



RIECHT SICH REIN
Sylvaine
Delacourte,
Parfümeurin und
Psychologin,
mischt jedem
Charakter
den eigenen Duft
zurecht

DAS ULTIMATIVE

Parfüm

Aus der Tiefe der Seele: die ganz private Duftmarke.

An Duft herrscht eigentlich kein Mangel: Pro Jahr werden gut 800 neue Parfüms auf den Markt gebracht. Das weltweite Volumen für 2018 wird auf mehr als 42 Milliarden Dollar geschätzt; allein in Deutschland werden jährlich rund 1,5 Milliarden Euro umgesetzt, gut zwei Drittel mit Damendüften.

Wer über so viel Masse die Nase rümpft und nicht nach einem kommerziell gemixten Cocktail à la Modedesigner, Hollywood-Star oder In-



EDLE TROPFEN
Zwei Liter Privatparfüm kosten 45.000 Euro. Immerhin: der Baccarat-Flakon ist inklusive.

dustriell riechen möchte, geht zur Pariser Parfümeurin Sylvaine Delacourte, die für Luxuskosmetikhersteller Maison Guerlain individuell zugeschnittene Privatparfüms erschnüffelt. Das muss man sich in etwa so vorstellen, als ob man sich einen Maßanzug oder ein Couture-Kleid anfertigen lässt: Einige Sitzungen sind notwendig, um Ansprüche, Vorlieben und persönliches Parfümprofil zu vermessen, nachzjustieren und dann eine Essenz zu finden.

Delacourte ist eine der Großen ihrer Zunft, 70 Seriendüfte hat sie bereits entworfen, darunter die meisten von Guerlains Allegoria-Reihe. Für ihre Bespoke-Linie erstellt sie nicht nur Moodboards und Rohingredienzen für Blindtests – als geschulte Psychologin forscht sie tiefer. „Die meisten Menschen können nur schwer über ihre Gefühle sprechen“, sagt sie. Deshalb versetzt sie „qua Stimme und Empathie“ die Klienten in entspannte Stimmung, sodass diese von ihren Lieblingsduftmomenten aus der Kindheit erzählen. Solche „positiven olfaktorischen Erinnerungen“ sind dann die Basis der individuellen Kreationen.

Aus drei Vorschlägen wählt der Kunde schließlich aus und bekommt zwei Liter Bespoke-Duftwasser (als Cologne, Eau de Toilette oder Parfüm), abgefüllt in Baccarat-Flakons. Der Prozess kann schon mal bis zu einem Jahr dauern. Nur 35 Kunden haben sich dieser Prozedur bislang unterzogen. Der Preis der Individualität ist wie immer hoch: 45.000 Euro.

Kleiner Trost: Die Formel gehört dem Auftraggeber exklusiv und kann natürlich auch vererbt werden.



FESTER FEIERN (Bilder von oben): Dinnerjackets von Balmain, 2585 Euro; MP Massimo Piombo, 880 Euro; Gucci, 1980 Euro; Lanvin, 1695 Euro

DRESSCODE

Ein Hauch von hartem Spaß

Ein Quantum Trost für Individualisten, die sich Weihnachten und Silvester den klassischen Black-Tie-Events stellen müssen: Den formell-konventionellen Schniegellook für den Zeitenwechsel gibt es jetzt auch in zwanglos. Will heißen: Designhäuser wie Lanvin, Tom Ford und Gucci verpassen Dinnerjackets einen Touch Rock 'n' Roll, eine Prise Glam-Grunge, einen Hauch Punk. Ein burgunderfarbener Seidensamtblazer wird mit schwarzem Leder verbrämt, die Revers mit Silberkettchen wie bei dem L.-A.-Label Amiri. Samt bekennt Farbe in Ochsenblutrot (Lanvin) oder Nachtblau (Tom Ford). Alessandro Michele lässt selbst das edle Schmusmaterial kalt, er entwirft in violetterm Jacquardbrokat und nagelt die Revers mit Silberstiften. Nur eins hat sich nicht geändert: der makellose Schnitt der Festtagsjoppen, slim und mit akkurat sitzenden Schultern.

ZEITLUPE

Flachmann

Eine der Lieblingsdisziplinen der Manufakturen derzeit: sich gegenseitig zu unterbieten in Sachen Flachheit. Breguet geht mit der neuen „Classique Extra-Plate 5157“ ins Rennen. Mit 5,45 Millimeter Gehäusehöhe misst sie weniger als drei gestapelte 10-Cent-Münzen. Und das trotz eines Automatikwerks und Saphirglasboden, die beide Platz benötigen. Die Dress-Watch ist aus Roségold mit guillochiertem Zifferblatt aus versilbertem Gold. 18.100 Euro.

