ESSENCE 2020

Flow

first in beauty
A LUXURY ALLIANCE
PERFUMERIES

Liebe Leserin, lieber Leser,

das Motto der 19. Edition unseres Magazins *Essence* heißt: »Bewegung, Flow, im Fluss sein«. Staunen Sie mit uns über die vielen Erscheinungsformen der Bewegung, über die wohltuende Kraft des Flow-Erlebens. Lassen Sie sich inspirieren von neuen urbanen Bewegungsräumen, anstecken von der Macht des Lächelns, der Lust am Tanzen. Beleben wir in diesem Jahr der Olympiade die Werte des olympischen Gedankens: »Höchstleistung, Freundschaft, Respekt«.

Auch »Dritte Orte« sind ein Thema. Wir begreifen unsere Parfümerien als solche Orte eines lebendigen Miteinanders. Sie sind herzlich eingeladen. Wir freuen uns auf den Gedankenaustausch, das Gespräch mit Ihnen. Wir freuen uns, unser Bestes geben zu dürfen. Wir freuen uns auf Sie!

Ihre first in beauty Parfümerie

Inhalt

22

Die Hallensia Parfümerie Tauschel in Halle an der Saale feiert ihr 130. Jubiläum.

WAS UNS BEWEGT

04_ *first in beauty: Was uns bewegt, was wir bewegen*

PHÄNOMEN DER BEWEGUNG

06_ *Die bewegte Welt*

FLOW

14_ *Leben im Flow*

NEUROPARFÜMERIE

16_ *Dr. Joachim Mensing: Von Düften, Seepferdchen & Mandelkern*

FIRST IN BEAUTY PERSÖNLICH

22_ *Wende & Wandel: Hallensia-Parfümerie Tauschel*

26_ *Maîtres im Gespräch*

MODERNE NOMADEN

30_ *Unterwegs & zu Hause*

URBANES LEBEN

34_ *Die Stadt: Raum der Begegnung/Bewegung*

SPORT

38_ *Sportliche BewegGründe*

44_ *Parkour: Flucht nach vorn*

Bewegung ist Leben. Entdecken wir ihre unendlichen Erscheinungsformen, die Lust und Schönheit der Bewegung.

06

Ein Lächeln sagt mehr als tausend Worte und kann die Welt mit Sonnenschein erfüllen.

48

TANZEN

46_*Darf ich bitten*

LÄCHELN

48_*Mundwinkel-Signale*

UNSER WEG

53_*Wohin gehen wir*

MARKENWELT

Marken bewegen mit ihrer Philosophie, ihren erstaunlichen Entwicklungen, Neuheiten und Klassikern

AUSSERDEM

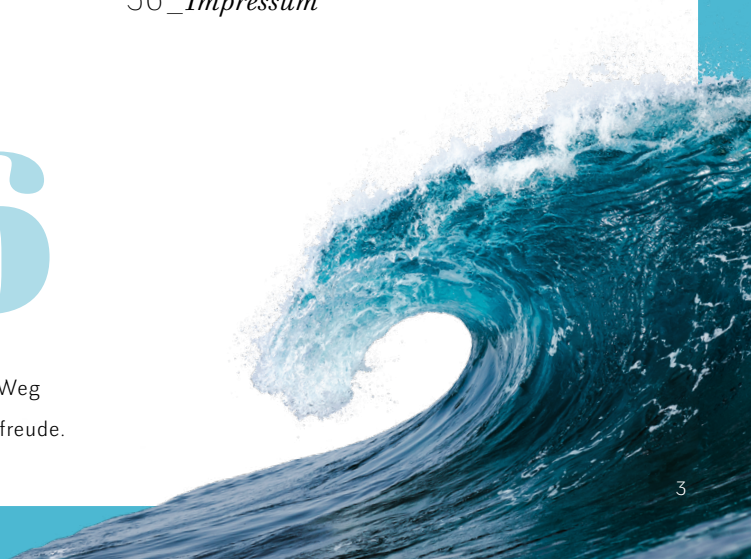
01_*Editorial*

54_*Verzeichnis der first in beauty Parfümerien*

56_*Impressum*

46

Tanzen ist ein wahrer Jungbrunnen und ein Weg zu ungeahnter Lebensfreude.



Was uns bewegt, was wir bewegen

first in beauty ist die Qualitätsgemeinschaft
der besten Parfümerien Deutschlands
und exklusiver Parfum- und Kosmetikmarken.

Seit 2001 engagieren wir uns für die Förderung der Beratungs-, Luxus- und Servicekultur im Parfümerieeinzelhandel. Unsere Parfümerien geben Marken auf höchstem internationalem Niveau die Gelegenheit, sich im Einzelhandel in einem Umfeld zu präsentieren, das hohen Anspruch und Selektivität garantiert.

In den first in beauty Parfümerien empfängt unsere Kundinnen und Kunden ein unverwechselbares Ambiente. Das Kapital unserer inhabergeführten Geschäfte heißt Persönlichkeit. Sie schafft Vertrauen, steht für Qualität und Dienstleistung. Persönlich ansprechbare Menschen geben jeder first in beauty Parfümerie ein menschliches Gesicht. Uns ist es wichtig, dass sich jeder als Mensch wertgeschätzt fühlt und dass wir einander mit Respekt begegnen. Respekt auf unserer Seite heißt auch, dass wir uns weiterbilden. Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind hoch qualifiziert, gekrönt durch die Maître-Spezialseminare. Die first in beauty Fortbildung zu Maîtres des Parfums für die Duftberatung und zu Maîtres des Cosmétiques für den Hautpflegebereich ist europaweit einzigartig.

Mit unserem jährlich erscheinenden Kundenmagazin *Essence* laden wir unsere Kundinnen und Kunden ein, spannende Themen zu entdecken und die Persönlichkeiten in unseren Parfümerien und unsere Marken kennenzulernen.

Die bewegte

Das Phänomen der Bewegung

»Und sie bewegt sich doch!«

Galileo Galilei, *Mathematiker, Astronom*

Welt

Vor vielen Millionen Jahren, lange bevor schwimmende, fliegende, kriechende, laufende Lebewesen die Erde bewohnten, bewegte diese sich in der uranfänglichen Form: dem Kreis.

Die Erde dreht sich um ihre Achse, Himmelskörper umkreisen einander. Die Erkenntnis, dass die Planeten um die Sonne kreisen und folglich auch die Erde sich um diese bewegt, brachte Galileo Galilei so viel Ärger ein, dass er im Gefängnis voller Wut den berühmten Satz sprach. Wie das Planetensystem funktioniert, konnte Johannes Kepler erklären.

»Die Körper wären nicht schön,
wenn sie sich nicht bewegen würden.«
Johannes Kepler, *Mathematiker, Astronom*

Auf atomarer Ebene kreisen Elektronen um den Atomkern

Als Babys lernen wir, uns um die eigene Körperachse zu drehen. Wenn das gelingt, kann das Baby sich vom Bauch auf den Rücken und vom Rücken auf den Bauch drehen. Ein wichtiger Schritt auf dem Weg zur selbstständigen Bewegung ist getan. Dann geht es los: krabbeln, gehen, laufen, schwimmen, purzeln, hüpfen, Strecke machen, Koordination üben.

Das Deutsche Hygiene Museum in Dresden hat in der Dauerausstellung *Abenteuer Mensch* eines von sieben Themen der Bewegung gewidmet: *Die Kunst der Koordination:*

»Viele Bewegungen vollziehen sich ganz unabhängig von unserem Willen. Manche bleiben im Inneren des Körpers verborgen, wie der Schlag des Herzens, der den Blutstrom aufrechterhält, oder die Bewegungen unserer Verdauungsorgane. Andere wiederum sind äußerlich wahrnehmbar, wie das Heben und Senken des Brustkorbs beim Atmen oder das Schlagen der Augenlider. Bewegung dient aber auch der Kommunikation, und sie ermöglicht die Erfahrung eines positiven Körper- und Selbstgefühls.«

Hier können wir die Anatomie des Bewegungsapparats entdecken, historische und moderne Hightech-Prothesen oder Body-Building-Geräte der Jahrhundertwende bewundern oder unseren Gleichgewichtssinn beim Balancieren oder unser Rhythmusgefühl testen.

Die Faszination der Spirale

Die Spirale ist eine intelligente Erfindung der Natur. Sie ist das Modell für die Wirbelsäule, die Grundlage von Flexibilität und Dynamik.

Von einem Wirbel im Zentrum aus entfaltet die Spirale ihr Potenzial und ist mit gutem Grund ein Symbol für Energie. Sie bietet die perfekte Anordnung für unsere Gene, die Doppelhelix, die DNA. Dank ihr kann ein Erbe weitergegeben werden.

Wir sprechen von einer Unternehmens-DNA und finden ihren Ausdruck in vielen first in beauty Parfümerien und Parfum- und Kosmetikunternehmen, die Familienunternehmen sind.

In unserer DNA-Spirale ist unsere Liebe zur Bewegung angelegt. Unser Körper liebt und braucht Bewegung für die Entfaltung von Wahrnehmungs- und Denkprozessen.

»Um die wichtigsten Schaltkreise im Gehirn aufzubauen, braucht der Mensch vor allem eins: eigene Körpererfahrung.« **Gerald Hüther,** Hirnforscher

In drei Monaten rundum erneuert

Billionen von Zellen in unserem Körper erneuern sich ständig. Wenn sie absterben, werden sie durch neue ersetzt. In 28 Tagen haben wir eine neue Oberhaut. Unsere Geschmacksknospen erneuern sich nach nur wenigen Stunden, die weißen Blutkörperchen innerhalb von zehn Tagen, Muskelzellen etwa alle drei

»Jeder Körper bewegt sich, bald langsamer, bald schneller.«
Baruch de Spinoza, Philosoph

Monate. Täglich erneuern wir circa ein Prozent aller Körperzellen. In drei Monaten haben wir uns also komplett erneuert, sind ein neuer Mensch. Das Faszinierende: Mit unserem Verhalten können wir den Rhythmus der Zellerneuerung beeinflussen.

»Ein Schlüsselsignal, das Ihren Zellen sagt, ob sie absterben oder wachsen sollen, ist beispielsweise die Bewegung. Eine eher sitzende Lebensweise fördert das Absterben von Zellen. Ein aktiver Lebensstil hingegen fördert die Zellerneuerung. Das trifft sowohl auf Ihren Körper als auch auf Ihr Gehirn zu. Man nimmt an, dass Emotionen ein ebensolches Signal darstellen. Positive Emotionen können also auf einer sehr grundlegenden biologischen Ebene lebensspendend sein.«
Barbara Fredrickson, *Psychologieprofessorin*

Bewegung verbindet

Welche Kräfte verursachen Bewegung? Neugier, der Wunsch, sich mit anderen zu verbinden. Eine Verbindung, die uns in Staunen versetzt, ist die des Vogelschwarms. Mit ihrem synchronen, wellenförmigen Flug,

wie ein einziger gigantischer Körper bieten die Stare über Rom ein atemberaubendes Naturschauspiel. Bis zu eine Million Vögel bewegen sich in einem Schwarm wie in einem choreografierten Ballett. Auch Fischschwärme nutzen die Schwarmbildung zum Schutz vor Feinden und zum Jagen und bezaubern bei aller Zweckmäßigkeit mit der ästhetischen Anmut der Bewegung.

Bewegung in allen und allem

Nicht nur Menschen und Tiere bewegen sich. Pflanzen öffnen oder schließen ihre Blüten, wachsen zum Licht, bewegen das Wasser von der Wurzel nach oben, strecken ihre Wurzeln auf der Suche nach Wasser und Nährstoffen, überlassen ihre Samen dem Wind.

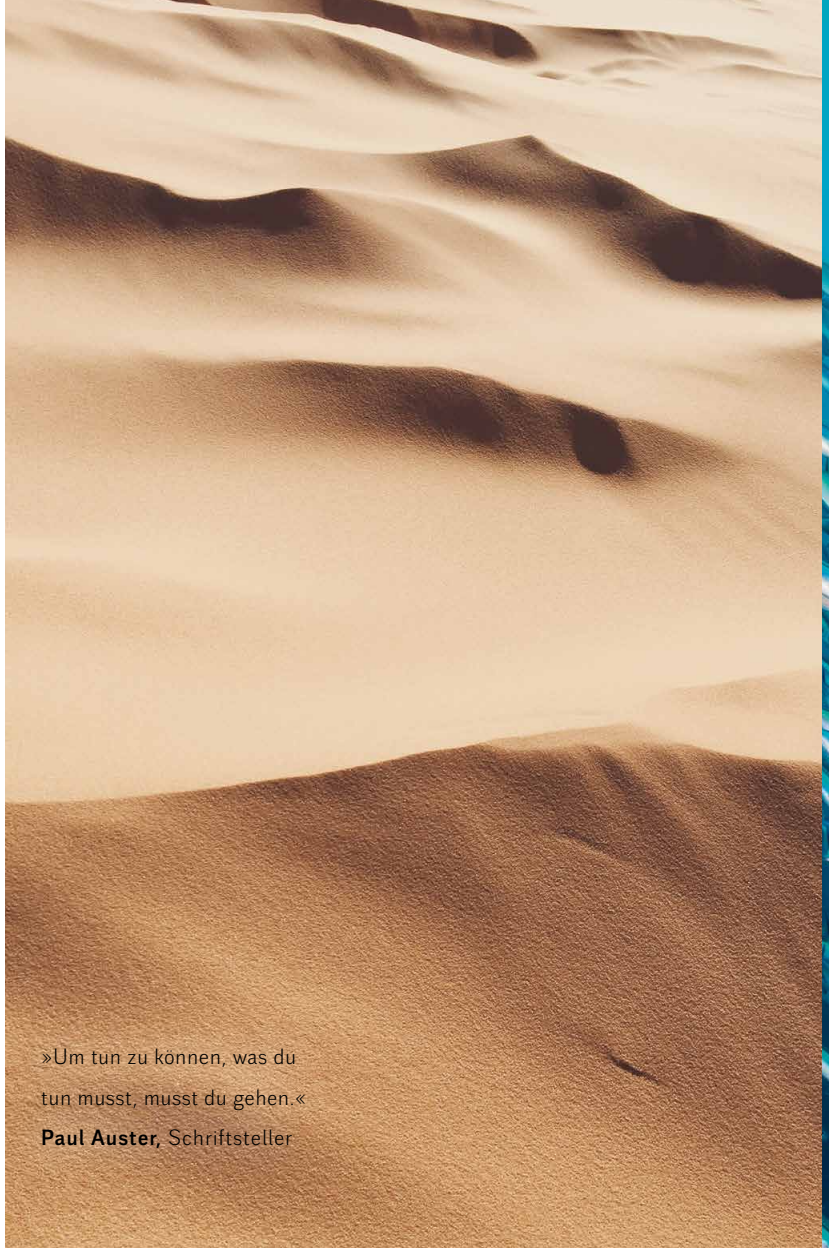
»Man glaubt, in der Sahara zu sein, nur Sand und Himmel.«

Thomas Mann, *Schriftsteller*

Der Literaturnobelpreisträger war beeindruckt von der Parnidis-Düne auf der Kurischen Nehrung, einer der größten Wanderdünen.

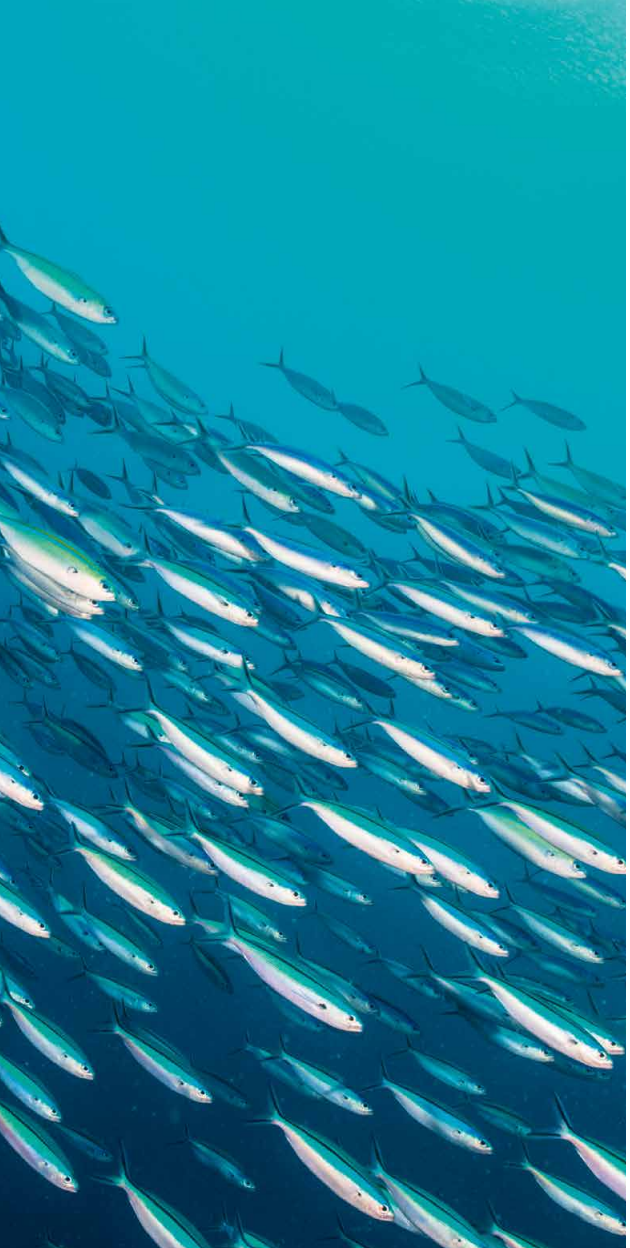
Bilder lernen laufen

Die Erfindungslust der Menschen versetzte schließlich auch die unbewegten Bilder in Bewegung. Das Museum *Camera obscura* in Mühlheim an der Ruhr gibt einen Einblick in die Vorgeschichte des Films. Im Wasserturm befindet sich



»Um tun zu können, was du tun musst, musst du gehen.«

Paul Auster, Schriftsteller



die größte begehbare Camera obscura. Transparenzen, Laternae Magicae, Kaleidoskope, Anamorphosen, all das können wir hier entdecken und selbst ausprobieren.

Mit den Filmen der Brüder Louis und Auguste Lumière begann die Filmgeschichte. 1895 zeigten sie im *Grand Café de Paris* Schwarz-Weiß-Filme, die vom Alltag handelten. Beispielsweise das Frühstück eines Babys auf den Knien der Mutter oder Arbeiter beim Verlassen der Fabrik. In einem Film war ein in einen Bahnhof einfahrender Zug zu sehen. Der Zug war so gefilmt, dass er aus der Tiefe der Leinwand kam, immer größer wurde und schließlich an der Kamera vorbeiraste. Auf der Leinwand sahen die Zuschauer den Zug auf sich zurasen. Der optisch ungewohnte Effekt erschreckte sie so sehr, dass sie aus dem Kino flüchteten.

Bewegung ist Leben

Bewegung verhindert Stillstand und löst Stillstand auf. Die Vorstellung, es existierten unveränderliche Zustände, scheint nach diesen Beispielen (es ließen sich noch unendlich mehr anführen) unvernünftig.

»Zustand ist ein albernes Wort, weil nichts steht und alles beweglich ist.«

Johann Wolfgang von Goethe, *Dichter, Naturforscher*

Ideen in Bewegung bringen, sich in den Strom des Lebens begeben, im Flow sein, sich aufeinander zubewegen, nicht im Status quo verharren, Wertvolles und Schönes entdecken, voranbewegen und mitnehmen, auf Neues zugehen und aufnehmen: Das will first in beauty.

Bewegung ist eine Lust … und eine Notwendigkeit!

Mugler

ANGEL – New Eau de Toilette

Floral, Fruchtig, Gourmand

Nahezu 30 Jahre nach seiner Kreation offenbart ANGEL von MUGLER mit einer neuen, strahlenden Interpretation eine weitere Facette weiblicher Sinnlichkeit.
Unter einem strahlend blauen Himmel beginnt ein neues Kapitel.
Das Eau de Toilette fängt die süchtig machende und unwiderstehliche Signatur von ANGEL ein und verbindet sie mit unerwarteter Frische.
Voller Enthusiasmus lädt das neue ANGEL Eau de Toilette dazu ein, die Intensität des Moments und das Leben voll auszukosten.
Für Frauen mit einer strahlenden Persönlichkeit und einem freien Geist, die bereit sind, über sich selbst hinauszuwachsen, um ihre Träume zu erfüllen.

Hermès

Twilly Eau poivrée – Eau de Parfum

Pure Lebensfreude

Twilly Eau poivrée verkörpert das Verlangen, das Leben auszukosten und sich mitreißen zu lassen. Mit seinen würzigen Noten durchdringt Twilly Eau poivrée Haut und Geist – farbenfroh und fesselnd. Es bringt die Augen zum Leuchten und die Sinne zum Prickeln. Die Parfümeurin Christine Nagel komponierte die sinnliche Melodie aus drei neuen Ingredienzien: einem pikanten, aufregenden und leidenschaftlichen rosa Pfeffer, einer Herznote aus jugendlich zarter Rose sowie betörendem Patschuli.

Leben im Flow

Wir fühlen, wie eine Welle der Kraft und Freude unser ganzes Selbst durchströmt, wie wir mit unseren Fähigkeiten unser Leben gestalten, in einem harmonischen und zugleich konzentrierten Sein absorbiert sind. Wir erleben Flow!

Im Flow lassen wir uns ganz auf ein Erleben ein. Fließend verschmelzen wir mit unserem Tun, sind aufmerksam und konzentriert, selbstvergessen, frei von Bedenken und Zweifeln, losgelöst von der Zeit.

»Man sagt, es sei nur ein Augenblick, und doch verliert man sich dank einer totalen Beteiligung darin, und der Augenblick ist vom Wind der Ewigkeit durchweht.« **Doug Robinson,** *Bergsteiger*

Flow können wir im Sport, beim Musizieren ebenso erleben wie beim Make-up-Auftragen, einer Massage, beim Bügeln, Programmieren, Kochen, Malen oder Gärtnern, bei einem Gespräch, in dem wir intensiv zuhören und überlegt und einfühlend antworten.

Der Psychologieprofessor Mihaly Csikszentmihalyi, der Entdecker des Flow-Phänomens, beschrieb seine Erkenntnisse unter anderem in den Büchern *Das Flow-Erlebnis: Jenseits von Angst und Langeweile im Tun aufgehen* und *Flow: Das Geheimnis des Glücks.* Die Titel treffen die positive Wirkung des »Im-Fluss-Seins« genau.

»Der Wert des Ziels liegt einfach darin, dass man die eigenen Fähigkeiten anwenden und erweitern kann.« **Mihaly Csikszentmihalyi**

Menschen, die Flow erleben, erwähnen spezifische Merkmale, die diese Erfahrung kennzeichnen.

Sie haben ein klares Ziel und erhalten eindeutige Rückmeldung darüber, wie erfolgreich sie auf dieses Ziel hin handeln, sie wissen in jedem Augenblick, ob ihr Vorgehen angemessen ist oder nicht.

Die eigenen Fähigkeiten passen gut zu den Herausforderungen. Anders gesagt: Die Handlungsmöglichkeiten in einer bestimmten Situation und die individuelle Handlungsfähigkeit befinden sich in Einklang. Das ist bei Unter- oder Überforderung nicht gegeben; sie sind darum die Ursachen für Langeweile oder Negativstress und Angst.

»Menschen im Flow sind immer am Limit, ohne sich jedoch überfordert zu fühlen.« **Mihaly Csikszentmihalyi**

Sie haben das Gefühl, die Situation unter Kontrolle zu haben. Selbstverständlich hat ein Surfer in der meterhohen Welle nicht alles unter Kontrolle und auch die virtuose Klavierspielerin kann eine falsche Taste anschlagen. Im Flow wissen wir aber, dass wir unser Bestes geben und die Erfolgswahrscheinlichkeit sehr hoch ist.

Im Flow bleibt keine Aufmerksamkeit für Ablenkungen und Zweifel. Die beste Köchin könnte mit einer Prise zu viel oder zu wenig den köstlichen Genuss verderben. Im Flow verschmelzen Handlung und Bewusstsein. Wir sind so konzentriert und selbstvergessen, dass zwischen Handelndem und Handlung keine Spaltung mehr existiert.

»Dieses einheitliche Bewusstsein ist vielleicht der aufschlussreichste Aspekt der Flow-Erfahrung.« **Mihaly Csikszentmihalyi**

Prof. Csikszentmihalyi vergleicht Flow mit einem Zustand der Ekstase (griechisch: »ekstasis« = außer sich sein).

»Wer sich seiner selbst weniger bewusst ist, kann mehr Energie auf sein Handeln lenken.« **Mihaly Csikszentmihalyi**

Im Flow vergessen Menschen nicht nur sich selbst, sondern auch die Zeit. Unser von der Uhr bestimmter Alltag erschwert Flow-Erleben. Darum ist es so wichtig für unser Glück, Wohlbefinden und Wachstum, so oft wie möglich Flow-Erfahrung zu machen.

»Bei Flow wird das Zeitgefühl wieder zu einem natürlichen Bestandteil des Gesamterlebens und erscheint nicht mehr als willkürliche Einschränkung, die keinerlei Rücksicht darauf nimmt, was wir tun oder fühlen.« **Mihaly Csikszentmihalyi**

Wenn wir Flow erleben, erfahren wir echte Freude. Mit dieser Freude können wir andere anstecken und in unseren Flow hineinziehen.

In unseren first in beauty Parfümerien sind wir offen für Flow und stecken Sie gern an!

Dr. Joachim Mensing, Experte für Neuroparfümerie

Von Düften, Seepferdchen & Mandelkern

Der Psychologe Dr. Joachim Mensing ist weltweit bekannt für seine Forschungen und Erkenntnisse über die Zusammenhänge von Duft, Persönlichkeit, Emotionen und Stimmungen. Er nimmt uns mit in die spannende Welt der Neuroparfümerie.

Bewegung ist der Kern des Lebens

Im Wort Emotion klingt Bewegung an. Die Psychologie unterscheidet sechs Basisemotionen: Freude, Überraschung, Angst, Ärger, Ekel, Trauer. Weil sie in jeder Kultur, weltweit auftreten, folgerte ihr Entdecker, der Psychologe Paul Ekman, dass sie für unsere psychische Grundausstattung wesentlich sind. Emotionen sind unser Bewertungssystem für Situationen. Sie wirken blitzschnell, und die mit ihnen verbundene Mimik ist unwillkürlich. Wir reagieren, bevor uns bewusst wird, was die Ursache ist. Unser Gesicht spiegelt unsere innere Befindlichkeit, und umgekehrt können wir im Gesicht des anderen seine Gefühle lesen. Emotionen sind somit wesentlich in der persönlichen Begegnung von Menschen, in der Face-to-Face-Kommunikation. Folglich spielen sie für uns in der Fachparfümerie im persönlichen Kundenkontakt eine große Rolle. Es sind die positiven Emotionen, Freude und Überraschung, die zu einer erfolgreichen Beratung und zur Kundenzufriedenheit beitragen.

Von der Emotion zur nachhaltigen Stimmung

Da Emotionen sich schnell aufbauen, ist es wichtig, einen positiven Anlass zu schaffen, mit einer positiven Anfangsemotion einzusteigen.

Es gibt in der Parfümerie vieles, was Freude und Überraschung bereitet. Ich schaffe das Überraschungsmoment auch gern mit einem kleinen emotionalen Exkurs. Ich verweise auf Welttage, um einen positiven Einstieg zu erzeugen. Zum Beispiel: »Ich komme gleich auf Ihren Wunsch zurück, aber wissen Sie, dass heute der Tag der Schildkröte ist?«

Im Unterschied zu Emotionen bauen sich Stimmungen langsam auf. Bei einer guten Begegnung gelingt es, die positive Anfangsemotion in eine anhaltende positive Stimmung überzuleiten.

Bewegungen können lang oder kurz sein.

Wir wollen die Bewegung lang halten. Denn in der nachhaltigen Bewegung können wir den Kunden in seinen Erlebensbedürfnissen erkennen, sich mit ihm auf den Weg der Selbsterkenntnis machen – und der ist in der Duftberatung emotional.

Bei der Pflege spielt das Kognitive eine stärkere Rolle, das Verstehen, was in und auf der Haut geschieht.

Wohin will der Kunde?

In der Duftberatung ist die Frage: Wohin will der Kunde? Wie ist sein aktueller Erlebenszustand? Wie möchte er sich erleben? Wie jeder von uns fühlen auch unsere Kunden sich immer anders, abhängig von der Tageszeit, dem Wochentag, der Jahreszeit, persönlichen Erlebnissen. Mal will der Kunde Anregung, Unterhaltung, mal einfach frei sein oder nichts als Ruhe.

Vier Grundduftbedürfnisse

Erkenntnisse aus der Hirnforschung helfen, die Erlebensbedürfnisse des Kunden besser zu erkennen.

Bildgebende Verfahren machen sichtbar, wo ein Duft gerochen wird, beispielsweise der Gourmandduft im Hypothalamus. Wir können dem Gehirn beim Riechen zusehen und wissen darum, welcher Duft zum Erregungszustand welcher Hirnregion passt.

Vier Grundduftbedürfnisse sind bisher von der Hirnforschung bestätigt. Sie korrespondieren mit folgenden Hirnarealen: Hypothalamus = Genuss; Hippocampus = Entspannung; Orbitofrontalcortex = Freiheit; Amygdala = kuscheliges Wohlbefinden.

Mit der Neuroparfümerie zum optimalen Dufterleben

Der Hypothalamus: Will der Kunde stimuliert werden, will er Unterhaltung, Spannung und »Action«, weil er in einem Stimmungshoch ist, weil er aus persönlichen Gründen vor Freude hüpfen möchte, dann ist sein Hypothalamus aktiv. Die hohe Aktivität im Hypothalamus sieht man den Bewegungen des Kunden an. Er kommt direkt, energievoll auf den Duftberater in der Parfümerie zu, nähert sich ihm mit Minimalabstand. Sein Hypothalamus mag Schokolade, Gourmand-Düfte, opulente Kreationen. Seine Farben sind volles Rot, Magentarot.

Der Hippocampus: Ein anderer Kunde bewegt sich eher am Produktregal als auf den Berater zu, wirkt in sich gekehrt, sucht keinen Augenkontakt, will offensichtlich Ruhe. Das ist ein klarer Hinweis darauf, dass sein Hippocampus überlastet ist. Die Seepferdchenartige Struktur, die paarig in beiden Hirnhälften angelegt ist, mag keinen Stress. Dauerstress lässt den Hippocampus schrumpfen. In der Fachparfümerie respektieren wir den Wunsch nach Atempause und nähern uns dem Kunden distanziert. Ein blumiger Duft, weiße Blüten, entspannende Noten, sanfte Teenoten, nichts Opulentes, Weiß und Beige als Farben kommen seinem Erlebenswunsch entgegen. Gestresste Hippocampus-Kunden begegnen uns oft freitags oder samstags. Der Kunde will sich nur treiben lassen.

Der Orbitofrontalcortex: Das dritte von der Hirnforschung bestätigte Erlebensbedürfnis ist das nach Freiraum und Leichtigkeit. Es ist im Orbitofrontalcortex verortet; hier ist auch das Zentrum für Extraversion. Der Kunde bewegt sich offen und unbeschwert auf den Duftberater zu. Ihm ist nach Frische, Bewegung, Freiheit. Für ihn sind kühle Düfte, Zitrusnoten, Bergamotte angesagt, die im Orbitofrontalcortex andocken.

Die Amygdala: Im Mittelpunkt der vierten Richtung der Neuroparfümerie steht die Amygdala, aufgrund ihrer Form Mandelkern genannt. Sie fungiert als blitzschneller Spion. Innerhalb von Millisekunden checkt sie ihre Um-

gebung auf mögliche Gefahren. Sie fährt sofort hoch und gibt Alarm, noch bevor das Großhirn zum Nachdenken und Beurteilen kommt. Wenn sie Entwarnung gibt, können wir uns wohl fühlen. Sie ist für die emotionale Einfärbung von Erlebnissen zuständig. Sie wird beim Stillen, beim Kuscheln von Mutter und Kind geprägt. Hier erfährt sie ein Urwohlbefinden, die Richtschnur, von der Abweichungen registriert werden. Wenn der Kunde in der Parfümerie auf den Duftberater zukommt, prüft die Amygdala blitzschnell: Kann er mich gut beraten, kann ich ihm vertrauen? Wer die Amygdala in sich stark erlebt, will sich selbst geschützt und geborgen erleben, sicher und froh wie als Kind. Die Düfte der Amygdala sind Milchnoten, so genannte Milchmoussenoten, mit Vanille und weißem Moschus.

Die Erkenntnisse der Neuroparfümerie helfen auch bei der Duftentwicklung. Soll ein Duft beispielsweise für die Amygdala noch kuscheliger sein, kann das über die Aktivität in der Amygdala abgelesen werden.

Mit meinem Duft zum Idealselbst

Eine erfolgreiche Duftberatung ist immer eine Erlebensberatung. Sie hilft dem Kunden, sich so zu erleben, wie er sich erleben möchte, mit dem Duft eine emotionale Bindung zu finden.

Die Selbstdiskrepanztheorie besagt, dass wir uns umso zufriedener fühlen, je näher wir an unserem Idealselbst sind, wenn wir die Diskrepanz zwischen unserem Ist-Selbst und unserem Ideal-Selbst überwinden.

In dieser Hinsicht gewinnt die Loyalität eine neue Bedeutung. Mit einem Duft, den ich bewusst zu mir in Beziehung setzen kann, bleibe ich mir treu. Solche Düfte sind Privatdüfte. Ein Privatduft zieht sich wie ein roter Faden durch mein Leben, er hat mit mir zu tun, mit ihm verbinde ich meine Erinnerungen, meine Erlebenswünsche. Von den Privatdüften unterscheiden wir die Sozialdüfte. Das sind solche, die »in« sind, für bestimmte Anlässe getragen werden, gut in der Duftbar aussehen. Im Unterschied zu Sozialdüften kauft der Kunde seinen Privatduft immer wieder, kehrt zu ihm zurück, hat eine intensive Bindung.

Der Duft, der für mich wirkt

Für einen Duft, mit dem ich mich selbst authentisch, ideal erlebe, reicht es nicht, dass er gut riecht und gut aussieht. Er muss für mich wirken, funktionieren. Er ist das Resultat einer guten Duftberatung. Wir sprechen von Wirkparfums. Die Bindung zu ihnen ist emotional – ebenso wie der Weg zu ihnen.

In dem Sinne ist die first in beauty Parfümerie eine Erlebensparfümerie. Hier werden Erlebenswünsche erfüllt.

Erleben mit Rivoli

Rivoli ist die exklusive Marke eines Schweizer Familienunternehmens, das Forschung, Entwicklung und Produktion von Hochleistungskosmetik unter einem Dach vereint. Die Marke ist synonym mit »intelligenter« Kosmetik.

Auf der Basis aktueller Erkenntnisse der Hautbiologie weiß Rivoli, wie die Haut funktioniert, reagiert und reift. Die Marke versteht die Haut in einer Weise, die wir zu Recht als »empathisch« bezeichnen können. Die Produktformeln sind so »smart«, dass sie sich auf jede Haut perfekt einstellen.

Smart & Empathisch

Eine wesentliche Rolle für den intelligenten Zugang zur Haut spielen fortschrittliche Vorläufermoleküle, »Präkursoren«, kurz: ASP. Die Wirkstoffe der ASP werden optimal an die individuellen Hautbedürfnisse angepasst und dort, wo sie gebraucht werden, »schönheitsaktiv«. Sie wecken die natürliche Eigenkraft der Hautzellen, ohne die Haut zu übersättigen.

Vegan & Nachhaltig

Das Sonnenblumensiegel der Vegan Society auf Rivolis Produkten steht dafür, dass die Marke ihre Werte Nachhaltigkeit und natürliche Schönheit konsequent und erfolgreich umsetzt.

Rivoli Le Corps

Veganes Hochleistungsprodukt für den Körper

Rivolis neuster Clou ist eine Anti-Aging-Emulsion für den Körper mit reparierender, hydratisierender und beruhigender Wirkung. Sie bringt die Hautmikrobiota ins Gleichgewicht und reduziert Rötungen und Irritationen. Sie stellt die Hydrolipidschicht wieder her, die als Schlüsselfaktor im Schutz gegen Umwelteinflüsse eine große Rolle spielt. Die Haut ist vor Feuchtigkeitsverlust geschützt und wird zunehmend glatter.

Creed Aventus Cologne – Eau de Parfum

Die Saga, neu inszeniert

Erstmals lanciert im Jahre 2010, avancierte Aventus zu einem der größten Erfolge von Creed und entwickelte sich rasch zum begehrten Bestseller der Creed Herrendüfte. 2019 – fast 10 Jahre später – setzt Olivier Creed die Saga dieses exquisiten Duftes fort. Seine Vision: das Genre der Cologne-Düfte neu und unkonventionell zu inszenieren, es zeitgemäß zu interpretieren. Und so komponierte er ein überraschendes und auch verblüffend warm intoniertes Dufterlebnis, das alle Grenzen sprengt: Aventus Cologne – komponiert als ein Eau de Parfum.

Bond No. 9 Gold Coast

Was könnte schöner sein, als die legendäre »Gold Coast« zu erkunden?

Dieser Abschnitt der unteren Fifth Avenue erstreckt sich von der 14. Straße bis zum strahlend weißen Marmor-Triumphbogen von Stanford White zu Füßen des Washington Square Parks. »Wir wollten diese ganz besondere Energie rund um den Washington Square Park einfangen«, erläutert Laurice Rahmé, Gründerin und Präsidentin von Bond No. 9. »Darum suchten wir nach der frischesten Rose der Welt.« Von der ersten Sekunde an prägt sich das Eau de Parfum unauslöschlich in das Gedächtnis ein … wie New Yorks Gold Coast selbst!

Das Parfum … in Halle an der Saale

Die Hallensia Parfümerie Tauschel in Halle an der Saale feiert ihr 130. Jubiläum. Und das wird duften! Das Wie ist noch Geheimsache.

Kernseife und französische Parfums

Als Franz August Patz das Geschäft 1890 auf der Großen Ulrichstraße eröffnete, konnten die Kunden hier neben Drogen, Farben, Tee und Mineralwasser bereits französische Parfums und englische Seife erstehen. Die Händel-Stadt duftete auf ihrer Flaniermeile, die erste elektrische Straßenbahn Deutschlands nahm ihren Strom von der Oberleitung, kurz, Halle boomte.

Das Glück der Verlässlichkeit

Doch bald geriet das Weltgeschehen aus den Fugen und auch in der Drogerie von Herrn Patz ging es nur ums Überleben. Nach den Wirren zweier Kriege und der Teilung Deutschlands stand schließlich Gründer-Enkelin Rosemarie Nilius im Geschäft. Nicht nur mit französischen Parfums war es schwierig geworden. Ehemann Rudolf klapperte mit dem Motorrad seine Lieferanten ab,

um Engpässe im Sortiment so gering wie möglich zu halten. Tatsächlich war die Drogerie, die 1961 den Zusatz »Hallensia« (von Halle abgeleitet) in ihre Firmierung nahm, vergleichsweise gut gefüllt. Die Hallenser brauchten nicht lange vergeblich durch die Stadt zu irren. In ihrer Hallensia Drogerie hatten sie meistens Glück.

Der Lebenstraum

Glück führte auch dazu, dass Herr Nilius und das Ehepaar Tauschel sich ihre jeweiligen Lebensträume erfüllen konnten. Rudolf Nilius war ein begeisterter Hobby-Musiker. Bei einem Auftritt im Interhotel kam er mit dem Hotelmitarbeiter Joachim Tauschel ins Gespräch. Der eine hatte das, von dem der andere träumte. Tauschel übernahmen 1981 die Drogerie; Herr Nilius machte sein Hobby zum Beruf.

Da können wir nur staunen …

Was dann nach der Wende auf der Großen Ulrichstraße geschah, ist unbeschreiblich, wenn man es nicht selbst erlebt hat. Wenn Firmenchefin Ingrid Tauschel von der Zeit nach dem Mauerfall erzählt, kommt man aus dem Staunen nicht mehr raus. Einerseits große Aufbruchsstimmung. Andererseits die Überlegung, ob eine Drogerie

bisherigen Zuschnitts in der Zukunft noch marktwirtschaftlich bestehen kann und wird – denn es war ja alles auf den Kopf gestellt.

Familie Tauschel fasste den Entschluss: »Wir versuchen es mal mit einer Parfümerie.« Gesagt, getan: 1992 wurde nach einem erheblichen Umbau und der Modernisierung aller Geschäftsräume aus der bisherigen Hallensia Drogerie die »Hallensia Parfümerie Tauschel« in einem ganz neuen Gewand.

Manchmal war es nicht so einfach, »alles unter einen Hut zu bringen« und die zwangsläufig auftretenden Probleme zu bewältigen.

»Aber heute können wir uns nur darüber freuen, dass alles sich so gut entwickelt hat.« Der Erfolg gab ihnen Recht. Scharenweise drängten die Kundinnen in die Parfümerie, angelockt von den nun verfügbaren luxuriösen Düften, Lippenstiften und Cremes aus aller Welt.

Tauschel lässt die Herzen höher schlagen

Die Hallensia Parfümerie Tauschel lässt das Herz jedes Parfumliebhabers höher schlagen. Längst ist sie die beste Parfümerie Ostdeutschlands und Mitglied im kleinen erlesenen Kreis der führenden Parfümerien Deutschlands. »Wir waren eine der ersten Parfümerien in first in beauty.« Bei Tauschel spürt man die Liebe zu guten Düften, fantasievollem Make-up, exquisiter Kosmetik. Und die wird zu

jedem Anlass gefeiert. Zum 125-jährigen Jubiläum präsentierten Tauschel ihren ersten eigenen Duft *Tauschel No. 1.*

»Aus Hochachtung vor den Parfümeuren wollte ich nie einen eigenen Duft kreieren. Doch dann lernten wir die Familie Micallef kennen und besuchten ihre berühmte Duftmanufaktur in Grasse«, verrät Ingrid Tauschel. Die mit Goldfarbe handbemalten Flakons begeisterten die Kundinnen so sehr, dass im Jahr darauf die Herren *Tauschel No. 2* bekamen.

Den dritten Coup von Tauschel gibt es zum 130. Bei Redaktionsschluss unseres Magazins war nur so viel zu erfahren, dass er nicht *Tauschel No. 3* heißen wird.

Cartier La Panthère

Welcher Panther sind Sie?

Der Panther ist das Symbol für die Weiblichkeit von Cartier– göttlich, exquisit und unzähmbar. Anders gesagt: Die Raubkatze ist frei. Sie bestimmt, wen sie liebt und wem sie sich voller Leidenschaft hingibt. Mathilde Laurent, die Parfümeurin von Cartier, komponierte die gesamte La Panthère Kollektion um einen blumig-wilden Duftakkord: die blumige Note der leuchtenden Gardenie und die wilde Facette des samtweichen Moschus. Und der Panther? Versteckt im Hintergrund, lässt er seinen ganzen Charme spielen und ist stets allgegenwärtig. Welcher Panther sind Sie? Entdecken Sie jetzt die gesamte Kollektion.

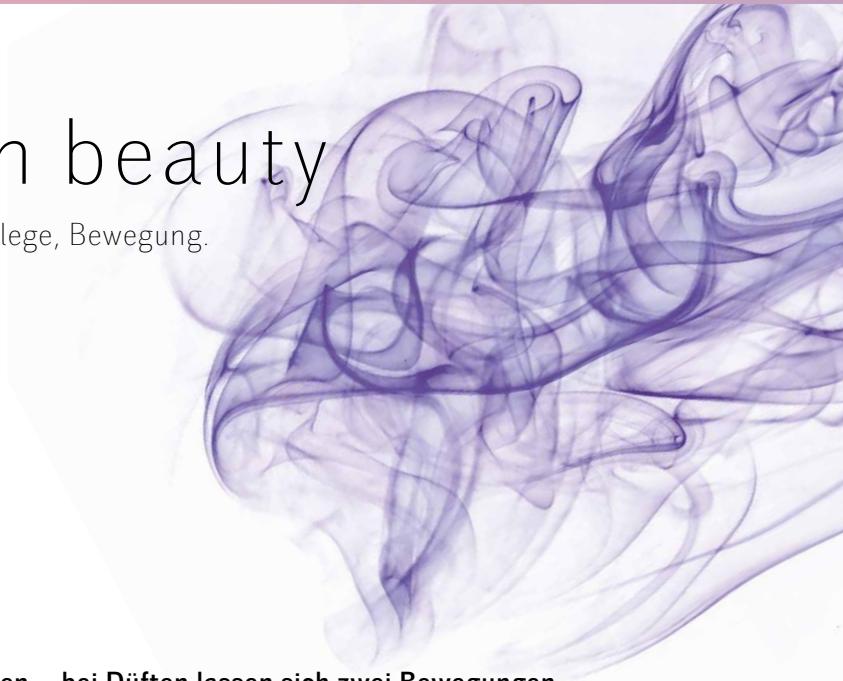
ArteOlfatto Black Hashish

Der »duftende Pfad«

Inspiriert von der kreativen Atmosphäre und dem Labor für ätherische Öle im Geschäft seines Vaters in Neapel sowie den literarisch kunstvollen Abenteuerromanen von Emilio Salgari, begab Luigi Nappo sich auf seine eigene Reise in die Parfümerie. Unter seinem Label ArteOlfatto findet er für jedes seiner leidenschaftlichen Gefühle einen »duftenden Pfad«. Black Hashish beispielsweise führt mit dem rauchigen Duft von Weihrauch und anderen hypnotischen Duftnuancen auf eine Reise in die Vergessenheit.

Stimmen aus first in beauty

first in beauty Maîtres sprechen über Duft, Make-up, Hautpflege, Bewegung.



»Der Mensch ist gemacht für Bewegung, im Idealfall um aufeinander zuzugehen.«

Im Sprint oder in Phasen – bei Düften lassen sich zwei Bewegungen unterscheiden.

Der lineare Duft ist vom ersten Aufsprühen an da, es gibt keine Entwicklung, er ist sofort voll präsent, im übertragenen Sinne ein Sprinter.

Der Großteil der Parfums folgt der Entwicklung in drei Phasen über Kopf-, Herz- und Basisnoten. Es ist ein mehr oder weniger langer, meist spannender Weg, bis man den Duft erhält, der die Basis darstellt.

Ein Aftershave wird geschüttet – und das nicht ohne Grund

Ein Aftershave zu schütten, macht Sinn, weil man auf diese Weise nichts in die Augen bekommt und zudem den gewünschten Frischeeffekt intensiv erhält.

Andrea Graf,
Maître des Parfums,
Unique by
baslerbeauty

Regina Limbeck,
Maître des Parfums,
Parfümerie akzente

Anders ist es beim Eau de Toilette und Eau de Parfum. Durch das nebelfeine Auftragen mit einem Sprühkopf kann sich der Duft ideal und gleichmäßig entwickeln.

Die eigene Dynamik

Das Aufeinander-Legen von Düften, das sogenannte Layering, lässt Raum für eigene Kreationen. Beispielsweise ergibt ein Meersalz-Duft in Kombination mit einem Parfum, das an einen Hamam erinnert, einen Duft wie eine kühle Dusche mit einem erfrischenden Duschgel. Es entwickelt sich eine überraschende neue Dynamik.

Welcher Duft

Ich wünsche mir, dass noch viel mehr Menschen den Duft tragen, der ihnen persönlich ein gutes Gefühl gibt.

»Durch die eigene Hautbeschaffenheit, die Temperatur und die Luftzirkulation entwickeln und bewegen sich die Duftmoleküle.«

Vom Kopf zur Basis

Düfte bewegen sich von der Kopfnote über die Herznote hin zur Basisnote. In der Kopfnote befinden sich in der Regel die zitrischen Bestandteile, die den Auftakt bilden. Die Kopfnote verflüchtigt sich nach circa 15 Minuten und wird gefolgt von der Herznote. Sie bildet den Duftkörper, das

Herz des Duftes. Sie besteht meist aus fruchtigen, blumigen Akkorden. Die Basisnote wirkt durch Duftfixateure am längsten; hierfür werden meist würzige, holzige Aromen verwendet.

Ein Duft setzt Emotionen frei

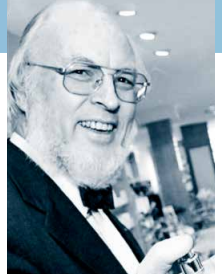
Er weckt Erinnerungen, lässt uns aktiv werden oder zur Ruhe kommen und Entspannung finden. Zitrische und hesperide Noten verleihen Energie und Lebendigkeit. Florale Noten wirken leicht und romantisch. Orientalische Noten geben Wärme und Geborgenheit und begleiten uns auf eine sinnliche Reise.

Das Duftkleid

Ein reines Parfum soll aufgetupft werden, da die Konzentration an Duftstoffen bei einem Parfum weitaus höher ist als bei einem Eau de Toilette oder Eau de Parfum. Daher sollte es behutsam dosiert werden. Eau de Parfum oder Eau de Toilette dürfen hingegen großzügig verwendet und aufgesprüht werden. So lässt sich der Duft großflächiger verteilen und es entsteht ein schönes Duftkleid.

Werden Sie Ihr eigener Parfümeur

Beim Layering entsteht durch das Aufsprühen verschiedener Duftnuancen in Lagen auf die Haut Ihr ganz eigener, persönlicher Duft.



»Ein Bild für Bewegung? Ein Tropfen fällt ins Wasser.«

Reinhard D. Wolf,
Parfümerie Wolf,
Maître des Parfums

Bewegung, ein Zeichen des Lebens

Was sich nicht bewegt, lebt nicht. Persönlichkeiten bewegen und bewegten unsere Branche.

Ein Duft ist etwas Lebendiges, kein Anstrich, der von Anfang bis Ende seinen Ton bewahrt.

Er hat ein Erscheinungsbild, das eine Wirkung nach sich zieht. Das kann bewusst genutzt werden. Eine Persönlichkeit kann durch Duft gestaltet, in ihrer Bewegung begleitet werden.

Wenn wir einen Duft anwenden, entscheiden wir: Wollen wir seine Wirkung unbewusst einfach als schön erleben oder wollen wir sie bewusst nutzen?

Make-up und Hautpflege bewegen

Auch der Effekt des Make-ups ist Bewegung und Gestaltung. Bei der Hautpflege sollten wir nicht von Anti-Aging sprechen. Sie hält eine Bewegung aufrecht. Sie unterstützt die Fähigkeit der Haut zu leben, die Lebendigkeit ihres Stoffwechsels.

Das Geschenk

Es ist ein Geschenk unseres Lebensstandards, dass wir uns um unser mit Kosmetik, Make-up, Duft optimiertes Erscheinungsbild und unsere Fitness kümmern und uns in dieser Weise mit uns selbst beschäftigen können. Wir können uns ein bewusst gestaltetes Leben gönnen. Eine große Chance.

Ein Symbol für Bewegung

Ein Stein oder ein Tropfen, der ins Wasser fällt und die sich ausbreitenden konzentrischen Kreise verursacht. Eine Bewegung, die viele Folgen hat. Vielleicht ist first in beauty nur ein Tropfen ... mit großer Wirkung.

Moderne Nomaden
Unterwegs & zu Hause

»Dies ist das Glück des Nomaden. Wer unterwegs ist, der verwurzelt sich mit jedem neuen Schritt. Er hat seinen Platz immer dort, wo er sich gerade befindet. Er findet die Liebe auf, indem er sich bewegt.«
Drukpa Rinpoche,
tibetanischer Buddhist

Steckbrief: Moderne Nomaden

Moderne Nomaden genießen die Ungezwungenheit. Sie kennzeichnet nicht nur die Reiselust zwischen verschiedenen Stätten, sondern auch ihre Beweglichkeit innerhalb von urbanen Räumen. Die Trennung »privat« und »öffentlich« schwindet für sie, ebenso wie »Arbeiten« und »Leben, Wohnen« für sie keine Gegensätze darstellen.

Moderne Nomaden lösen sich von herkömmlichen Lebensmodellen, geben ihrem Leben mehr Freiheit. In ihrem regionalen Lebensumfeld sind

sie nicht nur in ihren vier Wänden zu Hause. Ihr Leben findet zu einem großen Teil in »Third Homes« statt. Die »Dritten Orte« sind Räume der Begegnung. Solche Orte in der Stadt können Kulturstätten, Sportstätten, Cafés, Bildungsstätten sein. Sie geben dem urbanen Raum neue Dynamik und neues Leben. Offenheit, auf andere zugehen sind bedeutsame Elemente ihres Mindsets.

»Was lässt einen Schmetterling fliegen?«

Das fragt Aat Vos auf seiner Website. Der Architekt widmet sich der Wieder- und Neuentdeckung des öffentlichen Raums. Er schafft viele Dritte Orte in ganz Europa. In ihnen ermöglicht er ein neues Miteinander.

Den Begriff Dritter Ort prägte der Stadtsoziologe Ray Oldenburg Ende der 1980er. Dritte Orte sind – im Unterschied zum Ersten Ort = Zuhause und Zweiten Ort = Arbeitsumgebung – Räume, in denen Menschen einander begegnen, sich wohlfühlen, entspannen, zum Beispiel Cafés, Bars, öffentliche Bibliotheken, Marktplätze, Parks. Die Antwort auf die oben genannte Frage gibt Aat Vos selbst:

»Seine Flügel, natürlich. Stellen Sie sich einen gesunden öffentlichen Raum als Schmetterling vor, der glücklich umherflattert. Um abheben zu können, müssen seine Flügel den Körper gleichermaßen mit Herz und Seele in Bewegung setzen. Es gibt hier drei Faktoren: materielle und immaterielle Aspekte, die sich jeweils um das »Warum« anordnen. Die Flügel stehen für die materiellen und immateriellen Elemente. Der Körper ist der ideelle Glaubensinhalt, die zugrunde liegende Geschichte sowie die sichtbare Marke.«

Der touristische Blick

Moderne Nomaden entwickeln auch für das eigene Wohn- und Lebensumfeld einen interessierten touristischen Blick. Hier gibt es immer etwas Neues zu entdecken. So wird jede Bewegung von persönlichem Wert, einmalig, unwiederholbar, befindet sich doch das Selbst im stetigen Wandel.

Die Offenheit schafft Raum und Zeit für Mikromomente des Glücks – jene kleinen Momente, die entscheidend für unser Wohlbefinden sind.

Ein schönes Beispiel kommt aus New York. Traci Paris horcht den Vögeln in der hektischen Stadt und schreibt darüber in ihrem Blog: *Slow Nature Fast City*.

»Wir leben und arbeiten in einem riesigen urbanen Wald mit über fünf Millionen Bäumen. Wiesen, Wasserfälle, Strände, Salzsümpfe können wir fußläufig oder mit der Subway erreichen.« **Traci Paris,** *Bloggerin*

Unterwegs und doch zu Hause

Der moderne Nomade ist nicht ohne Wohnsitz und wechselt seinen Wohnsitz auch nicht dauernd. Aber er fühlt sich nicht an bestimmte Orte gebunden. Er bestimmt, wann und wo er arbeiten will. Selbstverständlich sind digitale Techniken dabei unverzichtbar. Das Fortbewegungsmittel Wohnwagen kann diesen Lebensstil unterstützen.

Ein Trend, den anspruchsvolle moderne Nomaden pflegen, ist das Glamping. Glamorous Camping steht für Komfort und Naturnähe. Im Gegensatz zum herkömmlichen Campen wird die Unterkunft nicht in Form von eigenen Wohnwagen oder Zelten mitgebracht. Die anspruchsvollen Nomaden beziehen eine ungewöhnliche und zugleich luxuriöse Herberge. Dabei kann es sich um Baumhäuser handeln oder um Zirkuswagen, Nostalgiewohnwagen, Tipis mit Holzboden, Jurten in den bunten Farben mongolischer Nomaden, silberne Airstreams, Safarizelte, Heuhotels, Zeltlodges, Igluhotels, um nur einige Beispiele zu nennen.

Unterwegs-Sein ist ein Füllhorn von Überraschungen, ein Gefühl, eine Freiheit, die wir uns nehmen.

Tom Ford Soleil Neige

»Wie ein Strahlen im Winterlicht imitiert Soleil Neige das Schimmern der Sonne auf Schnee.« ***Tom Ford***

Tom Ford reist von Courchevel nach Megève und inspiriert zu der exotischen Reise von Soleil Neige. Der neue Private Blend Duft belebt mit der lichtreflektierenden Ästhetik des ruhigen Sonnenscheins auf frisch gepuderten Schneelandschaften. Helle Noten erinnern an das kühle Spiegelbild der Wintersonne. Das blumige Herz fängt die Atmosphäre eines strahlenden Himmels ein, während cremige Vanille für eine sonnengereifte Wärme im Abgang sorgt. Der Duft aus der Soleil Reihe betört nicht nur in der kalten Jahreszeit!

La Prairie Skin Caviar Eye Lift

STRAHLEND · GESTRAFFT · NEU DEFINIERT

Bei der Schweizer Luxusmarke La Prairie werden die Grenzen des Möglichen immer wieder von Neuem verschoben. Die Kaviar-Wissenschaft entwickelt sich laufend weiter und ihr Potential wächst stetig. Mit Skin Caviar Eye Lift präsentiert La Prairie nun das erste Serum für den gesamten Augenbereich, einschließlich der Augenbrauen, das wahrlich Ihre Augen öffnet. Das innovative Zweikammer-System ist zum Patent angemeldet und enthüllt ein Serum mit angenehmer Textur – angereichert mit Caviar Premier und La Prairies exklusivem Cellular Complex. Für einen wiederbelebten Blick.

Die Stadt: Raum der Begegnung *Bewegung*

Der urbane Raum ist im Wandel. Die Zukunft der City-Mobilität sei elektrisch, ist heute oft zu hören. Elektroflitzer, Stromer werden marktfähig und ergänzt von E-Bikes und E-Scootern. Entscheidend für die Zukunft unserer Städte ist aber vor allem, dass sie menschenfreundlich und lebenswert sind.

In einer lebenswerten Stadt sind entspannte Begegnungen zwischen Menschen möglich. Menschen können sich bewegen, ohne sich gehetzt zu fühlen. Es gibt Freiräume für ein buntes, bewegtes Miteinander. Gleichzeitig kommt man gut voran, ob zur Arbeit, zum Einkaufen, zur Schule, zu Freunden, zum Theater, ohne mit dem Auto im Stau zu stehen.

Blick nach Kopenhagen

In Kopenhagen sind unbeschwerte, fließende Bewegungen zu Fuß oder mit dem Fahrrad so entspannt möglich, dass man von Kopenhagenisierung spricht.

Die gelungene Umgestaltung zu einer menschenfreundlichen Stadt ist dem dänischen Architekten und Stadtplaner Jan Gehl zu verdanken.

Fahrradbrücke in Kopenhagen

Sein Ansatz: Die Stadt muss mit der Geschwindigkeit eines Fußgängers erlebt werden können, statt aus einem Fahrzeug heraus.

Seine Forderungen: Reduzierung der Autoabhängigkeit, attraktive Anreize zum Fahrradfahren, Förderung des öffentlichen Nahverkehrs, optimale Gestaltung des öffentlichen Raums, der den Menschen Bewegungsspielraum gibt.

»Eine Stadt ist für mich dann lebenswert, wenn sie das menschliche Maß respektiert. Wenn sie also nicht im Tempo des Automobils, sondern in dem der Fußgänger und Fahrradfahrer tickt. Wenn sich auf ihren überschaubaren Plätzen und Gassen wieder Menschen begegnen können. Darin besteht schließlich die Idee der Stadt« **Jan Gehl,** *Architekt, Stadtplaner*

Die Idee der Stadt

Jan Gehl inspirierte zu einer spektakulären Umgestaltung, die den Broadway in Manhattan wieder mit Leben erfüllte. 2009 wurden zunächst mehrere Straßenabschnitte vorübergehend verkehrsberuhigt oder für den Autoverkehr komplett gesperrt. Auf die freien Bereiche wurden Tische, Stühle, Pflanzkübel und Poller gestellt. Nach Ablauf der Testphase waren über siebzig Prozent der New Yorker von dem Mehr an Lebensraum und -qualität so begeistert, dass sie die Umwandung beibehalten wollten.

Initiativen für urbanen Bewegungsraum

2005 wurde in San Francisco der Park(ing) Day ins Leben gerufen. Seitdem werden weltweit an jedem letzten Freitag im September Parkflächen kreativ umgewidmet.

Union Square in New York

Auch die Idee der Parklets kommt aus San Francisco. Künstlerisch gestaltete Aufbauten, kleine Gärten, Sitzecken gewinnen Parkflächen für Fußgänger zurück.

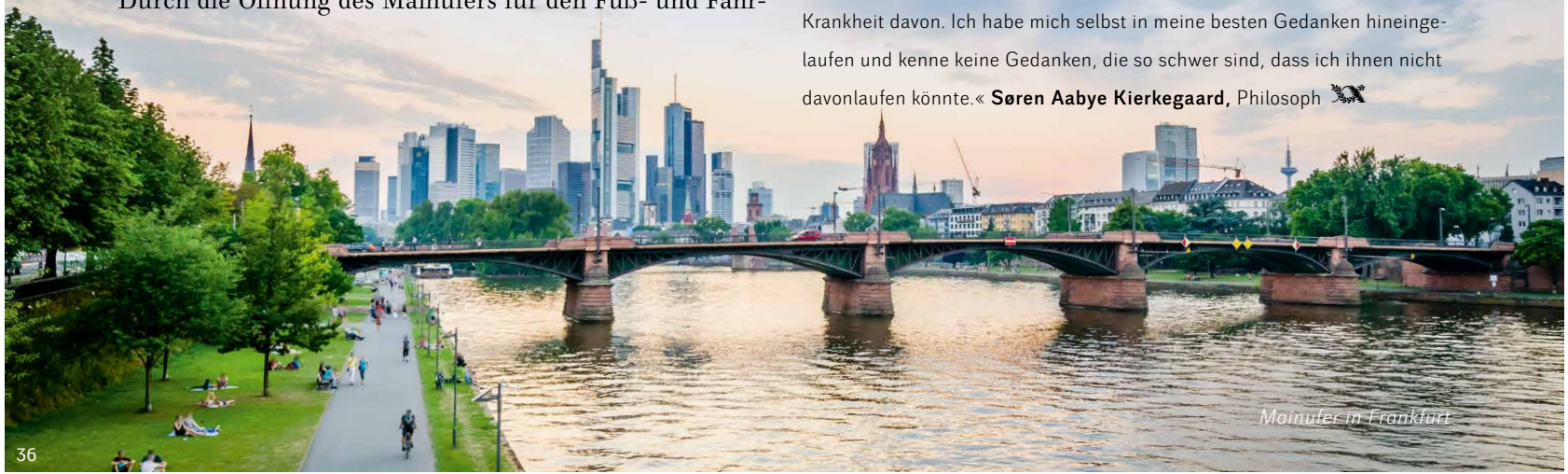
Aus der Stadt Gent stammt die Initiative der Lebensstraße. Seit 2013 können die Bewohner einer Straße ihr unmittelbares Wohnumfeld zur »Leefstraat« umgestalten. Autos werden temporär von den Straßen verbannt. Die frei werdende Fläche wird mit Rollrasen, Blumenbeeten, Sitzgelegenheiten, Spielplatzeinrichtungen einladend gestaltet. Mittlerweile haben sich viele belgische und niederländische Städte der Initiative angeschlossen.

Die Stadt Frankfurt hat in einer einjährigen Probephase bis voraussichtlich August 2020 den innenstadtnahen Teil des nördlichen Mainufers für den Autoverkehr gesperrt. Durch die Öffnung des Mainufers für den Fuß- und Fahrradverkehr soll eine Verbesserung der Aufenthaltsqualität erzielt werden. Die Menschen haben dann Gelegenheit, ihre beiden Mainufer entspannt zu genießen.

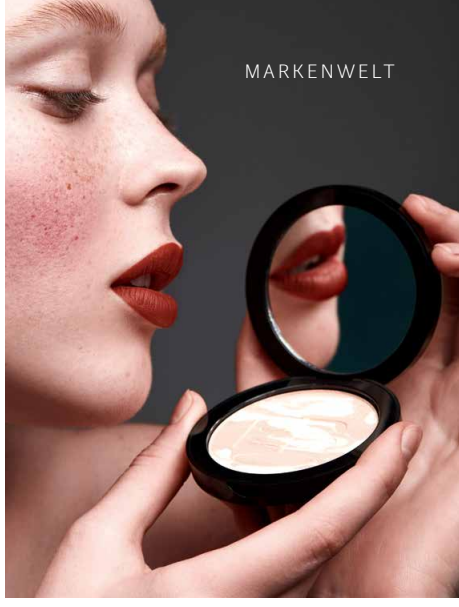
Bänke in Fußgängerzonen, vor Geschäften, Baumscheiben, die Bürger bepflanzen und pflegen, Plätze und Wege zum Spielen und Laufen ... das alles sind Beiträge zur Steigerung der urbanen Lebensqualität. Wir alle kennen gewiss noch viele Beispiele, die menschliche Bewegungen und Begegnungen im städtischen Umfeld fördern.

Geben wir unserer Lust an freier Bewegung ihren Raum. Seinem Buch *Städte für Menschen* stellt Jan Gehl folgendes Zitat voran:

»Vor allem aber verliert nicht den Wunsch zu laufen. Jeden Tag laufe ich mich selbst in einen Zustand des Wohlbefindens hinein und laufe jeder Krankheit davon. Ich habe mich selbst in meine besten Gedanken hineingelaufen und kenne keine Gedanken, die so schwer sind, dass ich ihnen nicht davonlaufen könnte.« **Søren Aabye Kierkegaard,** Philosoph



Mainufer in Frankfurt

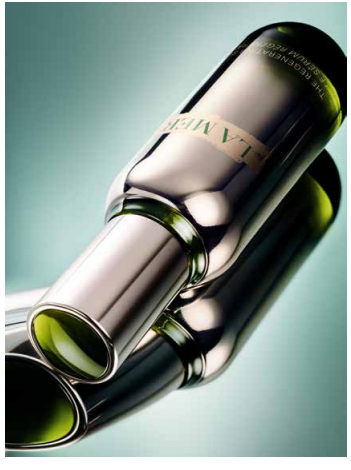


EDWARD BESS

Die luxuriöse Kunst des Understatements

»In dem Moment, in dem Du das unterstreichst, was Du bereits bist, ist wahre Schönheit geboren!«

Als persönlicher Styling- und Make-up-Berater für seine älteren Schwestern und eines der meist gefragten Male Models der Fashion-Welt hatte der in Charlotte (N.C., USA) geborene Edward Bess seine Affinität zur Schönheit bereits bewiesen, als er 2006 seine erste Lippenstift-Kollektion lancierte. Über Nacht wurde sie zur Ikone in den Premium Locations des Beauty-Einzelhandels. Nur hier ist die Bühne für seine Marke, die mittlerweile eine ganzheitliche Produktpalette umfasst – getreu seinem Motto: »Less is more«.



La Mer Das Neue The Regenerating Serum

Der Schönheits-Boost für Ihre Haut

Die Regeneration und der natürliche Prozess der Fermentation sind seit jeher das Herzstück von La Mer. Inspiriert von den gewaltigen Kräften des Meeres, verwirklichte Dr. Max Huber seine Vision: Mit Hilfe der Fermentation übertrug er die selbstregenerierende Kraft mariner Pflanzen auf die Haut. Nun präsentiert La Mer The Regenerating Serum in einer weiterentwickelten Formulierung. Mit dem neuen Metabolic Ferment und einer zusätzlichen Dosis Miracle Broth™ beschleunigt es die sichtbare Erneuerung der Haut und unterstützt die natürliche Kollagenproduktion.

Sportliche BewegGründe

Aquagymnastik, Joggen, Walking, Rope Skipping, Rhönradturnen, Fahrradfahren, XCO-Training, Yoga, Handball, Squash, Tennis, Indiaca … die Möglichkeiten, sich allein oder gemeinsam mit anderen, drinnen oder draußen, sportlich zu betätigen sind so vielfältig wie die Motive, die uns antreiben, und die Erlebnisse, die wir suchen.

In einfacher Weise können wir sportliche Aktivität als jede Energieleistung über das Ruheniveau hinaus definieren. Der Fantasie und den Wegen zu einem glücklichen, gesunden, sportlichen Leben sind keine Grenzen gesetzt.

Andere Kulturen entdecken

Tai-Chi, Chi-Gong, Aikido, Hatha-Yoga oder auch Tango haben einen historischen kulturellen Hintergrund.

Eine der am vielfältigsten weiterentwickelten Praktiken ist der Yoga. Die Anfänge des Yoga reichen in den Zeitraum um 5.000 v. Chr. zurück. Das Wort »Yoga« ist aus dem Sanskrit abgeleitet. »Yui« heißt »zusammenführen«, »einigen« oder »wiedervereinen«. Es symbolisiert die Einheit von Körper, Geist und Seele.

»Und dies ist in der Tat der höhere Sinn des Yoga: eine Vereinigung zwischen der Begrenztheit des Menschen und der Unendlichkeit des Weltgeistes herzustellen.« **Indra Devi,** *Yoga-Lehrerin*

Indra Devi war die Pionierin, die »Mitaji« (Mutter) des westlichen Yoga. *Forever Young*, *Forever Healthy* war der Titel eines ihrer Bücher – und der passt zu ihrem Leben, das fast 103 Jahre lang währte (1899 – 2002).

Yoga ist für jede Altersgruppe geeignet, kann überall ausgeübt werden und hat so viele Vorteile für die Gesundheit, dass auf Vorschlag des indischen Premierministers Narendra Modi 2015 der Welt-Yoga-Tag eingeführt wurde. Mit einer noch nie zuvor erzielten Mehrheit von 175 Stimmen (von insgesamt 193 Mitgliedern) bewilligten die Vereinten Nationen den Antrag.

Die Grenzen des Alltags sprengen

Sportliche Aktivität kann uns zu außeralltäglichen Erlebnissen, Grenzerfahrungen führen. Sie können ins Extreme gehen. In Extremsportarten testen die Aktiven die Grenzen ihrer physischen und psychischen Möglichkeiten aus, ob Freeclimbing, Akro-Paragliding, Apnoetauchen, Base-Jumping.

Es ist nur ein Atemzug …

Die Luft, die beim Apnoe- oder Freitauchen vor dem Tauchgang eingeatmet wird, muss für diesen Tauchgang reichen. Natalja Moltschanowa stellte 2014

einen Weltrekord im Streckentauchen auf, als sie 237 m zurücklegte, ohne Luft zu holen. 2015 kam sie vor Formentera vom Tauchen nicht wieder zum Vorschein und gilt seitdem als verschollen.

Je weiter wir uns vorwagen, umso so wichtiger wird die Sensibilität für die eigenen Grenzen.

Das Fliegen, so frei wie ein Vogel hat die Menschen schon immer fasziniert. Die ausgereiften und gut steuerbaren Gleitschirme machen das Paragliding heute zu einem Sport mit beherrschbarem Risiko, das intensiven Flow beschert. Das Suchtpotenzial ist allerdings wohl ebenso hoch wie zu Zeiten von Leonardo da Vinci. Das Universalgenie, das auch an der Möglichkeit des Fliegens tüftelte, hätte sich die Gelegenheit, so spektakulär in die Luft zu gehen, nicht nehmen lassen.

»Wenn du das Fliegen einmal erlebt hast, wirst du für immer auf Erden wandeln, mit den Augen himmelwärts gerichtet, Denn dort bist du gewesen und da wird es dich immer wieder hinziehen.«
Leonardo da Vinci, *Universalgelehrter*

Den Elementen verbunden

Outdoor-Aktivitäten, wie Joggen, Radfahren, Wandern, Sport im Park, lassen den landschaftlichen und urbanen Raum erfahren, die Witterung spüren, gegenwärtig sein, wenn die Sonne auf- oder untergeht. Auch beim Rudern, Surfen spüren wir den Raum, den Weg, die Umgebung, den Wind, die Geräusche, den Regen, das Wasser. Diese Empfindungen in Erlebnisräumen fördern das Flow-Erleben.

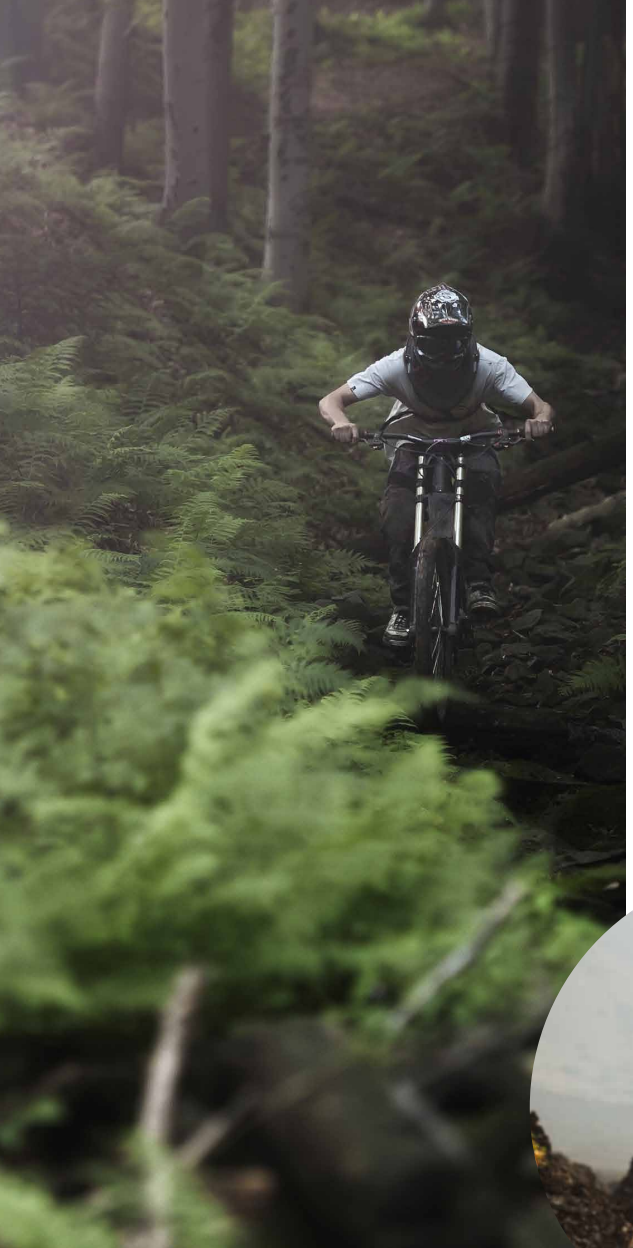
Helden im Sport

Im Kampf gegen sich selbst, ob beim Marathon, Triathlon, Extrembergsteigen, wird der Sportler zum Held. Ihm geht es nicht um den Wettkampf gegen andere, sondern um die Erfahrung des Ringens mit sich selbst und/oder mit der Natur. Dieses Sich-selbst-Überwinden verschmilzt im Wettkampf gegen andere mit dem Ziel, seine Gegner zu besiegen. Mühen und Strapazen sind angesichts dieser Erfahrung bald vergessen.

»Nie wieder.« **Grete Waitz** nach ihrem ersten Sieg beim New York City Marathon. Sie gewann ihn neun Mal.

Was treibt uns an?

Eine Antwort gibt der preisgekrönte Film *Die Stunde des Siegers*. Er thematisiert die Motive der britischen Athleten Harold Abrahams und Eric Lidell, die 1924 bei der Olympiade in Paris die Goldmedaille auf der 100- bzw. 400-Meter-Strecke gewannen. Die Motive: Leidenschaft, Hingabe, Anerkennung.



Olympiade 2020 in Tokio

Der Grundgedanke der Olympischen Bewegung und der Olympischen Spiele ist der Olympismus. Er ist eine Lebensphilosophie, die um die Wechselwirkungen zwischen den Leistungen von Körper, Wille und Geist kreist. Ihre grundlegenden Prinzipien sind in der Olympischen Charta festgehalten. Aus ihr können wir viele Werte ableiten, die sowohl im Sport als auch im Alltag Gültigkeit haben.

Höchstleistung: Wir geben immer unser Bestes, im Sport und im Leben.

Freundschaft: Wir fördern Annäherung und das gegenseitige Verständnis zwischen Menschen und Völkern. Wir ermutigen einander zu Solidarität, Teamgeist, Freude und engagieren uns für eine friedliche und bessere Welt.

Respekt: Wir respektieren uns selbst, den eigenen Körper, unsere Mitmenschen, die Umwelt. Wir achten auf Fairplay in jeder Beziehung.

In der Olympiade des Lebens können wir alle das Beste in uns verwirklichen!

In first in beauty leben wir den olympischen Gedanken.

»Wenn man mit Flügeln geboren wird, sollte man alles dazu tun, sie zum Fliegen zu benutzen.«

Florence Nightingale, *Krankenpflegerin*

DERMACOLLA Trinkampullen

Premium Kollagen für eine schöne Haut

Kollagen ist für eine schöne, faltenfreie Haut von enormer Bedeutung. Es verleiht ihr Elastizität und Festigkeit, Feuchtigkeit und Dichte. Um seine Aufgaben erfüllen zu können, muss es immer in ausreichender Menge vorhanden sein. Darum hat Grinstone Health die Dermacolla Trinkampullen entwickelt. Durch die orale Aufnahme gelangen die Wirkstoffe besonders effizient in die tieferen Hautschichten, in denen das Kollagen gebildet wird.

GUERLAIN MON GUERLAIN Intense

Die Facetten moderner Feminität

Jede Komposition von GUERLAINs Damenduftlinie MON GUERLAIN drückt einen besonderen Aspekt der modernen Weiblichkeit aus. Das neue Eau de Parfum Intense ist die mutigste und sinnlichste Version des klassischen MON GUERLAIN. Im Herzen dieser Komposition steht die prächtige Vanille, gepaart mit frischen Noten des exquisiten französischen Lavendels, Sandelholz und Patchouli. Subtil und doch verführerisch, zart und doch kraftvoll, weich und selbstbewusst – mit MON GUERLAIN Eau de Parfum Intense wird sich jede komplexe und facettenreiche Frau vollkommen verbunden fühlen.

SENSAI

ABSOLUTE SILK

Die absolute Kraft der Seide.

Mit *Koishimaru Seide* Royal™ beginnt bei SENSAI ab sofort eine neue Ära der Anti-Ageing-Pflege: ABSOLUTE SILK. Die neue luxuriöse Gesichtspflegelinie von SENSAI überraschte gleich mit einer Weltneuheit: MICRO MOUSSE TREATMENT. Der erste Anti-Ageing-Seidenschaum, der die Haut optimal auf die nachfolgende Pflege vorbereitet, verschmilzt dank der neuartigen Micro BubbleTechnologie mit der Haut und verjüngt sie mit einer erfrischenden, prickelnden Textur. Ihre Haut erstrahlt mit neuer Kraft. Die ABSOLUTE SILK Linie wird jetzt durch zwei neue Highlights ergänzt. Mit ABSOLUTE SILK CREAM und FLUID erlebt Ihre Haut eine außergewöhnliche Verwandlung. Sie wird mit intensiver Feuchtigkeit versorgt und sicher gegen Umweltbelastungen geschützt. Für eine wunderbar geschmeidige, glatte und widerstandsfähige Haut.

Parkour – Flucht nach vorn

Springend, kletternd, mit Vorwärts- oder Rückwärtssalto überwinden Parkourläufer so effizient wie möglich jedes Hindernis. Der urbane Raum ist für sie das ideale Terrain.

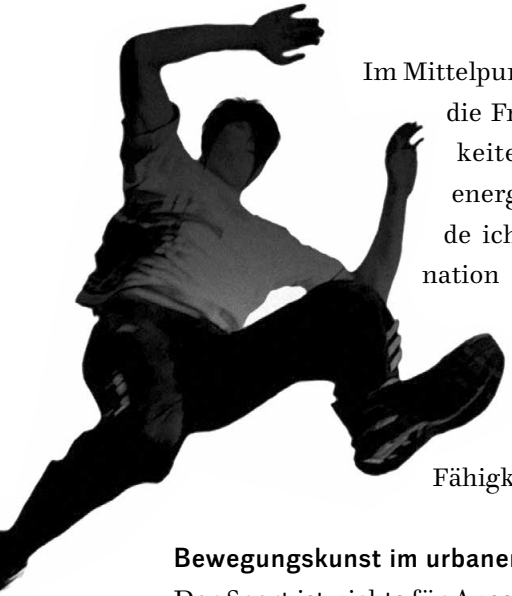
Wände, Geländer, Absperrungen, Häuser, Autos, immer gerade auf das Hindernis zu und darüber hinweg, als sei es keines. Die Bewegungen fließen, man hat ein gutes Gefühl. Das ist die Philosophie des Begründers der Parkour-Bewegung, David Belle.

Als Kind liebte er es, mit seinem Vater, einem ehemaligen Vietnamsoldaten, die Wälder Nordfrankreichs zu durchqueren und dabei jedes Hindernis flink zu überwinden.

Im Pariser Vorort Lisses ging es mit Gleichalterigen zunächst über Treppen, Tischtennisplatten, Papierkörbe und schließlich über Zäune, Mauern, Baugerüste, Hochhäuser. Kletternd und springend wurde Paris sein Bewegungsraum und zur Wiege des Parkour.

In einem von Chris Crudelli verfassten Buch über Kampfsportarten wird David Belle wie folgt zitiert:

»Bei einer unliebsamen Begegnung hat man im Grunde drei Möglichkeiten: Reden, Kämpfen oder Flüchten. Fast alle Kampfkünste und Selbstverteidigungssysteme beschäftigen sich mit der Flucht überhaupt nicht. Meine Hoffnung ist es, dass Parkour diese Lücke schließen kann.«



Im Mittelpunkt der faszinierenden Sportart steht die Frage: Wie komme ich mit den Fähigkeiten des eigenen Körpers schnell und energiesparend von A nach B? Wie überwinde ich Hindernisse durch geschickte Kombination verschiedener Bewegungen und Tricks? Zäune, Bänke, Mauern – alles, was im urbanen Umfeld lockt, wird auch in Sporthallen nachgebaut; zu cooler Musik werden Ausdauer, Muskelkraft und koordinative Fähigkeiten trainiert.

Bewegungskunst im urbanen Raum

Der Sport ist nichts für Angsthasen … und nichts für Draufgänger. Man sollte keine Angst vor dem Springen und Klettern haben. Respekt vor dem Hindernis ist dagegen unerlässlich, ebenso wie Training, Intelligenz und die Fähigkeit zu schnellen Entscheidungen. Der Sport lehrt, mit Risiken umzugehen, ohne waghalsige Situationen einzugehen.

Das Parkour im Sinne seines Erfinders ist kein Wettkampf und keine Selbstinszenierung, sondern eine kreative Kunst im urbanen Raum. Der Traceur (wörtlich: derjenige, der die Piste absteckt) misst sich nicht mit anderen, sondern mit sich selbst, verbessert Körperbeherrschung, Koordination, Kondition, sucht neue Routen, geht eine Interaktion mit dem städtischen Umfeld ein. Er begegnet seiner Umgebung und seinen Mitmenschen mit Respekt. Schließlich findet er hier den Rahmen für seinen kunstvollen Bewegungsfluss.

»Es geht vor allem um den Flow.« **David Belle,** *Traceur*

Darf ich bitten

»Eigentlich wollte ich immer nur tanzen. Ich musste und musste tanzen. Das war die Sprache, mit der ich mich ausdrücken konnte.«

Pina Bausch, *Tänzerin, Choreografin*

Tanzen bezieht den ganzen Menschen ein, lässt ihn aktiv werden, entfaltet seine Persönlichkeit. In der indischen Mythologie ist Tanzen eine Metapher für das Geheimnis des Lebens.

Schon Kinder bewegen sich intuitiv im Rhythmus von Musik. Auch ohne Schrittfolgen zu lernen, können wir kreativ, aus dem Bauch heraus tanzen. Den kreativen Tanz gestalten Fantasie, Gefühle, Geschichten. Tanzend bringen wir unser Innerstes zum Ausdruck.

Die Erfahrung, dass wir mit unserem Körper etwas ausdrücken, mitteilen können, das nicht in Worte zu fassen ist, ist eine Körpererfahrung, die befreit und unser Gefühl von Selbstwirksamkeit stärkt.

Tanzen entfaltet die Persönlichkeit, weckt das Körperbewusstsein und versetzt uns in Staunen, wie eloquent die Bewegungen unseres Körpers sein können.

Tanzen wir mit anderen gemeinsam, erleben wir in der Abstimmung mit ihnen Empathie, Respekt, gemeinsamen Flow, ein unvergleichliches Schwarmgefühl.

»Besessenheit ist der Motor – Verbissenheit ist die Bremse.«

Rudolf Nurejew, *Balletttänzer*

Der Jungbrunnen

Gehirn und Muskulatur sind gleichermaßen gefordert, ob wir frei und kreativ oder mit Schritt- und Bewegungsfolgen tanzen. Tanzen fördert die Motorik, die Koordination und die Körperhaltung, stärkt Lang- und Kurzzeitgedächtnis, verbessert Aufmerksamkeit und Merkfähigkeit, befreit uns von negativen Gedanken.

Physiologisch ist die regulierende Wirkung auf die Wohlfühl- und Belohnungshormone Serotonin und Dopamin nachzuweisen sowie der reduzierende Effekt auf das Stresshormon Cortisol.

Durch die vielfältige Stimulation des Gehirns verringert Tanzen das Demenzrisiko. Je nach Stil verbrennt es zudem mindestens so viele Kalorien wie intensives Joggen.

Das Gehirn tanzt mit

Die Bewegungsfolgen für unterschiedliche Tänze zu erlernen, ist das Element, das Tanzen zu einem unvergleichlichen Training für Gehirn und Körper macht.

Komplexe Tanzfiguren muten teils akrobatisch, teils verspielt an. Ist die Hebefigur des Schwans noch relativ einfach, verlangt der Flieger viel Training und Vertrauen, aufgefangen zu werden. Wir erinnern uns an den Film *Dirty Dancing*.

Viel Spaß macht das »türkische Handtuch«. Die Partner reiben ihre Rücken aneinander und gleichzeitig bewegen sie ihre Arme so, als würden sie sich mit einem Handtuch den Rücken abreiben.

Tanzend im Fluss

Kein Wunder, dass Tanzen uns in Flow versetzt. Um bei komplexen Bewegungsabläufen wie beim Ballett Flow zu erleben, müssen jedoch einige Bedingungen erfüllt sein. Der Erforscher des Flow-Phänomens Mihaly Csikszentmihalyi lässt eine Tanzlehrerin zu Wort kommen:

»Dieses Gefühl setzt etwa nach einer Stunde des Aufwärmens ein, wenn die Feinabstimmung von Muskelkraft und innerer Sicherheit erreicht ist. Ich fühle mich dann glücklich, zufrieden, leicht. Das Training hilft, diese Stimmung herbeizuführen, aber ich muss auch sehr gelassen und innerlich entspannt sein, um hineinzukommen. Was es dann aufrechterhält, sind Fitness, Willenskraft und Begeisterung.«

Dass es sich lohnt, kleine Hürden zu nehmen, um das Glück des Tanzens zu erleben, erfährt Anwalt John in dem Film *Darf ich bitten*. Tanzlehrerin Paulina (Jennifer Lopez): »Ich nehme Sie zu hart ran.« John (Richard Gere): »Nein, nein, das ist gut. Es ist schön, wenn einem die Füße weh tun, dann spürt man die Knie nicht mehr so.« Der Tanzunterricht ist für John das Tor zur Lebensfreude.

»Im Tanz befreit die Seele den Körper vom Geist.«
Lisz Hirn, *Philosophin*

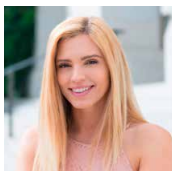
Mundwinkel-Signale

Entspannen Sie Ihre Stirn, aktivieren Sie die Lachfalten und möglicherweise empfinden Sie mehr Freude und empfangen mehr Freundlichkeit von anderen Menschen.

»Jeder Tag, an dem du nicht lächelst, ist ein verlorener Tag.«
Charlie Chaplin, *Schauspieler*

Der Psychologe William James war überzeugt, dass Emotionen aus der bewussten Wahrnehmung unserer körperlichen Reaktionen hervorgehen. Demzufolge lächeln wir nicht, weil wir glücklich sind, sondern wir sind glücklich, weil wir uns unseres Lächelns bewusst sind.

Von unserem Körper gehen Signale an unser Gehirn, die ihm mitteilen, dass wir eine bestimme Emotion empfinden – und tatsächlich empfinden wir diese Emotion auch.



In einem Experiment hielten die Teilnehmenden der einen Gruppe einen Filzstift mit den Schneidezähnen fest, wodurch ein Lächeln simuliert wird. Die andere Gruppe hielt einen Filzstift mit den Lippen, wodurch sie zwangsläufig die Stirn runzelten. Beide Gruppen betrachteten Cartoons des Zeichners Gary Larson und beurteilten, wie lustig sie auf sie wirkten. Die Personen der Gruppe, die den Stift mit den Schneidezähnen hielt, nahmen die Cartoons als lustiger wahr.

Diese Untersuchungen und viele andere dieser Art zeigen, dass eine fröhliche Mimik, ein Lächeln uns helfen kann, wirklich mehr Freude zu empfinden. Das ist die Aussage der Theorie vom Gesichtsfeedback.

Das gilt auch in negativer Richtung: Zornesfalten, Lippen zusammenkneifen, herabgezogene Mundwinkel. Achten wir also auf eine positive Körpersprache, lächeln wir so oft wie möglich. Die Ausstattung dazu haben wir. Die mimische Muskulatur hat einen Lachmuskel eigens für

die Aufgabe. Der *Zygmaticus major* entspringt am Jochbein und zieht die Mundwinkel nach oben.

»Denk daran, du bist derjenige, der die Welt mit Sonnenschein füllen kann.« **Walt Disney,** *Trickfilmzeichner und Filmproduzent*

Ein zarter Muskel namens *Risorius* hat seine Fasern im Mundwinkel und in der Wangenhaut. Beim Lächeln und Lachen zieht er sich zusammen und verleiht manchen Menschen ein kleines Lachgrübchen.

Der Augenringmuskel, *Orbicularis oculi,* liegt wie eine platte Muskelbrille um das Auge herum. Für das Auge ist er lebenswichtig, denn er spielt bei der Fortbewegung der Tränenflüssigkeit über den Augapfel von außen nach innen eine entscheidende Rolle. Beim Lächeln zieht er sich zusammen und verursacht die Lachfältchen um die Augen herum. Aufgrund seiner Kontraktion lachen wir Tränen.

In der Begegnung mit anderen Menschen können wir mit unserem Lächeln dafür sorgen, dass andere zurücklächeln.

»Andere reagieren positiver auf Sie, beginnen ein Gespräch, suchen Ihre Gegenwart, helfen Ihnen, trösten Sie, freunden sich mit Ihnen an oder werden der zukünftige Vater Ihrer Kinder. Das Lächeln eines Kleinkindes weckt Liebe und Zuneigung.«
Sonja Lyubomirsky, *Psychologieprofessorin*

Als soziale Wesen reagieren wir empfindlich auf soziale Signale, haben feine Antennen für Anzeichen der Akzeptanz oder Zurückweisung. Sieht man an Menschen vorbei, durch sie hindurch als seien sie Luft, meidet den Blickkontakt, fühlen sie sich abgewiesen. Lächelt man andere Menschen an, sucht den Blickkontakt, fühlen sie sich angenommen und wertgeschätzt.

»Das Lächeln, das du aussendest, kehrt zu dir zurück.«
Indisches Sprichwort

Die Stellung der Mundwinkel ist für den Gesichtsausdruck so grundlegend, dass wir alle das gelbe kreisrunde Smiley verstehen. Geschaffen wurde es 1963 von Harvey Ross Ball im Auftrag einer Versicherungsgesellschaft. Es sollte die Mitarbeiter fröhlich stimmen und motivieren.

Harvey Ross Ball rief den Welttag des Lächelns ins Leben. Seit 1999 ermuntert er uns am ersten Freitag im Oktober, durch Freundlichkeit mindestens zwei Menschen zum Lächeln zu bringen.

Welttag des Lächelns 2020: 2. Oktober

In unseren first in beauty Parfümerien kommt das Lächeln aus vollem Herzen … jeden Tag.

swiss smile snow white

Weißkraft pur

Die Schweizer Premium-Marke swiss smile lässt die gewöhnliche Zahnpflege hinter sich und vereint umfassende Expertise mit Luxus, Ästhetik und zeitlosem Design. Sie steht für die Entwicklung der begehrtesten und innovativsten Formeln, exquisit verfeinert mit edlen Inhaltsstoffen und hochwertigen Materialien für ein noch nie dagewesenes hochwirksames Zahn- und Mundpflegeerlebnis. Die »snow white« Whitening-Zahnpasta schenkt bei regelmäßiger Anwendung ein strahlend weißes Lächeln: Die hochwirksame Formulierung entfernt hartnäckige Verfärbungen schonend und verhilft den Zahnoberflächen zu ihrem weißen, natürlichen Glanz. Optische Aufheller sorgen für einen zusätzlichen, sofortigen Whitening-Effekt. Das darin enthaltene, natürlich entzündungshemmende Kurkumin verzögert die Anlagerung von Plaque und erschwert dadurch die Entstehung von Karies. Feuchtigkeitsspendende Aloe Vera beruhigt und kräftigt gereiztes Zahnfleisch.

Acqua di Parma Signatures of the Sun

Sakura

Acqua di Parma verkörpert seit mehr als hundert Jahren die Kunst der Parfümherstellung und ist Hüter eines handwerklichen Prozesses, in dem sorgfältig die besten Inhaltsstoffe ausgewählt und mit meisterhaftem Können destilliert werden. So wurde auch Signatures of the Sun geboren. Kostbare Ingredienzien bilden das Leitmotiv der Kollektion. Das Eau de Parfum Sakura rankt sich um die Blüte des japanischen Kirschbaums, eines der bekanntesten Symbole des fernöstlichen Landes.

MBR® »Made in Germany«

Hautpflege an der Grenze zur Medizin

So lautet die Devise der MBR Medical Beauty Research® GmbH mit Hauptsitz im staatlich anerkannten Kurort Bad Schlema. Das traditionsreiche Städtchen liegt im sächsischen Erzgebirge, welches seit 2019 zum UNESCO-Weltkulturerbe gehört. »Made in Germany« unterstreicht national sowie international die MBR®-Garantie für innovative Ideen bei stets gleich bleibender Qualität. Seit dem Jahr 1999 entwickelt, produziert und vertreibt das TÜV-zertifizierte Unternehmen erfolgreich hochwertige Hautpflegeprodukte und bietet als einer der wenigen deutschen Hersteller Hightech-Kosmetika im Premiumsegment an.

Unser Weg

Wohin zieht es uns? Dorthin,

- wo unsere Erlebenswünsche erfüllt werden.
- wo wir herzlich empfangen werden.
- wo wir gute Gespräche und guten Rat finden.
- wo wir uns gemeinsam an schönen, erlesenen Dingen erfreuen: Dinge, von denen wir wissen, dass sie mit Liebe, Hingabe und exquisitem Know-how erschaffen und weitergegeben werden.
- wo wir Menschen treffen, die Freude daran haben, ihre Fähigkeiten einzusetzen.
- wo wir diesen Flow erfahren, der die Welt lebenswert macht.

Gehen wir also in die first in beauty Parfümerie. Hier werden Ihre hohen Erwartungen erfüllt. Hier stehen Sie im Mittelpunkt. Hier finden Sie die Werte von first in beauty: Verantwortung, Kompetenz, Individualität, Kultur, Luxus und die Leidenschaft, die alles miteinander verbindet.

»Am Ende geht einer doch immer dahin, wohin es ihn zieht.«

Antoine de Saint-Exupéry, *Schriftsteller, Pilot*

Schleswig-Holstein, Hamburg, Berlin, Mecklenburg-Vorpommern

Meister – Parfumerie seit 1888
Eppendorfer Baum 12,
20249 Hamburg
Telefon 040.57009835
info@meister-parfumerie.de
www.meister-parfumerie.de

Parfümerie Schönheit am Rothenbaum
Rothenbaumchaussee 78,
20148 Hamburg
Telefon 040.456381
rothenbaum@hc-parfuemerie.de
www.parfuemerie-hc.de

Parfümerie Delfi
Kurfürstendamm 46, 10707 Berlin
Telefon 030.88722692
info@parfuemerie-delfi.de
www.parfuemerie-delfi.de

Niedersachsen, Bremen

Parfümerie Liebe
Karmarschstraße 25, 30159 Hannover
Telefon 0511.304711
info@liebe-hannover.de
www.liebe-hannover.de

Parfümerie Unique
Lüllauer Straße 1, 21266 Jesteburg
Telefon 04183.776850
unique@hc-parfuemerie.de
www.parfuemerie-hc.de

Sachsen, Sachsen-Anhalt, Thüringen

Hallensia Parfümerie Tauschel
Große Ulrichstraße 4,
06108 Halle an der Saale
Telefon 0345.2031431
info@parfuemerie-tauschel.de
www.parfuemerie-tauschel.de

Nordrhein-Westfalen

Parfümerie Förster
Oststraße 162, 40210 Düsseldorf
Telefon 0211.365176
info@foerster-parfuemerie.de
www.foerster-parfuemerie.de

Parfümerie Wigger
Kaiserstraße 100, 44135 Dortmund
Telefon 0231.524962
info@parfuemerie-wigger.de
www.parfuemerie-wigger.de

Parfümerie & Lingerie Vollmar
Sternstraße 64, 53111 Bonn
Telefon 0228.637901
info@parfuemerievollmar.de
www.vollmar-bonn.de

Parfümerie Wolf
Bahnhofstraße/Ecke Arndtstraße
33602 Bielefeld
Telefon 0521.9644711

Parfümerie Wolf
Niedernstraße 21, 33602 Bielefeld
Telefon 0521.69680
wolf.parfuemerie@t-online.de
www.parfuemeriewolf.de

Rheinland-Pfalz

Parfümerie Rüdell
Mittelstraße 40, 56564 Neuwied
Telefon 02631.23861
info@parfuemerie-ruedell.de
www.parfuemerie-ruedell.de
online-shop: www.parfum.de

Parfümerie Edith Lücke
Neustraße 20, 54290 Trier
Telefon 0651.44712
kontakt@edithluecke.de
www.edithluecke.de

Hessen

Parfümerie Kobberger gegr. 1919
Palais Thurn & Taxis,
Thurn-und-Taxis-Platz 1
60313 Frankfurt am Main
Telefon 069.281035

Parfümerie Kobberger gegr. 1919
Lokalbahnhof Textorstrasse 7,
60594 Frankfurt am Main
Telefon 069.629018
kobberger@t-online.de
www.kobberger.de

Baden-Württemberg

Akzente – Hello Beauty
Carl-Theodor-Straße 18,
68723 Schwetzingen
Telefon 06202.4708
service@akzenteplus.de
www.akzenteplus.de

Unique by baslerbeauty
Hirschstraße 22, 70173 Stuttgart
Telefon 0711.2239952
info@unique-baslerbeauty.de
www.unique-baslerbeauty.de

Parfümerie Carl Butta
Bickenstraße 1, 78050 VS-Villingen
Telefon 07721.84710
www.parfuemerie-butta.de
service@butta.de

Ruppert Beauty Coach
Marktplatz 11,
97980 Bad Mergentheim
Telefon 07931.990153
parfumerieruppert@gmx.de
www.ruppert-parfumerie.de

Bayern

Die Kleine Theatiner Parfümerie
Theatinerstraße 35, 80333 München
Telefon 089.267919
mail@die-kleine-theatiner-parfuemerie.de
www.die-kleine-theatiner-parfuemerie.de

**Parfümerie am Tegernsee -
by Hildegard**
Seestraße 12, 83700 Rottach-Egern
Telefon 08022.6120
info@bayerschmidt-rottach.de
www.parfumerie-tegernsee.de

Schloss Parfümerie Bayreuth
Maximilianstraße 43, 95444 Bayreuth
Telefon 0921.64933
www.schlossparfuemerie-bayreuth.de

Theater-Parfümerie Dessloch
Theaterstraße 13, 97070 Würzburg
Telefon 0931.51550
theater-parfuemerie@t-online.de
www.theaterparfuemerie.de

Herausgeber
first in beauty e. V.
Kaiserstraße 42a, 40479 Düsseldorf
Telefon 0211.30181883
Telefax 0211.30181899
info@first-in-beauty.de
www.first-in-beauty.de

Konzeption/Gestaltung
Elsenbach Design, Nicole Elsenbach
Südstraße 12, 42499 Hückeswagen
Telefon 02192.9367948
mail@elsenbach-design.de
www.elsenbach-design.de

Text/Redaktion
Claudia Pilatus
Konstantinstraße 15, 41468 Neuss
Telefon 02131.166991
pilatus-claudia@t-online.de
www.wie-ideen-worte-werden.de

Druck
Medienagentur Norbert Sobiech
Nordseestraße 154, 45655 Recklinghausen
Redaktionsschluss 8. November 2020

Fotografie/Bildrechte
Adobe Stock: S. 2, 3, 9, 16 – 19, 26, 28, 31, 32, 34, 35, 36, 38, 39, 40, 41, 44, 45, 46, 53
Ingo Gottlieb: S. 22, 23, 24
istockphoto: S. 2, 3, 4, 5, 6, 11, 14, 45 – 50
Ewa Korneluk: S. 38 Mitte
Unsplash, Austin Distel: S. 30
Unsplash, Heather Shevlin: S. 10
Unsplash, Ade Tunji: S. 8

Die Bildrechte für die vorgestellten Produkte und Marken liegen bei den entsprechenden Unternehmen und wurden freundlicherweise zur Verfügung gestellt. Urheber, die nicht zu erreichen waren, werden zwecks nachträglicher Rechteabgeltung um Nachricht gebeten.

Ihre Essence im Web: www.magazin.first-in-beauty.de
NEU: www.news.first-in-beauty.de

News, Geschichten von ausgefallenen, edlen Parfums, exklusiver Kosmetik,
Leidenschaft und Kreativität, Wissen und Know-how in den besten Parfümerien Deutschlands

first in beauty
A LUXURY ALLIANCE
PERFUMERIES

Titelfoto: Adobe Stock, Andrii Starunskyi