

AM 8. JUNI 2011 IST WORLD OCEANS DAY



La Mer Division Estée Lauder Companies:

Auch in diesem Jahr feiert La Mer wieder gemeinsam mit Oceana (Organisation zum Schutz der Meere) ihre erfolgreiche Zusammenarbeit. Die Marke unterstützt die Organisation anlässlich des World Oceans Day mit Spenden, die sich aus dem Verkauf einer exklusiven Sonderedition Crème de la Mer generieren. Die bekannte Creme wird in 100 ml Größe und blauer Aufmachung in limitierter Edition in den Monaten Mai und Juni verkauft (unverbindliche Preisempfehlung 335,- Euro/100 ml). Der World Oceans Day wurde 1992 ins Leben gerufen und findet jedes Jahr am 8. Juni statt. In Partnerschaft mit Soundwalk wurde der "Seven Seas Sound Mix" kreiert – eine vom Meer inspirierte iPhone-/iPad-Applikation, die ab dem 8. Juni 2011 auf iTunes verfügbar sein wird.



Weitere Infos: www.soundwalk.com; www.lamer.com/oceana.com

NEUES KABINENKONZEPT

Parfümerie Mußler Stuttgart: Anfang April luden die Parfümerie Mußler und Dr. Hauschka Kosmetik zur Eröffnung der neu gestalteten Beauty Lounge der Parfümerie Mußler nach Stuttgart in die Hirschstraße ein. Für die Beauty Lounge hat Dr. Hauschka Kosmetik ein neues Kabinenkonzept entwickelt, das bei Mußler erstmals realisiert wurde. Natürliche, langlebige Materialien (aus natürlichen Rohstoffen oder Recyclingmasse gewonnen) gehen mit modernem Design eine harmonische Verbindung ein und schaffen gleichzeitig eine elegante Atmosphäre. Wer diese Treppe hochsteigt, entflieht dem Trubel der Stadt. Denn oben ist Entspannung und natürliche Schönheitspflege angesagt. Verwöhnen lassen kann man sich von einer speziell ausgebildeten Dr. Hauschka Naturkosmetikerin, die die klassische Dr. Hauschka Kosmetikbehandlung sowie Varianten davon anbietet, wie Reinigungsbehandlung, Revitalisierungs- oder Entspannungsbehandlung.



Stufen zum "Himmel": Entspannen im Trubel der Stadt.

MAILING FÜR NATURKOSMETIK

Cospar: Die Cospar GmbH hat in ihren Jahresgesprächen 2011 mit der Depot-Industrie erstmalig ein Konzept zum Thema Naturkosmetik vorgestellt, welches großen Anklang fand. Es handelt sich um ein ganz besonders gestaltetes Mailing. Der Endverbraucher erhält in einem festem Umschlag eine 16-seitige Broschüre auf sehr dünnem Papier gedruckt. Verschiedene Naturkosmetikfirmen präsentieren sich und ihre Produkte auf attraktiv gestalteten Seiten und geben so dem Endverbraucher viele Informationen zum Thema Naturkosmetik. Das Mailing wird im Juni 2011 durch die angeschlossenen Parfümerien an Endverbraucher versandt.

