

Medium: GRAZIA
Ausgabe: 08.07.2010

BEAUTY

Deutschlands Beauty-Weltmeister

Wenn Sie in New York Ihre Weleda-Handcreme auspacken, kriegen die Mädels dort Stielaugen. Denn was es bei uns an jeder Ecke gibt, ist an anderen Orten der Welt Kult



MADRID

Von Cologne nach Córdoba: Spanier sind weltweit die größten Fans von „Acqua Colonia“ aus der Kölner Glockengasse. Ob Blutorange, Rhabarber oder Melisse: Genügend Nachschub an den erfrischenden Eaux de Cologne gibt's in España überall. Die größte spanische Kaufhauskette El Corte Inglés führt das 4711-Sortiment nämlich in allen 85 Filialen. Olé!

PARIS

Wo geht die Pariserin hin, wenn sie eine Auszeit braucht? In die „Maison Dr. Hauschka“ (39 Rue de Charonne, 11. Arrondissement). Versteckt in einem Hinterhof zwischen Grünpflanzen und einem kleinen Bach liegt das charmante Day-Spa. Auch Amerikanerinnen lieben die Produkte aus Eckwäldern: Dr. Hauschka ist in den USA die erfolgreichste europäische Naturkosmetikmarke. Liegt vielleicht auch an den vielen Prominenten, die ohne Rosencreme nicht mehr leben können (ja, wir meinen auch Sie, Uma Thurman!).



Wer hier reingeht, kommt erholt wieder raus – La Maison Dr. Hauschka in Paris



Man nehme: Umverpackungen, Schere und ein gutes Schnittmuster – fertig ist das Öko-Designerkleid

NEW YORK

Weleda who? fragt in den USA niemand mehr. Spätestens seit Designer Gary Harvey aus Cremetuben-Verpackungen Haute Couture schuf: Das Weleda-„Skin Food“-Kleid (Foto) war gerade der Höhepunkt einer Veranstaltung im Rahmen der New Yorker Fashion Week 2010 – „The Green Shows“. Die Naturkosmetik aus Schwäbisch Gmünd ist auch unter Models beliebt: Bei der Burberry-Show in London wurde backstage nur mit Weleda-Produkten gepflegt.



JAKARTA & MEXICO CITY

Welche deutsche Kosmetikmarke ist in über 140 Ländern vertreten? Na ja, klar, Nivea! Die blaue Dose aus Hamburg ist Deutschlands Exportweltmeisterin. Und hat sich den landestypischen Gepflogenheiten angepasst: In Mexiko zum Beispiel ist die 500-Gramm-Familienpackung der Verkaufsschlager. In Indonesien dagegen wird aus Maxi Mini: Die dort erhältlichen 8-ml-Döschen (!) sind die kleinsten, die der Beiersdorf-Konzern herstellt.

Japaner auf Kneipp-Tour:

Hier, wo heiße Onsenbäder Teil des sozialen Lebens sind, haben die Badezusätze des Wasserretreters Sebastian Kneipp Kultstatus. Das darin enthaltene Salz aus der Saline Luisenhall gilt als exotisch – wie auch die typisch deutschen Pflanzenwirkstoffe Wacholder, Melisse oder Fichte.



TOKIO

TEXT: MIRIAM WIEDERER; FOTOS: PFF

