

BALL fieber



Für Fußballfans hat SIGG, der Schweizer Spezialist für Trinkflaschen, ebensolche mit Nationalflaggen im Programm. Die Flaschen halten einiges aus, sind praktisch und leicht zu reinigen. Die Getränke schmecken wegen der speziellen Innenbeschichtung immer gleich gut.

Damenmannschaft. Zu einer EM der besonders anregenden Art lädt die Parfümerie Nägele & Strubell. Vom 7. bis 29. Juni haben elf Damen (1 Kapitänin, 10 Spielerinnen) an den Abenden der EURO-2008-Spieltage (außer Sonntag) gegen einen geringen Unkostenbeitrag die Möglichkeit, anstatt sich zu Hause vor dem Fernseher zu langweilen, in allen 14 Nägele & Strubell-Parfümerien in Österreich eine Beauty-Party zu feiern und bei drei Corners (Schminken, Pflege, Duft) Halt zu machen. Anmeldungen unter j.englert@naegele.co.at oder unter 01/512 04 24/21.



Während die Umsätze von Kosmetik aus dem Drogeriemarkt und der Parfümerie eher stagnieren, erfreut sich Kosmetik aus der Apotheke immer größerer Beliebtheit. Der Grund: Die Konsumenten sind in jeder Hinsicht sensibler geworden. Sie sind kritischer und legen immer mehr Wert auf umfassende Beratung.

Pflege nach Maß

INES HINTERKÖRNER

Zurück zu den Anfängen. So könnte man den Boom, den Apothekenkosmetik derzeit erlebt, umschreiben. Apotheken sind nicht nur Orte, an denen Arzneiwaren verkauft werden. Viele Apotheken stellen Arzneimittel auch her. Und vom Arzneimittel zum Pflegeprodukt ist es kein großer Schritt. Das dazu nötige Fachwissen ist ja vorhanden.

Als Paradebeispiel darf hier Kiehl's genannt werden. 1851 gegründet, versorgte der Apotheker John Kiehl seine Kundschaft in New York nicht nur mit pharmazeutischen, sondern auch mit selbst entwickelten Pflegeprodukten. Der Grund für Kiehls imposanten Erfolg? Die Produkte werden vorwiegend aus natürlichen Inhaltsstoffen hergestellt, sind sehr gut verträglich auch für empfindliche Haut, das Personal ist sehr gut geschult. Ein Konzept, dem zum Beispiel heute die Saint Charles Cosmothecary in Wien, eine Schwester der Saint Charles Apocary (www.saint.info), folgt und damit sehr erfolgreich ist.



Bild: SWSANOFLORE

Die Reduktion auf das Wesentliche ist auch der Grund, warum Kosmetikmarken, die ausschließlich in Apotheken erhältlich sind, sich zunehmend größerer Beliebtheit bei den Konsumenten erfreuen. Und das wiederum hat seine Ursache darin, dass immer mehr Menschen Probleme mit der Haut haben, an Allergien leiden oder einfach nur möglichst hochwertige Pflege mit möglichst wenig Schnickschnack haben wollen.

Kosmetikprodukte, die in der Apotheke verkauft werden, werden in der Regel entwickelt und getestet, um Allergierisiken zu verringern. Ihre Hautverträglichkeit und Wirksamkeit wird unter dermatologischer Kontrolle und, was ansonsten nicht selbstverständlich ist, auch an empfindlicher Haut getestet. Viele Produkte kommen ohne Farb-, Duft- und Konservierungsmittel aus, weil diese die Haut unnötig belasten und unbeabsichtigte Reaktionen verursachen können. Zudem werden die Produkte entsprechend den Qualitätsnormen der pharmazeutischen Industrie hergestellt. Was Apothekenkosmetik noch attraktiv macht, ist das durchwegs erfreulich faire Preis-Leistungs-Verhältnis.

Nicht unwesentlich am Erfolg der Apothekenkosmetik beteiligt sind gut ausgebildete Mitarbeiter, die Hauttypen bestimmen, Allergiepässe lesen und einige Hautkrankheiten erkennen und so kompetent beraten können.

Zu den großen Marken, die in Apotheken verkauft werden, gehören als Marktführer Vichy und La Roche Posay, beide Töchter des L'Oreal-Konzerns, Eucerin von Beiersdorf, Louis Widmer, RoC, Payot, Avene oder Ladi-Val. Diese, aber auch Nischenmarken wie die Biokosmetikmarke Sanoflore oder SkinCeuticals, eine so genannte Doctors Brand, beide im Besitz von L'Oreal, decken den gesamten Bereich der Körper-, Haar- und Sonnenpflege ab. Zum Teil haben diese Marken ihren Ursprung in der Dermatologie, was ihnen ein hohes Maß an Kompetenz sichert. Dekorative Kosmetik aus Apotheke bieten etwa La Roche-Posay oder T.Leclerc an.

Welche Marken in Apotheken verkauft werden, entscheiden die Apotheker alleine. Generelle Richtlinien für Apothekenkosmetik gibt es nicht. Die Produkte müssen aber der EU-Kosmetikverordnung und natürlich auch den nationalen Bestimmungen entsprechen.

Jeans für die Füße

Converse feiert 100. Geburtstag – All Star Chucks ist Prototyp eines Sneakers

Was haben Elvis Presley, Avril Lavigne und Gisele Bündchen gemeinsam? Sie waren bzw. sind Fans von Converse-Turnschuhen. Genauer: Fans des Modells Converse All Star Chucks. Dieser Turnschuh mit seiner unverwechselbar quietschenden Gummisohle ist sozusagen der Prototyp aller modernen Sneakers und heute ein Klassiker.

Ähnlich wie Jeans, die ursprünglich als Arbeitsgewand gedacht waren und heute aus der Mode nicht wegzudenken sind, waren auch Converse-Turnschuhe zunächst als Arbeitsschuhe konzipiert. Und ähnlich wie Jeans haben sich Converse-Turnschuhe einen Fixplatz in der Mode erobert. Weil sie wirklich jedem passen, weil sie cool und bequem sind, einiges aushalten und ideal zu revolutionären Weltverbessern und Visionären passen.

Converse wird heuer 100 Jahre alt. Das Unternehmen, das heute Teil des Nike-Konzerns ist, wurde 1908 von Marquis M. Converse in Malden (Massachusetts) als Rubber Shoe Company gegründet. 1909 kam der erste Schuh auf den Markt. Es sollte allerdings bis 1917 dauern, bis das Modell, das Converse weltberühmt machte, der All Star, kreiert wurde. Die Unterschrift von Chuck Taylor kam 1923 auf das Gummiabzeichen des Sportschuhs. Damit sollte der Innovationsgeist der Basketball-Legende Taylor geehrt werden.

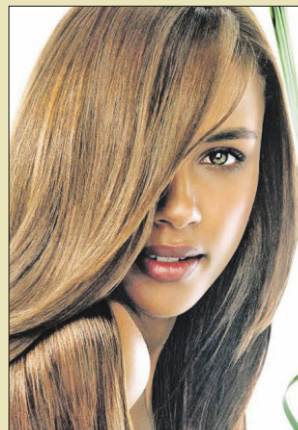


Im Laufe der Zeit wechselten die Besitzer, und das Angebot an Schuhen wurde kontinuierlich auf Sport- und Angelschuhe ausgeweitet. Für die Air Force wurden im Zweiten Weltkrieg spezielle Schuhe für Piloten hergestellt. Zu seinem Höhenflug setzte Converse in den 50er Jahren an, als das Management Basketball-Talente für den Außendienst anheuerte und seine Aktivitäten ganz auf die Herstellung von Sportschuhen, mit dem Schwerpunkt auf Basketball, richtete. Marketing wurde immer wichtiger. Converse wollte Trends setzen und nicht nur auf Trends reagieren. Das Ergebnis ist eine breite Palette an Sport- und Lifestyle-Produkten.

Zum 100. Geburtstag gibt es natürlich auch ein Geschenk: die Spezialedition (PRODUCT) RED™. Die (PRODUCT) RED™-Sneakers bestechen durch auffällige Prints, Streifen und witzige Rotkäppchen-Motive. Besonders auffällig: Eine Öse ist rot gefärbt.

RED, eine von U2-Sänger Bono Vox gegründete Initiative, unterstützt mit einem Teil des Nettogewinns die AIDS-Hilfe in Afrika. Der Global Fund zur Bekämpfung von Aids, Tuberkulose und Malaria wurde 2002 mit Unterstützung bedeutender Persönlichkeiten, wie dem ehemaligen UNO-Generalsekretär Kofi Annan gegründet und hat bis heute von den (RED-)Partnern mehr als 60 Millionen US Dollar erhalten.

NATÜRLICH schön



Perfekte Harmonie von Natur und Technik verspricht die Haarpflegelinie „Biologie“ von Matrix. Höchst wirkungsvolle Pflanzenessenzen und modernste Technologie kreieren einen therapeutischen Ansatz in der Salon-Haarpflege, wodurch einfache, effektive und leicht anzuwendende Lösungen für spezielle Haar- und Kopfhautprobleme möglich sind. Die Produkte für trockenes Haar sind mit Aloe Vera, Algen und Weizenkeimen versehen, um den natürlichen Feuchtigkeitshaushalt des Haares wieder herzustellen. Coloriertes Haar wird mit Hibiskus, Zitrone und Sojaproteinen glänzend schön gepflegt, strapaziertes Haar mit Zitronengras und Mango gestärkt. Feinem Haar verleihen Ingwer und Eukalyptus natürliche Vitalität. „Biologie“ von Matrix ist exklusiv beim Friseur erhältlich.



Jane Iredale hatte mit Make-up als Produzentin beim Theater und Film nur am Rande zu tun. Bei ihrer Arbeit hat sie Visagisten zugesehen und erkannt, dass Make-up vor allem die natürliche Schönheit betonen sollte. 1994 hat sie in den USA ihre eigene Make-up-Linie auf den Markt gebracht. Ihre „The Skin Care Make-up“ genannte Linie bietet nicht nur sehr viele Farben an, die Produkte basieren auf mikronisierten Mineralien und werden ohne Füllstoffe und Bindemittel wie Talkum und Mineralöl und ohne chemische Farbstoffe und Konservierungsmittel erzeugt. In Österreich ist Jane Iredale unter anderem in der Naturparfümerie Staudigl in Wien erhältlich. Der Vertrieb für Österreich wird von Dr. Wolff Medicosmetics durchgeführt. Bezugsquellen unter www.medicosmetics.com.



Annemarie Börlind hat ihre Make-up-Linie komplett erneuert. Der Familienbetrieb aus dem Schwarzwald, der seit fünf Jahrzehnten ein Synonym für hochwertige natürliche Schönheitspflege „Made in Germany“ ist, bietet mit der überarbeiteten und erweiterten Make-up-Linie, für die die Enkelinnen von Annemarie Börlind als Models fungieren, kontrollierte Naturkosmetik. In den Produkten findet man keine Tierextrakte, keine Erdölprodukte, Parabene oder Silikone und auch kein Karmin. Dafür aber mineralische Farbpigmente und hochwertige Inhaltsstoffe wie Macadamianuss-, Jojoba- und Mangoöl, Hyaluronsäure, Vitamin E, Sheabutter oder Rosenwasser, die man aus der Pflegekosmetik kennt. Die Hautverträglichkeit der Produkte ist natürlich dermatologisch bestätigt.