

Ponte Vecchio ist die älteste Brücke über den Fluss Arno



Dieser Schriftzug zieht Fans luxuriöser Schuhe und Handtaschen ebenso an wie Duftbegeisterte

Zuversicht und geben gerade jetzt ihren Trägern Halt.

Natur. Tradition. Erboristeria. Auf meinem Streifzug durch Florenz begegne ich mehreren Naturkosmetik-Stores. Das uralte, naturheilkundliche Wissen wird heute mehr denn je in den Erboristerias der Stadt angeboten. Bei Natur Toscano, Idea Tocana oder L'Erboratorio Lodi gibt es

die Naturkosmetik erfahren gerade jetzt eine Renaissance. Viele besinnen sich wieder auf die Kraft der Natur und schätzen Produkte mit natürlichen Inhaltsstoffen, die vielfach auf überlieferten Rezepturen basieren.

Etwas eine Viertelstunde später stehe ich vor den Toren der über 400 Jahre alten Officina Profumo Farmaceutica di S. Maria Novella 1612. Die Officina auf der Via della Scala war einst ein außerhalb der Stadtmauern gelegenes Refugium der Dominikaner. Der Fokus, der in 1221 gegründeten Farmaceutica lag anfänglich auf naturheilkundlichen Rezepturen zur Bekämpfung von Krankheiten und zur Stärkung des gesamten Organismus. Das Konzept „Inside Beauty“ hat mit der Kreation des Parfums „Acqua della Regina“ für Catharina de Medici im Jahr 1533 eine entscheidende Wendung gebracht. Schönheits- und Pflegeprodukte auf pflanzlicher Basis samt den berühmten Duftwässern haben das Sortiment fortan erweitert. Heute bietet die Officina SMN ein innovatives, holistisches Inside/Outside Beauty Konzept mit Gesundheits-, Präventions- und Schönheitsprodukten. Diese große Bandbreite ist die Antwort auf die veränderten Ansprüche und Bedürfnisse der Kunden aus der ganzen Welt. Die Philosophie des Unternehmens – die Würde der Tradition und den smarten Fortschritt der modernen Zeit miteinander zu verzahnen – kommt an. Wer im Ladengeschäft der ältesten Pharmacia Europas steht, merkt schnell, dass Santa Maria Novella die „Love Brand“ vieler Kunden ist. Dennoch, die Frequenz ist seit dem Lockdown auf ein Minimum gesunken. Nur gut, dass die tradierte Officina bereits digitale Wege eingeschlagen hat: Online-Shops für USA, Kana-

da, Australien, Russland und Europa wurden bereits 2017 gelauncht. Während des Lockdowns konnten auch Italiener online ihre Lieblingsprodukte bestellen. Ebenfalls wurde ein besonderer Service hinsichtlich der Kräuterpräparate und Nahrungsergänzungsmittel eingeführt. So besteht die Möglichkeit einer telefonischen naturheilkundlichen Beratung und Lieferung der Ware per Concierge Service innerhalb Italiens. Weitere zukunftsweisende Projekte, die das Wachstum der Officina vorantreiben sollen, sind geplant. Der traditionsreiche Hersteller von Naturprodukten setzt auf ein holistisches Lifestyle-Konzept.

Duftende Umarmung. Die Straßen von Florenz sind im September 2020 leerer als sonst. Doch die Kreativität und die Tatkraft der florentinischen Duftindustrie steht nicht still. Das lässt mich definitiv positiv in die Zukunft sehen. Florenz verabschiedet mich mit unzähligen duftenden Umarmungen, aber auch mit überraschenden Begegnungen und neuen Entdeckungen wie Acqua di Cuba von Santa Maria Novella, Donna von Lorenzo Villoresi und La Commedia von Salvatore Ferragamo. Und was auch immer noch kommen wird – die Leichtigkeit des Seins als „Message in the Bottle“ scheint zum Greifen nah. ●

Agnes Ada Herzog



Agnes Ada Herzog war im September im noch sommerlichen Florenz unterwegs auf Duft- und Sinnsuche. Die Autorin ist die Duft-Bloggerin des Lifestyle & Parfum-Blogs www.thelemongingergirl.com

100 Prozent Italian Natural Beauty und Organic Produkte. In der Nähe des Bargellos besuche ich die Antiche Erboristeria San Simone. Die Auslage der Ware ist seit Jahren die gleiche. Auch drin hat sich nicht viel verändert, als wäre die Zeit stehen geblieben. Es duftet nach Kräutern, Gewürzen und altbewährten Mixturen, nicht nur von den Hügeln der Toskana. Signora Simone berichtet, dass die Zeit keineswegs einfach ist. Doch die Naturheilkunde und



Marie Urban-Le Febvre absolvierte nach dem Studium der Chemie die ISPICA, die renommierteste Schule für Parfümerie in Versailles. Sie arbeitete für internationale Dufthäuser. Seit 2014 kreiert sie in ihrem Berliner Labor Düfte für ihre eigene Kollektion und auch maßgeschneiderte Parfums.

Unter zahlreichen Weihnachtsbäumen wird auch dieses Jahr ein Duft liegen. Als Parfümeurin werde ich immer wieder gefragt, wie man beim Duft die richtige Wahl trifft. Auch die Frage nach dem passenden Duft für die Verwenderin selbst ist für mich nicht immer einfach zu beantworten. Parfum ist sehr persönlich. Man kann also bei der Auswahl für andere durchaus falsch liegen. Auf der anderen Seite ist die perfekte Wahl dann wiederum wie Magie.

Der ist es!

Den passenden Duft finden

Dass sie über einen besonderen Geruchssinn verfügt, stellte die Französin Marie Urban-Le Febvre schon früh fest. Der Weg zu ihrem Traumberuf war vorgezeichnet. Hier gibt sie Tipps zur Duftwahl.

Das erste Szenario Wenn jemand seinen perfekten Duft gefunden hat, versuchen Sie bitte nicht, die Person zum Wechseln des Lieblingsparfums zu überreden. In diesem Fall ist die Wahl gewissermaßen so etwas wie ein Signature Duft. Der Duft umgibt den Träger und ist damit Bestandteil seiner Persönlichkeit. Zudem dient er der olfaktorischen Wiedererkennung, d. h. Sie riechen die Person bevor Sie sie sehen und wissen, um wen es sich handelt. In diesem Fall sollten Sie bei der Beratung genau diesen Duft empfehlen oder gern auch ein Produkt aus der dazugehörigen Bodylinie.

Das zweite Szenario Und hier wird es etwas komplizierter. Alles zwischen der besten und der schlechtesten Wahl aus Sicht des Beschenkten ist möglich. Im schlechtesten Fall suchen Sie einen Duft aus, der überhaupt nicht gefällt oder sie haben einfach die falsche Dufttrichtung gewählt. Ein frischer floraler Duft ist natürlich für den Liebhaber orientalischer

Duftvarianten viel zu leicht und vice versa. Je mehr Sie über den Beschenkten erfahren, desto besser und desto höher die Wahrscheinlichkeit, das passende Präsent zu empfehlen. Zudem spielt auch die Beschaffenheit der Haut eine wesentliche Rolle für die Entfaltung des Duftes. Daher empfehle ich immer, den Duft nach der Vorauswahl auf dem Riechstreifen ein paar Stunden auf der Haut wirken zu lassen. Der Duft sollte dem Beschenkten gefallen, aber auch dem engsten Umfeld wie Partner oder Kinder. Schließlich müssen die sich „riechen können“. Sie wissen es: Den passenden Duft für die Kundin oder den Kunden zu finden, benötigt Zeit. Eine sehr gute Idee sind sogenannte Discovery Sets. Damit kann der Beschenkte zu Hause die unterschiedlichen Düfte eines Labels ganz ohne Stress testen und bekommt zudem direkt Feedback aus seinem engsten Umfeld. Die Empfehlung eines Discovery Sets wird vor allem bei denjenigen gut ankommen, denen eine Entscheidung im Geschäft schwer fällt. ●

Marie Urban-Le Febvre



1 LENGLING MUNICH Die Parfum-Kollektion Extraits de Sentiments besteht aus neun kostbaren Düften. Jeder einzelne hat seinen eigenen Charakter. Mit dem Discovery Set können Duftliebhaber alle Düfte in Miniaturgröße für sich entdecken und ihren persönlichen Lieblingsduft finden. www.lengling.com **2 URBAN SCENTS** Die Duft-Kollektion von Parfumeur Créateur Marie Urban-Le Febvre zeichnet sich durch eine reduzierte Opulenz aus. Die Reinheit der Ingredienzen und die handwerkliche Liebe zum Detail stehen bei jeder Komposition im Vordergrund. www.urbanscents.de **3 MAISON FRANCIS KURKDJIAN** Wardrobes (engl.: Garderobe) for Her und for Him (ohne Foto) dienen als Einladung, die expressive Welt des Duftlabels zu entdecken. Eine exquisite Auswahl für Kunden, die außergewöhnliche Düfte tragen möchten. www.ad1950.de