

BEAUTY



Geruchsentwicklung. Aufmerksame „Schaufenster“-Leser kennen Hanna Putz, hier im Bild, von einem Salongespräch im September. Hier schüpfte die Künstlerin vor der Kamera von Michael Dürr zurück in ihre Modelldrolle, um einen neuartigen Duftdispenser in Szene zu setzen: Von Stephan Vary und seinem Designstudio Labvert in Wien entwickelt, wird der Glaszylinder mit zentralem Keramikelement weltweit von Christian-Dior-Parfums eingesetzt werden.



Tage zählen. Für Wellness-Freaks und Beauty-Freunde hat die Vorarlbergerin Susanne Kaufmann einen Adventzeitvertreib gestaltet und gemeinsam mit sieben Kosmetikkuratoren ihren Adventkalender befüllt. Um 82 Euro, zum Beispiel bei Staudigl oder über www.susannekaufmann.com

Morgengabe. Ein „Hôtel à parfums“ ist das Magna Pars Suites in der Zona Tortona in Mailand. Entsprechend gut riecht das Toiletteartikelset in den Suiten. www.magnapars-suitesmilano.it

Riechstoff

von Daniel Kalt

Klare Sache. Wenn Modemacher Parfums auf den Markt bringen, dann geht es zumeist um denselben erhofften Übertragungseffekt: Der wohlriechend befüllte Flakon wird zur Ergänzung (manchmal auch zum Ersatz) einer luxuriösen Handtasche, der Name des Designers entfaltet seine einschlägige Magnetwirkung. Mitunter ist das freilich ein bisschen von den Gegebenheiten des jeweiligen Marktes abhängig: Carolina Herrera etwa, eine in den USA und spanischsprachigen Ländern geradezu gefeierte Designerin, ist in Europa etwas weniger bekannt. Ähnlich verhält es sich vielleicht mit Narciso Rodriguez: Er gehört zu den wichtigsten Designern im New Yorker Modepanorama, wurde gleich zweimal vom Council of Fashion Designers of America (CFDA) ausgezeichnet. Sein Parfum „For her“ wurde aber auch diesseits des Atlantiks zum großen Erfolg, selbst wenn Rodriguez' Entwürfe in einer wohl überschaubaren Anzahl von Kleiderkästen hängen. Während „For her“ ein wunderbarer, vollmundiger Damenduft ist, das Richtige für Samtstolen und Pelzmuffe, ist die Neulancierung „Narciso“ etwas frischer, blumiger. Wir begeben uns aber zum Glück nicht in ein nichtssagendes Floralgefülle, denn „Narciso“ entfaltet mit der Zeit eine Abfolge rauchiger, holziger Basisakkorde und offenbart

seine interessante Seite somit nicht auf Anhieb. Ebenso puristische Mode wie Narciso Rodriguez bringt auch das Modehaus Jil Sander hervor; der neue Duft „Simply“ gibt sich sowohl dem Namen nach als auch mit seinem zurückhaltenden Packaging ganz und gar Marken-DNA-konform. In der Vergangenheit hat es immer wieder schöne Sander-Parfums gegeben, die in Erinnerung geblieben sind („Bath and Beauty“) oder zu Klassikern wurden („Sun“). Wie es mit „Simply“ weitergeht, lässt sich heute ganz einfach noch nicht abschätzen.

Mehr Kolumnen auf Schaufenster.DiePresse.com/riechstoff



Puristen. „Narciso“ von Narciso Rodriguez, 50 ml Eau de Parfum um 82 Euro. „Simply“ von Jil Sander, 60 ml Eau de Parfum um 74 Euro.