



Durch die Vergrößerung der Geschäftsfläche konnte auch das Produktangebot in Staudigls Naturparfümerie erweitert werden.



Heim für *Naturschönheiten*

Die Naturparfümerie Staudigl präsentiert sich mit neuem Konzept, mehr Raum und erweitertem Sortiment.

BRITTA BIRON

Wien. „Als das Geschäft neben uns frei wurde und sich dadurch die Möglichkeit zur Vergrößerung ergab, war der erste Gedanke: Wir geben der Schönheit ein neues Zuhause. Ein Zuhause bedeutet Heimat, Schutz, Geborgenheit, Wohlfühlen, Entspannung, Einkehr, soziale Interaktion vor allem aber auch Intimität und Individualität. Aus diesem Zugang hat sich das neue Konzept wie von selbst entwickelt“, umreißt Christina Wolff-Staudigl, Chefin der bekannten Naturparfümerie, die sich jetzt über gut 200 m² erstreckt und nach Feng Shui-Prinzipien eingerichtet ist, das neue Konzept. Es bezieht sich allerdings „nur“ auf die optische Gestaltung, weiterhin wird wie bisher ausschließlich auf Naturkosmetik gesetzt.

Ein besonderer Bereich ist das „Frauenzimmer“, ein sehr feminin mit rosa Wänden, verspielten Möbeln und Blumenvorhängen eingerichteter Raum für individuelle Beratung und eine besondere Behandlung, das Skin-Work-Out.

Refugium für die ...

„Diese Gesichtsbehandlung mit dem ‚AquaFit SkinTrainer‘ fühlt sich an wie eine Speedboot-Fahrt übers Meer und wirkt im Grunde wie Sport – daher auch der Name“, erklärt Wolff-Staudigl. „Die Haut wird dabei mit einem Natriumchloridstrahl und einem Druck von ca. sieben Bar massiert. Diese belebende Aqua-Dermabrasion optimiert die hauteigene Vitalität und Regeneration. Die Haut wird von überschüssigen Hornschüppchen befreit und entgiftet, die Elastin-

und Kollagenbildung stimuliert, der Feuchtigkeitshaushalt optimiert, Hyperpigmentierungen und Narben reduziert, die Zellatmung stimuliert und der Stoffwechsel aktiviert. Danach fühlt man sich vitalisiert und erfrischt, die Haut zeigt sich verfeinert, prall und schön.“

Ein weiterer Vorteil ist, dass ein Skin-Work-Out nur maximal 20 min. dauert, sich also auch vor einem besonderen Anlass oder zwischen zwei Business-Terminen erledigen lässt. Wer mag, kann sich im Anschluss gleich auch am Schminkplatz nach den neuesten Trends weiter verschönern lassen.

... natürliche Schönheit

Auch die Männer haben einen eigenen Bereich bekommen; zwar kein ganzes Zimmer, aber eine Mini-Lounge in der Auslage.

Durch die Vergrößerung konnte auch das bereits sehr umfangreiche Sortiment weiter ausgebaut werden – einerseits mit neuen Produkten von Marken, die bereits län-

die Make up-Marken Nui und Axiology, die handgemachte Rasierseife von Meissner Tremonia sowie die Hautpflege-Linie von Skin Design London.

Für all jene, die beim Kauf von Beautyprodukten nicht nur auf Ökologie, sondern auch auf Regionalität Wert legen, werden die heimischen Naturkosmetik-Marken wie etwa Susanne Kaufmann Bioemsan, Less is more oder Pure Skin Food in einem eigenen Österreich-Regal präsentiert.

Wer keine Gelegenheit hat, die Naturparfümerie zu besuchen, hat auch kein Problem: Das gesamte Sortiment, das Haut-, Haar- und Körperpflege, dekorative Kosmetik, Sonnenschutz, Spezialprodukte für Männer und Mutter & Kind sowie Parfums und ätherische Öle umfasst, gibt es natürlich auch über den Staudigl-Onlinestore.

„Das Geschäft wurde nach Feng Shui-Prinzipien eingerichtet.“

CHRISTINA WOLFF-STAUDIGL

ger im Sortiment sind, andererseits sind auch neue Brands dazugekommen. Dazu zählen etwa die Naturparfums von Björk & Berries, Abel, Atelier Cologne und Jacques Zolty,

Obizzi Goldschmiedin Stefanie Derhaschnig startet mit eigenem Label und Store

Neues Schmuckkästchen

Wien. Goldschmiedin wollte Stefanie Derhaschnig schon als Teenager werden, studiert hat sie dann allerdings in Paris, Brüssel und Barcelona internationale Betriebswirtschaftslehre. Wieder zurück in Wien und nach der Geburt ihrer Kinder erlernte sie ihren ursprünglichen Traumberuf beim Wiener Goldschmiedelehrgang und machte sich als Schmuckdesignerin selbstständig.

Spezieller Look

Was noch fehlte, war ein Markenname und ein eigenes Geschäft. Beides fand sich dann, als die Jungunternehmerin auf die Räum-

lichkeiten im Palais Obizzi stieß, in denen über drei Generationen ein Uhrmacherbetrieb seinen Sitz hatte.

Derhaschnig griff zu, taufte ihre Marke auf den Namen des historischen Gebäudes und beauftragte den Interior-Designer Felix Muhrhofer, eine Einrichtung zu entwerfen, die sowohl dem speziellen Charme der Location als auch dem besonderen Stil ihres Schmucks entspricht.

Mit dem dunklen Fischgrätparkett und skulpturalen Möbeln aus Bronze, Holz und Terrazzo ist die Verbindung aus archaischer Ursprünglichkeit, femininer Eleganz, historischem Flair und avantgar-

distischem Look auch perfekt gelungen und verleiht dem Geschäft eine einzigartige Note.

Integriertes Atelier

Derhaschnig verwendet für ihre Kreationen nur recyceltes bzw. fair gehandeltes Gold und Silber, bei den Edelsteinen – vor allem den größeren Exemplaren – greift sie gern zu ungewöhnlichen Schliffformen.

Im Store kann man nicht nur die fertigen Stücke bewundern, sondern der Künstlerin auch bei ihrer Arbeit zusehen – die Werkbank ist in einer Fensternische gleich im Verkaufsraum untergebracht. (red)



Das Design des Stores sowie der Schmuckstücke von Obizzi ist außergewöhnlich.