

Freude schenken

Eine entspannte Atmosphäre, ein gut gelauntes Team und ausgesuchte Geschenkideen – das alles sind Bestandteile einer emotionalen Erlebniswelt, in der sich auch (noch) unentschlossene Kunden wohl und willkommen fühlen.



Mit persönlichen Tipps

Das Magazin beautiful Christmas von Mußler Beauty bietet weit mehr als attraktive Geschenkideen zu Weihnachten. Zu spannenden Duft-, Pflege- und Männer-Themen geben Experten des Mußler-Teams ihre persönlichen Empfehlungen. Mit einer Auflage von 100 000 Exemplaren geht das beautiful Magazin an den Start. Jeder Stammkunde sowie Kunden der Stuttgarter Traditionsgeschäfte erhalten ihr persönliches Exemplar und es wird der Stuttgarter Zeitung beigelegt. Klar, dass das Magazin auch in jeder Mußler Beauty-Filiale ausliegt.



Saint Laurent

YSL-Fans aufgepasst! Der Film Saint Laurent erzählt die bewegende Geschichte des französischen Modedesigners Yves Saint Laurent zwischen 1968 und 1976, dem Höhepunkt seiner Karriere. In Rückblenden wirft das Drama von Bertrand Bonello einen intensiven Blick auf das schillernde Leben und die Psyche der 2008 verstorbenen Modeikone. Ab 4.12. als Videopremiere auf DVD, Blu-ray und als Video on Demand.

Wunderbare Modewelt

Das Lebenswerk von Jean Paul Gaultier wird mit einer multimedialen Inszenierung gefeiert. „From the Sidewalk to the Catwalk“ ist ein faszinierendes Gesamtkunstwerk mit über 140 Haute-Couture- und Prêt-à-porter-Kreationen. Geschenkipp: Noch bis zum 14. Februar 2016 bietet die Kunsthalle in München die Chance, in Gaultiers wunderbare Modewelt einzutauchen. www.kunsthalle-muc.de



Atmosphäre zaubern

In den dunklen Monaten zaubern edle Duftkerzen ein stimmungsvolles Ambiente (s. auch Seite 25).

Auf der Maison Objet in Paris feierte die Luxus-Edition Jungle Python aus der Baobab Collection Premiere. Die in Rindsleder geprägte Optik ist inspiriert von den Mustern der Python-Schlange. Die Kerzen verströmen geheimnisvoll würzige Duftnoten.



Gern mit einer Tasse Cappuccino

Ein warmes Getränk löst ein buchstäblich „warmes“ Gefühl aus, das haben wissenschaftliche Studien gezeigt. Dem Kunden einen Capuccino anzubieten ist daher eine gute Idee und ein Baustein für ein emotionales Shopping-Erlebnis. Dann wird die Beratung gleich persönlicher empfunden.