

Nicolas Cloutier von Nose Paris

Einzigartiges Parfüm-Profil

Nose: Die in Frankreich entwickelte Methode zur Entdeckung individueller Lieblingsdüfte feierte Deutschland-Premiere bei Mußler Beauty. Neu im Sortiment des traditionsreichen Stuttgarter Unternehmens ist außerdem die Wundermarke La Mer.

Eine absolute Innovation in der Duftberatung geht um die Welt und ist nun in Stuttgart angekommen – genauer gesagt bei Mußler Beauty. Zweieinhalb Jahre waren notwendig gewesen, um das wegweisende digitale Beratungskonzept Nose endlich auf den Markt zu bringen. Die Rede ist von einer neuartigen Parfüm-Empfehlungs-Technologie via iPad, die es ermöglicht, den perfekten Duft für sich, Verwandte und Freunde zu finden.

Basierend auf einer interaktiven Datenbank von über 9.000 internationalen Düften, von denen jedes einzelne durch eine Gruppe international renommierter Parfümeure definiert und kategorisiert wurde, macht sich Nose einen raffinierten Algorithmus zu Nutze: Mit Hilfe von sieben Fragen zu den persönlichen Vorlieben und unter Angabe der zuletzt benutzten Parfüms hilft das eigens für Nose entwickelte Computerprogramm dabei, einen neuen Duft zu entdecken. Damit steht bei der Be-


ratung nicht mehr die Marke und ihre Geschichte an erster Stelle, sondern das reine Dufterlebnis, das sozusagen „blind“ vermittelt wird.

Das für den Einzelhandel revolutionäre Beratungskonzept wurde erstmals im Nose Concept Store in Paris eingesetzt, um dort die Parfüm-Beratungskompetenz zu verbessern und Kunden zu helfen, ihren perfekten Duft zu finden. Ergebnis: Mehr als 50.000 Parfüm-Beurteilungen in weniger als einem Jahr. „Wir sind sehr stolz darauf, dass Mußler Beauty jetzt als erster Store in Deutschland diese Technologie zunächst in unserer City-Filiale Hirschstraße anbieten kann“, freut sich Matthias Mußler, der mit seiner Frau Susanne das Stuttgarter Beauty-Unternehmen leitet.

Eine weitere Neuheit bei Mußler Beauty ist in der Filiale im Killesbergpark die Wundermarke La Mer. Zur Einführung war eigens Thomas Faschian, Geschäftsführer des Kosmetikherstellers, nach Stuttgart gekommen. Aus dem Meer respektive Algen gewonnen, hat die legendäre „Crème de la Mer“ nach eigenen Angaben die Kraft, die Haut sichtbar zu verwandeln. In nur kurzer Zeit verbessert sich ihre Festigkeit, Linien, Falten und erweiterte Poren sind weniger sichtbar. Selbst die trockensten Partien der Haut wirken erneuert und verjüngt. Das Kultprodukt, auf das unter anderem Promis wie Naomi Campbell, Karl Lagerfeld, Sharon Stone oder Kim Kardashian schwören, gehört inzwischen zu den teuersten Cremes der Welt. ◆



Ehepaar Mußler und Thomas Loch von La Mer



LITALU

Exklusiv in Stuttgart-City
bei Merz & Benzing
in der Markthalle

Weitere Shops unter
www.litalu.com