

## SHORT

## Klassiker mit neuer Rezeptur



Neben der Formulierung wurde auch der ikonische Flakon überarbeitet.

**New York.** Seit 1982 am Markt, wurde das Advanced Night Repair Serum von Estée Lauder immer wieder dem neuesten Stand der Anti Aging-Forschung entsprechend verbessert.

Die neueste, bis 2033 patentierte Rezeptur setzt auf Epigenetik und enthält ein spezielles Mikro-Signalmolekül, das den natürlichen Regenerationsmechanismus der Haut noch stärker als bisher stimuliert; der Alterungsprozess wird dadurch deutlich verlangsamt. (red)

## Schmuckes Geburtstagskind



Drei Armspangen und eine Uhr bilden die Jubiläums-Kollektion.

**Genf.** Possession ist eine der erfolgreichsten Linien von Piaget und feiert heuer 30. Geburtstag.

Zur Feier des Jubiläums wurden drei neue Armspangen aus 18karätigem Gelbgold kreiert. Je nach Modell sind sie mit 30, 90 oder 182 Diamanten im Brillantschliff besetzt. Hochkarätig präsentiert sich auch die auf 130 Stück limitierte Jubiläums-Version der Possession-Uhr: Auf dem Zifferblatt und der drehbaren Lünette funkeln 334 der kostbaren Edelsteine. (red)

## Jahreszahl als Designelement



Die Since 1854-Kollektion zeigt, wie stylish Zahlen sein können.

**Paris.** Mit der Inschrift „1854“, die sich mit dem klassischen Monogramm-Muster verbindet, erinnert Creative Director Nicolas Ghesquière an das Gründungsjahr der Marke Louis Vuitton.

Das neue Muster prangt – in den Farbvarianten bordeaux & creme oder schwarz & creme – auf Taschen wie der Speedy, der Dauphine Bag oder der Petit Noe, Kleidungsstücken und Accessoires. Die Since 1854-Kollektion ist ab 25. September erhältlich. (red)

## Farben-prächtigt

Carl F. Bucherer treibt es bei seinen diesjährigen Uhrenneuheiten ziemlich bunt.

BRITTA BIRON

**Luzern.** Knallfarben sind in der Haute Horlogerie eher die Ausnahme. Auch das Sortiment der Genfer Nobelmanufaktur Carl F. Bucherer (CFB) zeigt sich üblicherweise in dezent-eleganten Tönen.

„Nach den vergangenen aufreibenden Monaten war es aber aus unserer Sicht an der Zeit, leuchtende Farben an die Handgelenke von Uhrenliebhabern zu bringen“,

„Die vier Jahreszeiten stehen für den unaufhaltsamen Wandel.“

SASCHA MOERI, CARL F. BUCHERER

erläutert Sascha Moeri, CEO Carl F. Bucherer, den Grund, es zur Abwechslung einmal bunter zu treiben. Vor allem bei den vier neuen Modellen der Patravi-TravelTec-Kollektion, bei denen sich die Designer am Lauf der Jahreszeiten orientiert haben.

## Außergewöhnliche Looks ...

„Er steht für den unaufhaltsamen Wandel, dem Carl F. Bucherer stets positiv gegenüberstand – selbst in diesem sehr anspruchsvollen Jahr mit all seinen Herausforderungen“, so Moeri.



Gegen das Grau(en) vor dem Virus oder den drohenden Herbstblues hat Carl F. Bucherer tief in den Farbkasten gegriffen.

Im frischen Grün des Frühlings, dem strahlenden Gelb der Sommersonne, dem satten Orange herbstlicher Blätter oder dem eisigen Blau des Winters präsentiert sich sowohl das Zifferblatt als auch das Kautschukarmband. Im Gehäuse aus Edelstahl tickt das paten-

tierte Automatikkaliber CFB 901, das eine Chronografenfunktion mit einem raffinierten Zeitonenmechanismus kombiniert, der die Zeit für drei verschiedene Zonen gleichzeitig anzeigen kann – praktisch nicht nur für Weltenbummler, deren Aktionsradius durch die Pan-

demie eingeschränkt ist, sondern auch für die Onlinekommunikation rund um den Globus.

## ... für sie und ihn

Man darf gespannt sein, wie der Bucherer-Kunde auf die ungewohnten Farben reagiert. Erfahrungsgemäß wenig Berührungängste mit bunten Uhren hat die weibliche Klientel und für die bietet man die neue Manero AutoDate Love, die in Zusammenarbeit mit der chinesischen Schauspielerin und Markenbotschafterin Li Bingbing entstanden ist.

Die Kollektion umfasst insgesamt neun Modelle in drei Zifferblattversionen – roter Lack mit Goldstaub, petrolfarbener Lack im Sonnenschliff und weißes Perlmutter. Bei den Gehäusen stehen 18karätiges Gold mit Diamantlünette (nur für die rote Version), Bicolor oder Edelstahl sowie Edelstahl mit Diamanten (nur für das Modell mit Perlmutter-Zifferblatt) zur Wahl.

Das Logo von Li Bingbing Umweltschutz-Stiftung L.O.V.E. Responsible Life lieferte die Vorlage für das filigrane Blattmotiv, mit dem das Zifferblatt der kleinen Sekunde verziert ist.



Antike Schriftzeichen treffen auf modernen Schreibkomfort der Luxusklasse.

## Montblanc Heritage Egyptomania-Kollektion

## Antike Hochkultur

**Hamburg.** Nachdem Howard Carter 1922 das Grab des Pharaos Tutenchamun entdeckt hatte, brach weltweit eine wahre Ägyptomanie aus. Auch Montblanc konnte sich der Begeisterung für die antike Hochkultur am Nil nicht entziehen und brachte einen Füllfederhalter im ägyptischen Stil auf den Markt.

Dieser lieferte die Inspiration für die jüngst gelaunchte Heritage Egyptomania-Kollektion.

Die schwarze Kappe aus Kunstharz zieren Hieroglyphen, die

„Berg des weißen Steins“ bedeuten und somit eine Umschreibung von „Montblanc“ sind.

## Passende Accessoires

Der im antiken Ägypten verehrte Skarabäus findet sich auf der goldenen Feder sowie dem Clip.

Das Insekt prangt auch auf dem Stifte-Etui aus feinem Leder; zudem bietet die Kollektion noch ein Notizbuch sowie eine kobaltgrüne Tinte. (red)

## Scannen statt schnuppern Puig hat ein innovatives Hightech-Tool für den Parfümeinkauf entwickelt

## Smarter Wegweiser zum Lieblingsduft

**Barcelona.** Theoretisch bietet die große Auswahl im Parfümregal für jeden Geschmack das Passende. Für ungeschulte Nasen ist es allerdings nicht leicht, genau das aus der olfaktorischen Fülle herauszuschmecken, denn spätestens nach vier verschiedenen Duftproben ist der Geruchssinn meist überfordert.

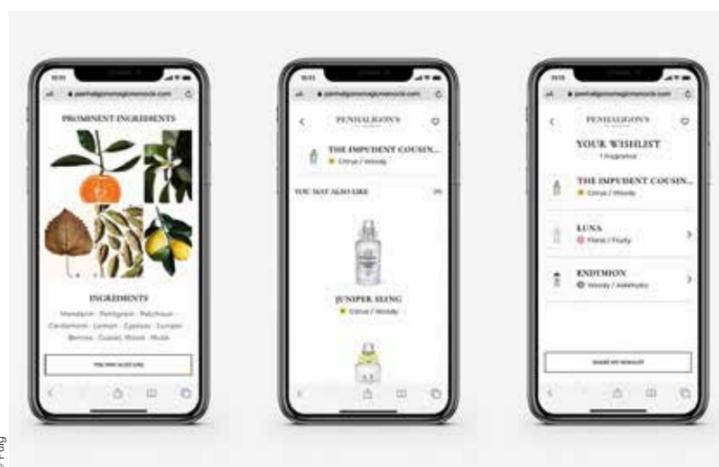
## Digitaler Berater

Da wär's doch praktisch, die Auswahl gleich auf die Produkte einzugrenzen, die einem wahrscheinlich am ehesten „unter die Nase“ gehen. Mit dem Magic Monocle Ai.Lice, einer Erfindung des spanischen Mode- und Kosmetik-

konzerns Puig und seiner Parfüm-Marke Penhaligon's, ist das jetzt möglich.

Um das Tool zu nutzen, muss mit dem Smartphone einfach nur der QR-Code gescannt werden. Wird dann die Kamera auf einen Flakon oder die Umverpackung eines Parfüms gerichtet, ruft Ai.Lice alle relevanten Infos dazu, wie z.B. Duftfamilie und Inhaltsstoffe, aus einer Datenbank auf und zeigt sie am Display; zudem werden auch ähnliche Düfte vorgeschlagen.

Noch ist der smarte Parfüm-Berater in der Testphase, und vorerst sind nur die Penhaligon's-Stores in Großbritannien und Asien damit ausgestattet. (red)



Zeitgemäßes Service: Mit Ai.Lice wird das Smartphone zum Parfüm-Berater.