

INSIDE beauty

DAS FACHMAGAZIN FÜR DIE PARFÜMERIEBRANCHE

6/2021
November/
Dezember

SIE!
sind
drin ●

BURBERRY
HERO



THE NEW FRAGRANCE FOR MEN



Nicole Wheadon schätzt Marken, „die unser Wertedenken teilen“

Nicole Wheadon. Auch das sei Verantwortung, der man sehr gern nachkomme.

Die Bedürfnisse der Kunden

stehen stets im Fokus. In Berlin sollen „Stadtmenschen“ bei Wheadon zeitgemäße Serviceleistungen vorfinden, wie Behandlungs-Quickies, die sie auch in ihrer Mittagspause oder nach der Arbeit wahrnehmen können. Als Service erleben sie auch das kuratierte Sortiment, das die Auswahl der persönlichen Pflege-, Duft- oder Make-up-Favoriten deutlich erleichtert. Auch Workshops und Vorträge, die in den großzügigen Räumlichkeiten im Obergeschoss zu unterschiedlichen Themen angeboten werden, sind sehr beliebt.

„Natürlich ist es auch mir wichtig, Geld zu verdienen.“ Doch die engagierte Unternehmerin plädiert für eine Rückbesinnung auf gesundes Wachstum. „Denn nur dann können Werte wie Respekt, Achtsamkeit und Wertschätzung auch gelebt werden.“

Susanne Stoll

Made in Germany! „Die vorgestellten Produkte sind zeitgemäß, multifunktional und transparent in der Zusammensetzung. Dabei achten die Marken nicht nur auf eine oberflächliche Nachhaltigkeit, sondern gehen auch in die Tiefe.“

Sehr empfehlenswert!

Ayasol – Sinnliche Texturen

Nachhaltigkeit verbindet Ayasol mit natürlicher Schönheit und Wohlbefinden. Florian Pedemanaud, Kopf und Herz von Ayasol, wuchs in Südfrankreich auf. Duftende Lavendelfelder, Schwimmen im Meer, frisches Gemüse aus dem Garten prägten ihn. Nach 15 Jahren in der Branche, konzentriert er sich nun auf das, was ihm wirklich am Herzen liegt.



„Die beiden Produkte enthalten hoch konzentrierte natürliche Inhaltsstoffe. Frei von Wasser und für jeden Hauttyp geeignet. Das Elixir auf die leicht feuchte Haut geben und einmassieren. Mein Tipp: Crème Extrême als Overnight Maske anwenden.“

Naya – based on science

Das Label steht für minimalistische Produkte mit bioaktiven Inhaltsstoffen und patentierten Pflanzenextrakten in hoher Konzentration. Der Fokus wird bewusst auf wenige Inhaltsstoffe gesetzt, die der Haut genau die Nährstoffe liefern, die sie benötigt. Das Motto lautet „Less is More“ – nachhaltig und gut für die Haut und für die Umwelt.



„Naya ist rundum nachhaltig – von den Inhaltsstoffen bis zur Verpackung. High Performance durch hoch konzentrierte wenige Ingredients. Für alle, die gern schnelle Resultate sehen!“

Kokebi – simply back to skin

Der Name bedeutet in Äthiopien „mein Stern“. Dieses Leuchten Afrikas möchte das Berliner Start-up Kokebi Cosmetics mit seinem Hautpflegeritual weitergeben. Gesichtspflege auf das Wesentliche zu reduzieren, ist der Antrieb der Gründerin. Nur wenige Produkte, sinnvolle Inhaltsstoffe und der direkte Kontakt zu den afrikanischen Partnern und Projekten verleihen dieser neuen Kosmetik ihren Glow.



„Sehr kompaktes System, das auf jeglichen Schnickschnack verzichtet. Die sechs Produkte (zwei für die Reinigung, zwei für die Pflege sowie Bürste und Handschuh) sind darauf ausgerichtet, den Hautzustand in einer gesunden Balance zu halten.“



Hereinspaziert! Bei „Hautsache Wheadon“ gibt es immer Neues zu entdecken – stets natural, vielfach regional