber-Riechen und das war's...

Das klingt alles furchtbar technisch ...

Keine Frage, die künstliche Intelligenz ist ethisch fragwürdig. Aber man muss auch ehrlicherweise sagen, dass die Parfümindustrie ja schon längst mit Algorithmen arbeitet. Die Programme werden immer ausgefeilter und können Düfte mittlerweile so fein abstimmen, dass die menschliche Nase sie gar nicht mehr wahrnimmt, sie ihre Wirkung auf das Gehirn aber voll entfalten.

Was hat das für Konsequenzen für uns Konsumenten?

Dass noch raffiniertere Düfte auf den Markt kommen werden, die mehr können als gut zu riechen.

Werden die Parfums der Zukunft dann eher über ihre Wirkung als über ihr Duftbouquet verkauft werden?

Parfums werden weiterhin über Geschichten und Emotion verkauft werden. Die Duftgeschichten der Zukunft werden aber andere sein und auch die Wirkung betonen. Mit einer schlichten Beschreibung wird man nicht mehr durchkommen.



Dr. Joachim Mensing ist Psychologe, Soziologe, Duftexperte und Autor mit 30-jähriger Parfümerieerfahrung

„Schöner riechen“ ist nicht nur der Titel Ihres neuen Buches, sondern könnte auch einen anderen Trend in der Parfümerie beschreiben ...

Ja, denn ich bin überzeugt, dass Duft und Schönheitsmedizin in Zukunft immer mehr eine Einheit bilden werden. Der Wunsch nach einem Duft, der schöner und attraktiver macht, wird immer stärker werden. Dann wird man zum ästhetischen Eingriff auch einen neuen, auf sich persönlich zugeschnittenen Duft bekommen, um sich rundum attraktiver und wohler zu fühlen. Das kann soweit gehen, dass man der eigenen Duftaura auch wieder jüngere Akzente geben kann.

Was raten Sie denen, die diesen Aussichten skeptisch gegenüberstehen?

Bleiben sie neugierig und offen, denn wir gehen in eine olfaktorisch fantastische neue Welt, mit völlig neuen Möglichkeiten. – DOROTHE RAINER



Joachim Mensing: „Schöner riechen“ Der Autor gibt Einblick in die Welt und Praxis der modernen Parfümerie und stellt aktuelle Erkenntnisse der Psychologie und Gehirnforschung zur Wirkung von Düften vor. Pflichtlektüre für alle, die Parfums und Düfte lieben und mehr über ihre magische Wirkung wissen möchten.



WIDDER

von 21.03. - 20.04.

Energiegeladen, aktiv und sportlich – so zeigt sich der klassische Widder gegenüber seinem Umfeld. Er ist als typisches Feuerzeichen stets voller Tatendrang und impulsiv. Diese Eigenschaften will er nach außen kehren und erhofft sich, eine extrem starke Wirkung auf seine Mitmenschen auszuüben. Am besten gelingt das mit einem passenden Parfum. Die Düfte des Widders müssen daher packend, aufregend und einen Hauch exotisch sein.



Zu den Herren passt „One Million“ von Paco Rabanne und zu den Damen „English Pear & Freesia“ von Jo Malone



STIER

von 21.04. - 20.05.

Der Stier ist ein äußerst sinnliches Sternzeichen. Das liegt daran, dass er von der Venus regiert wird. Er ist ein Genießer und interessiert sich vor allem für die schönen Dinge im Leben. Diese Anforderungen stellt er auch an seinen Duft. Das Parfum des Stiers soll langlebig sein und eine gewisse Erotik versprühen. Daher fühlt sich der Stier besonders von orientalischen Duftnoten angesprochen, die auch gerne viel und oft aufgetragen werden. Sein Duftmotto: Mehr ist mehr!



Passend für die Damen ist „La vie est belle“ von Lancôme und für die Herren „Habit Rouge“ von Guerlain



ZWILLING

von 21.05. - 21.06.

Ein Zwilling kommt bekanntlich selten allein und das gilt auch für seine Düfte. Denn Zwillinge haben nicht etwa ein Parfum zu Hause, sondern gleich mehrere, die sich durchaus auch stark unterscheiden können. Je nach Anlass wird dann zum passenden Duft gegriffen. Und obwohl die Auswahl oft groß ist, eint die Düfte vor allem eins: ihre Dezenz. Besonders beliebt bei Zwillingen sind daher blumige Kopfnoten und ein Hauch Zitrus.



Für die Herren „Arancia di Capri“ von Acqua di Parma und für die Damen „Chance - Eau Tendre“ von Chanel



KREBS

von 22.06. - 22.07.

Der Krebs ist eigentlich sehr gefühlvoll und einfühlsam, jedoch muss man erst sein Vertrauen gewinnen, ehe er sich gegenüber anderen öffnet. Ist das geschafft, sind Krebse immer als treue Ratgeber zur Stelle. Treu sind sie auch gegenüber ihrem Parfum und hängen regelrecht an ihm. Es gibt keinen Tag, an dem sie es nicht tragen. Ein guter Duft gehört für Krebse zum alltäglichen Outfit dazu. Dabei sollten die Nuancen zart und keinesfalls zu herb sein.



Die Herren sollten sich in „Savage“ von Dior hüllen, und den Frauen steht „Alien Goddess“ von Mugler besonders gut



LÖWE

von 23.07. - 23.08.

Der Löwe liebt es, im Mittelpunkt zu stehen. Er gilt von Natur aus als selbstbewusst und beliebt. Seine Anziehungskraft setzt er bewusst ein und sucht dafür auch gerne lange und intensiv nach einem passenden Duft, der die eigene Persönlichkeit perfekt unterstreicht. Wichtig: Kostbar und besonders muss er sein. Es muss die perfekte Mischung sein. Das Parfum des Löwen soll edel und gleichzeitig intensiv sein, ohne aber aufdringlich zu wirken.



Die Löwe-Damen werden von „For Her“ von Narciso Rodriguez umschmeichelt, den Herren steht „Cool Water“ von Davidoff



JUNGFRAU

von 24.08. - 23.09.

Die typische Jungfrau liebt Klarheit. Sie liebt das Exakte und auch das Symmetrische im Leben. Genau das macht sie zur Meisterin der schlichten Eleganz. Einen Minimalismus, den sie auch in ihren Parfums sucht. Ein wilder Mix aus zu vielen Nuancen wirkt auf sie eher befremdlich. Im Sternzeichen Jungfrau Geborene fühlen sich daher vor allem von frischen und klaren Düften angezogen, die sie nur sehr dezent auftragen. Denn auch hier gilt: weniger ist mehr!



JungFRAUEN lieben Penhaligon's „The Favourite“, die Männer „La Nuit de l'Homme Bleu“ von Yves Saint Laurent

Ob herb, blumig oder doch extravagant – die Sterne leuchten uns auch den Weg, wenn es um die richtige Duftauswahl geht. Diese Parfums passen perfekt zu Ihrem Sternzeichen.

DAS DUFTHOROSKOP



WAAGE

von 24.09. - 23.10.

Im Sternzeichen Waage Geborene wünschen sich allgemein Frieden und Harmonie. Dies sucht die Waage auch in ihren Düften und greift oft instinktiv zu exquisiten Parfums. Sie schafft es, ihren eigenen Charakter durch einen passenden Duft herauszustreichen und erweckt dadurch den Eindruck, dass dieser nur für sie geschaffen wurde. Und obwohl sie das Altbewährte genießen, haben Waagen auch eine experimentelle Seite und greifen auch einmal zu etwas Neuem.



Dem Waage-Mann passt „K“ von Dolce & Gabbana. Der Frau steht „Cypres Pantelleria“ von Armani Privé gut



SKORPION

von 24.10. - 22.11.

Wir ihr tierisches Pendant setzen auch die im Sternzeichen Skorpion Geborenen ihren Stachel nur ein, wenn sie sich wirklich bedroht fühlen. Sie werden sehr stark von ihrem Instinkt geleitet und gelten allgemein auch als sehr tiefgründig und auch nachdenklich. Genau diese Attribute wollen Skorpione mit ihrem Parfum unterstreichen. Dabei greifen sie oft zu intensiven Duftnoten, die durchaus auch ausgefallener und besonders sein können.



Für Männer eignet sich „Tobacco Mandarin“ von Byredo und für Frauen „Aqua Allegoria Orange Soleia“ von Guerlain



SCHÜTZE

von 23.11. - 21.12.

Der Schütze liebt vor allem eines: seine Freiheit. Diesen Drang lebt er auch in seiner Reiselust aus. Seine Düfte sollten deshalb auch zu seinen Abenteuern passen und da darf es auch schon mal rund gehen. Er greift gern zu einem wilden Mix und schreckt auch nicht vor neuen Parfums und Trends zurück – vor allem, wenn er diese auch noch selbst setzt. Zu blumig darf es nicht sein. Es sind die herberen Düfte, die ihn anlocken und den Schützen überzeugen.



Schütze-Damen steht „Atelier des Fleurs – Rosa Damascena“ von Chloé gut und den Herren „Black Aoud“ von Montale



STEINBOCK

von 22.12. - 20.01.

Wie sein tierischer Namensgeber macht sich auch der astrologische Steinbock schnell und zielsicher auf den Weg nach oben. Dabei ist keiner seiner Schritte überlegt und ohne Hast. Steinböcke sind Marathonläufer, kurzlebige Trends interessieren sie nicht. Sie wollen sich vielmehr ein solides Fundament aufbauen. Sie schätzen Qualität, die zeitlos ist, und genau diesen Anspruch stellen Steinböcke auch an ihre Düfte. Daher sind klassische und natürliche Duftnoten am besten.



„Legend EdT“ von Mont Blanc gehört den Herren. Zu den Steinbock-Damen passt „Wunderlust“ von Michael Kors



WASSERMANN

von 21.01. - 19.02.

Wassermänner werden vom Außergewöhnlichen regelrecht angezogen. Ihre Mitmenschen können sie oft schwer einschätzen, sie lieben das Spielerische und Experimentelle. Bei ihnen ist es nicht ungewöhnlich, dass sie zwei Parfums gleichzeitig tragen, wenn beide harmonieren. Der Wassermann will etwas Besonderes finden, etwas, das noch niemand zuvor gerochen hat. Doch auch modische Dufttrends gefallen ihm. Hauptsache, sie sind originell.



Wassermännern gefällt „Terre d'Hermès Eau Intense Vétiver“, Wasserfrauen hüllen sich in „L'Ombre des Merveilles“ – beide von Hermès



FISCHE

von 20.02. - 20.03.

Die große Stärke der Fische ist ihre Feinfühligkeit. Sie sind aber auch sehr intuitiv und können sich auf ihr Bauchgefühl verlassen. Fische bauen sich oft eigene Gedankenschlösser und träumen vor sich hin. Gleichzeitig gelten sie als sehr kreativ: Einen Anspruch, den sie auch an ihr Parfum stellen. Es soll die Fantasie anregen und die Sinne beleben. Generell gibt es bei Fischen keine eindeutige Dufttendenz. Sie mögen es mal zart, mal leidenschaftlich, aber stets geheimnisvoll.



Damen sollten zu Chanel's „Coco Mademoiselle“ greifen, die Herren zu Jean Paul Gaultiers „Le Male“

EIN FEINES NÄSCHEN ...

Beim Parfumkauf im Internet tappt man schnell in eine Falle. Wie und wo man auf Duftqualität achtet.



» Es sieht aus wie ein hochwertiges Parfum, im ersten Moment riecht es auch noch so, aber preislich ist es verdächtig günstig – bei solchen Angeboten tappt man schnell und gern in eine Falle, denn Duftfälschungen sind ein Problem. Die Opfer sind hier nicht nur die Industrie selbst, sondern vor allem die Kundinnen und Kunden, die wissentlich getäuscht werden. Während wahre Parfümeure mit edlen und exquisiten Essenzen arbeiten und nur die besten Inhaltsstoffe verwenden, weiß man bei den Fälschungen nie genau, was man sich auf die Haut sprüht. Dies kann im schlimmsten Fall auch gesundheitliche Konsequenzen haben. Deshalb gilt es besonders darauf zu achten, wo man seine Düfte kauft. Neben Gütesiegeln auf den einzelnen Websites oder einem Blick auf das Impressum lohnt sich hier vor allem, auf das feine Näschen der Fixgrößen der österreichischen Parfümerie-Szene zu vertrauen. Angst vor Duft-Duplikaten braucht man hier keine zu haben. Die Online-Shops sind sicher und auch ein Besuch in den Filialen lohnt sich. Bei Fragen wird man kompetent beraten. So kauft man nicht nur originale Düfte, sondern auch jene, die wie für einen geschaffen sind. «



Alina Cosmetics

Das Schönheitsideal von Alina Cosmetics ist es, sich selbst immer wieder neu zu erfinden und etwas auszuprobieren. In den Filialen der familiengeführten Parfümerie in den McArthurGlen Designer Outlets in Salzburg, Parndorf oder im Online-Shop von Alina Cosmetics kann man in die Welt hochwertiger Düfte, exklusiver Pflege und einzigartiger Make-ups eintauchen. Das Motto: „Wir helfen dir gerne dabei, deine Einzigartigkeit immer wieder neu zu erfinden.“ www.alina-cosmetics.com



Douglas

Das Motto der Parfümerie ist: „We do beautiful!“ In den Douglas-Filialen findet man nicht nur eine riesige Auswahl an Düften, Pflege- und Make-up-Produkten und Beauty Accessoires in modernstem Ambiente, sondern auch den exzellenten persönlichen Service und die kompetente Beratung, die einen ganz normalen Einkauf zum Erlebnis werden lassen. Zudem ist der Online-Shop mit mehr als 40.000 Produkten rund um die Uhr erreichbar und ermöglicht Shopping bequem und unkompliziert von zu Hause aus. www.douglas.at



Kastner & Öhler

Mitten im Herzen der Grazer Innenstadt befindet sich das Haupthaus von Kastner & Öhler und damit auch eine der größten Parfümerie- und Beauty-Abteilungen Österreichs. Unzählige namhafte Marken wie Dior, Giorgio Armani oder La Prairie sind hier mit eigenen Countern vertreten und bieten alles, was das Beauty-Herz begehrt. Wer seinem Körper etwas Gutes tun möchte, lässt sich hier von Experten aus erster Hand beraten oder von der großen Auswahl im K&Ö Online Shop (www.kastner-oehler.at) inspirieren.



Marionnaud

Der Ursprung der Marke Marionnaud liegt in Paris, dem Zuhause der Schönheit und des Charmes. Marionnaud ist ständig auf der Suche nach besonderen Düften, exklusiven Pflege- und trendigen Make-up-Produkten aus aller Welt. Das vielfältige Sortiment wird durch ein umfassendes Portfolio an Eigen- und Exklusivmarken ergänzt. Marionnaud ist stolz auf seine Beauty-Expertise und seinen Beauty-Service und setzt sie gekonnt in Szene, ob in den österreichweit 80 Stores oder auch online auf www.marionnaud.at.



Müller

Müller entführt Sie in eine sinnliche Beautywelt aus über 28.000 Parfümerie-Artikeln. Individuelle und persönliche Beratung steht in mehr als 90 Müller-Filialen und in acht Müller Beauty Stores österreichweit im Mittelpunkt. Edle Parfums der Top-Marken, Duftkompositionen beliebter Designer, hochwertige Pflege für Gesicht und Körper sowie einzigartige Beautyprodukte von bester Qualität warten in den Filialen, den Müller Beauty Stores und auf www.mueller.at darauf, entdeckt zu werden.



Nägele & Strubell

Das österreichische Familienunternehmen hat sich seit seiner Gründung dem Thema Schönheit verschrieben. Exklusive Marken aus aller Welt im Pflege-, Duft- und Make-up-Bereich, persönliche und individuelle Kundenberatung, bestens geschulte Mitarbeiter und eine bereits 140-jährige Unternehmensgeschichte: die Nägele & Strubell Parfümerien sind Österreichs erste Adresse in Sachen Schönheit seit der Gründung im Jahr 1880. Insgesamt 14 Mal in Österreich. www.naegelstrubell.at



Tropsi

Keine Haut gleicht der anderen. Jedes Gesicht ist einzigartig. Jeder hat eigene Bedürfnisse, eine eigene Geschichte, eigene Empfindungen. Je größer das Angebot, umso schwerer fällt es, die richtige Entscheidung für nachhaltige Maßnahmen zu treffen. Seit mehr als 60 Jahren ist Tropsi bei dieser Entscheidungsfindung behilflich und steht für treffsichere Lösungskompetenz im Hautpflege- und Make-up-Bereich, für professionelle Schönheitsbehandlungen sowie ein außergewöhnliches Duft-Sortiment. www.tropsi.at

ICH HÄTTE DA MAL

Beauty-Redakteurinnen sind immer bestens informiert, wenn es um Kosmetik und Duft geht. Sie kennen alle Trends und Tricks. Was aber bedeutet für sie gutes Aussehen? Und welcher ist ihr Lieblingsduft? Wir haben gefragt, sie haben geantwortet.

ANJA TRANNINGER

Fashion Director von flair

Was bedeutet gutes Aussehen für Sie?

Sich wohlfühlen.

Wie sieht Ihre abendliche Beautyroutine aus?

Sehr simpel eigentlich: Reinigungsschaum und Nachtcreme vom skandinavischen Label Verso. Die Creme ist ziemlich reich an Retinol.

Auf welche drei Make-up-Produkte können Sie keinesfalls verzichten?

Leichte Foundation, Rouge und Wimperntusche.

Was haben Sie von Ihrer Mutter bezüglich Beauty gelernt?

Das weniger oft mehr ist.

Größtes Make-up-Desaster?

Schulball mit 18 – viel zu starker Lidschatten und Lippenstift.

Worauf kommt es beim Make-up ab 40 an?

Werde ich hoffentlich wissen, sobald ich 40 bin ...

Ihr Lieblingsduft?

Den Duft „Rose 31“ von Le Labo habe ich vor Jahren in Paris entdeckt und verwende seitdem nichts anderes mehr. Ich liebe seine Frische, Individualität und Unaufdringlichkeit.



„ROSE 31“

Ein Parfum aus der Duftfamilie Blumig-Holzig-Moschus. Die Kopfnoten sind Rose und Kreuzkümmel, die Herznoten Vetiver und Zeder. Für Männer und Frauen. Von Le Labo



EINE FRAGE!



USCHI PÖTTLER-FELLNER

Hrsg wienlive Zeitschriften GmbH

Was bedeutet gutes Aussehen für Sie?

Strahlen, am besten von innen und außen. Gelingt immer, wenn man mit sich im Reinen ist.

Ihre abendliche Beautyroutine?

RNP – reinigen, nähren, pflegen. Und möglichst viel Schlaf!

Auf welche drei Make-up-Produkte können Sie keinesfalls verzichten?

Mascara und Lip Balm, sind nur zwei!

Was haben Sie von Ihrer Mutter bezüglich Beauty gelernt?

Weniger ist fast immer mehr!

Größtes Make-up-Desaster?

Dicker Lidstrich und orange Lippen beim Schulball, wobei, mit 16 darf man eigentlich alles ...

Verraten Sie uns Ihr Lieblingsparfüm und bitte beschreiben Sie den Duft in Ihren eigenen Worten?

Ich mixe immer zwei bis drei Düfte, je nach Jahreszeit mag ich es würzig oder frisch, aber niemals süß und blumig. Mein All-Time-Klassiker ist „Knize Ten“.



KNIZE TEN

Das „Toilet Water“ des Wiener Herrenausstatters Knize gibt es seit 1925. Der ledrig-würzige Duft ist ein Herrenklassiker, der aber auch starken Frauen steht. Zusatzplus: er bleibt lange haften.



BIANCA SCHWARZJIRG

Moderatorin bei Puls4

Gutes Aussehen ist für Sie ...
Gepflegtes Aussehen, ein schönes und elegantes Auftreten, das gewisse Etwas und Charme.

Wie sieht Ihre abendliche Beautyroutine aus?

Sehr gut abschminken, Toner und dann eine reichhaltige Creme.

Auf welche drei Make-up-Produkte können Sie keinesfalls verzichten?

Wimperntusche, Lipgloss und Rouge.

Was haben Sie von Ihrer Mutter bezüglich Beauty gelernt?

Hochwertige Produkte – das dankt dir deine Haut noch Jahre später.

Verraten Sie uns Ihr Lieblingsparfüm?

Ich mag „Moonlight in Heaven“ von Kilian total gerne, weil der Duft bei uns noch nicht so bekannt ist und man ihn auch nicht überall riecht. Er ist nicht schwer, lässt mich aber stark und trotzdem weiblich fühlen.

Worauf kommt es beim Make-up ab 40 an?

Weniger ist mehr. Je älter ich werde, desto mehr macht viel Make-up mein Aussehen alt. Ich mag ein ganz zartes und natürliches Make-up. Betonte Augen, Rouge und Lipgloss.



MOONLIGHT IN HEAVEN

Die exotische Komposition von Calice Becker ist ein Cocktail aus Zitrone und Grapefruit mit würzigem Rosa Pfeffer. Der Unisex-Duft ist seit 2016 auf dem Markt.



BIRGIT BRIEBER

CRin der Wienerin

Was bedeutet gutes Aussehen für Sie?

Selbstbewusstsein und mit sich im Reinen zu sein.

Wie sieht Ihre abendliche Beautyroutine aus?

Zähne putzen, abschminken und ein kurzes Pflege-Ritual.

Auf welche drei Make-up-Produkte können Sie keinesfalls verzichten?

Mascara, Concealer, Eyeliner.

Größtes Make-up-Desaster?

Übertrieben viel perlmuttfarbener Lidschatten im inneren Augenwinkel – aber alles kommt wieder.

Verraten Sie uns Ihr Lieblingsparfüm und bitte beschreiben Sie den Duft in Ihren eigenen Worten?

Ich kann mich nicht festlegen, meine Duftgarderobe besteht aus vielen Düften, die ich nach Stimmung auswähle.





ISABELLA KLAUSNITZER

Trendexpertin bei KURIER Freizeit

Was bedeutet gutes Aussehen für Sie?
Hat ganz viel mit Gepflegtheit zu tun und dass man sich typgerecht zurechtmacht.

Wie sieht Ihre abendliche Beautyroutine aus?

Reinigen, reinigen, reinigen. Und dann eine reichhaltige Nachtcreme, weil ich extrem trockene Haut habe.

Auf welche drei Make-up-Produkte können Sie keinesfalls verzichten?

Auf Foundation, Contouring und Augenbrauenstift.

Was haben Sie von Ihrer Mutter bezüglich Beauty gelernt?

Täglich abschminken.

Größtes Make-up-Desaster?

Zu viel, zu laut und Wimpern-Extensions.

Verraten Sie uns Ihr Lieblingsparfüm und bitte beschreiben Sie den Duft in Ihren eigenen Worten?

Nein, den verrate ich nicht. Ich finde, ein persönlicher Signature-Duft ist etwas ganz Persönliches, da bin ich heikel.

Nur so viel: Ich bin eine Duft-Layerin und sprühe mehrere Düfte übereinander. „Blanche“ von Byredo ist auf jeden Fall dabei.

Worauf kommt es beim Make-up ab 40 an?

Ab einem gewissen Alter wird die Hautpflege wichtiger als die Deko. Mit Puder äußerst spärlich umgehen, besser glänzend als zu trocken.



BLANCHE

Der Duft von Byredo ist eine olfaktorische Impression der Farbe Weiß. Die Komposition erinnert an frisch gewaschene, an der Sonne getrocknete Laken.



HELGA FIALA

GFin & CRin von beauty.at

Was bedeutet gutes Aussehen für Sie?

Ich finde es wunderbar, wenn die Erscheinung stimmig ist – egal ob elegant, casual, schrill, frech oder lässig.

Die Person und ihre Kleidung, ihr Styling und natürlich auch ihr Duft bilden eine Harmonie.

Wie sieht Ihre abendliche Beautyroutine aus?

Das ist ein Reinigungsritual, das mit Reinigungsöl beginnt und mit Gesichtspflegeöl endet.

Auf welche drei Make-up-Produkte können Sie keinesfalls verzichten?

Lippenstift, Lippenstift und Lippenstift.

Was haben Sie von Ihrer Mutter bezüglich Beauty gelernt?

Peeling – in jeder Lebenslage.

Größtes Make-up-Desaster?

Keinen Lippenstift dabeizuhaben.

Verraten Sie uns Ihr Lieblingsparfüm und bitte beschreiben Sie den Duft in Ihren eigenen Worten?

Aventus von Creed (der Herrenduft) – es ist facettenreich, vielschichtig, da ist alles drin und es wirkt immer überraschend auf andere.

Worauf kommt es beim Make-up ab 40 an?

Worauf es immer ankommt – in jedem Alter. Es muss zum Typ passen.



AVENTUS

Johannisbeere, Rose und Eichenmoos sind nur drei der edlen Inhaltsstoffe, die diese männliche Duftkomposition aus dem Hause Creed ausmachen.



DORIS SPRINGENFELS

CRin von Absolut Beautiful

Was bedeutet gutes Aussehen für Sie?

Wenn jemand Ausstrahlung hat. Es ist die Summe vieler einzelner Dinge, die einen Menschen anziehend machen.

Wie sieht Ihre abendliche Beautyroutine aus?

Wenn ich nicht ausgehe, dann versuche ich mich zeitig abzuschminken, damit die Nachtpflege ausreichend Zeit hat, ihre Arbeit zu erledigen. Doppelreinigung, Lotion, Augencreme, Serum, Nachtcreme.

Auf welche drei Make-up-Produkte können Sie keinesfalls verzichten?

Mascara, leichtes Make-up/Concealer, Lippenstift.

Größtes Make-up-Desaster?

Cognacfarbiger Lippenstift und Mintgrün auf den Lidern mit 14.

Verraten Sie uns Ihr Lieblingsparfüm?

Ich kann mich eigentlich auf keines festlegen. Sicher ist nur: im Sommer mag ich frisch-zitrische Düfte, Aromen nach frischer Wäsche und aquatische Noten. Im Winter darf es ein bisschen intensiver sein, mit Iris oder Tuberose, Jasmin.

Worauf kommt es beim Make-up ab 40 an?

Auf die Natürlichkeit. In diesem Alter sollte man seine optischen Stärken kennen und sie besonders betonen. Nicht zu viel mattieren, denn Puder setzt sich in den Falten ab. Rouge hingegen macht frisch, ein zarter Glow jünger – und ein Lächeln, das macht jedes Gesicht noch anziehender.



NICOLE KOLISCH

CRin von carpe diem

Was bedeutet gutes Aussehen für Sie?

Gutes Aussehen bedeutet, sich wohlfühlen in der eigenen Haut und offen auf die Mitmenschen zuzugehen. Klingt nach einer schrecklich abgedroschenen Binsenweisheit, stimmt aber trotzdem: Wer sich selber und anderen wertschätzend gegenüber tritt, sieht auch attraktiver aus.

Wie sieht Ihre abendliche Beautyroutine aus?

Abschminken, Gesichtsl für die Nacht.

Auf welche drei Make-up-Produkte können Sie keinesfalls verzichten?

Ich kann im Alltag eigentlich gut auf jedes Make-up-Produkt verzichten. Aber ich mag meine BB-Creme für einen gleichmäßigeren Teint und um etwaige Rötungen etc. abzudecken.

Verraten Sie uns Ihr Lieblingsparfüm?

Das wechselt immer wieder. Aktuell mag ich Green Tea von Elizabeth Arden, weil der Duft frisch und leicht ist und gut zum Sommer passt. Außerdem hab ich ihn das erste Mal auf einer wunderschönen Reise gekauft – daran erinnere ich mich jetzt jedes Mal, wenn ich daran schnupper. Und als leidenschaftliche Grüntee-Trinkerin passt er natürlich auch gut zu mir.



GREEN TEA

Den Duft von Elizabeth Arden gibt es seit 1999. Die prickelnde Duftkomposition von saftig grünem Tee, fruchtigem Rhabarber und einer leichten Würze macht das Parfum zu einem Sommerklassiker



MAGDALENA JAHN

Beauty-Redakteurin bei Woman

Was bedeutet gutes Aussehen für Sie?

Ich lege viel Wert auf innere – und vor allem echte – Schönheit! Die ist nicht vergänglich.

Wie sieht Ihre abendliche Beautyroutine aus?

Bei mir muss es unkompliziert sein und schnell gehen! Und ich mag keine „pickigen“ Produkte, die mir zusätzlich einen Overglow verpassen!

Auf welche drei Make-up-Produkte können Sie keinesfalls verzichten?

Primer mit LSF, flüssiges Make-up und Mascara.

Was haben Sie von Ihrer Mutter bezüglich Beauty gelernt?

Die Wimpern immer mit einem Handspiegel tuschen und dabei den Kopf ganz leicht in den Nacken legen – so schafft man eine Extraportion Schwung!

Größtes Make-up-Desaster?

Ich habe jahrelang die falsche Make-up-Nuance benützt, die mich orange aussehen hat lassen.

Ihr Lieblingsparfüm?

„Calyx“ von Clinique. Es riecht zitrisch-frisch, dabei aber nicht aufdringlich, versprüht gute Laune und sommerliche Leichtigkeit. Für mich ist es etwas ganz Besonderes, weil mir jeder Sprühstoß meine Omi wieder näher bringt.

Worauf kommt es beim Make-up ab 40 an?

Wenn man es vom fachlichen Aspekt betrachtet, würde ich den Tipp geben, zu cremigen oder flüssigen Texturen zu greifen, da sich pudrige Texturen besonders gern in Fältchen ablegen und diese optisch verstärken.



CALYX

Die Erfinderin Sophia Grojsman wollte den zitrischen Duft der Grapefruit- und Orangenbäume des Mittelmeeres einfangen und bewahren. Der Duft von Clinique ist extrem frisch und spritzig.



KARIN GARZAROLLI

Leitung Beauty Style up your Life!

Was bedeutet gutes Aussehen für Sie?

Für mich sieht nur ein guter Mensch auch gut aus – wahre Schönheit hat viel mit der inneren Einstellung zu tun.

Wie sieht die abendliche Beautyroutine aus?

Ich liebe Cleansing Balms oder Oils, die gründlich reinigen und gleichzeitig pflegen.

Auf welche drei Make-up-Produkte können Sie keinesfalls verzichten?

Tiger Grass Color Correcting Treatment von Dr. Jart+, Dr. Pawpaw Tinted Lip Balm – multi use als Rouge, Lip Balm & auch Lidschatten, roter Lippenstift!

Was haben Sie von Ihrer Mutter bezüglich Beauty gelernt?

Lustigerweise hat meine Mama vieles von mir angenommen – ich war die erste von uns beiden mit grauem Haar.

Größtes Make-up-Desaster?

Eindeutig meine zugekleisterte Haut, als ich als Teenie versuchte, Pickelchen abzudecken.

Ihr Lieblingsparfüm?

Ein einziges gibt es nicht, aber ich mag „Figurier Eden“ von Armani Privé, das duftet, als würde man saftige Feigenblätter in den Händen reiben.

Worauf kommt es beim Make-up ab 40 an?

Ich setze auf cremige Texturen, Puder setzt sich ab. Und sonst sollte man weiterhin Freude am Experimentieren und an Farben haben. Da Haare und Teint an Farbe verlieren, gleiche ich das gerne mit Rouge und Lippenstift aus.



FIGUIER EDEN

Giorgio Armani versteht seinen Duft aus der Privé-Kollektion als Ode an die Natur, denn das Parfum offenbart die duftenden Geheimnisse des Feigenbaumes.

AUS BESTER FAMILIE

» Klingt easy. War aber nicht easy. Denn ebenso lange wieheftig wurde über die Einteilung der Duftfamilien diskutiert. Heute haben sich die internationalen Hersteller grosso modo auf das Duftrad (Fragrance Wheel, 1992) von Michael Edwards geeinigt, wobei in Frankreich ein etwas anderes System – etabliert von Osmothèque-Gründer Jean Kerléo – als ebenso akzeptiert gilt. Folgen wir also „Duftpapst“ Michael Edwards:

Les parfums hespéridés (Citrus, zitrisch), die älteste Duftfamilie; Rolemodel: Eau de Colognes à la „4711 Echt Kölnisch Wasser“ (1709 von Giovanni Maria Farina bzw. 1792 Wilhelm Mühlens). **Les parfums verts** (Green, grün), weit mehr als frisch-grasig-krautig, denn warmes, holzig-würziges Galbanum – aus einer Fenchelart gewonnen – verleiht ihnen einen „Couture-Appeal“. Rolemodel: Vent Vert, 1947 von Germaine Cellier für Balmain Paris komponiert. **Les parfums aquatiques** (Marine, aquatisch), die jüngste; Role Model: Davidoff Cool Water (1988 von Pierre Bourdon). Sie inszenieren die Sehnsucht nach der Weite des Ozeans. **Les parfums floraux** (Floral, blumig), die populärste bei den Damen; Rolemodels: unendlich viele, darunter das beliebteste



Eva Syndram
Duftexpertin

Parfum weltweit, Chanel N°5 (1921 von Ernest Beaux). **Oriental** (Oriental, orientalisches, seit 2021 ev. „ambré“), die opulente Duftfamilie; Rolemodels: Jicky (1889 von Aimé Guerlain) und Shalimar (1925 von Jacques Guerlain). **Les parfums chyprés** (Cyprus, chypre), die tiefgründige mit der „Kennmelodie“ aus Zitrus, Eichenmoos, Patschuli und Moschus; Rolemodel: Chypre de Coty (1917 von François Coty). **Les Parfums fougères** (Aromatic, aromatisch), die populärste bei den Herren; Rolemodel: Fougère Royale de Houbigant (1882 von Paul Parquet).

Les parfums unisex. Eigentlich Schwachsin. Düfte waren schon immer „divers“ und „inklusive“. Dennoch gilt Alberto Morillas zitrisch-aromatisches ck one für Calvin Klein (1994) als eine Benchmark in der Geschichte der „Olfactory Arts“: Es ging um einen neuen Spirit. Wie die Luxus-Jeans des US-Designers sagt ck one „I’m ment to fit for all – equally“. Gleiches Duftrecht für alle!

Und: Wohin mit den köstlichen **Gourmand Parfums**, deren Siegeszug mit Mugler Angel (1992 von Olivier Cresp und Yves de Chirin) begann? Nun. Darüber wird noch immer leidenschaftlich gestritten. Das, Ladies and Gentlemen, soll auch in den besten Familien vorkommen. «

Ja, auch Parfums bilden „Clans“. Und wie man deren Mitglieder an den Tartan-Mustern ihrer Kilts erkennt, klassifiziert die moderne Haute Parfümerie Düfte nach den ineinander verwobenen Akkorden von Kopf-, Herz- und Basisnoten. VON EVA SYNDRAM



Floral

- Chanel „N°5“ 1921
Parfümeur: Ernest Beaux
- Issey Miyake „A drop d’Issey“ 2021
Parfümeurin: Ane Ayo

Oriental/ambré

- Guerlain „Shalimar“ 1925
Parfümeur: Jacques Guerlain
- Penhaligon’s Trade Routes „Babylon“ 2021
Parfümeur: n.n.

Gourmand

- Mugler „Angel“ 1992
Parfümeure: Olivier Cresp, Yves de Chirin
- YSL „Black Opium“ EdP Extrême 2021, Parfümeure: Nathalie Lorson, Olivier Cresp, Honorine Blanc & Marie Salamagne



Hespéridé

- 4711 „Echt Kölnisch Wasser“, EdC 1792
Parfümeur: Franz Carl Maria Farina
- MFK „Aqua Universalis Cologne forte“ 2021
Parfümeur: Francis Kurkdjian



Vert

- Balmain Paris „Vent Vert“ 1947
Parfümeurin: Germaine Cellier
- Hermès „H 24“ 2021
Parfümeurin: Christine Nagel



Marine

- Davidoff „Cool Water“ 1988
Parfümeur: Pierre Bourdon
- Giorgio Armani „Acqua di Giò Profondo Lights“, 2021
Parfümeur: Alberto Morillas



Chypré

- Coty „Chypre de Coty“ 1917
Parfümeur: François Coty
- Gucci „The Alchemist’s Garden“ 1921
Parfümeur: Alberto Morillas



Fougère

- Houbigant Paris „Fougère Royale“ 1882
Parfümeur: Paul Parquet
- Dior „Sauvage“ EdT (Refill) 2021
Parfümeur: François Demachy



Unisex

- Calvin Klein „ck one“ 1994
Parfümeur: Alberto Morillas
- Floris London, „Spiced Bergamot“ 2020
Parfümeur: Edward Bodenham & Team

IT'S SHOWTIME

Ob im London des 19. Jahrhunderts oder im New York der Gegenwart – Trendserien nehmen uns auch modisch mit auf eine spannende Reise. Gewisse „Essentials“ dürfen im Koffer unserer TV-Liebliche nicht fehlen.

EMILY IN PARIS

Die Amerikanerin Emily Cooper (Lily Collins, im Bild) wird von ihrer Marketingfirma in eine Partner-Agentur nach Paris geschickt. Dort soll sie Social-Media-Strategien für Luxus-Marken kreieren. Aufgrund der sprachlichen und kulturellen Barrieren wird die Mittzwanzigerin aber immer wieder vor neue Herausforderungen gestellt. Dabei ist nicht etwa nur ihr Beruf, sondern auch ihr Privatleben nervenaufreibend. Neben neuen Freunden findet sie sich plötzlich in einem Liebes-Dreieck wieder. Die Comedy-Serie von „Sex and the City“-Erfinder Darren Star ist nicht nur dramaturgisch ein Hingucker, sondern auch modisch. Bald erscheint die zweite Staffel.



Brow Trio von Valentino. Was wäre Emily Cooper ohne ihre markanten Augenbrauen. Um diese gekonnt in Szene zu setzen, eignet sich besonders der 3-in-1-Longwear-Augenbrauen-Former von Valentino.

L'Absolu Rouge von Lancôme. Wenn es um „Emily in Paris“ geht, darf dieser Lippenstift nicht fehlen. Der L'Absolu Rouge Hydrating Lipstick von Lancôme sorgt nicht nur für die nötige Feuchtigkeit, sondern zieht mit seinem leuchtenden Rot garantiert alle Blicke auf sich.

Love, don't be shy Hair Mist von Kilian. Das Hair Mist von Kilian verleiht dem Haar nicht nur den typisch atemberaubenden Duft, sondern versorgt es auch noch mit der nötigen Feuchtigkeit und schützt es vor Sonnenstrahlung.



Sonnenbrille von Dolce & Gabbana. Der exzentrische Modeschöpfer braucht Accessoires, die seine Persönlichkeit spiegeln. Das Modell „new Less is chic“ von Dolce & Gabbana ist die perfekte Kombination aus Retro-Design, Avantgardismus und markanten Formen.



Herrenschal von Louis Vuitton. Die „Nightfall Stola“ von Louis Vuitton besteht aus weichem Kaschmir und eignet sich perfekt als Begleiterin durch den Tag und die Nacht.

Forever Cushion Powder von Dior. Der ultrafeine und langanhaltende Forever Cushion Powder von Dior zaubert ein zartes samtiges Finish und einen makellosen Teint.



HALSTON

Die Mini-Serie erzählt vom Leben und Werk des US-amerikanischen Designers Roy Halston Frowick (Ewan McGregor, im Bild), der Anfang der 1960er Jahre plötzlich berühmt wurde, als die damalige First Lady Jackie Kennedy seinen Pillbox-Hut trug. Die fünfstündige Serie zeigt den Aufstieg und den Fall des exzentrischen Modeschöpfers, der Orchideen über alles liebte und dem sein Hang zu Drogen und Partys schlussendlich zum Verhängnis wurde. Obwohl der Executive Producer Ryan Murphy (u. a. „Glee“) sich hier wohl mehrmals des künstlerischen Stilmittels der Übertreibung bediente, wird dem Zuschauer die modische Vision des Genies schnell vermittelt.



SEX AND THE CITY

In der Kultserie „Sex and the City“ dreht sich alles um die New Yorker Kolumnistin Carrie Bradshaw (Sarah Jessica Parker, im Bild) und ihre drei Freundinnen Samantha, Charlotte und Miranda. Ganz offen diskutieren sie über Sex, Liebe und Beruf und warum es gut ist, gegen den Strom zu schwimmen und mit Traditionen zu brechen. Vor allem modisch ging die 2004 gestartete Serie durch die Decke. Die Looks rund um die vier Frauen wurden legendär und verhalfen so manchem Designer (z. B. Manolo Blahnik) zu Welt-ruhm. Nach dem Serienende 2004 kommt nun die 10-teilige Neuauflage „And Just Like That“ mit alter Besetzung ins TV – nur Samantha (Kim Cattrall) fehlt.

**Supra Lift & Curl Mascara von Clarins.**

Um im Nachtleben von New York mit dem perfekten Augenaufschlag glänzen zu können, braucht es die Mascara von Clarins samt ihrem Wimpern-Lifting-Effekt.

Les Beiges Blush Stick von Chanel.

Die auffälligen Kleider rundet Carrie gern mit einem dezenten Make-up ab. Daher setzt sie auf einen natürlichen Teint.

Die Textur des Blush Stick von Chanel verschmilzt mit der Haut und verleiht ein luftiges Gefühl.

Good Girl EdP von Carolina Herrera.

Carrie Bradshaw liebt vor allem Schuhe. Wenn ein Parfumflakon dann auch noch wie ein edler High Heel aussieht, wird sie auch schnell zur Duftliebhaberin.



VIENNA Aesthetics

DIE WELTWEIT ERSTE MEDIZINISCHE CONVENTION FÜR INNERE & ÄUSSERE ÄSTHETIK UND VITALITÄT

Vom 26. bis 28. November 2021 wird das MAK – Museum für angewandte Kunst in Wien zum Veranstaltungsort der erstmalig abgehaltenen **B2B & B2C Convention, VIENNA AESTHETICS**. Das Innovationsfestival, welches Convention, Kongress und Messe vereint, widmet sich der inneren und äußeren Ästhetik und Vitalität und ist somit die weltweit erste Veranstaltung dieser Art. Petra Gamböck von Bold Minds, verantwortlich für die Konzeption: „Für die Erstellung des Konzeptes haben wir uns B2B & B2C Formate in Los Angeles, Moskau und Mailand angesehen, internationale Recherche betrieben und dadurch ein weltweit neuartiges B2B- und B2C-Eventformat entwickelt, das eine Plattform für PatientInnen, EndkundInnen, ÄrztInnen und qualifiziertes Fachpersonal vereint.“

MEDICAL BOARD. Die Vision dieser ab 2021 jährlich stattfindenden Veranstaltung soll neben der Vorstellung relevanter Trends und Methoden vor allem der durch ein hochkarätiges unabhängiges Medical Board kuratierte und somit qualitätsgeprüfte Wissenstransfer sein. Ziel ist es, potenzielle PatientInnen bestmöglich auf die zur Verfügung stehenden Informationen und auf

das umfangreiche Angebot am Markt für Ästhetik und Vitalmedizin vorzubereiten.

Qualität und das Wohl der Menschen steht bei VIENNA AESTHETICS an oberster Stelle, das zeigt sich auch in der Auswahl der ÄrztInnen. Prim. Prof. (DMC) Dr. Boris Todoroff (Plastische Chirurgie) und Univ. Prof. Dr. Sanja Schuller-Petrovic (Dermatologie) sind alle Teil des 30-köpfigen Medical Boards: „Ein neuer Weg, ein neuer Stil – mit der VIENNA AESTHETICS setzen wir auf die einzigartige Kombination aus akademischer Seriosität und kuratierter Information. Unser Hauptaugenmerk liegt hierbei auf einem Austausch auf Augenhöhe, so wie er in modernen Zeiten stattfinden sollte.“

EVENTFORMAT. Zielgruppe sind alle interessierten Menschen ab dem 16. Lebensjahr. Sie sollen bei der Wahl der passenden Ärztin oder des passenden Arztes unterstützt werden, um ein bestmögliches Behandlungsergebnis erzielen zu können.

Unterstützt wird das neue Eventformat durch Mooci, eine innovative Online-Plattform, die sich auf die Qualitätssicherung medizinischer Daten spezialisiert.



„Ein neuer Weg, ein neuer Stil – mit VIENNA AESTHETICS setzen wir auf die einzigartige Kombination aus akademischer Seriosität und kuratierter Information. Unser Hauptaugenmerk liegt hierbei auf Austausch auf Augenhöhe.“

Prim. Prof. (DMC) Dr. Boris Todoroff

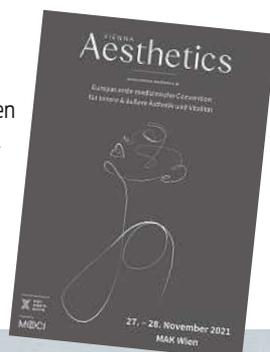
ÄSTHETIK. Da der Begriff der Ästhetik in unserer Gesellschaft immer präsenter wird, soll in Panel-Talks und Keynotes besonders die Rolle des individuellen Schönheitsideals diskutiert werden. Clara Wiltchke (Konzeption, Austrian Exhibition Experts): „Durch die Implementierung eines umfassenden Vortragsprogramms vermitteln wir zusätzliches Wissen und übernehmen die aufklärende Funktion. Wir schaffen eine Plattform für Face-to-Face-Begegnungen und rücken persönliche Gespräche ins Zentrum.“

Programm & Tickets:

→ **Samstag (27.11.):** Dieser Tag widmet sich sämtlichen Themen der äußeren Ästhetik und Behandlungen aus den Bereichen Plastische Chirurgie, Dermatologie, minimalinvasiven Behandlungen, Zahn- und Kieferchirurgie sowie Männerästhetik. Darüber hinaus wird ein gesondertes Panel zu Rechtsthemen, Versicherung und Finanzierungen abgehalten.

→ **Sonntag (28.11.):** Am zweiten Tag wird alle Aufmerksamkeit auf die innere ästhetische Medizin und Vitalmedizin gelenkt. Der Fokus liegt auf den Themen Hormone, Ernährung, Vitalität, Darmgesundheit, Mental Health (psychische Gesundheit) und verwandten Bereichen.

→ **Tickets** für das gesamte Eventwochenende, **exklusive VIP- & Tagestickets** können hier erstanden werden: www.vienna-aesthetics.at/tickets/



BRIDGERTON

Die Netflix-Serie „Bridgerton“ spielt im Großbritannien des frühen 19. Jahrhunderts. Die Skandale und Gerüchte rund um den britischen Adel sorgen gerade in der neuen Hochzeitssaison für reichlich Gesprächsstoff, vor allem seit eine Unbekannte namens „Lady Whistledown“ dieses Geschehen mit frechen Kommentaren begleitet. Besonders gespannt blickt man auf die Beziehung zwischen dem Herzog Simon Basset (Regé-Jean Page) und Daphne (Phoebe Dynevor, im Bild), der ältesten Tochter aus dem Hause Bridgerton. Das Historiendrama stammt von „Grey's Anatomy“-Schöpferin Shonda Rhimes und war auch wegen der auffälligen und bunten Kostüme beliebt.

ColorGel Lip Balm von Shiseido.

Der feuchtigkeitsspendende Balsam von Shiseido macht die Lippen mit jeder Anwendung nicht nur weicher, sondern bringt zudem natürliche Farbe ins Spiel.

Handschuhe von Savage X Fenty. Die nötige Eleganz und Verspieltheit à la Bridgerton gelingt mit den Candy Hearts Mesh Gloves von Savage X Fenty.

Puder von Guerlain. Daphne Bridgerton ist vor allem für ihren makellosen Teint bekannt. Die Météorites Pearls, der zeitlose Klassiker von Guerlain, kaschieren Unebenheiten und das Gesicht wirkt prompt lebhafter.



PEAKY BLINDERS

In den 1920er-Jahren, kurz nach dem Ersten Weltkrieg, kontrolliert eine Gangsterbande namens „Peaky Blinders“ die Straßen von Birmingham. An der Spitze der Bande stehen Thomas „Tommy“ Shelby (Cillian Murphy, im Bild) und seine Familie. Ihr Einfluss ist weitreichend. Die „Peaky Blinders“ manipulieren nicht nur Pferderennen, auch die örtlichen Gesetzeshüter tanzen nach ihrer Pfeife. Ihr Markenzeichen: Alle Mitglieder haben Rasierklingen in den Schirmen ihrer Mützen eingenäht. Doch als Tommy auf illegale Weise an eine große Menge an Waffen der British Army gelangt, soll ein Chefinspektor aus Belfast diese zurückholen und die Machenschaften der Gang beenden.

**HydroConquest von Longines.**

Einst lagen Taschenuhren im Trend, mittlerweile greift der Mann von Welt zur lässigen Sportuhr. Die vom Tauchen inspirierte HydroConquest von Longines vereint Performance mit Stil und besticht sowohl durch Eleganz als auch Praktikabilität.

Acqua di Giò Homme Profondo von Armani. Mit seiner vibrierenden Signatur wirkt der Herren-Duftklassiker von Armani immer noch unglaublich anziehend. Tipp: für ein möglichst intensives Dufterlebnis beim Auftragen warme Körperstellen bevorzugen.

**Schiebermütze von Seidenfalter.**

Die Schiebermütze ist nicht nur ein Klassiker unter den Kopfbedeckungen, sondern bei den „Peaky Blinders“ auch Pflicht. Diese Version ist aus reinem Leinen samt verstärktem Schirm und elastischem Einsatz auf der Rückseite.



10 PROJEKTE VON BESONDERER NATURE

Luft, Wasser, Wiesen, Blumen, Bäume, Früchte: Die Vielfalt der Natur ist die Basis für beste Schönheitspflege und Düfte. Diese Kosmetikprofis haben sich zu einem achtsamen Umgang mit ihr verpflichtet. VON CORDULA PUCHWEIN

» Kaum eine andere Branche ist so intensiv mit der Natur verbunden wie die Kosmetiksparte. „So viel Natürlichkeit wie möglich, so wenig Chemie wie nötig“ wird mehr und mehr zur goldenen Regel. Das ist nicht nur für eine gesunde und wirksame Schönheitspflege wichtig, das ist es auch im Sinne einer wohlbehaltenen Natur selbst. Schutz von und Respekt vor Pflanzen und Tieren, das Beachten von natürlichen Kreisläufen und der achtsame Umgang mit Ressourcen wie Wasser und Erde sind die Säulen wertvoller und wirksamer Kosmetikprodukte. Dieses Umweltbewusstsein wird zusehends auch von Kunden eingefordert. Diese Beautyunternehmen nehmen diesen Appell sehr ernst. »

DIOR

„Wenn man der Natur folgt, kann man nichts falsch machen!“ Das hat Christian Dior schon in den 40er-Jahren gesagt, also lange bevor Umweltschutz und Nachhaltigkeit überhaupt Thema waren. Den behutsamen Umgang mit der Natur pflegt das Haus Dior heute etwa in eigenen Blumengärten in Grasse. Hier werden auf 15 Hektar Rosen und andere Duftblumen unter höchsten ökologischen Ansprüchen für die eigenen Parfums und Pflegeprodukte kultiviert. Gleichwohl unterstützt Dior Blumengärtner in aller Welt, etwa in Madagaskar oder Burkina Faso, wo Dior auch einen 25 Hektar großen botanischen Lehrgarten mit mehr als 350 Pflanzenarten finanziert.



CK EVERYONE

Alberto Morillas, der einst das ikonische ck one kreiert hat, präsentiert mit ck Everyone einen weiteren charismatischen Unisex-Duft: frisch mit leicht süßlicher, aber auch provokanter Note. Die Ingredienzen des zitrischen Duftes, darunter spritziges Bio-Orangenöl, Teeakkorde, lebendige Zedernholz-Aromen, sind zu 79 % natürlichen Ursprungs. Die Reinheit des Duftes spiegeln auch der Flakon und die Verpackung. Das Glasgebilde ist zu 10 % aus recycelten Materialien. Die Pumpe und das Gummiband – eine Anspielung auf den berühmten Calvin Klein Underwear-Bund – können weiterverwendet werden. Auch die Umverpackung ist zu 30 % recycelt. Vorbildlich zeitgeistig.



LANCÔME

Lancôme hat in Grasse, der Wiege der Parfümindustrie, ein eigenes Anwesen zum Anbau organischer Rosen erworben. Das Klima in Grasse zwischen Mittelmeer und Bergen ist optimal, um die duftende Centifolia-Rose zu züchten. „Mit dieser Domaine wird Lancôme zum Eigentümer und Produzenten organischer Rosen, die in unseren Düften verwendet werden“, sagt Françoise Lehmann, Lancôme Global Brand President. Es ist ein großes Anliegen, alle Teile des Rosenstocks zu verwenden: von der Blume und dem Blatt über den Stamm bis hin zur Wurzel – „zur Entwicklung neuer, aktiver Inhaltsstoffe mit einem ‚zero waste‘-Anspruch aller unserer Produktionsschritte“.





CLARINS

„Das Leben schöner machen, eine schönere Welt hinterlassen!“ Das ist die Mission von Clarins, die vom Schutz der Natur über die Inhaltsstoffe bis hin zu Biodiversität und Verpackung reicht. Schönheit mit Verantwortung bedeutet nachhaltige Rohstoffgewinnung, gute Anbaumethoden, lokaler Anbau und fairer Handel. Mit der „Domaine Clarins“ wurde ein Labor unter freiem Himmel geschaffen, ein Produktionsstandort, von der Permakultur inspiriert, mit Pflanzen, die im Rhythmus der Jahreszeiten auf naturbelassenen Böden biologisch angebaut werden.

..

CHLOÉ

Seit der Gründung anno 1952 durch Gaby Aghion steht Chloé für Frauen, ihre Freiheit und Energie. Sowohl in der Mode als auch bei den Düften arbeitet die Maison daran, die Umweltbelastung aller Chloé-Designs zu reduzieren. Das neue Eau de Parfum Naturelle aus der Signature-Kollektion spiegelt diesen Ansatz wider. Es werden weder Filter noch künstliche Farbstoffe verwendet. Die sorgfältig ausgewählten Ingredienzen des Dufts sind zu 100 % natürlichen Ursprungs und

ethisch unbedenklich. Ebenso umweltschonend sind Glasflakon, Zierbändchen und die edle Packung – alles aus recycelten Materialien.



DIPTYQUE

Die Pflegerituale von diptyque sind schmeichelnde Texturen mit höchster Wirksamkeit in vollendeter Parfümierung. Dabei verzichtet man als transparente Kosmetikmarke auf jegliche Phthalate, Parabene, TED/DEA, Silikone, Aluminium, synthetische Farbstoffe, Mineralöle und Sulfate. Auch die Behälter und Spender entsprechen als nachfüllbare Glasflakons dem nachhaltigen Zeitgeist. Mehr noch: Ob ihrer formschönen Optik werden die Spender und Flakons zu oft und gerne benutzten Dekorationsobjekten im Badezimmer. Die Nachfüllungen, etwa für die supersanfte Handwaschlotion, gibt es als umweltfreundliche Softverpackung.



MUGLER

Ein wichtiger Ansatz, um Verpackungsmaterial zu sparen, sind kluge Refill-Lösungen. Mit seinen nachfüllbaren Flakons hat das Haus Mugler eine innovative wie formschöne Lösung gefunden: den Mugler Fountain. Dank dieser futuristisch anmutenden Brunnen können Mugler-Flakons überall – ob in der Verkaufsstelle oder auch Zuhause – jederzeit wieder mit dem Lieblingsduft befüllt werden. Damit greift Mugler eine sinnvolle Idee aus der Barockzeit auf. Schon die französische Königin Marie-Antoinette kannte den Luxus eines eigenen Duftbrunnens. Von diesem zapfte sie ihren Duft und befüllte so nach Belieben ihre Parfümfläschen.



CLEAN

Clean Reserve® unterstützt die „Protect Our Species“-Kampagne des Earth Day Network zum Schutz der Schmetterlinge, deren Populationen weltweit alarmierend zurückgehen. Schmetterlinge sind wichtige Bestäuber und damit essenziell für gesunde Pflanzen, Blumen, letztlich ganze Ökosysteme. Clean Reserve® sponsort das Earth Day Network mit dem limitierten Duft „Lush Fleur“ im Schmetterlingsdesign. Wie für alle Clean Reserve® -Produkte werden auch für dieses sinnlich-leichte und strahlende Parfüm ausschließlich verantwortungsbewusst gewonnene Inhaltsstoffe und ein umweltfreundliches Packaging verwendet.



HERMETICA PEONYPOP

Der Name der Parfummarke „Hermetica“ ist von der antiken Schriftensammlung des Hermes Trismegistos, dem „Corpus Hermeticum“, einst Grundlage der Alchemie, inspiriert. Die Verbindung zur modernen Alchemie von heute schlägt Hermetica mit der einmaligen, patentierten Technologie Innoscent™. Dafür werden die Düfte ohne Alkohol komponiert. Dank dieser „grünen Chemie“, die ausschließlich auf erneuerbaren Inhaltsstoffen basiert, entfalten sich die Herznoten augenblicklich. Das Ergebnis sind lang anhaltende, intensive Düfte, etwa das neue „Peony Pop Eau de Parfum“ – ein Bouquet aus rosa Blüten wie Osmanthus-Absolue und Pfingstrose mit einem gourmandisen Twist von Himbeer-Essenz.

FOTOS: HERSTELLER, WOLFGANG R. FÜRST, PIERRECK JÉGOU



GUERLAIN

Schon seit vielen Jahren engagiert sich Beauty-Profi Guerlain mit einer Reihe bedeutsamer Partnerschaften und Initiativen im Rahmen von „Guerlain For Bees“ für den Schutz von Bienen. Alleine mit der Spendenaktion zum Weltbienentag 2021 ist es gelungen, eine Million Euro zu lukrieren. Dadurch können Aktionen und Projekte zum Schutz der Bienen noch intensiviert werden. Ebenso erforscht Guerlain die wirksamen Bienenerzeugnisse, wie Honig und Gelée Royale. Auf Basis der neuesten neurowissenschaftlichen Erkenntnisse hat Guerlain die „Dynamic Black Bee Repair Technology“ entwickelt. Die exklusive Technologie findet in der Pflegelinie „Abeille Royale“ Eingang und beschleunigt die Regeneration der Haut optimal.



DER PARFÜMFLAKON IM GLASKREISLAUF

Glasrecycling ist Kreislaufwirtschaft par excellence. Jeder Parfümflakon kann zu einem neuen attraktiven Flakon geformt werden.

Seit Jahren unterstützt Austria Glas Recycling die Initiative DUFTSTARS. Wie genau gehören Glasrecycling und die Welt der Parfums zusammen?

Harald Hauke: Glas ist ein wertvoller Rohstoff, der gerade auch für elegante Produkte wie Parfums die perfekte, mitunter kunstvoll gestaltete Hülle darstellt. Gleichzeitig ist es wichtig zu betonen, dass ein leerer Flakon wertvoll für Ressourcenschonung und Kreislaufwirtschaft ist. Denn sämtliche Glasprodukte, so auch Parfümflakons, können zu 100% recycelt werden. Diese Botschaft ist daher auch in der Welt der Duftstars an der richtigen Adresse.

Glauben Sie, dass allen Menschen bewusst ist, dass ein Parfümflakon ebenso wie ein Marmeladenglas oder eine Essigflasche im Glascontainer entsorgt werden soll?

Das denke ich schon, denn in unserer Kommunikationsarbeit sprechen wir diese Themen an und in den Restmüllanalysen sehen wir, dass keine Parfümflakons im Restmüll landen. Jede Glasverpackung muss, wenn sie leer ist, im Glascontainer für Buntglas bzw. Weißglas entsorgt werden. So kann sie in den Recyclingkreislauf eingebracht, eingeschmolzen und zu einer neuen



Dr. Harald Hauke, GF der Austria Glas Recycling GmbH (AGR), ein Unternehmen der ARA

Glasverpackung werden. Und das gilt für den Flakon ebenso wie für das Pestoglas.

Das Verpackungsmaterial Glas und das Luxusgut Parfum sind also eine perfekte Symbiose?

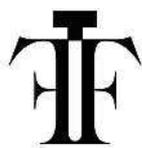
Ja, auf jeden Fall. Glas ist grandios. Glas ist wie geschaffen für etwas so Wertvolles wie Parfum. Aus Glas können großartige Formen und Farben gegossen werden – das macht es gerade auch für Parfums so interessant.

Zurück zum Recycling: Es ist also jedes Parfümflakon recycelbar, unabhängig von Form und Farbe? Und was passiert mit Verschlüssen, Zerstäubern usw.?

So ist es, denn jede gläserne Verpackungshülle ist perfekt für Recycling geschaffen. Durchsichtige Flakons müssen im Weißglascontainer, alle bunten Flakons im Buntglascontainer entsorgt werden.

Was Verschlüsse & Co. betrifft, so gilt hier das gleiche wie bei Flaschen und Küchengläsern: alles, was sich leicht abnehmen und entfernen lässt, darunter etwa Verschlusskappen, sollte vor dem Entsorgen abgenommen werden. Alles Übrige kann dann im Glaswerk aussortiert werden.





**THE FRAGRANCE
FOUNDATION
AUSTRIA**

FRISCHER WIND

The Fragrance Foundation Austria (TFFA) hat sich der Förderung des Parfums als Kulturgut verschrieben und prämiert jedes Jahr im Rahmen einer Gala die beliebtesten Parfums des Jahres.

DER VORSTAND



Petra Mair
Präsidentin
Country Manager
PUIG Österreich



Georg Oelschlägel
Vizepräsident
GF Nägele & Strubell
Parfümeriewaren-
vertriebs GesmbH



Markus Reichensperner
Schatzmeister
Group Finance,
Controlling,
Parfümerien Alina
GmbH

DIE VORSTANDSMITGLIEDER



Kurt Auer
GF Clarins
(Österreich) GmbH



Katharina Brunner
Media Manager
CHANEL GmbH



Evelina Jüttner
Marketing &
PR-Managerin
Parfums Christian
Dior



Tanja Kanduth
PR Director L'Oréal
LUXE



Julia Klien
eCommerce Manager
COTY DACH



Sieglinde Purrer
Managing Director
WOMAN



Eva Syndram
Herausgeberin
Hautnah



Kirsten Uchtmann
Marketing Director
Nobilis Group

» Im Vorjahr wagte der „Verein zur Förderung des Parfums als Kulturgut“ einen großen Schritt in Richtung Internationalität, als man Mitglied der international bestens vernetzten Interessensgemeinschaft „The Fragrance Foundation“ (TFF) wurde. Das brachte neben neuen Aufgaben auch einen neuen Namen mit sich, der österreichische Ableger heißt nun:

The Fragrance Foundation Austria (TFFA).

Die internationale Vernetzung sorgt für frischen Wind. So können Synergien in den Bereichen Marketing und Kommunikation für den heimischen Markt noch zielgerichteter genutzt werden. Mit den Teams der neuen Handelspartner können Konsumenten und Parfümliebhaber noch mehr Düfte aus der ganzen Welt kennenlernen. So finden unter anderem branchenspezifische Vorträge durch HR-, Marketing- oder Rechtsspezialisten statt, dazu außerdem etliche hochkarätig besetzte Duft-Workshops.

Die Geschichte der TFF reicht ins Jahr 1949 zurück, als sie als gemeinnütziger Bildungsfonds der internationalen Parfümindustrie in New York ins Leben gerufen wurde. Zu den Gründungsmitgliedern gehörten so große Namen wie Chanel, Guerlain und Coty. Mit den Jahren hat sich die Organisation zu einem bedeutenden und anerkannten Forum für die Parfümindustrie entwickelt. Die österreichische Geschichte ist wesentlich jünger, sie beginnt 2016 mit der Gründung des Vereines zur Förderung des Parfums als Kulturgut, der heutigen TFFA. Die Mitglieder kommen aus der Parfum- und Kosmetikindustrie, der Medienbranche sowie aus dem Handel.

DUFTSTARS-GALA. Glamouröses Highlight der vielen Aktivitäten ist die alljährliche Verleihung der DUFTSTARS im Rahmen einer großen glamourösen Gala. Im Vorjahr musste sie coronabedingt ins Web verlegt werden, doch hat man heuer endlich wieder live gefeiert. Mit Stars, Prominenten und Branchenvertretern wurde auf die Duftstars 2021 angestoßen (Nachbericht ab S. 60).

Folgen Sie uns auf Instagram & Facebook:
www.facebook.com/FragranceFoundationAustria

www.instagram.com/fragrancefoundationaustria

www.thefragrancefoundation.at

THE 6

NEUE ZIELE ERREICHEN



**DER BMW 6er GRAN TURISMO MIT BUSINESS LINE INKLUSIVE
- ÖSTERREICH-PAKET - BUSINESS PAKET PLUS**

Fordern Sie jetzt Ihr Angebot für den BMW 6er Gran Turismo inklusive Business Line an und sichern Sie sich bis zu **€ 4.300,-** Preisvorteil* unter **bmw.at/neueziele**



Wolfgang Denzel Auto AG
Gumpendorfer Straße 19, 1060 Wien
Tel.: 01/588 78-0, verkauf12@denzel.at
www.denzel.at

BMW 6er Gran Turismo: von 140 kW (190 PS) bis 250 kW (340 PS), **Kraftstoffverbrauch** gesamt von 5,5 l bis 8,2 l/100 km, CO₂-Emissionen von 143 g bis 187 g CO₂/km. Angegebene Verbrauchs- und CO₂-Emissionswerte ermittelt nach WLTP.

* Bis zu € 4.300,- Preisvorteil gültig für alle BMW X1, X2, X3, X4, 5er sowie 6er Gran Turismo. Die Aktion ist gültig für Neu- und Vorführwagen mit Kaufvertragsabschluss bis 31.12.2021 und Auslieferung bis 31.03.2022. Je nach gewählter sonstiger Sonderausstattung kann der Business Line-Preisvorteil differieren.

DIE NOMINIERTEN

Aus allen eingereichten Düften wurden diese als Nominierte der DUFTSTARS 2021 auserkoren. Die hochkarätige Jury und die Kundinnen und Kunden hatten schließlich die Qual der Wahl, die Gewinner in den einzelnen Kategorien zu küren. Wer schlussendlich die Nase vorn hatte, lesen Sie auf den nachfolgenden Seiten.

KATEGORIE BESTES FLAKON DESIGN

- 1 Carolina Herrera: Good Girl
- 2 Valentino: Voce Viva
- 3 Hermès: L'Ombre des Merveilles
- 4 Mugler: Angel Nova
- 5 Lancôme: Idôle L'Intense



KATEGORIE HOME FRAGRANCE

- 1 Acqua di Parma: Luce di Colonia
- 2 Diptyque: Un Air de Diptyque
- 3 Etro: Diffusor Eos



KATEGORIE KLASSIKER DAMEN

- 1 Dior: J'Adore
- 2 Chanel: Chance Eau Tendre
- 3 Prada: Infusion d'Iris
- 4 Acqua di Parma: Arancia di Capri
- 5 Narciso Rodriguez: For Her



KATEGORIE KLASSIKER HERREN

- 1 Paco Rabanne: 1 Million
- 2 Creed: Aventus
- 3 Acqua di Parma: Arancia di Capri
- 4 Giorgio Armani: Code Homme



KATEGORIE ULTRA SELEKTIV DAMEN

- 1 Memo: Sintra
- 2 Diptyque: Eau Capitale
- 3 Maison Margiela: Replica Bubble Bath
- 4 Penhaligon's: The Favourite
- 5 Chanel: Le Lion de Chanel



KATEGORIE ULTRA SELEKTIV HERREN

- 1 Montale Paris: Arabians Tonka
- 2 Byredo: Tobacco Mandarin
- 3 By Kilian: Angels' Share
- 4 Pierre Guillaume Paris: Lune d'Eau
- 5 Penhaligon's: Halfeti Leather



KATEGORIE PRESTIGE DAMEN

- 1 Lancôme: Idôle L'Intense
- 2 Chloé: Chloé Nomade Absolu Eau de Parfum
- 3 Dior: Miss Dior Rose n'Roses
- 4 Guerlain: Aqua Allegoria Orange Soleia
- 5 Hermès: L'Ombre des Merveilles
- 6 Chanel: Coco Mademoiselle L'Eau Privée



KATEGORIE PRESTIGE HERREN

- 1 Dolce&Gabbana: K by Dolce & Gabbana
- 2 Jean Paul Gaultier: Le Male Le Parfum
- 3 Giorgio Armani: Acqua di Giò Profondo



HERMÈS
L'OMBRE
DES MERVEILLES EDP

Der raffinierte Flakon von Serge Mansau erinnert an eine anmutige Akrobatin auf dem Seil, die mit verträumter Miene Illusionen spielen lässt. Er ist wie eine Lupe, die uns die Welt aus einer neuen und wundervollen Perspektive betrachten lässt.



BESTES
FLAKON-DESIGN



ACQUA DI PARMA
LUCE DI COLONIA

„Luce di Colonia“ von Acqua di Parma symbolisiert nicht nur die Werte des Labels selbst, sondern auch die Quintessenz des italienischen Lifestyles. Mit seinen harmonischen Zitrusessenzen bringt er Helligkeit und Wärme in jedes Zuhause.

HOME
FRAGRANCE



DAMEN

KLASSIKER

CHANEL
CHANCE EAU
TENDRE EDT

„Chance Eau Tendre EdT“ ist ein blumig-fruchtiger Duft, in dem sich ein Pampelmuse-Quitten-Akkord, Jasmin und samtiger weißer Moschus finden.

Ein Duft voller Zärtlichkeit und Sanftheit mit einem Ausdruck der Poesie.



HERREN

CREED
AVENTUS EDP

„Aventus EdP“ von Creed ist eine meisterliche Fusion von seltenen Blüten, Gewürzen, Zitrusfrüchten und holzigen Nuancen. Es ist ein sinnlicher und verwegener Duft für den modernen Mann.



ACQUA DI PARMA
ARANCIA DI
CAPRI EDT

„Arancia di Capri EdT“ von Acqua di Parma ist ein fruchtiger und klarer Duft. Die Kopfnote lebt von Orange, Mandarine und Zitrus, die Herznote von Kardamom und in der Basisnote finden sich Karamell und Moschusnoten.

FOTOS: HERSTELLER



CHANEL
LE LION DE
CHANEL EDP

Gewidmet dem Sternzeichen von Coco Chanel ist „Le Lion de Chanel EdP“ ein warmes, majestätisches und raffiniertes Parfum. Die prägnanten und sinnlichen Noten von Labdanum werden von Vanille und Bergamotte besänftigt und erhellt.

DAMEN | HERREN

BY KILIAN
ANGELS' SHARE EDP

„Angels' Share EdP“ ist die bisher wohl persönlichste Duftkreation von Kilian Hennessy. Sie überzeugt mit Noten von Cognac, Eiche, Zimt und Tonkabohnen. Obendrein runden Sandelholz, Praline und Vanille die engelsgleiche Mischung ab.



DIE DÜFTE DES JAHRES

Es ist der höchste Preis, der in der Branche vergeben wird. Das sind die Duftstars 2021! Und der „Parfumscar“ geht an ...

PRESTIGE

HERREN | DAMEN



GIORGIO ARMANI
ACQUA DI GIÒ
PROFONDO EDP

„Acqua di Giò Profondo EdP“ von Giorgio Armani ist eine Einladung, das wahre Selbst zu entdecken. Es ist ein zeitgenössischer, edler und ausgesprochen maskuliner Duft, der jedes Outfit abrundet und verfeinert.



GUERLAIN
AQUA ALLEGORIA
ORANGE SOLEIA EDT

„Aqua Allegoria Orange Soleia EdT“ von Guerlain ist ein sonnig-frisches Eau de Toilette, das an einen sizilianischen Zitrusgarten erinnert. Es verkörpert die Schönheit einer Blutorange auf einem Bett von holzigen Noten.



HERMÈS
L'OMBRE
DE MERVEILLES EDP

„L'Ombre des Merveilles EdP“ von Hermès ist ein Duft zwischen Helligkeit und Dunkelheit. Ein Hauch Weihrauch unterstreicht die Zitrusnoten, während die Tonkabohne und der Schwarztee die Holznoten umrahmen.

AUCH SIE ÜBERZEUGTEN...

... Publikum und Jury. Die folgenden Düfte, Parfümerien und Kampagnen dürfen sich ebenfalls Gewinner nennen und über eine Auszeichnung freuen.

PUBLIKUMSPREIS DAMEN



COCO MADEMOISELLE L'EAU PRIVÉE VON CHANEL ist ein fruchtiger orientalischer Duft – sanft und sinnlich, speziell für die Nacht. Im Mittelpunkt steht ein zarter Akkord aus Jasmin-Absolute und Rosenblüten, der die besonders sinnlichen und sanften Moschusnoten unterstreicht.

PUBLIKUMSPREIS HERREN



BOSS BOTTLED VON HUGO BOSS ist durch seine eleganten, holzigen Akkorde so vielfältig und vielschichtig wie der Mann, der diesen Duft trägt. Der Duft offenbart neue Eigenschaften, die den Mann durch den Tag begleiten und inspirieren.

HANDELSAWARD



Die Besten der Besten. Die drei folgenden Parfümerie-Filialen haben Jury sowie Kundinnen und Kunden im letzten Jahr besonders überzeugt:

1. Platzierung
DOUGLAS
Kärtner Straße 17
1010 Wien

2. Platzierung
DOUGLAS
Pluscity
4061 Pasching

3. Platzierung
KASTNER & ÖHLER
Sackstraße 7-13
8010 Graz

MEDIA AWARDS BEWEGTBILD



N°5 EAU DE PARFUM VON CHANEL verzaubert Schauspielerin Marion Cotillard und lässt sie von Paris bis zum Mond schweben.

MEDIA AWARDS SONDERWERBEFORM

1 MILLION & LADY MILLION VON PACO RABANNE überzeugte dieses Jahr die DUFTSTARS-Jury in der Kategorie Sonderwerbeform.



DIOR

MEDIA AWARDS PRINT-SUJET

J'ADORE INFINISSIME VON DIOR ist eine Ode an die Frauen und zeigt, dass man gemeinsam stark ist, dass man zusammen unendliche Kraft hat. Diese Stärke versprüht auch Schauspielerin Charlize Theron, deren mächtige Goldkette auch im Flakon wiedererkennbar ist.

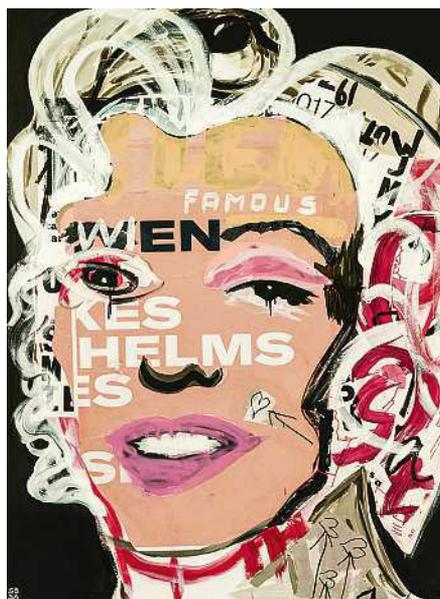
SASHA KNEŽEVIĆ

DER ALCHEMIST

Das Cover dieses Magazins stammt von Sasha Knežević. Seine erfrischend-schriellen Collagen begeistern. Zu Besuch beim Künstler in der Pop Up Art Gallery in Wien.



» In allem, was Sasha Knežević bisher im Leben gemacht hat, war er erfolgreich: ob als Profibasketballer in der italienischen Oberliga oder international gefragtes Männermodell, für das im Rahmen eines Shootings auch mal der Times Square in New York gesperrt wurde. Oder wie jetzt als Künstler, der mit schrillen Collagen die Kunstwelt begeistert. Als Knežević die Glastür zur Pop Up Art Gallery in der Wiener Herrengasse 1-3 öffnet, wo er derzeit arbeitet und ausstellt, strömt einem Lebensfreude entgegen. Einem Mann mit so viel Drive und fröhlich-schalkhafter Aura begegnet man selten. Merkmale, die sich auch in den mannshohen Collagen des Wieners spiegeln. Mal sind es Porträts, mal entfremdete Schriftzüge oder temperamentvolle Abstraktionen, die Knežević aus Abertausenden Zeitungs- und Zeitschriftenchnipseln komponiert und gegebenenfalls pointiert übermalt. „Ich liebe den Gedanken des Recy-



Das Cover: Marilyn Monroe so, wie sie der Künstler Sasha Knežević sieht

celns. Bei meinen Bildern tue ich das, indem ich alte Informationen zu neuen Werten umgestalte. Es ist ein künstlerischer Kreislauf aus Suchen, Zerstören, Neukreieren“, sagt Knežević und ist so gewissermaßen ein „Alchimist der Kunst“. Als Verwandler und Gestalter kann er sich auf seine Spontanität und seinen Instinkt verlassen. Das macht seine Bilder so kraftvoll und verspielt. Und sie regen, dank der Vielfalt an Textbausteinen und Titel, auch zum Reflektieren an. In ein Bild von Sasha Knežević kann man sich stundenlang vertiefen und verkriechen. Dieser Magie erlagen auch die Gäste der DUFTSTARS-Gala, bei der Knežević ein Bild live kreiert hat. Es wird für Licht ins Dunkel versteigert. Apropos Duft: Welchen bevorzugt Knežević? „Ich liebe holzig-rauchige Aromen. Einer meiner Lieblingsdüfte ist Tam Dao von Diptyque, ein charaktervolles, aufregendes Elixier.“ Ganz so wie die Bilder des Künstlers. – CORDULA PUCHWEIN

RÜCKBLICK AUF DIE DUFTSTARS-GALA ALLES DUFTET!

Im Rahmen einer exklusiven Gala wurden die DUFTSTARS 2021 verliehen. Zahlreiche Prominente und Branchenkenner gaben sich im September ein feines Stelldichein und feierten die Parfümeriekunst.

» Das wohlgehütete Geheimnis um die Gewinner der wichtigsten und höchsten Auszeichnungen der österreichischen Kosmetikbranche – den DUFTSTARS – wurde am 2. September 2021 im Rahmen einer hochkarätigen Gala gelüftet. In insgesamt 15 Kategorien wurden die herausragendsten Duftkreationen gekürt. Neben den Auszeichnungen in den Segmenten „Klassiker“, „Prestige“, „Ultra Selektiv“ und „Bestes Flakon Design“ wurde erstmals die beste „Home Fragrance“ ausgezeichnet. Die Gewinner der Königsdisziplin Publikumspreis sowie die beliebtesten Parfümerien des Landes und die Media Awards wurden aber von den KonsumentInnen gewählt.

HOCHKARÄTIG. Ein atemberaubendes Ambiente erwartete die über 340 geladenen Gäste im Museumsquartier in der Halle E bei der Bühnenshow, einem Live-Kunstprojekt und dem anschließenden Gala-Dinner. In entspannter Atmosphäre feierte das Who's who der Beauty-, Kosmetik- und Medienbranche gemeinsam mit hochkarätigen Gästen aus Kunst und Kultur. Mit viel Charme und Witz führte Arabella Kiesbauer in einer fuchsienfarbenen Traumkreation der österreichischen Designerin Michel Mayer durch den Abend. Gemeinsam mit Petra Mair, der Vereinspräsidentin, blickte sie auf sechs aufregende Duftjahre zurück. «



FOTO: © PHILIPP LIPARSKI / WWW.LIPIA

DUFTSTARS-Gala 2021: Zum großen Finale fanden sich Preisträger, Laudatoren sowie Mitglieder der TFFA noch einmal auf der Bühne zusammen.



Die Gewinner des Handelsaward mit Laudatorin Michi Strachwitz von WOMAN und Arabella Kiesbauer



Marketing Director Nobilis Kirsten Uchtmann, Schauspielerin Ulrike Beimpold und Therese Koya von Acqua di Parma, die auch den Preis für die beste Home Fragrance entgegen nehmen durfte



Gewinner Publikumspreis Herren: Laudatorin Viktoria Lauterbach mit Hugo Boss-Vertreter Werner Gazzia

GEWINNER



In insgesamt acht Kategorien konnten Fach- und Branchenjury ihre gute Nase unter Beweis stellen und ihre Duft-Oscars prämiieren.



Freizeit CR Marlene Auer hielt die Laudation über Dr. Joachim Mensing, der den „Special Award for Achievements“ erhielt



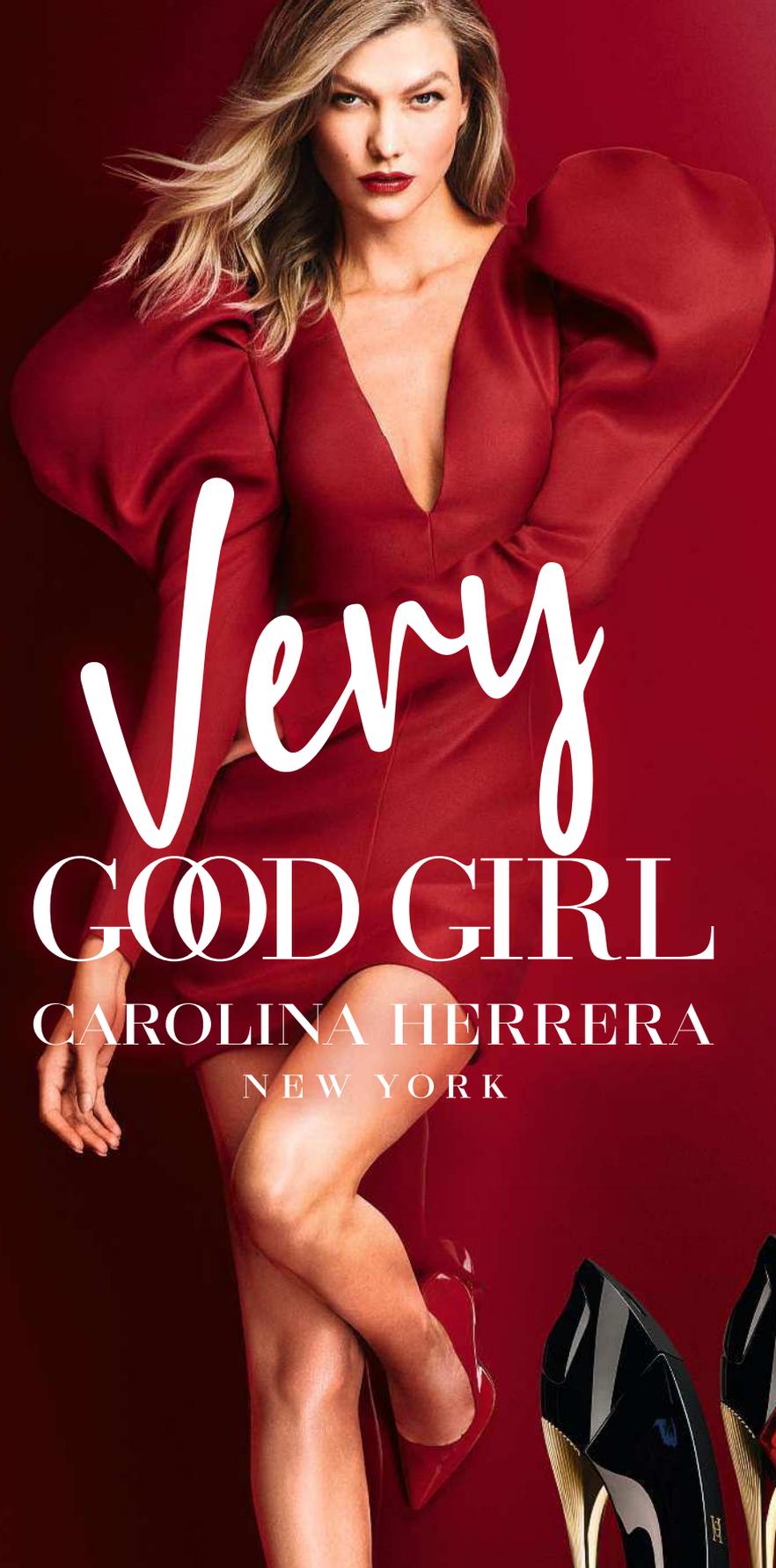
Gewinner Media Awards Sonderwerbeformen: Marketing Manager Christine Gantelme von Paco Rabanne



Gewinner Klassiker Damen: Chanel Marketing Manager Katharina Brunner mit Schauspieler Stefano Bernardin



Kurt Auer von Clarins freute sich über den Sieg bei Prestige Damen



Jerry
GOOD GIRL
CAROLINA HERRERA
NEW YORK



THE NEW EAU DE PARFUM

IT'S SO GOOD TO BE BAD



Gewinner Ultra Selektiv Herren: By Kilian Marketing Managerin Katharina Gareis (li.) mit Laudatorin & Pianistin Donka Angatscheva



Der Gewinner bei Prestige Herren: Giorgio Armani. Den Preis nahm L'Oréal Luxe GF Andrea Schmoranzler entgegen



Mesi Tötschinger vom Red Bull Media House fungierte als Laudatorin für die Media Awards Sonderwerbeformen



Gewinner Media Awards Bewegtbild: Chanel Marketing Manager Katharina Brunner mit CCO der ProsiebenSat.1 PULS 4-Gruppe Dr. Michael Stix



Gewinner Ultra Selektiv Damen und Publikumspreis Damen: Chanel GF Harald Pavlas mit Laudator Roman Kariolou



Gewinner Bestes Flakon-Design: Hermès Manager Sandra Stiller mit Laudator & ARA-Vorstand Dr. Harald Hauke



Gewinner Media Awards Print-Sujet: Dior Marketing & PR Manager Evelina Jüttner mit Laudator Michael Lameraner



Live Action: Sasha Knežević (li.) gestaltete eine Collage. DJane Tamara Mascara (re.) sorgte während des Dinners & beim anschließenden Mix & Mingle für Stimmung



TFFA-Vorstand & Mitglieder von li.: Kirsten Uchtmann (Nobilis Group), Markus Reichenspurner (Parfümerien Alina), Katharina Brunner (Chanel), Georg Oelschlägel (Nägele & Strubell), Petra Mair (Puig), Evelina Jüttner (Dior), Tanja Kanduth (L'Oréal), Kurt Auer (Clarins), Julia Klien (Coty)

RED CARPET

Auf dem goldenen Teppich trafen zahlreiche prominente Gäste aus Kunst und Kultur auf Branchenvertreter der Kosmetik- und Parfüm-industrie – die Vorfreude auf den Abend war groß.



Ski-Ass und Ex-Dancing-Star Alexandra Meissnitzer

Glänzte am roten Teppich: Schauspielerin Sila Şahin-Radlinger



Geigenvirtuose und Komponist Roman Kariolou mit seiner Frau Arti, die einen wunderschönen Sari trug

FOTOS: LAURA BÜSCH, PHILIPP LUPJARSKI





Ein wichtiger Partner des Abends im Zeichen des Duftes: Rainer Deisenhammer von GW Cosmetics und seine Kollegin in der GF, Beatrice Cox-Riesenfelder (unten)



Arabella Kiesbauer führte in einer fuchsiablen Robe von Michel Mayer durch den Abend. Am Ohr glänzte Schmuck von Tiffany & Co.



Moderatorin Silvia Schneider unterhielt sich bestens mit Schauspieler Stefano Bernardin



Für prickelnde Momente an der Red Bull Organics Bar sorgten Cocktail World Champion Mario Hofferer und sein Team



Partner des Abends: Denzel BMW, die den neuesten Mini (unten) und den neuen BMW (oben) präsentierten



FOTOS: LAURA BUSCH, PHILIPP LUPJARSKI



GALA DINNER

Bitte zu Tisch, hieß es nach der spannenden Verleihung. Das exklusive Gala-Menü wurde von coolen Sounds der DJane Tamara Mascara und aufregenden Showacts begleitet.

Oben: Stimmungsvolles und farbenprächtiges Ambiente mit Blüten, Beeren und Trauben aus der Welt der Düfte. Rechts: Team Dior



Damenwahl: Spread PR Inhaberin Cornelia Steidl mit Moderatorin Sasa Schwarzjirg & Designerin Niki Osl



Zwei Herren, die sich viel zu erzählen hatten: Achim Weniger und Heiner Lauterbach



Dr. Michael Stix von der ProSiebenSat.1 PULS 4-Gruppe und Michal Spiller Lindt



Wienlive Zeitschriften Herausgeber Christian Pöttler & Uschi Fellner-Pöttler



Nach der Live-Performance auf der Bühne genoss Künstler Sasha Knežević den Abend ganz entspannt mit seiner Frau Anna Ramljak



Adi Weiss, Alexandra Meissnitzer, Kari Ochsner, Michael Lameraner, Sila Şahin-Radlinger

Miss Dior

THE NEW FRAGRANCE

#WAKEUPFORLOVE



DIOR