

SHORT

Neuer Store von Karin Van Vliet



Die Kosmetik up-to-date, Store-design und Fashion im Retro-Look.

Wien. Der im charmanten Vintage-Stil eingerichtete, rund 165 Quadratmeter große, neue Standort am Lugeck bietet die gesamte Palette der Karin Van Vliet-Kosmetikprodukte, die eigene Modelkollektion der Beauty-Expertin sowie Accessoires, Schmuck und Taschen.

Neben erstklassiger fachlicher Beratung werden auch Schminkurse zu verschiedenen Themen oder nach persönlichem Kundenwunsch angeboten. (red)

Roeckl-Flagship in der City



Das puristisch-moderne Storedesign rückt die edle Ware in den Fokus.

Wien. Das Münchner Nobellabel Roeckl, das heuer seinen 180. Geburtstag feiert, ist wieder mit einer eigenen Dependance in der Wiener City vertreten.

Der rund 40 Quadratmeter große Flagship-Store liegt in der Kärtnerstraße und bietet neben Lederhandschuhen auch eine Reihe weiterer, für den perfekten Look notwendiger Modeaccessoires wie Handtaschen, Tücher und Schals, Kleinleiderwaren und Hüte; das spiegelt sich auch im geschmackvoll präsentierten Warenangebot wider. (red)

Chic mit oder auch ohne Inhalt



Die Vasen von Jonathan Adler gibt es jetzt bei der Fiori Company.

Wien. Jüngster Neuzugang im Sortiment der beiden Fiori Company-Blumenboutiquen (Ringstrassen-Galerien und Hansen Kempinski Vienna) sind Vasen des New Yorker Designers Jonathan Adler.

Dank ihrer außergewöhnlichen Optik setzen sie nicht nur Blumenbouquets perfekt in Szene, sondern sorgen auch im Leerzustand für dekorative Highlights. (red)



Valmont-Chef Didier Guillon hat kürzlich in München einen Monobrand-Store eröffnet. Wie alle bisherigen verbindet auch er Highend-Kosmetik mit Modern Art.



Ort für *Beauty* & Kunst

Luxuskosmetik kaufen und Contemporary Art bewundern – im La Maison Valmont kann man beides.

BRITTA BIRON

München. „Ich habe einen persönlichen Bezug zu München, da ich beruflich hier schon viele Male zu tun hatte und immer sehr gern in der Stadt bin, auch während des Oktoberfests. Die Maximilianstraße hat nicht nur eine wunderbare Geschichte, sondern sie ist auch die Straße mit einer unglaublich hohen Konzentration an Luxus-Brands. Deshalb passt es perfekt“, erläutert Valmont-Inhaber Didier Guillon, warum die Wahl des Standorts für die mittlerweile siebente Beauty-Boutique auf die bayerische Hauptstadt gefallen ist.

Das La Maison Valmont liegt in einem ehemaligen Kutschenhaus mit interessanter historischer Architektur, die gekonnt in das sehr stylische und feminin-elegante Ladenaesign integriert wurde, und

erstreckt sich über drei Stockwerke mit insgesamt rund 300 Quadratmetern.

Luxuriöses Flair

Im Verkaufsraum im Erdgeschoss wird die gesamte Highend-Pflegekollektion für Gesicht, Körper und Haare präsentiert, die eigene Duftlinie „Storie Veneziane“, deren Flakons mit handgefertigten Masken aus Muranoglas verziert sind, sowie feinste italienische Parfums der Nischenmarke „Il Profvmo“.

Ergänzt wird das Sortiment mit besonderen Modeaccessoires und Dekorationsgegenständen für das Heim, darunter mundgeblasene Vasen aus Murano, edle Schreibgeräte oder außergewöhnlicher Modeschmuck.

Im ersten Stock befindet sich das hauseigene Kosmetikstudio mit

zwei Kabinen, in denen verschiedene Anti Aging-Treatments geboten werden. Um Schönheit – allerdings nicht um jene von Körper und Gesicht – geht es auch im Untergeschoss.

Das gesamte Stockwerk fungiert als Ausstellungsfläche für Objekte aus der firmeneigenen Sammlung moderner und zeitgenössischer Werke. Dazu zählen etwa Zeich-

nungen von Nuno Raminhos, die Guillon eigens für die Münchner Dependance auf Plexiglas installierte, oder das Werk „Sister“ des gefragten Berliner Street Art-Künstlers El Bocho, dessen Frauenfiguren auch in allen Valmont-Dependancen zu sehen sind.

Im Zeichen der Schönheit

„Unser Herz ist die Kosmetik. Aber ein Ort wie dieser muss lebendig sein. Deshalb passt die Kunst perfekt dazu“, sagt Guillon, für den Kunst sowohl eine persönliche Leidenschaft als auch Inspirationsquelle für die Gestaltung der Produkte darstellt.

Die gibt es – zum Glück für alle, die kein La Maison Valmont oder einen der handverlesenen Handelspartner in der Nähe haben – auch im eigenen Online-Store.

„Die Kunst stellt eine wichtige Inspirationsquelle für Valmont dar.“

DIDIER GUILLON, VALMONT-CHEF

Sicherer Hafen Die Shopping-Mall auf dem royalen Hotelschiff in Dubai ist made in Austria

Nobelshopping auf der Queen Elizabeth 2

Dubai/Amstetten. Auf große Fahrt geht das legendäre Kreuzfahrtschiff Queen Elizabeth 2 zwar nicht mehr, es bleibt aber weiterhin ein Ort für Exklusivität und Luxus. Seit April des Vorjahres dient der historische Nobeldampfer, fix verankert im Mina Rashid-Hafen in Dubai, als Luxushotel-Unterkunft und bietet Kulinarik und Unterhaltung auf Topniveau. Die Queen Elizabeth 2 verfügt über 224 Suiten und Gästezimmer, 13 Restaurants und Bars, ein Spa, ein Theater, ein Fitnesscenter, einen Pool und eine 400 Quadratmeter große Shopping-Mall.

Diese wurde als letzter Schritt der Umgestaltung des Schiffs vom österreichischen Storedesign-Ex-

perten Umdasch nach Plänen von Retail Concepts Design aus Dubai gebaut

Edles Design

Feine Spiegelmosaiken, Böden mit nautischen Intarsien und glänzende Messingelemente erinnern an die Zeiten, als Kreuzfahrten ausschließlich einer gut betuchten Klientel vorbehalten waren, die Skulptur eines Kamels, das den Eingang zur Mall „bewacht“, sowie die mit Mashrabia-Mustern verzierten Holzvertäfelungen sind dagegen Zitate an die neue arabische Heimat des schwimmenden Luxushotels. (red)



Den Eingang zur Luxus-Shopping-Mall bewacht ein goldenes Kamel.