Modische *Duft*-Spur

Wie erfolgreich die Kombination aus Fashion und Parfüm ist, zeigt der Luxuskonzern Puig.

BRITTA BIRON

Barcelona. Paul Poiret war 1911 der erste Modeschöpfer, der passende Düfte zu seinen edlen Kreationen anbot. Seither sind fast alle Fashiondesigner diesem Vorbild gefolgt – mit guten Grund.

Wohlriechende Essenzen gelten seit der Antike als luxuriös und passen damit perfekt zum Image der Nobelmarken aus der Modewelt. Gleichzeitig sind Parfüms aber vergleichsweise günstig und ermöglichen auch Kundengruppen, für die teure Designermode unerschwinglich ist, sich einen Hauch von Luxus zu gönnen. Wie erfolgreich die Paarung von Duft und Mode ist, zeigt der spanische Luxuskonzern Puig, zu dem mit Nina Ricci, Carolina Herrera, Paco Rabanne und Jean Paul Gaultier vier bekannte und begehrte Mode- und Duft-Marken sowie die Parfümlizenzen weiterer Topbrands aus der Mode gehören.

© Jean Paul Gaultier (2)

Der erfolgreichen Parfümgeschichte von Jean Paul Gaultier hat Konzernmutter Puig mit Scandal ein neues Kapitel hinzugefügt.

Satte Zuwächse

2016 – ein Jahr, das für die Luxusbranche im Schnitt nur magere Zuwächse gebracht hat – konnte Puig seinen Nettoumsatz um immerhin neun Prozent auf 1.790 Mio. € steigern. Beim Reinerlös erzielte man, trotz der höheren Aufwendungen im Zusammenhang mit der Integration von Jean Paul Gaultier, 155 Mio. €; das entspricht sogar einer Steigerung von 23%. Wichtigster Wachstumstreiber war die Duftsparte, vor allem die Neulancierungen von L'Homme und La Femme (Prada), Luna (Nina Ricci) und Good Girl (Carolina Herrera).

Letztere hat sich als besonders erfolgreich erwiesen. In allen Märkten, in denen die Duftkreation bisher lanciert wurde, rangiert sie unter den Top-Sellern.

Neulancierung

Und es ist nicht unwahrscheinlich, dass Scandal, die neue Duftkreation von Jean Paul Gaultier, die seit September am Markt ist, diesem Beispiel folgen wird. Denn die Übersetzung des ikonischen, etwas provokanten Modestils der Marke in die Welt der Düfte ist auf allen Ebenen perfekt gelungen. Der Duft ist facettenreich und unkonventionell und balanciert durch den Mix aus floral-zitrischen Noten und sinnlichen Honig- und Patschuli-Nuancen gekonnt am schmalen Grat zwischen Leichtigkeit und Laszivität. Dazu passt das neue Flakondesign mit den neckisch-verführerisch nach oben gestreckten Frauenbeinen ebenso wie die Werbe- und Marketingkampagne. Angesichts der realen politischen Skandale ist das frivole Treiben der fiktiven Ministerin, die im Mittelpunkt der Story von Scandal steht, aber kaum skandalös …

Longchamp Launch der ersten Brillenkollektion

Schöne Aussichten

Paris. „Brillen sind eine ergänzende und sinnvolle neue Produktkategorie für uns. Sie waren das fehlende Puzzlestück, das es noch brauchte, um unser Portfolio ebenso wie die Garderobe der Longchamp-Frau abzurunden und zu optimieren", erläutert Jean Cassegrain, CEO von Longchamp, die Entscheidung für die Sortimentserweiterung.

Entstanden ist die erste Kollektion in Zusammenarbeit mit Marchon Eyewear, einem Unternehmen, dem bereits eine Reihe von Nobelmarken wie Chloé, Diane von Fuerstenberg, Étro, MCM, Marni oder Salvatore Ferragamo ihre Sehbehelfe anvertrauen.

Chic mit Pfiff

Longchamps Brillenkollektion besteht aus sieben Modellen in verschiedenen Farbvarianten; das Design nimmt Bezug auf Elemente, die von den Taschen bekannt sind. So lässt sich eine Brille wie die Le Pliage zusammenfalten. *(red)*

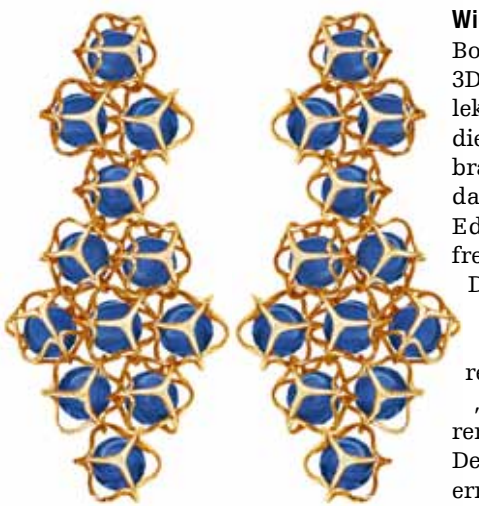
© Longchamp (2)

Front und Bügel lassen sich nach dem Vorbild der Le Pliage-Tasche zusammenfalten.

Embrace Marie Boltenstern erweitert ihre innovative Linie von Schmuck aus dem 3D-Drucker um neue Modelle

Käfighaltung für Kristalle und Edelsteine

© www.stefanjoham.com (2)



Algorithmen und Hightech-Drucker ermöglichen außergewöhnliche Geometrien.

Wien/Berlin. Im Vorjahr hat Marie Boltenstern die weltweit erste, im 3D-Druck hergestellte Schmuckkollektion präsentiert, kürzlich folgte die zweite. Sie trägt den Titel „Embrace" – ein treffender Hinweis auf das Kernelement: ein von einem Edelmetallkäfig umschlossener, frei beweglicher Stein. Ein solches Design ließe sich mit den traditionellen Fertigungsmethoden im Goldschmiedehandwerk nicht realisieren.

„Schmuck ist Architektur in ihrer kleinsten Form. Und erst mein Denken in multiplen Dimensionen ermöglicht es mir, Teile zu kreieren, die unglaublich komplex sind", erklärt Boltenstern.

Die Kollektion umfasst verschiedene Schmuckstücke wie Armbänder, Ohrringe, Ringe, Ketten und Manschettenknöpfe, die sowohl in Sterlingsilber, kombiniert mit Swarovski-Kristallen, als auch in der Nobelversion aus 18-karätigem Gold oder Platin und mit echten Edelsteinen erhältlich sind.

Von günstig bis teuer

Die Preise liegen je nach Modell und Material zwischen 75 und 75.000 €; damit eignet sich Embrace (erhältlich unter anderem bei Von Köck in Wien) für alle Schmuckliebhaber, egal wie groß oder klein das Budget ist. *(red)*

SHORT

Viele Karat statt vieler Kalorien

© Bulgari (2)

Augen- statt Gaumenschmaus: die Tortenringe der Bulgari Festa-Serie.

Rom. Als Hommage an die italienische Lebensfreude, die sich gern durch ausgelassene Feste ausdrückt, hat Bulgari eine neue High-Jewellery-Kollektion lanciert.

Die Schmuckstücke der Festa-Serie beeindrucken nicht nur mit hochkarätigen Edelsteinen, sondern auch mit ihrem außergewöhnlichen Design. Zu den Highlights zählen die Ringe in Form von Schokoladen-, Kirsch- oder Pistazienkuchen – ganz ohne Kalorien und für das Portemonnaie ein echtes Abnehmprogramm. *(red)*

Kitty Montgomery in Kasachstan

© Kitty Montgomery

Das Expo-Building in Astana diente als Kulisse für die edle Knitwear aus Wien.

Wien/Astana. Außergewöhnliche Locations für Modeshootings sind kein Vorrecht großer, internationaler Luxusmarken, dachte sich Sonja Ortner, Inhaberin des kleinen, feinen Wiener Kaschmir-Labels Kitty Montgomery. Also packte sie die Koffer mit den Neuheiten für Frühling/Sommer 2018, flog nach Astana und ließ kasachische Models in den chicen Kreationen vor der futuristischen Expo-Kulisse defilieren. *(red)*

Auf dem ganz chicen Holzweg

© Faber-Castell (4)

Die Serie umfasst Füllfeder, Kugelschreiber, Drehbleistift und Tintenroller.

Stein/Nürnberg. Die Schreibgeräte der Classic-Reihe der deutschen Nobelmarke Graf von Faber-Castell präsentieren sich jetzt auch in feinem Makassar. Das dunkle Edelholz mit der markanten Maserung, das die Hülle der schlanken Stifte bildet, wurde mit aufwendiger Kannelierung versehen, was für einen guten Griff sorgt. Die Metallteile tragen eine hell-dunkel changierende PVD-Beschichtung aus Titan. *(red)*