

BEAUTY



HERRENGEDECK. Der Frühling bringt neue Pflegeprodukte für Männer, etwa die folgenden: 1. Bartöl aus der neuen „Linie M“ von Susanne Kaufmann mit versprochener Dreifachwirkung für Haut und Haar (39 €). 2. Vegane Repair-Maske „Get Strong“ für strapaziertes Haar von Bundy Bundy (27 €). 3. Reinigungsgel mit Zirbelkiefer und Meer-salz von Dr. Hauschka (26 €). 4. Vielseitige Gesichtspflege „UV Plus Multi-Protection“ von Clarins mit SFP 50 (29 €). 5. 96 Stunden lang Feuchtigkeit spenden soll der „Maximum Hydrator Eye“ für die Augenpartie von Clinique (35 €). 6. Vielseitige Foundation aus der „Boy de Chanel“-Linie von Chanel für einen gleichmäßigen Teint in zahlreichen Nuancen (65 €). 7. Detox-Sheet-maske für Männer von der österreichischen Marke Bad Boy mit Kaffeesamenextrakt (5 €). 8. Feuchtigkeitspflege „Fresh Moisturiser“ mit Tigergras- und Berg-hopfenextrakt von Ringana (41 €). 9. Zur Beruhigung der Haut nach der Rasur, „Ultimate Razor Burn and Bump Relief“ von Kiehl's (22 €). 10. Die „Face Cream Men“ von Dr. Barbara Sturm soll spezifisch auf die Bedürfnisse von Männerhaut eingehen (150 €).

26 Schaufenster



Riechstoff

von Daniel Kalt

Besonders weit ist man mit Experimenten für das voll synästhetische Geruchskino ja nie gekommen: Schade eigentlich, denn so weiß man nicht, wie, sagen wir, Catherine Deneuve sich als sex-tolle Bourgeoise in Lufts Buñuels „Belle de jour“ (1967) eingedüffelt hätte. Zehn Jahre später hätte die Figur gewiss „Opium“ ge-tragen – eingekleidet war sie schließlich auch zur Gänze von Yves Saint Laurent. Tom Ford nun, selbst im Nebenberuf Filma-macher, hat mit seinem neuesten Männer-duft „Beau de jour“ quasi das Parfumpen-dant zu Buñuel vorgelegt: Eine sehr klassi-sche Angelegenheit, was auch stimmig ist. Ein frigidierender Gigolo, der sich an Nachmitta-gen aus Fadesse mit Matratzensport die Zeit vertreibt, würde wahrscheinlich wirk-lich in einer solchen Lavendelwolke einher-schreiten: Übung somit gelungen. Literarisch ist die Inspiration für einen Duft des Nischenlabels Salle privée, gegründet von dem Niederländer Patrick Munsters (im Vorleben übrigens Mitbesitzer der Mode-marke Scotch & Soda). „Le temps perdu“ soll Prousts Meisterwerk evozieren, riecht aber (glücklicherweise) nicht nach süßem Madeleine-Sandteig, sondern ist eine Holz-Amber-Moschuskomposition mit viel Iso-E-Super. Letzteres ist ein Garant für Spritzig-keit, zumindest im Anfangsakkord bläst einem hier aber eine verholzte Wodkanote entgegen. Hätte es „Du côté de chez Swann“ so gerochen? Hätte man nicht eher Charteuse genossen? Fragen, auf die auch das beste Parfum keine Antwort ge-ben kann.



KANONISCH. „Le temps perdu“ von Salle privée, 100 ml um 190 €. „Beau de jour“ von Tom Ford, 50 ml um 110 €.

Foto: V&L, Dejean/mtl.

Zum eigenen Gebrauch nach §42a UrhG.
Anfragen zu weiteren Nutzungsrechten an den Verlag oder Ihren Medienbeobachter.