



Kurfürsten Parfümerie

Institut de beauté

Das Magazin
Frühling/Sommer 2015



„Wenn du schnell gehen willst, gehe alleine.
Aber wenn du weit gehen willst, gehe
gemeinsam mit anderen.“

Sprichwort aus Afrika

Liebe Kundinnen und Kunden,

vielleicht kennen Sie ja auch noch die kleinen Zettelchen, die in der Schulzeit gerne mal unter Schülern ausgetauscht wurden? An einem verschwiegenen Ort im Pausenhof, oder – ganz klassisch – heimlich unter der Schulbank. Wahrscheinlich könnte man ganze Wohnungswände tapezieren mit dem Papier, das in so manchem Schülerleben mit allerlei Botschaften beschrieben und an Mitschüler weitergereicht wurde. Da war alles dabei: Purer Nonsens. Köstlicher Schabernack. Fiese Lästereien. Romantische Poesie...

Einige von diesen Briefchen waren dann aber doch nochmal etwas ganz Besonderes: „Willst Du mit mir gehen?“ stand darauf. Manchmal noch ergänzt um einige praktische Antworten zum Ankreuzen: „Ja“, „Nein“ oder (für die Unentschlossenen) „Vielleicht“. Im Idealfall konnte so ein unscheinbarer Papierschnipsel die Welt bedeuten – und gehöriges Herzklopfen auslösen!

Doch nicht nur auf dem Schulhof und im Klassenzimmer – auch in unserem Parfümerie-Alltag ist dieses „Miteinander gehen“ ein großes Thema und nicht zu unterschätzender Faktor. Und damit meine ich nun nicht allein die Glücklichen, die sich durch ihre gemeinsame Liebe zum Duft kennen- und lieben gelernt haben. Nein, ich denke dabei vor allem an – Sie und uns! Denn in all dem geschäftigen Treiben, dem Kommen und Gehen von Kunden und Mitarbeitern, Marken und Produkten gibt es glücklicherweise doch immer etwas Beständiges; etwas, das länger bleibt als nur einen Augenblick. Menschen, mit denen wir ein ganzes Stück Lebensweg zusammen gehen – und sie mit uns.

Es gibt tatsächlich Kunden, die schon seit unseren Anfangstagen, also seit nun bald schon 20 Jahren „mit uns gehen“. Und wenn man einmal all die Menschen in Gedanken Revue passieren lässt, die da so im Laufe der Zeit in die KURFÜRSTEN PARFÜMERIE gekommen sind und sich dafür entschieden haben, wieder zu kommen – dann wird einem schnell klar: Es ist doch um einiges mehr als nur der bloße Verkauf

von Parfümerieprodukten, der hier stattfindet. Geburten und Trauerfälle, Hochzeiten und Scheidungen, Siege und Niederlagen, Freude und Sorgen: Es gibt so vieles, was man im Laufe der Zeit an Lebensereignissen und Emotionen miteinander teilt. Letztlich ist es das pure, pralle Leben, das da täglich zwischen Verkaufstischen, Kosmetikkabinen und Parfümerievitrinen tobt. Und ich möchte mich an dieser Stelle einmal herzlich bei Ihnen bedanken, dass wir all das jeden Tag mit Ihnen zusammen erleben dürfen!

Diesem Gedanken folgend, haben wir in dieser Magazinausgabe besonders viel unserer Aufmerksamkeit den Menschen gewidmet, die die KURFÜRSTEN PARFÜMERIE eigentlich ausmachen: nämlich Sie, unsere Kunden – und die Parfümeriemitarbeiter. So stellen wir Ihnen eine Kundin vor, die schon seit mehr als einem Jahrzehnt „mit uns geht“; und zwei unserer Mitarbeiterinnen, die damit gerade erst begonnen haben, da sie erst seit Kurzem zu unserem Team gehören.

Wie viel Wegstrecke man gemeinsam geht oder ob sich die Wege, die sich einmal glücklich gekreuzt haben, eines Tages wieder trennen – all das steht in den Sternen. Umso mehr freue ich mich aber über jeden einzelnen Menschen, mit dem wir einen langen und ereignisreichen Weg gemeinsam zurücklegen dürfen.

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen einen wunderschönen Sommer voller sonnenbeschienener Wege – und angenehme Weggefährten!

Herzlichst

Ihre Elke Popp

Herausgeber:

Kurfürsten Parfümerie®
Institut de beauté

P 7, 24 (Kurfürsten Passage)
68161 Mannheim
Tel. 0621 - 1 22 08 72
Fax 0621 - 1 22 08 75

Kurfürsten-Verwaltungsgesellschaft mbH
im Auftrag der Kurfürsten Parfümerie
Öffnungszeiten:
Di - Fr: 10 - 19 Uhr Sa: 9.30 - 17 Uhr

www.kurfuersten-parfuemerie.de
info@kurfuersten-parfuemerie.de

Besuchen Sie unseren Online-Shop
www.essenza-nobile.de

Layout: Sascha Meier
Textredaktion: Erik Vogel

Das Magazin INHALTSVERZEICHNIS

- 04 AEDES DE VENUSTAS – PALISSANDRE D'OR
- 04 POZZO DI BORGO – 27 FÉVRIER 1950
- 05 SENSAI – CELLULAR PERFORMANCE EXTRA INTENSIVE
- 06 VERSO SKINCARE – SUPER FACIAL OIL
- 06 UND GRETEL
- 07 AMOUAGE – SUNSHINE
- 08 ROYAL FERN
- 09 LES LIQUIDES IMAGINAIRES – LES EAUX ARBORANTES



- 09 BAKEL – RENEW SKIN
- 10 KUNDENPORTRAIT: Aysel SPICKERT
- 11 TERRY DE GUNZBURG – TERRYFIC OUD
- 12 ATELIER COLOGNE – POMÉLO PARADIS
- 12 LUBIN – GRISSETTE
- 13 DR. JK COSMECEUTICALS PRIVÉE
- 14 NORA TRUZZOLINO BEI LIGNE ST BARTH
- 15 LIGNE ST BARTH

- 16 LIGNE ST BARTH – GEWINNSPIEL
- 17 RETROUVÉ
- 18 ANNY KLEMENS – TRADITIONELLE THAI-MASSAGE
- 19 OLFACTIVE STUDIO – PANORAMA
- 19 DIANE PERNET
- 19 RE PROFUMO
- 20 NIANCE – LUXURY ANTI-AGING BODY CARE
- 20 ESXENCE 2015 – Parfum-Messe in Mailand



- 23 JOHN VARVATOS
- 24 D.S. & DURGA
- 25 CARTHUSIA – THE ESSENCE OF CENTRAL PARK
- 25 LE CERCLE DES PARFUMEURS CREATEURS
- 26 PICCOLINI
- 27 THE VAGABOND PRINCE
- 28 J.F. SCHWARZLOSE BERLIN – ART EDITION 2015

Jack Black[®]
Authentic and Original

Die amerikanische Herrenpflegeserie JACK BLACK hat schon so manche Männerhaut im Sturm erobert: Das Magazin MEN'S HEALTH zeichnete neun Produkte mit Preisen aus und auch Stars wie BRUCE WILLIS, ASHTON KUTCHER oder BEN STILLER sind bekennende Fans der kobaltblauen Pflegelinie aus Texas.



Das Erfolgsgeheimnis von JACK BLACK liegt in seiner bestechenden Unkompliziertheit und maximalen Effektivität: Das Produktsortiment ist wie gemacht für Männer, die nicht allzu viel von ihrer kostbaren Lebenszeit vor dem Badezimmerspiegel verbringen wollen – und trotzdem gesteigerten Wert auf ein Rasur- und Pflegeerlebnis mit optimalen Ergebnissen legen.

Die „erfrischend effektiven“ Pflegeprodukte ziehen schnell ein, sind dermatologisch getestet und frei von Allergenen, Sulfaten und Parabenen. Stattdessen findet sich in den Tuben und Tiegeln von JACK BLACK eine ausgewogene Mischung aus neuesten Hautpflege-Technologien, Vitaminen, Antioxidantien – und natürlichen Extrakten von bewährten Heilpflanzen und –kräutern.

Mit dieser Ausstattung an Bord bietet JACK BLACK alles, was Männer zur täglichen Pflege brauchen: Vom Pre-Shave-Öl, Gesichtsreiniger und tiefenreinigenden Peeling über die Schaum-Rasiercreme, Feuchtigkeitspflege, Waschlotion und Handcreme bis hin zum Lippenbalsam, Augen-Treatment, Anti-Aging-Serum und beruhigenden After-Shave-Gel.

Männerhaut, was willst du mehr?



Duftende Familienbande POZZO DI BORGO – 27 FÉVRIER 1950

VALENTINE POZZO DI BORGO hat ihren geschichtsträchtigen Familiennamen zum klangvollen Titel einer edlen Parfumserie erkoren. Die Düfte ehren den Charakter herausragender Mitglieder des alten korsischen Adelsgeschlechts POZZO DI BORGO.

Der jüngste Spross jener familiären Parfumkollektion ist dem Vater der Duftschöpferin gewidmet, dessen Geburtsdatum er stolz als Namen trägt. Der charakterstarke, belebend-erfrischende Duft von Meisterparfümeur PIERRE BOURDON vereint prickelnde Bergamotte mit korsischer Zitronatzitrone und Lavendel aus der Provence.



Eine Hymne auf edle Hölzer AEDES DE VENUSTAS – PALISSANDRE D'OR

Das New Yorker Düfte-Kabinett AEDES DE VENUSTAS bietet nicht nur allerlei kostbare Parfum-Schätze feil, sondern erschafft solche mitunter auch selbst. Die jüngste Kreation der Kult-Boutique für Nischenparfums aus Manhattans Christopher Street ist eine furiose Dufthymne auf den Wohlgeruch kostbarer Hölzer, inspiriert von der Noblesse des indischen Palisanderholzes.

Kristallklares Ambrette-Öl rinnt über eine reichhaltige Gewürzpalette aus Rosa Pfeffer, Koriander und Muskat. Noch während die glühende Hitze einer Zimtnote aufsteigt, öffnet der Duft das Tor zum Geheimnis seines Herzens: ein seltener Sandelholz-Extrakt aus Sri Lanka. Seine subtil rauchige, leicht rosig angehauchte Cremigkeit wird von der milchigen Wärme von Kopaivabalsam sowie delikaten Ambrox-Akzenten und seidiger Patchouli-Essenz verfeinert. Virginischer Wacholder gibt dem Parfum Vitalität und Elan; chinesische Zeder fügt einen feinen Hauch vom Esprit des legendären Lapsang-Souchong-Tees hinzu, während Alaska-Zedernholz die Rauchigkeit von Juchtenleder evoziert.

Selten zuvor wurde das Duft-Sujet „Holz“ so schwelgerisch ausgekostet und ausschweifend ergründet. Mit PALISSANDRE D'OR taucht die Nase tief ein in die mystischen Welten edler Gehölze...



Von Tag zu Tag schöner: Das Erlebnis revitalisierter Haut SENSAI CELLULAR PERFORMANCE EXTRA INTENSIVE

EXTRA INTENSIVE! Das Beauty-Geheimnis hinter dieser neuen Hochleistungs-Anti-Ageing-Pflege von SENSAI hat einen Namen: ADVANCED ENERGY CHARGE TECHNOLOGY. Es basiert auf der Tatsache, dass es für jugendliche Haut von entscheidender Bedeutung ist, stets neue Energie zu produzieren. Nimmt diese Fähigkeit mit zunehmendem Alter ab, sind sichtbare Zeichen der Hautalterung die Folge.

Nach Jahren umfangreicher Forschung ist es SENSAI gelungen, einen zentralen Mechanismus aufzudecken, der als eines der wichtigsten Merkmale jugendlicher Haut gilt. Es handelt sich um den hauteigenen Wirkstoff Carnitin und den Transport von Fettsäuren in die Mitochondrien. Dieser Prozess ist unerlässlich, um die Haut kontinuierlich mit neuer Energie zu versorgen.

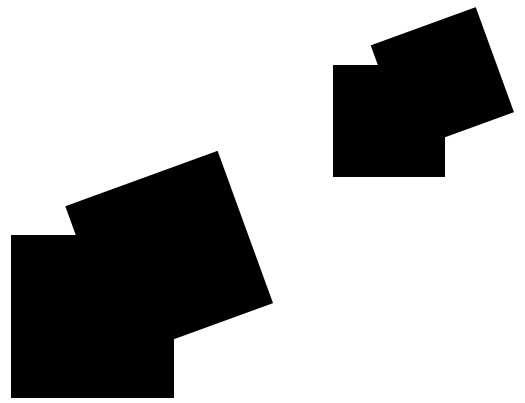
So viel zur Theorie. Nun zur Praxis – und die ist überaus angenehm! Die luxuriöse Vitalisierungspflege EXTRA INTENSIVE CREAM verwöhnt Sie mit einer seidig-zarten Genuss-Textur, die die Haut sofort schützt und pflegt. Dank ihres unmittelbaren Straffungseffektes wirkt diese Creme dem Festigkeits- und Elastizitätsverlust der Haut gezielt entgegen. Die reichhaltige Textur weist zugleich pflegende und revitalisierende Eigenschaften auf und versorgt die Haut nachhaltig mit Nährstoffen. Zusätzlich liefert sie die essenzielle Energie, um das jugendliche Aussehen der Haut zu bewahren.

Ebenfalls traumhaft geschmeidig ist die Textur der EXTRA INTENSIVE ESSENCE, die sofort ein Gefühl von Frische und neuer Energie auf der Haut hinterlässt. Die tiefenwirksame und schnell einziehende Formel verleiht der Haut ein gesünderes Aussehen – als wäre sie mit neuer Energie aufgetankt. Der Teint ist revitalisiert, die natürliche Elastizität wird wiederhergestellt. Das Ergebnis ist eine Haut, die von Tag zu Tag schöner wird...



SENSAI

www.sensai-cosmetics.com



Das „Kleine Schwarze“ der Hautpflege VERSO SKINCARE – SUPER FACIAL OIL

Das „Kleine Schwarze“ – der Klassiker unter den Kleidern! Welche Frau hat es nicht irgendwo in ihrem Kleiderschrank? Und auch im Kosmetikschrankchen könnte bald schon etwas ähnlich Unentbehrliches Einzug halten: Das „Kleine Schwarze“ der Hautpflege besteht aus vier Glasampullen à 7,5 ml, einem eleganten Bakelit-Etui – und heißt SUPER FACIAL OIL von VERSO SKINCARE.

VERSO SKINCARE basiert auf der in klinischen Tests nachgewiesenen Pflegewirkung der hochwirksamen Retinol-8-Formel; diese wirkt achtmal effektiver als herkömmliches Retinol in derselben Dosierung.

Das SUPER FACIAL OIL ist das einzige Gesichtsol mit konzentriertem Vitamin A (Retinol 8); zudem enthält es pflegende Sonnenblumen- und Rapsöle. Die Öle wirken Entzündungsreaktionen entgegen, die aus alltäglicher Beanspruchung und UV-Belastung entstehen und schützen die Haut vor dem Austrocknen.

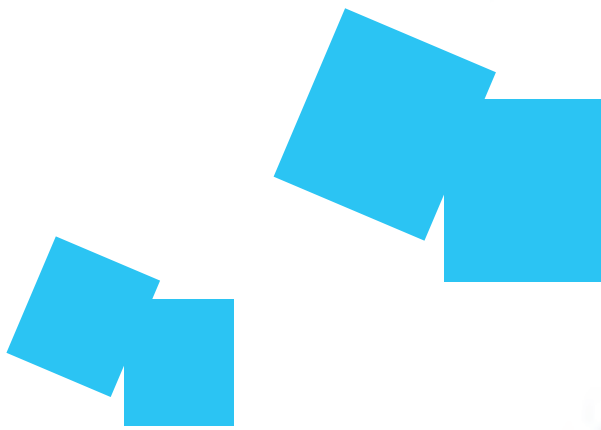
Mit seiner sanften Textur und einer hohen Retinol-8-Dosierung glättet und nährt das pflegestarke, rasch einziehende Gesichtsol die Haut, schützt sie, versorgt sie mit Feuchtigkeit und wirkt aktiv den Zeichen der Hautalterung entgegen.



Natürliches Make-up. Ohne Hänsel – aber mit viel Farbe UND GRETTEL

„Wer hat entschieden, dass Naturkosmetik aus traurigen Erdtönen bestehen muss?“, fragten sich eines Tages CHRISTINA ROTH und STEPHANIE DETTMANN – und erschufen eine Linie dekorativer

Naturkosmetikprodukte, die ganz besonderen Ansprüchen gerecht werden sollten. Ansprüchen, die in ihrem Segment bislang oft als unvereinbar galten.



Sonnenschein und weiße Blumen im Herzen AMOUAGE – SUNSHINE

SUNSHINE! Könnte es einen programmatisch passenderen Namen für einen Sommerduft geben? Neben einer großzügigen Brise Sommerlaune umweht dieses Parfum aber auch ein Hauch des Exklusiven; denn ursprünglich war es ausschließlich für den Verkauf in den insgesamt 17 AMOUAGE-eigenen Boutiquen im Oman, in den Vereinigten Arabischen Emiraten, Saudi-Arabien, Bahrain, Kuwait, Malaysia, Großbritannien und Italien bestimmt. Wir freuen uns daher besonders, Ihnen diesen Duft nun auch in Mannheim in der KURFÜRSTEN PARFÜMERIE präsentieren zu können.

Wie der Name bereits unverhohlen verrät, trägt SUNSHINE ein überaus sonniges Gemüt im Herzen. Kopfnoten von Davana, Mandeln und Johannisbeerlikör ebnen den Weg zu einem strahlenden, weißblütigen, intensiv-floralen Bouquet aus Osmanthus, Jasmin, Vanille und Magnolie, dessen sommerlicher Esprit an der Basis von einer fein abgestimmten Melange aus Zedernwacholder, Patchouli, Papyrus und hellem Tabak geerdet wird.



UND GRETEL bietet Make-up mit intensiven, hochpigmentierten Farben, feinen Texturen und langer Haftbarkeit – und das alles auf Basis natürlicher Inhaltsstoffe und BDIH-zertifizierter Formulierungen.



Getreu dem Credo von UND GRETEL: „Wir glauben, dass wahrhaftige Schönheit in bewusster Balance von Mensch und Natur entsteht“.

ROYAL FERN

DR. TIMM GOLUEKE



Zellpower aus der Urzeitpflanze ROYAL FERN

Äußerlich sind Farne ja ziemlich unscheinbare Pflanzen; doch in ihnen steckt weit mehr, als es auf den ersten Blick erscheinen mag...

Farne gibt es auf der Erde schon seit rund 400 Millionen Jahren; seither haben sie alle Widrigkeiten und Zeiten überdauert. Für die Hautpflegeforschung ist vor allem eine Eigenschaft der anpassungs- und widerstandsfähigen Gewächse hochinteressant: Farne sind besonders resistent gegenüber Sonnenlicht und UV-Strahlung. Und tatsächlich belegen internationale wissenschaftliche Studien, dass Wirkstoffe aus Farn-Extrakten vielfältige positive Effekte auf die Hautalterung haben: So schützen sie die empfindliche Zell-DNA vor den Folgen lichtinduzierter Hautalterung, stoppen den Abbau von Kollagen und Elastin und stimulieren zudem die Neubildung von Kollagen. Aufgrund ihres ausgeprägten anti-oxidativen Potenzials werden Hautschäden repariert. Außerdem wirken Farn-Extrakte feuchtigkeitsregulierend, antientzündlich und antibakteriell – und sorgen mit der Reduzierung von Pigmenten obendrein für ein ebenmäßigeres Hautbild.

DR. TIMM GOLUEKE, ein renommierter Dermatologe und international gefragter Anti-Aging-Spezialist, hat das enorme Beauty-Potenzial der immergrünen Pflanze vom Wegesrand erkannt – und diese zum „royalen“ Hauptakteur einer eigenen Hautpflegelinie geadelt: ROYAL FERN. Auf Basis modernster Biotechnologie wurde eine revolutionäre Pflegeformel entwickelt. Nach vierjähriger, intensiver Forschung konnte der ROYAL FERN COMPLEX weltweit patentiert werden. In dem innovativen Naturstoffkomplex wirken hochkonzentrierte Farn-Extrakte in Synergie mit weiteren wirkstarken Anti-Aging-Molekülen wie Hyaluronsäure, Retinol, Flavonoiden, Kakaobutter, Beta-Carotin sowie Vitamin E und Vitamin C aus der Acerola-Kirsche.

Die drei Anti-Aging-Produkte von ROYAL FERN – ein Serum, eine Gesichts- und eine Augencreme – sind clevere „All-in-one“-Lösungen, die für alle Hauttypen geeignet sind und universell auf deren Pflegebedürfnisse eingehen.

Anti-Aging-Pflege in zwei Phasen BAKEL – RENEW SKIN

60 Hautpflege-Pads – und eine Mission: Ihre Haut zum Strahlen zu bringen! Mit RENEW SKIN bietet BAKEL eine verjüngende Anti-Aging-Behandlung auf Basis von je 30 Säure- und Base-Pads.

RENEW SKIN wirkt in zwei Phasen: Im ersten Schritt entfernt das Säure-Pad abgestorbene Hautzellen und regt die Zellerneuerung an. Im zweiten Schritt gleicht das basische Pad den pH-Wert der Haut aus, reduziert Mitesser und verkleinert die Poren. Die Haut wirkt sofort sichtbar strahlender, ebenmäßiger und glatter. Da RENEW SKIN außerdem die Absonderung von Talg reguliert, ist das Säure/Base-Doppel auch und gerade für unreine und ölige Haut besonders geeignet.

Die praktische Beauty-Behandlung funktioniert dank der Pads schnell und denkbar unkompliziert: Einfach abends mit dem Säure-Pad (unter Aussparung der Augenpartie) über das gereinigte und trockene Gesicht fahren. Dann trocknen lassen. Anschließend auf gleiche Weise mit dem basischen Pad über das Gesicht streichen.

Das war's auch schon! Alles weitere erledigen dann die in den Pads enthaltenen Wirkstoffe wie Zitronen-, Salicyl- und Apfelsäure oder kaltgepresstes Strohblumen- und Lindenblütenwasser...



Himmlisch geerdet LES LIQUIDES IMAGINAIRES – LES EAUX ARBORANTES

„Bäume sind Gedichte, die die Erde in den Himmel schreibt.“
- KHALIL GIBRAN

Bäume sind zweifellos besondere Wesen auf diesem Erdenrund; seit jeher haben sie Poeten- und Künstlerseelen fasziniert. Neben dem libanesisch-amerikanischen Dichter KHALIL GIBRAN schrieb auch CHRISTIAN MORGENSTERN voller Hochachtung über Bäume: „Nichts ist für mich mehr Abbild der Welt und des Lebens als der Baum. Vor ihm würde ich täglich nachdenken, vor ihm und über ihn.“ Und Altmeister GOETHE schwärmte dereinst: „Jeder Baum, jede Hecke ist ein Strauß von Blumen, und man möchte zum Maienkäfer werden, um in dem Meer von Wohlgerüchen herumzuschweben und alle seine Nahrung darin finden zu können.“

PHILIPPE DI MEO, ein Poet der Düfte und Schöpfer der Parfumserie LES LIQUIDES IMAGINAIRES, hat sich diesen Dichterhymnen angeschlossen: LES EAUX ARBORANTES sind ein heiliges Tribut an die Bäume und an die Wildnis schlechthin mit all ihrer überbordenden Fülle an Leben. Der Baum ist der Totem dieser Düfte-Trilogie; als Gottheit verehrt, wird er zu einem mythischen Wesen und starken Beschützer. LES EAUX ARBORANTES nehmen uns mit zu einer vertikalen Himmelfahrt von der Erde in die Lüfte, durch die Zweige der Bäume hindurch – zu einer Reise in drei Düften, die eine Symbiose eingehen mit den Kräften der Natur: TELLUS, SALTUS und SUCCUS.





„Glücklich ist, wer glücklich macht.
Das ist meine Lebenseinstellung.“

Aysel Spickert

Ganz großes Kino KUNDENPORTRAIT: AYSEL SPICKERT

Mit unserem heutigen Kundenportrait möchten wir Ihnen eine Dame vorstellen, mit der Sie vielleicht mehr zu tun haben, als Sie bislang dachten – zumindest, wenn Sie gerne mal ins Kino gehen...

Ihr Lebensgefühl? „Wenn ich es auf einen Punkt bringen soll“ sagt AYSEL SPICKERT zu Beginn unseres Interviews, „dann fühle ich mich wie eine typische Kurpfälzerin mit türkischen Wurzeln.“ Die Frau, die das mit charmantem Lächeln sagt, ist eine feste Größe im gesellschaftlichen Leben Mannheims: Zusammen mit ihrem Ehemann CHRISTIAN SPICKERT repräsentiert sie die FILMTHEATERBETRIEBE SPICKERT, die Betreiberfirma der großen Mannheimer Lichtspielhäuser CinemaxX und Cineplex Planken. „Beneidenswert“, denken wir uns – so eine Insiderin des Kinobetriebes kann bestimmt alle neuen Filme immer als Erstes anschauen. Doch weit gefehlt: „Ich habe da keine Privilegien“, stellt AYSEL SPICKERT klar. „Auch ich kann nur in die erste Vorstellung gehen, wenn die tollen Filme anlaufen.“

Für ihre persönliche Rolle in der Kino-Traumfabrik hat die begeisterte Cineastin (Lieblingsfilme u.a.: „Willkommen bei den Schtis“, „Monsieur Claude und seine Töchter“, „Ziemlich beste Freunde“, „The green mile“, „Hashiko“) so einige kreative Berufsbeschreibungen parat: Ein „Promoter für besondere Aufgaben“ sei sie, wolle vor allem gute Gastgeberin und Kontakterin sein. „Sagen wir, ich bin ‘Kontakt-Managerin z.b.V.’ – zur besonderen Verwendung.“

„Sich um Schönheit im Sinne von Formvollendetheit in möglichst allen Lebensbereichen zu bemühen, bringt aus meiner Sicht Gutes hervor“, beschreibt sie ihr Credo – schon leicht versunken in einen korallroten Kinosessel.

Doch der Trend geht ja bekanntlich zum Zweitjob; und so ist AYSEL SPICKERT außerdem auch Vorsitzende des Freundeskreises Rosengarten Mannheim e.V. Dessen Vereinszweck ist der Mannheimer Lokalpatriotin ein Herzensanliegen: „Der Rosengarten ist Mannheims gute Stube – und hat zugleich große Strahlkraft weit über Mannheim hinaus.“ Die traditionsreiche Festhalle im Herzen Mannheims ist für sie etwas Besonderes – und „das Besondere braucht Freunde und Förderer, damit es besonders bleibt“, ist die Freundeskreis-Mitinitiatorin überzeugt.

Ein bedeutender Leitgedanke in ihrem Leben, das nicht zuletzt auch viel soziales Engagement beinhaltet – etwa im Rahmen von Charity-

Aktionen für Heimkinder. „‘Geht nicht‘ gibt es bei mir nicht“, sagt AYSEL SPICKERT: „Ich erfreue mich jeden Tag neu des Lebens, vergesse dabei aber nie, dass Glück und Freude große Geschenke sind. Deshalb schlägt mein Herz für alle, die weniger geschenkt bekommen haben als ich“.

Kino, Rosengarten, Soziales: Bleibt AYSEL SPICKERT bei einem so vollen Terminkalender eigentlich auch mal Zeit für... sich selbst? Ja, selbstverständlich – denn wäre es anders, hätte sie wohl kaum zur Stammkundin der KURFÜRSTEN PARFÜMERIE werden können. Das Schöne im Leben ist ihre erklärte Leidenschaft; was sie dann auch irgendwann vor mehr als zehn Jahren an die Tür ihrer heutigen Lieblings-Parfümerie führte.

Mit AYSEL SPICKERT durften wir einen „Genussmenschen“ im besten Sinne kennenlernen, der das Schöne im Leben in vollen Zügen genießt – dabei aber auch nie vergisst, dass Glück sich verdoppelt, wenn man es teilt.

An ihren ersten Besuch kann sie sich noch lebhaft erinnern. Ein bisschen wie im Film-Drehbuch: Die Parfümerietüre öffnet sich. AYSEL SPICKERT tritt ein. Ein „herzlicher Empfang“, wie sie sagt, persönliche Beratung. Dann, nach ihrer Bitte um ein professionelles Make-up: Auftritt ANDREAS RETZER, schon damals der Spezialist des Hauses für dekorative Kosmetik. Der Make-up-Artist zelebriert Schminken als Kunst, immer gewürzt mit einer Portion Glamour. „Da war mir klar: das ist mein Laden. Ich liebe es!“

Und was ist so alles in der Einkaufsstüte drin, wenn AYSEL SPICKERT vom Parfum-Shopping nach Hause kommt? „Mich begeistern vor allem die Produkte von LA MER und die Düfte von CREED und BYREDO“, verrät sie uns ihre Favoriten. „Und was ich aktuell besonders genieße, ist die sensationelle thailändische Massage von ANNY!“ – Manche Parfümerie-Highlights passen eben in keine Einkaufsstüte der Welt...

Mit AYSEL SPICKERT durften wir einen „Genussmenschen“ im besten Sinne kennenlernen, der das Schöne im Leben in vollen Zügen genießt – dabei aber auch nie vergisst, dass Glück sich verdoppelt, wenn man es teilt: „Sich um Schönheit im Sinne von Formvollendetheit in möglichst allen Lebensbereichen zu bemühen, bringt aus meiner Sicht Gutes hervor“, beschreibt sie ihr Credo, schon leicht versunken in einen korallroten Kinosessel. Und fügt hinzu: „Glücklich ist, wer glücklich macht. Das ist meine Lebenseinstellung.“



TERRYFIC OUD

Drei Variationen von Oud TERRY DE GUNZBURG – TERRYFIC OUD

TERRY DE GUNZBURG, Grande Dame der dekorativen Kosmetik, ist weithin bekannt für ihre anspruchsvollen „Haute-Couleur“-Kreationen. Im Jahr 2012 lancierte die französische Make-up-Spezialistin ihre erste Parfumm Kollektion; ein Jahr später folgte dann ein Duft, der die edle, düster-geheimnisvolle Adlerholz-Essenz Oud in den Fokus rückte: TERRYFIC OUD. In dem Parfum wurde die Edel-Ingredienz in eine Melange aus warmen, orientalischen Duftnoten eingebettet, die ihren holzigen, harzigen, rauchigen und balsamischen Charakter unterstreichen.

Damit hatte TERRY DE GUNZBURG ihre Oud-Geschichte aber noch nicht zu Ende erzählt. Und so bekam TERRYFIC OUD in diesem Jahr noch zwei Geschwister: die beiden in wunderschöne Arabesken-Muster gehüllten TERRYFIC-ODU-Variationen L'EAU und EXTRÊME.

Oud [von arab. „al-‘ūd“ – Zweige, Holz]: Aromatisches Harz aus der Rinde des Adlerholzbaums. In der Golfregion wird die kostbare Essenz seit Jahrtausenden als Parfum benutzt und oft mit Gold aufgewogen.

Die Grundzutaten der „Ur-Version“ – Bergamotte, Rose, Safran, Amber, Patchouli, Zedernholz und Oud – blieben erhalten, wurden aber behutsam um einige spezielle Akzente ergänzt, die den neuen TERRYFIC-ODU-Varianten ein jeweils eigenes, charakteristisches Gepräge geben: Das hochkonzentrierte Extrait de Parfum TERRYFIC OUD EXTRÊME erhält köstliche Verstärkung von roten Früchten und ist zudem von einer nobel anmutenden ledrigen Grundstimmung geprägt, während Mandarine, Petitgrain und Lavendel dem Duft TERRYFIC OUD L'EAU einen lebhaften, sonnig-unbeschwerten Charme verleihen.



Im siebten Zitrus-Himmel ATELIER COLOGNE – POMÉLO PARADIS

1709 war ein bedeutendes Jahr für die Parfumwelt: JOHANN MARIA FARINA, ein in Köln ansässiger Parfümeur aus Italien, kreierte eine frische Melange aus Zitrusölen, die eine damals revolutionäre Alternative zu den schweren Parfums ihrer Zeit bot. Das Cologne war geboren.

Begeistert von diesem Meilenstein der Parfümeriegeschichte haben die beiden Gründer von ATELIER COLOGNE, SYLVIE GANTER und CHRISTOPHE CERVASEL, eine neue Duftkategorie erschaffen: Das „Cologne Absolué“ zelebriert auf Basis hochkonzentrierter ätherischer Öle die Eleganz der traditionell in Cognones enthaltenen Zitrusnoten.

Aufgrund der hohen Konzentration der Öle hält der Duft der Cologne Absolues auf der Haut besonders lange an.

Die neueste Komposition von ATELIER COLOGNE ist einer großen, birnenförmigen Zitrusfrucht gewidmet, die als Pomelo bekannt ist. Die Pomelo ist eine Rückkreuzung der Pampelmuse mit der Grapefruit. In POMÉLO PARADIS verschmelzen die Essenzen von saftigen Pomelos aus Florida mit kalabrischen Mandarinen, schwarzen Johannisbeeren, bulgarischen Rosen, chinesischer Minze, Iris aus der Toskana, Amber und haitianischem Vetiver zu einem wahren „Pomelo-Paradies“ für die Nase...

GRISETTE

Vive la vie! LUBIN – GRISETTE

Jung, unverheiratet, abenteuerlustig – und von oft übersprudelnder Lebensfreude: So waren die „Grisettes“, die im 19. Jahrhundert zum Stadtbild des romantischen Paris gehörten. Grisettes waren häufig Näherinnen und trugen graue Stoffgewänder, woher auch ihr Spitzname rührt (grau, frz. „gris“).

Mit GRISETTE hat das Parfumhaus LUBIN die quirlige Lebenslust und natürliche Frische jener jungen Damen aus dem alten Paris in einem charmanten Duft eingefangen: Frisch geschnittene Rosen und Zitrusfrüchte, Iris und Weihrauch, Zedernholz, Moschus, Amber und Vanille hinterlassen eine betörende Spur von joie de vivre in der Luft.





**Creme-Peeling und Lifting-Maske:
Beauty-Kur fürs Gesicht
DR. JK COSMECEUTICALS PRIVÉE –
REFINE PEELING / UPLIFT MASK FACIAL**

Bereits in unserer letzten Magazinausgabe stellten wir ausführlich die exklusive, mehrfach preisgekrönte Hautpflegelinie DR. JK COSMECEUTICALS PRIVÉE vor. Heute dürfen wir Ihnen zwei Neuheiten aus der kosmezeutischen Pflegekollektion von Dr. med. JUTTA KNAUER präsentieren: ein hautverfeinerndes Creme-Peeling – und eine revitalisierende Lifting-Maske...

Das milde, hauterneuernde REFINE PEELING FACIAL sorgt für eine maximale Exfoliation der Haut. Es enthält eine Kombination aus natürlichen Meeresplankton-Partikeln, Enzymen, Ananas-Extrakt, Allantoin, Vitamin B und E sowie wertvollen Pflegestoffen. Das Peeling, das auch für sensible Haut geeignet ist, reinigt und pflegt die Haut tiefenwirksam und entfernt abgestorbene Hautzellen. Es befreit den Teint vom fahlen Grauschleier und bringt diesen wieder zum Strahlen. Unreinheiten werden minimiert, die Haut wird geglättet und tief durchfeuchtet. Das Ergebnis ist ein frischer, ebenmäßiger Teint.

Die intensiv pflegende, revitalisierende und festigende Maske UPLIFT MASK FACIAL verwöhnt, beruhigt und sättigt die Haut und schenkt ihr neue Energie, lang anhaltende Feuchtigkeit und jugendliche Elastizität. Hyaluronsäure, regenerierende Nährstoffe und Vitamine bieten einen raschen Lifting-Effekt. Fältchen und feine Linien werden gemildert und geglättet, Poren wirken sichtbar verfeinert. Nach der Anwendung sieht die Haut verjüngt, erholt, prall und gesund aus.





„Wundervolle Produkte, grandiose Wirkungen und einzigartige Momente der Entspannung – ein Kurzurlaub für Körper, Geist und Sinne.“

Nora Truzzolino - Kosmetikerin

„Liebes Schulungs-Tagebuch...“

NORA TRUZZOLINO BEI LIGNE ST BARTH

Seit Dezember 2014 ist unser Team um eine engagierte und kompetente Mitarbeiterin reicher: NORA TRUZZOLINO. Gleich zu Beginn ihrer Tätigkeit bei der KURFÜRSTEN PARFÜMERIE nahm sie an einer Schulung der karibischen Hautpflege- und Luxus-Spa-Marke LIGNE ST BARTH teil. Für die gelernte Fachkosmetikerin ein besonderes Ereignis, das es wert ist, festgehalten zu werden; spontan nahm sie ihr „Schulungs-Tagebuch“ zur Hand – und schrieb einige ihrer Eindrücke für Sie nieder.

Glänzende Granittheken, beleuchtete Vitrinen, ausgewählte, einzigartige Düfte, ... individueller Service, großzügige Behandlungsräume... weiß, rein, offen, lichtdurchflutet – ein Arbeitsklima, wie man es sich erträumt. Für mich ging der Traum im Dezember 2014 in Erfüllung. Nun darf ich meine Kunden mit den exklusivsten Kosmetiklinien und einem wunderschönen Ambiente verwöhnen sowie viele sensationelle Produkte kennenlernen.

Mein besonderes Augenmerk lege ich auf LIGNE ST BARTH von der schönen Karibikinsel Saint-Barthélemy, deren Produkte nur in ausgewählten, exklusiven Häusern angeboten werden – und das nicht ohne Grund...

Im Januar 2015 durfte ich nach München in das dortige LIGNE ST BARTH Spa reisen; dort wurde ich in dem gesamten Produktpertoire sowie in den speziellen ST BARTH Gesichts- und Körperbehandlungen geschult. Ich fuhr mit Spannung und Neugier nach München – und kam mit großer Motivation und Überzeugung zurück. Wundervolle Produkte, grandiose Wirkungen und einzigartige Momente der Entspannung. Kurz gesagt: Die ST BARTH Behandlungen sind ein Kurzurlaub für Körper, Geist und Sinne.

An unserem ersten Schulungstag wurde auf jedes einzelne Produkt und dessen Wirkung eingegangen: hochwertige Körperlotionen, Massageprodukte sowie eine komplette Gesichtspflegeserie mit Essenzen von karibischen Blüten, Früchten und Pflanzen. Mir persönlich sind dabei zwei Produkte in besonderer Erinnerung geblieben:



Das AVOCADO-ÖL hat mich gleich durch seine kräftige Farbe aufmerksam gemacht. Der Duft erinnert mich an Sonne, Strand und Meer. Man kann schon eine Woche vor dem Verreisen damit beginnen es aufzutragen, um die Melaninbildung anzuregen. Im Urlaub verwendet man es unter der Sonnenmilch, die sich dann viel leichter verteilen lässt; zudem erhält man eine viel intensivere, länger anhaltende Bräune. Um seine „Urlaubspflege“ außerdem komplett zu machen, trägt man abends das hautberuhigende, feuchtigkeitsspendende, kühlende ALOE VERA GEL auf, das einem dank der darin enthaltenen Minze auch als Serum fürs Gesicht einen Frischekick verpasst. Und das sind nur zwei von mittlerweile mehr als 40 Produkten, die zu absoluten Klassikern avancierten!

„Jede Behandlung begann mit einer Zeremonie, die sich *Ouanalao* nennt und die den Therapeuten und den Kunden aufeinander einstimmt, das gegenseitige Vertrauen unterstützt und zu totaler Entspannung verhilft.“

Am zweiten Schulungstag nahm man sich viel Zeit für die besonders kreativ zusammengestellten Körper- und Gesichtsbehandlungen. Jede Behandlung begann mit einer Zeremonie, die sich „Ouanalao“ nennt und die den Therapeuten und den Kunden aufeinander einstimmt, das gegenseitige Vertrauen unterstützt und zu totaler Entspannung verhilft.

Eine wunderschöne Behandlung gerade für das Frühjahr oder den Sommer ist das ST BARTH SOFTNESS TREATMENT. Dieses beinhaltet eine entspannende Ganzkörper-Peelingmassage mit Kokosnussöl und Papaya für eine samtig-zarte und ebenmäßige Haut. Die Fruchtzyme frischer Papaya und ein spezieller Seesandkomplex entfernen abgestorbene Hautschüppchen; das Kokosnussöl pflegt die Haut und verwöhnt sie mit wertvollen Nährstoffen.

Jede Behandlung wird individuell und mit viel Liebe zum Detail auf jeden Kunden abgestimmt und entführt ihn auf eine Duftreise in die Karibik – weit weg von Stress, Hektik und dem eigenen Alltag.

Mein Resümee: Wundervolle Produkte, die es mir erlauben, mich sehr auf die Behandlungen mit LIGNE ST BARTH zu freuen – und noch mehr darauf, jedem einzelnen Kunden die Möglichkeit zu bieten, alles hinter sich zu lassen und mit mir gemeinsam eine kleine Reise in die Karibik zu unternehmen...

Ein Karibikurlaub für die Sinne LIGNE ST BARTH

Das Laboratorium von LIGNE ST BARTH liegt auf einer der schönsten Sonneninseln der Kleinen Antillen: Saint-Barthélemy. Auf dem paradiesisch anmutenden Karibik-Eiland werden nun schon seit mehr als 30 Jahren alle Produkte der exklusiven Hautpflege-Manufaktur entwickelt und produziert. Die Ursprünge der Tradition, in der LIGNE ST BARTH wurzelt, liegen freilich noch viel weiter zurück...

Mitte des 17. Jahrhunderts besiedelten die ersten französischen Familien Saint-Barthélemy; manche von ihnen übernahmen von den indianischen Ureinwohnern der Insel deren althergebrachtes Wissen über die Heilwirkung tropischer Pflanzen – und gaben dieses dann ihrerseits von Generation zu Generation weiter.



Anfang der 1980er Jahre reift in dem Ehepaar HERVÉ und BIRGIT BRIN die bahnbrechende Idee, das überlieferte Wissen der Inselbewohner um die vielfältigen Pflegeeigenschaften der Tropenpflanzen und -früchte mit moderner Technologie zu einer einzigartigen Hautpflegemarke zu verbinden. 1983 entsteht daraus das Familienunternehmen LIGNE ST BARTH. Anfangs steht dabei vor allem eine Pflanze im Fokus der Forschung: der Annattostrauch (frz. „Roucou“). Einst rieben die karibischen Arawak-Indianer ihre Haut mit gemahlener Roucou-Samen ein – u.a. als Schutz gegen Sonnenbrand. LIGNE ST BARTH erforscht die hinter der bekannten Schutzwirkung steckenden Mechanismen, entwickelt ein eigenes, wirkstoffschonendes Kaltextraktions-Verfahren – und bringt schließlich die erste Sonnenpflege-Linie auf Roucou-Basis auf den Markt.

Es folgen weitere Produkte, die heute schon Kult- und Klassikerstatus haben: ein Aloe-Vera-Gel mit Minze etwa, oder ein mit Tiaréblüten-Essenz angereichertes Avocado-Öl. Die Kunde von den Hautpflege-Wundern „made in Saint Barthélemy“ verbreitet sich bald in alle Welt:

Models, Fotografen und Prominente entdecken während ihrer Aufenthalte auf Saint-Barthélemy die hautschmeichelnden Erzeugnisse der neuen Marke, nehmen diese mit nach Hause, lassen andere Menschen daran teilhaben – und werden damit zu den ersten „Botschaftern“ von LIGNE ST BARTH.

Heute ist LIGNE ST BARTH weltbekannt und in vielen Ländern in ausgesuchten Parfümerien und Spa-Hotels erhältlich. Neben den luxuriösen ST BARTH TREATMENTS entwickelt LIGNE ST BARTH eigene Körperlotionen und Gesichtspflegeprodukte, Massagegels und –öle, eine Spezialpflege für Männer und eine kleine Parfumkollektion. Sämtliche Produkte sind dabei vom aufregend exotischen Flair und sonnig-unbeschwertem Lebensgefühl ihrer Herkunftsregion umgeben: Von der Bananen-Handcreme über Kokosnuss- und Avocado-Öle bis hin zum Papaya-Duschpeeling breitet LIGNE ST BARTH auf unserer Haut den ganzen Reichtum an natürlichen Pflegeschätzen aus, den die karibische Flora zu bieten hat – und lässt damit jede Pflegeanwendung zu einem kleinen „Karibikurlaub für die Sinne“ werden.

Mitmachen und kurfürstlich gewinnen beim... LIGNE ST BARTH – GEWINNSPIEL

Warmes, türkisblaues Wasser und weiße, palmengesäumte Sonnenstrände: Wo andere allenfalls Urlaub machen, ist die Pflegemarke LIGNE ST BARTH das ganze Jahr über zuhause. Aber wo liegt eigentlich das exotische, sonnenverwöhnte Inselparadies Saint Barthélemy, von dem all die kostbaren Öle, Cremes und Lotionen kommen?



In der Karibik In der Südsee Im Bodensee

Gerne möchte ich „kurfürstlich informiert“ bleiben und...

...auch zukünftige Ausgaben des Magazins der KURFÜRSTEN PARFÜMERIE kostenlos per Post zugesendet bekommen.

...den Newsletter von ESSENZA NOBILE, dem Online-Shop der KURFÜRSTEN PARFÜMERIE, per E-Mail erhalten.

Zutreffendes bitte ankreuzen. Mit der Teilnahme am Gewinnspiel erkläre ich mich mit den Teilnahmebedingungen* einverstanden.

Vorname, Nachname

Straße, Nr.

PLZ, Ort

E-Mail

Gewinnen Sie mit! Unter allen richtigen Einsendungen verlosen wir insgesamt 20 Preise.

1. Preis: LIGNE ST BARTH - DAMEN SET
2. Preis: LIGNE ST BARTH - HERREN SET
3. - 5. Preis: LIGNE ST BARTH - ORANGEFARBENER SEIDENSCHAL
6. - 10. Preis: LIGNE ST BARTH - LEDER-MOUSEPAD
11. - 20. Preis: LIGNE ST BARTH - ALOE VERA GEL MIT MINZE 125 ML

Die Gewinner des Gewinnspiels aus der letzten Ausgabe unseres Magazins stehen bereits fest; Sie finden sie auf unserer Internetseite unter: <http://kurfuersten-parfumerie.de/gewinner>

Ihre Antwort können Sie uns bis zum 30. November 2015 per Post (Kurfürsten Parfümerie – P7, 24 – 68161 Mannheim), E-Mail (gewinnspiel@kurfuersten-parfuermerie.de) oder Fax (0621-1220875) zukommen lassen. Oder bringen Sie sie einfach bei Ihrem nächsten Besuch persönlich vorbei.

Bitte geben Sie mit den Antworten Ihren Vor- und Nachnamen sowie Ihre Postanschrift an.

Und nun wünschen wir viel Glück!

* TEILNAHMEBEDINGUNGEN: Veranstalterin des Gewinnspiels ist die KURFÜRSTEN PARFÜMERIE, 68161 Mannheim. Teilnahmeberechtigt sind alle volljährigen natürlichen Personen mit Ausnahme der Mitarbeiter der KURFÜRSTEN PARFÜMERIE. Für eine Teilnahme am Gewinnspiel muss die Antwort spätestens bis zum 30. November 2015 per Post, E-Mail oder Fax eingegangen sein. Die Gewinner werden unter allen Einsendern der richtigen Antwort im Dezember 2015 im Rahmen einer anwaltlich beaufsichtigten Zufallsziehung ermittelt. Die Gewinnbenachrichtigung erfolgt mit dem Versand der Preise auf dem Postweg. Eine Barauszahlung der Preise ist ausgeschlossen. Die Adressdaten werden nicht an Dritte weitergegeben und, sofern kein Einverständnis für eine zukünftige Zusendung des Magazins der KURFÜRSTEN PARFÜMERIE und/oder des Newsletters von ESSENZA NOBILE vorliegt, nicht über die Dauer des Gewinnspiels hinaus gespeichert.

„Gaumenschmeicheleien“

„Denn Spargel, Schinken, Koteletts / sind doch mitunter auch was Nett's“, reimte einst WILHELM BUSCH in „Die fromme Helene“. ANNE VOGEL, unsere Lieferantin für ebenso leckere wie unkomplizierte Kochideen, hat den Schinken und die Koteletts einfach mal weggelassen – und es stattdessen mit Brokkoli, Sahne, Butterflocken und Muskat versucht.

Ein vegetarisches Rezept für Freunde des gepflegten Spargel- und Brokkoli-Genusses. Was für ein Gedicht WILHELM BUSCH dazu wohl gereimt hätte? Wir jedenfalls wünschen viel Spaß beim Nachkochen dieses kleinen kulinarischen „Gedichts“ und... guten Appetit!



„Spargel aus dem Ofen mit Brokkoli-Sauce“

Backofen auf 180° C vorheizen, 2 kg - oder weniger - geschälten Spargel auf das tiefe Backblech legen, salzen, mit Puderzucker bestreuen und Butterflocken auflegen. Fest mit Alufolie verschließen. Je nach Dicke des Spargels 30-45 Minuten auf mittlerer Schiene garen.

Brokkoli-Sauce

500 g Brokkoli



die Röschen in Salzwasser 5 Min. blanchieren, abgießen

200 g Sahne
2 EL gebräunte Butter
Salz, viel Muskat



dazugeben und pürieren



Luxus-Hautpflege aus Tradition RETROUVÉ

RETROUVÉ ist mehr als eine Marke – RETROUVÉ ist Teil eines Vermächtnisses. Die beiden Schöpfer der prestigeträchtigen Hautpflegekollektion, die Schönheits-Visionärin JAMI MORSE HEIDEGGER und ihr Ehemann KLAUS HEIDEGGER, sind Wegbereiter der Kosmetikindustrie: Sie haben schon die legendäre Hautpflegelinie der Familie, KIEHL'S SINCE 1851, zu einem Kult-Label für Schönheitspflege gemacht.

Die Kollektion RETROUVÉ entwickelten sie zusammen mit dem früheren KIEHL'S-Chemiker STEPHEN MUSUMECI – ursprünglich exklusiv für ihren eigenen, privaten Gebrauch. Dass zu diesem Zweck nur das Allerbeste in die Tiegel kam, versteht sich von selbst: Jedes der Pflegeprodukte ist eine einzigartige, optimale Kombination hochdosierter,

wirkstarker Power-Ingredienzien. Antioxidantien und andere wohltuende Inhaltsstoffe tragen dazu bei, die Haut vor inneren Schäden und schädlichen Umwelteinflüssen zu schützen. Pflegende Vitamine und besänftigende Feuchtigkeitsspende heilen die Haut und bieten ihr Schutz, während kostbare pflanzliche und marine Wirkstoffe die Hautzellen wieder aufbauen, sie reaktivieren und ihre Langlebigkeit steigern.

RETROUVÉ verkörpert eine Auslese aus 30 Jahren gemeinsamer Forschung, Erfahrung und Zusammenarbeit; das Ergebnis ist eine ultra-luxuriöse Hautpflegelinie, die aus den tiefgreifenden Kenntnissen und der ästhetischen Vision einer Familie hervorgeht, die die Kosmetikgeschichte geschrieben hat..



„Es tut weh, aber es tut gut“: So bringt ANNY KLEMENS die Essenz der Thai-Massage augenzwinkernd auf den Punkt.

Anny Klemens - Thai-Masseurin

Neues aus dem Institut de Beauté ANNY KLEMENS – TRADITIONELLE THAI-MASSAGE

Sanfte Musik liegt in der Luft. Sie liegen entspannt auf einer mit weißem Tuch ausgestaffierten Massageliege. Meditative Klänge lassen Ihre Gedanken langsam in andere Welten entschweben. Dann – die erste Berührung! Das Massageritual beginnt. Und bald schon wird alles andere – sehr, sehr weit entfernt sein...

Irgendwann im Laufe der Behandlung ist ein Zustand erreicht, den man am treffendsten mit einem Wort beschreiben kann: Tiefenentspannung. Dass es dazu kommt, dafür sorgt mit viel körperlicher und mentaler Hingabe ANNY KLEMENS, die tief sitzende Verspannungen punktgenau erspürt und diese ebenso kraftvoll wie sensibel behandelt.

Seit Februar 2015 praktiziert die Spezialistin für Thai-Massagen ihre wohltuenden Körperbehandlungen im INSTITUT DE BEAUTÉ der KURFÜRSTEN PARFÜMERIE. Zur Wahl stehen die klassische Thai-Massage und eine etwas „abgemilderte“, also sanftere Kombination aus traditioneller Thai- und Ölmassage. Zudem bietet ANNY KLEMENS auch Hot-Stone-, Kräuterstempel- und Fußreflexzonen-Massagen sowie ein Körperpeeling an. Als Hilfsmittel können, je nach Behandlung, mit thailändischen Kräutern gefüllte, dampferhitzte Kräuterstempel zum Einsatz kommen, oder erwärmte Steine, die zusammen mit Öl die Muskulatur entspannen.

Die zwei Zauberworte einer jeden Thai-Massage sind „sabai“ und „sanuk“; die beiden thailändischen Vokabeln stehen für „wohl fühlen“ (sabai) und „Spaß haben“ (sanuk).

Bei der traditionellen Thai-Massage werden ausgewählte Massagepunkte druckvoll und ausgiebig mit u.a. Händen, Ellenbogen oder auch Füßen bearbeitet. „Es tut weh, aber es tut gut“: So bringt ANNY KLEMENS die Essenz der Thai-Massage augenzwinkernd auf den Punkt. Die agile, heiter-lebensfrohe Vollblut-Masseurin wuchs im Umland von Bangkok auf. Bereits als Kind wurde sie von ihrer in traditioneller Kräuter- und Heilkunde bewanderten Großmutter in die Geheimnisse der Thai-Massage eingeweiht.

Ihr Lebensweg führte sie 1994 nach Mannheim und in die Pfalz, wo sie die Liebe fand und heiratete. Nach Absolvierung einer zusätzlichen Tempel-Ausbildung in Thailand gründete sie vor einigen Jahren in Mannheim ein eigenes kleines Thai-Massagestudio, dessen merklich gehobene Behandlungsqualität sich bald schon herum-sprach und wachsender Beliebtheit erfreute. Das Regionalmagazin TOP RHEIN NECKAR etwa empfahl ANNY KLEMENS erst in seiner

jüngsten Winterausgabe als Massage-Geheimtipp – und ihre nunmehr in die KURFÜRSTEN PARFÜMERIE umgezogene Massagepraxis als die „vielleicht beste Adresse Mannheims, wenn es um traditionelle Thai-Massage geht.“

Die von tiefgründigem medizinischem, spirituellem und ayurvedischem Wissen durchdrungene Thai-Massage geht auf eine jahrtausendealte Tradition zurück. Sie regt u.a. die Blutzirkulation, den Stoffwechsel und den Lymphfluss an, entspannt die Muskulatur – und soll überdies die Heilung zahlreicher Krankheiten fördern. Vor allem aber dient sie der Gesundheitsvorsorge und ist als solche ein fester Bestandteil der thailändischen Alltagskultur. Der Legende nach wurde die ganzheitliche Massagetechnik bereits vor rund 2.500 Jahren von SHIVAGO KOMARPAJ ins Leben gerufen; er war Arzt und Masseur von SIDDHARTHA GAUTAMA, des gemeinhin als BUDDHA bekannten Begründers des Buddhismus.

Bereits als Kind wurde ANNY KLEMENS von ihrer in traditioneller Kräuter- und Heilkunde bewanderten Großmutter in die Geheimnisse der Thai-Massage eingeweiht.

Die Thai-Massage wird in Thailand auch als „Yoga des faulen Mannes“ bezeichnet. Nicht von ungefähr; denn der Körper des Kunden kommt während der Behandlung immer wieder in Bewegung. Er durchläuft dabei eine Art Gymnastik-Programm aus Dehn- und Streckübungen, ohne dass er selbst dafür mehr tun muss als einfach loszulassen, (tiefen-)entspannt dazuliegen und sich den Freuden des Massagerituals hinzugeben.

Überhaupt ist „Freude“ ein wichtiges Element der Thai-Massage. Die zwei Zauberworte einer jeden Behandlung sind „sabai“ und „sanuk“; die beiden Thai-Vokabeln stehen für „wohl fühlen“ (sabai) und „Freude, Spaß haben“ (sanuk). Sabai und sanuk – viel treffender könnte man wohl auch mit zwei deutschen Worten nicht zusammenfassen, was Sie bei ANNYS KLEMENS' Massagen im INSTITUT DE BEAUTÉ erwartet...





Grüner Duft mit Traumaussicht OLFACTIVE STUDIO – PANORAMA

Gegen diese Immobilie wirkt fast jede Wohnlage ziemlich bescheiden: Die Rede ist von der Sheats-Goldstein-Residenz in Beverly Crest, einem Nobelvorort in den Hügeln im Westen von Los Angeles. Das Foto zeigt die fantastische Aussicht, die man von der luftig gelegenen Luxus-Behausung über die sattgrüne Vegetation hinweg auf die Skyline von Los Angeles hat. Kein Zweifel: Hier oben lässt es sich leben!

Inspiziert von jenem Bild des Fotografen MIGUEL SANDINHA hat der Parfümeur CLEMENT GAVARRY unter dem Dach der Kreativ-Parfüm-

schmiede OLFACTIVE STUDIO den Duft PANORAMA erschaffen. Der Anblick der spektakulären Fotografie und der darauf dargestellten Traumaussicht führte zu einer ebenso traumhaften wie herrlich grünen Parfümkomposition: Um eine prominent in Szene gesetzte Wasabi-Note hat CLEMENT GAVARRY einen duftenden Wundergarten aus Zitrusfrüchten, Bambus-, Feigen- und Veilchenblättern gebaut – raffiniert umgarnt, gewürzt und verfeinert mit köstlichen Noten von Labdanum, Galbanharz, Myrrhe, Kardamom, Patchouli, Vanille, Moschus, Tonkabohne und... frisch geschnittenem Gras.



Ganz in Schwarz DIANE PERNET

Haben Sie schon mal DIANE PERNET gesehen? Wenn Sie jetzt nachdenken müssen, dann vermutlich nicht. Denn die markante Erscheinung dieser Dame vergisst man nicht so schnell: Lady in black, schwarzer Schleier, dunkle Sonnenbrille, Spinnen-Attrappe im weit hochgesteckten Haar.

Die extravagante Pariser Stilikon, Filmemacherin und Modebloggerin („A Shaded View on Fashion“) hat seit 2014 eine eigene Parfümkollektion. Natürlich in Schwarz! Und auch eine stilisierte Spinne auf den Flakons deutet es dezent an: Diese Düfte sind genauso außergewöhnlich wie ihre Schöpferin.



Schmökern mit der Nase RE PROFUMO

Aus Duft kann manchmal Literatur werden – und aus Literatur zuweilen Duft. Im Falle von RE PROFUMO trifft gar beides zu: Da ist zum einen der Schriftsteller FULVIO FRONZONI und sein Prosawerk RE PROFUMO, das in einem unwiderstehlich dekadenten Venedig spielt und vom sagenhaften Reichtum duftender Essenzen inspiriert ist. Und zum anderen sind da die fünf Düfte der gleichnamigen Parfümkollektion, die eben jenem Roman entlehnt sind.

RE PROFUMO lässt Genregrenzen verschwimmen – und Ihre Nase schmökern. In einer Welt aus zauberhaften Düften, die fantasievolle Geschichten erzählen...

Die Anti-Aging-Revolution in der Körperpflege NIANCE – LUXURY ANTI-AGING BODY CARE

NIANCE steht für High-Class-Hautpflege für höchste Ansprüche. Die Produkte der Schweizer Premium-Marke verbinden eine optimale Anti-Aging-Wirkung mit dem Luxus purer Reinheit und bester Hautverträglichkeit.

Als hochwertige Ergänzung zu der exklusiven Anti-Aging-Gesichtspflege haben die Wissenschaftler von NIANCE eine Serie innovativer Körperpflegeprodukte entwickelt. Damit profitiert nun auch Ihr Körper von der langjährigen Anti-Aging-Kompetenz der Pflegespezialisten von NIANCE. High-Tech-Wirkstoffe auf dem neuesten Stand der Forschung in Kombination mit bewährten Ingredienzien aus der NIANCE-Gesichtspflegelinie garantieren perfekte Ergebnisse: Anti-Aging- und Anti-Cellulite-Effekte, Körperformung und Hautstraffung.

Die neue Body-Care-Linie von NIANCE umfasst drei Produkte: Das PREMIUM GLACIER BODY SERUM ist ein hochkonzentriertes Körperserum mit einer traumhaft seidigen Textur für eine optimal geformte Silhouette. Gleichfalls hochkonzentriert, aber speziell auf die Bedürfnisse von Männerhaut abgestimmt ist das ultra-präzise wirkende MEN PREMIUM GLACIER BODY SERUM. Mit der PREMIUM GLACIER BODY CREAM bietet NIANCE außerdem eine zartschmelzende Anti-Aging-Körpercreme für eine straffe, jugendlich-zarte Haut.



Die Haut wird perfekt gepflegt, fühlt sich seidig-weich an, wirkt sichtbar gestärkt und glatter. Elastizität und Spannkraft werden merklich verbessert. Feinste Duftnoten und eine wunderbar geschmeidige Konsistenz runden das Luxus-Erlebnis der Körperpflegelinie von NIANCE ab.

Die luxuriösen NIANCE-Körperpflegeprodukte sind ein wahrer Jungbrunnen für den Körper!



Nischenparfum-Messe in Mailand KUNTERBUNTES TREIBEN AUF DER ESXENCE 2015

Hat bei Ihnen das Jahr 2015 auch so turbulent begonnen? Wir jedenfalls sind bislang schwer damit beschäftigt, all die interessanten Neuheiten zu sichten und zu sortieren. Der Höhepunkt des Reigens an interessanten Nischendüften war bislang die Duftmesse ESXENCE in Mailand, die wir für Sie im Frühjahr wieder besuchten. Und obwohl die Messe ganz in edlem Schwarz gehalten war, entdeckten wir doch unser gewohntes kunterbuntes Sammelsurium an Spezialitäten für Kenner. Allerdings hatte sich die Menge der Aussteller gefühlt verdoppelt!

Doch keine Sorge – natürlich nehmen wir auch weiterhin unsere Aufgabe sehr ernst und trennen die Spreu vom Weizen für Sie, sodass Sie sich sicher sein können, in der KURFÜRSTEN PARFÜMERIE nur die Perlen unter den Neuerscheinungen zu finden. Wir möchten für Sie mehr sein als „nur“ ein Händler für erlesene Düfte, wir sehen uns als Ihr Kuratoren-Team für ausgewählte Duftkostbarkeiten und möchten nur das Beste vom Besten präsentieren. Lassen Sie sich überraschen, welche Juwelen wir diesmal in dem bunten Treiben der Duftneuheiten für Sie handverlesen haben.



Neuheit in Johannisbeerschwarz, Schwanenweiß und Wutrot: **THE VAGABOND PRINCE**

Es gibt Linien, da reichen bereits wenige Duftmoleküle, die an unsere Rezeptoren docken, um ein spontanes „Ohhh ja!“ auszulösen. **THE VAGABOND PRINCE** hat bei uns genau dies verursacht. Der Johannisbeerduft **ENCHANTED FOREST** ist ein wahres Fest für den Freund des fruchtigen Duftes. **SWAN PRINCESS** wartet mit sechs Sorten Moschus auf und wird so zum pudrigen Traum in Weiß. Im roten Flakon erobert uns **LAND OF WARRIORS** – ein kraftvoller Lederduft, dem man gewachsen sein muss.



Gülden gekrönt: **XERJOFF 1861** verdreifacht sich!

XERJOFF 1861 – wer kennt ihn nicht, den Sommer in der Flasche mit dem markanten goldenen Deckel? Zu diesem Duft gesellen sich nun Mitte des Jahres noch zwei Geschwister: **1861 ZEFIRO** und **1861 NAXOS**. Ob bei beiden das zitrische Thema aufrecht erhalten wird? Gehen Sie nicht davon aus...



Neben der **ESXENCE 2015** gibt es auch Neuigkeiten von der **UNSCENT** zu berichten, einer etwas kleineren Messe, die parallel stattfindet.

BOADICEA wird schon bald vier neue Düfte aus ihrer Kollektion für den deutschen Markt freigeben: Seien Sie gespannt auf **CHARIOT**, **MONARCH**, **TORC** und **ICENI**. Eine absolut grandiose Erweiterung der Linie, deren harmonische Komposition immer noch in unseren Nasen nachklingt (Tipp: Freuen Sie sich auf **TORC**!).



PAUL EMILIEN sieht Rot!

Auch von unseren Freunden von **PAUL EMILIEN** gibt es Neues zu berichten: Der Duft **CHALEUR GITANE** wird bald mit der Farbe Rot in das schöne Sortiment einziehen. Patchouli, Texaszeder, Himbeere und Vetiver versprechen der Trägerin ein verruchtes Erlebnis, das der leidenschaftlichen Farbe nur zu gerecht wird.



MANCERA macht Blau!

Die von Ihnen wunderbar angenommene Linie von **MANCERA** macht Blau! Zum Glück nicht, wenn es um die Kreation von Duftneuheiten geht, sondern – nun ja – eben doch, wenn es um die Kreation von Duftneuheiten geht: **SO BLUE** und **AOUD BLUE NOTES** wird **MANCERA**-Kenner überraschen (und begeistern, wie wir hoffen!). Die in Blau gehaltenen Düfte versprechen frische und aquatische Töne im Hause **MANCERA**! Ein Meeres-Oud? Wie das wohl duftet? Wir verraten es Ihnen schon jetzt: einfach traumhaft!

TIZIANA TERENZI „weiß“ es besser!

Mit einer vier Düfte umfassenden Kollektion namens **LUNA** klärt uns **TIZIANA TERENZI** über Sternbilder auf und verführt uns mit weißen Flakons, die nahezu magische *Extraits de Parfum* enthalten. Die Düfte erzählen von vergangenen Geschichten, die in uns wiederbelebt werden wollen.





john varvatos

ARTISAN ACQUA

Kleider, Düfte, Rock`n`Roll JOHN VARVATOS

Bei JOHN VARVATOS verschmelzen seit jeher die Genres und fließen ineinander über: Krachende Rockmusik inspiriert schicke Kleiderkollektionen, lässige Männermode gerinnt zu noblen Herrendüften. Gefragt, wie er eigentlich zum Modedesign gekommen sei, sagte JOHN VARVATOS einmal: „Gewissermaßen durch Musik. Als ich auf der High School war, wollte ich richtig cool aussehen; also versuchte ich immer, mich wie ein Rockstar zu kleiden“.

Von diesem Flair ist der 1955 in Detroit geborene Modedesigner bis heute umgeben. Und längst ist der begeisterte Rock`n`Roll-Fan selbst zum Rockstar geworden: zum Rockstar der Laufstege, der Modewelt – und in den Parfümerieregalen. Sein Weg zur amerikanischen Fashion-Ikone führt von seinem Einstieg bei RALPH LAUREN im Jahr 1983 über namhafte Stationen wie CALVIN KLEIN, LONDON FOG und NAUTICA. 1999 gründet er schließlich sein eigenes Herrenmode-Label – JOHN VARVATOS und sein charakteristischer, lässig-eleganter Stil werden endgültig zur Marke.

2004 erscheint der erste Duft des Kult-Couturiers: JOHN VARVATOS CLASSIC. Nach dem aromatischen, würzig-warmen Herrenparfum VINTAGE (2006) zündet VARVATOS 2009 mit ARTISAN eine wahre Zitrus-Explosion, die von Gewürz-, Floral- und Holzakzenten flankiert wird. Vier Jahre danach lanciert er ARTISAN ACQUA – eine leichter formulierte „Sommer-Variation“ von ARTISAN. In dem mediterranen Eau de Toilette vermengen sich delikate Zitrus-, Kräuter- und Gewürznoten, Harze und Blumen zu einer grandiosen Parfum-Ode an den Sommer am Mittelmeer.

Betont sommerlich ist auch das luftige „Kleid“, in das der Duft gehüllt ist. Überhaupt sind die im Vintage-Stil gehaltenen VARVATOS-Flakons stets individuell eingekleidet: Mal mit Rattan, mal mit Leder – oder, wie im Falle von ARTISAN ACQUA, mit einem Mantel aus handgeknüpftem Seil. Ein Modedesigner wäre eben kein echter Modedesigner, wenn nicht auch seine Parfums stilvoll gekleidet wären...



*Pssst...
mal unter
uns!*

Meine fünf ganz persönlichen Duft- und Beauty-Perlen

Haben Sie sich schon einmal gefragt, warum dieses Magazin so aussieht, wie es aussieht, oder woher die aktuellsten Beiträge auf der Facebook-Seite der KURFÜRSTEN PARFÜMERIE stammen? Für all dies und noch mehr ist seit Oktober 2010 SASCHA MEIER verantwortlich. Der gelernte Mediengestalter kümmert sich um die medialen Auftritte unseres Hauses und berät die Kunden unseres Online-Shops – sein Wissen im Bereich der Herrendüfte und –pflege wird von vielen geschätzt.

Und wenn Ihnen auf www.essenza-nobile.de einmal ein außergewöhnlich poetischer Text begegnet, der Sie regelrecht zum Träumen einlädt, ist die Wahrscheinlichkeit groß, dass er von SASCHA MEIER ist...



JAMES HEELEY – VETIVER VERITAS

Vetiver in seiner reinsten Form – buchstäblich eine Wucht!
Als Dufterlebnis kaum zu vergleichen.

J.F. SCHWARZLOSE BERLIN – TREFFPUNKT 8 UHR

Würzig und knackig und seit Jahren einer meiner liebsten Düfte
– ein echter Allrounder für alle Gelegenheiten.

BAKEL – SUNCARE – FACE SPF 50+

Ich liebe die Sonne, aber meine empfindliche Haut verträgt sie leider nicht so gut – deshalb brauche ich einen starken Schutz.

ORMONDE JAYNE – ZIZAN

Mein Duft der Wahl vor allem in der wärmeren Jahreszeit – frisch und würzig, ein echter Wohlfühlduft!

ERNO LASZLO –

PHELITYL PRE-CLEANSING OIL & PHELITYL CLEANSING BAR

Die perfekte Reinigung für empfindliche Haut – das Öl beruhigt die besonders empfindlichen Stellen, und die milde Seife reinigt gründlich ohne auszutrocknen.



Feueralarm im amerikanischen Duftehimmel D.S. & DURGA

„Feuer! Es brennt, es brennt!“: Im Friseurladen Curling Bros. in Westlake, New York brach im Jahr 1891 ein großes Feuer aus. Auch viele Rasierwasser-Fläschchen standen in hellen Flammen. Nachdem der Brand gelöscht war, wurde eine solche Flasche gefunden – angeschmort, aber halb voll. Den aparten Duft, der jener Flasche entströmte, hat D.S. & DURGA mit dem Parfum BURNING BARBERSHOP in die Gegenwart hinübergerettet...

Es sind nicht „einfach bloß“ Düfte, die die New Yorker Parfumschmiede D.S. & DURGA in ihren Flakons abfüllt – es sind ganze Geschichten, die in Düften neu erzählt werden. Die Parfums schwelgen genüsslich in Erinnerungen an „good old America“; etwa an den legendenreichen Wilden Westen (COWBOY GRASS), altindianische Medizinrituale (MISSISSIPPI MEDICINE), das Boston der 1980er Jahre (BOSTON IVY) oder die große Ära der amerikanischen Trapper (FREETRAPPER). Aber auch außeramerikanische Themen werden olfaktorisch in Szene gesetzt: Von mediterranen Zitrus-Essenzen (ITALIAN CITRUS) bis hin zu einem Parfum, das dereinst die Aristokratin ANNA VLADOSKA in rauschenden russischen Ballnächten trug (SIBERIAN SNOW).

Inspiriert von alten Legenden, traditionellem Kräuterwissen und Überlieferungen aus der amerikanischen Historie erzählen die Düfte von D.S. & DURGA grandiose Geschichten – von verruchten Frauen und wilden Cowboys, vornehmen Edelleuten und wagemutigen Pionieren...





Ein Hauch von Capri in New York CARTHUSIA – THE ESSENCE OF CENTRAL PARK

CARTHUSIA ist die traditionsreiche Parfum-Manufaktur der Insel Capri. Die Namen und Themen ihrer Düfte zeugen vielfach von der tiefen Verwurzelung der Marke in ihrer mediterranen Heimatregion. Ein CARTHUSIA-Parfum mit dem Titel THE ESSENCE OF CENTRAL PARK verblüfft da zunächst; wir haben einmal nachgefragt – und CARTHUSIA-Inhaber SILVIO RUOCCO hat uns erzählt, wie es zu dem Tête-à-Tête zwischen der Sonneninsel im Golf von Neapel und dem berühmten New Yorker Stadtpark kam:

„Warum der Central Park? Weil er eine grüne Insel im Herzen von Manhattan ist und die Begegnung der Essenzen der beiden Inseln zwangsläufig einen außergewöhnlichen Duft hervorbringen musste. Ich bin aus geschäftlichen Gründen häufig in New York und da ich ein „Runner“ (Dauerläufer) bin, komme ich nicht umhin, stets eine Runde in diesem bezaubernden Park zu drehen – daher die Idee.“

Mit seinen fast 400 Pflanzenarten ist der Central Park eine reichhaltige Fundgrube für jeden Parfumschöpfer, ebenso wie die ohnehin besonders artenreiche Flora Capris. Und so ist der Duft THE ESSENCE OF CENTRAL PARK mit seiner vibrierenden Melange aus Zitrusfrüchten, Blumen, Gewürzen und Harzen wie eine botanische „Best-of“-Auslese zweier ganz besonderer Inseln...

Übrigens: CARTHUSIA hat eine Parkbank im Central Park „adoptiert“! Von jedem verkauften Parfum THE ESSENCE OF CENTRAL PARK geht ein kleiner Betrag an die CENTRAL PARK CONCERNANCY – für den Erhalt der einzigartigen „grünen Insel“ New Yorks.



Frei nach Nase LE CERCLE DES PARFUMEURS CREATEURS

Stellen Sie sich sechs Top-Parfümeure vor, die allesamt schon so manche Perlen der modernen Parfümeriewelt geschaffen haben – und die nun freie Hand haben, ihr „ideales Parfum“ zu kreieren. Ohne einengende Vorgaben, Einschränkungen, Erwartungen. Frei nach Nase und Intuition. Willkommen im LE CERCLE DES PARFUMEURS CREATEURS!

Die kleine, sehr persönliche Parfumkollektion offenbart auf charmante Weise, was dabei entstehen kann, wenn sechs ausgewiesene Meisternasen – NATHALIE FEISTHAUER, CÉCILE MATTON, JULIE MASSÉ, KARINE CHEVALLIER, AMÉLIE BOURGEOIS und ANTOINE LIE – im Parfumlabor so richtig „freidrehen“ dürfen. Da finden die wundertollsten Paare zueinander: Persische Limetten tanzen mit Vetiver, schwarze Feigen flirten mit Absinth, Magnolien verabreden sich mit Kassien zu einem floralen Rendezvous. Tuberosen lassen sich im Glücksrausch mit in Kakao getauchten Rosen ein, Irisblüten werden feierlich mit Safran vermählt – und Zitronen springen ausgelassen und vergnügt zusammen mit rumgetränkter Minze in einen Mojito-Cocktail...



- seit 1989 -

PICCOLINI

TRENDIGES & SCHÖNES FÜR BABYS & KIDS



Besuchen Sie uns auf www.piccolini-online.de oder in unserem Geschäft in Mannheim **P7,5 Fressgasse** Tel. 0621-26411 wir freuen uns auf Ihren Besuch.

Drei Märchen in Düften THE VAGABOND PRINCE

Willkommen im Land der verwunschenen Wälder, furchtlosen Reiter und holden Schwanen-Prinzessinnen! Die drei Düfte der märchenhaften Parfummollektion THE VAGABOND PRINCE verzaubern schon beim ersten Hinschauen; und wenn dann erst die kunstvoll gestalteten Parfümfläschchen ihre duftenden Geheimnisse preisgeben, werden in so mancher Nase kleine Wunder wahr...

THE VAGABOND PRINCE ist eine internationale Koproduktion: Während das Parfümhaus seinen Sitz in Kalifornien hat, werden die Parfums komplett in Frankreich hergestellt – von den Verpackungen und Flakons bis zu den Düften selbst, die der französische Meisterparfümeur BERTRAND DUCHAUFOR mit viel Liebe zum zauberhaften Detail komponiert hat.

Die künstlerische Gestaltung wiederum hat ihre Wurzeln unverkennbar in Russland; sie ist inspiriert von drei Stilarten der russischen Volkskunst: Chochloma, Mezenskaya und Permogorka. Diese sehr charakteristische Note hat die Künstlerin ELENA KNEZHEVICH der Parfummollektion hinzugefügt; die aus Russland stammende Kunst- und Düfte-Liebhaberin ist auch bekannt als Mitbegründerin von FRAGRANTICA, der großen Internet-Plattform und Online-Enzyklopädie für Parfums.

THE VAGABOND PRINCE ist ein Abenteurer, ein kühner Entdecker und romantischer Träumer. Veronnen streift er durch in Moschus gebadete Blumenfelder (SWAN PRINCESS), reitet auf einem wilden, ungestümen Pferd über Straßen aus rumgetränktem Leder und Eichenholz, die von Granatäpfeln, Wacholder und Veilchen gesäumt sind (LAND OF WARRIORS) – und verbringt seine Vagabundennächte in von schwarzen Johannisbeeren umrankten Zauberwäldern (ENCHANTED FOREST).

P.S.: Für mögliche Zustände von vorübergehender Verzauberung übernehmen wir bei dieser Parfümlinie ausdrücklich keine Haftung!





Kult-Parfums mit Scherenschnitt J.F. SCHWARZLOSE BERLIN – ART EDITION 2015 BY BENDIX BAUER

Mit der alljährlich erscheinenden ART EDITION verbindet das Parfumhaus J.F. SCHWARZLOSE BERLIN Düfte mit Kunst. Für die Gestaltung der diesjährigen, auf je 200 Exemplare limitierten Sonderauflage der fünf Kult-Parfums konnte der Künstler BENDIX BAUER gewonnen werden. Mit seinen filigranen Zeichnungen gehört er zu den erfolgreichsten deutschen Illustratoren; er arbeitet für renommierte Mode- und Lifestyle-Magazine wie die AD Germany, GQ oder das TUSH Magazin.

Die Illustration der ART EDITION 2015 ist in klassischer Scherenschnitt-Optik gehalten: Der Berliner Bär öffnet die Flasche – und es präsentiert sich ihm die facettenreiche Welt von J.F. SCHWARZLOSE BERLIN in einem Bild. Klassische Motive wie ein 1A-33-Oldtimer vereinen sich mit mystischen Figuren; etwa ein mit einer Jungfrau ringender Zentaur oder der Zeitgeist auf dem Pegasus. Dabei wurden die Farben für die jeweiligen Umverpackungen vom Künstler persönlich ausgewählt: Vom warm-orangen TREFFPUNKT 8 UHR und dem türkisfarbenen ZEITGEIST über den in traditionellem Beige gehaltenen 1A-33 bis hin zum lila-blauen RAUSCH und dem mystisch-violetten TRANCE bietet die ART EDITION 2015 allen Sammlern und Liebhabern schöner Kleinode ein wunderbares Kaleidoskop aus Farben, Düften und Motiven.