

Der Duft der Könige

Johann Maria Farina, 1685–1766.

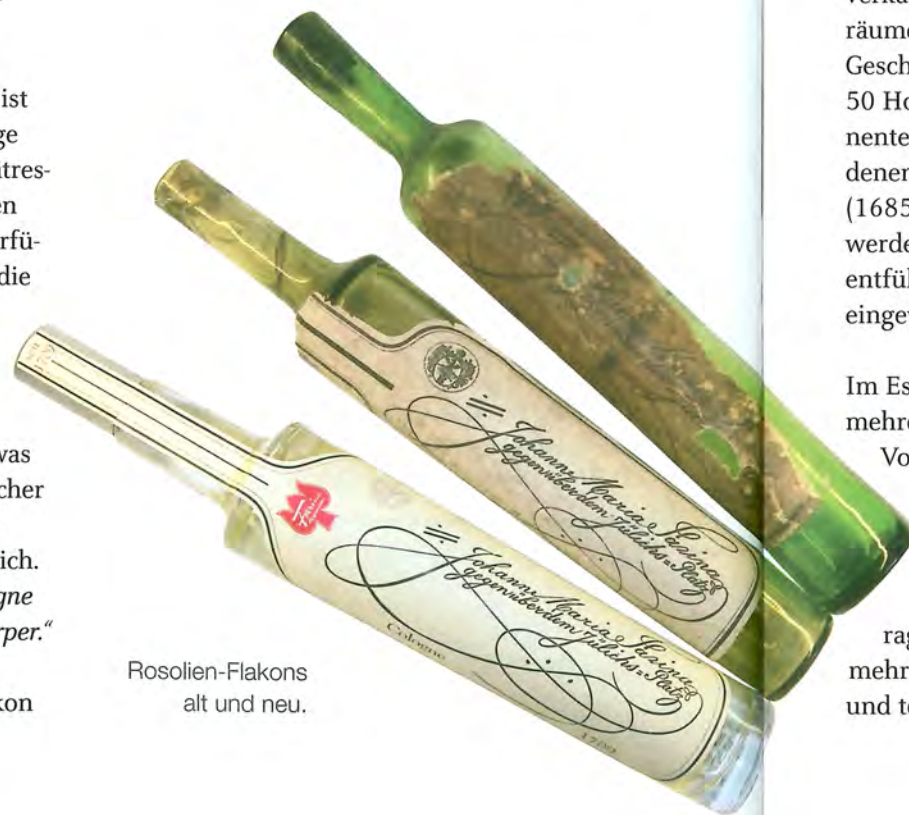


Johann Maria Farina entwickelte 1709 in Köln das Eau de Cologne. Schnell fand das zitrusfrische Parfum Liebhaber in Europas Adels- und Herrscherhäusern. Im Stammhaus gegenüber dem Jülichs-Platz ist das einzig echte Kölnisch Wasser olfaktorisch und historisch zu erkunden.

Die roten Markisen mit der weiß gefassten Tulpe wirken wie eine edle Einladung. Das Geschäft im herrschaftlichen Eckhaus gegenüber dem Jülichs-Platz verspricht Exklusives. Die Erwartung des Flaneurs wird nicht enttäuscht. An dieser Stelle wurde vor über 300 Jahren im Herzen der Domstadt von Johann Maria Farina die erste Flasche Eau de Cologne angesetzt und seitdem dort hergestellt und verkauft. Es ist die weltweit älteste Parfümfabrik, die hier unweit des – damals noch nicht vollendeten – Doms 1709 gegründet worden ist.

Die Liste der Kunden über die Jahrhunderte ist lang und erlesen: Kaiser und Könige, Herzöge und Höflinge, Philosophen und Politiker, Mätressen und Musiker, Schauspieler und Sternchen und, und, und. Die neue Duftkreation des Parfümeurs aus Köln hatte damals in Windeseile die feine Gesellschaft Europas begeistert – und tut es bis heute. Waren es zuvor vor allem süßlich-schwüle Duftöle, die die Herrscherhäuser und adeligen Familien nutzten, kam mit dem Eau de Cologne auf einmal etwas völlig Neues auf den Markt: ein leichter, frischer und zitrushaltiger Duft. Nicht lange und das gehobene Bürgertum tat es den Adeligen gleich. Philosoph Voltaire schwärmte: „Eau de Cologne inspiriert den Geist und verdeckt nicht den Körper.“ Auch Johann Wolfgang von Goethe soll von dem „wohlriechenden Laster“ stets einen Flakon

auf seinem Schreibtisch stehen gehabt haben. Die Damen und Herren beim Wiener Kongress haben ebenfalls Belebendes gebraucht. Denn fast alle Konferenzteilnehmer der Neuordnung Europas 1815 benutzten sich mit Farinas Eau de Cologne. Ein fast süchtig zu nennender Kunde war der Korse Napoleon. Er liebte den Geruch nach Zitronenhainen unter südlicher Sonne – oder wie Erfinder Farina es 1708 an seinen Bruder schrieb: „Ich habe einen Duft gefunden, der mich an einen italienischen Frühlingmorgen



Rosolien-Flakons alt und neu.

FOTOS: FARINA GEGENLEBER; FARINA-ARCHIV; CONSTANTIN GRAF V. HOENSBROECH



Zar mit Farinas Wohlgerüchen auf dem Wiener Kongress!



Im dritten Jahrhundert modern



UR- ECHT KÖLNISCH WASSER

Zur Alexander I. von Russland, Napoleon Gegrüßter, war ein ständiger Kunde von „Farina“...
 Nach immer ist das Haupt der alte noch immer...
 Zur Alexander hat es bei einer diplomatischen...
 Präsidenten...
 Nach immer ist das Haupt der alte noch immer...
 Zur Alexander hat es bei einer diplomatischen...
 Präsidenten...
 Nach immer ist das Haupt der alte noch immer...
 Zur Alexander hat es bei einer diplomatischen...
 Präsidenten...



erinnert, an Bergnarzissen, Orangenblüten kurz nach dem Regen.“ Der Feldherr und Kaiser der Franzosen soll täglich eine Flasche des erfrischenden Wassers verbraucht und auch auf seinen Feldzügen in einer Falte seiner Reitstiefel ein Fläschchen griffbereit bei sich getragen haben.

Das Geheimnis: Bergamotteöl

Woher man das alles weiß? Im Farina-Haus in Köln wird nicht nur traditionell das edle Wasser verkauft – im Duftmuseum unter den Verkaufsräumen sind auch die Geschichte und die Geschichtchen dokumentiert. Allein über 50 Hoflieferantentitel zeugen von der prominenten Kundschaft. In den Räumlichkeiten, in denen am 13. Juli 1709 Johann Maria Farina (1685–1766) mit seiner Duftkreation begann, werden die Besucher in die Welt des Rokoko entführt und in die Geheimnisse des Parfümeurs eingeweiht.

Im Essenzenraum stehen säuberlich beschriftet mehrere Hundert Duftöle in kleinen Fläschchen. Vor dem Bild des „Vaters der modernen Parfümerie“ erläutert ein Herr in zeitgenössischer Garderobe des 18. Jahrhunderts die wichtigsten Schritte der Gewinnung von Essenzen, nämlich Extraktion, Enflourage und Destillation. Wichtig zu wissen: Je mehr Essenzen verwendet werden, desto edler – und teurer natürlich – ist der Duft. Johann Maria

Farina brachte die Kunst, Alkohol rein zu destillieren, also frei von anderen Inhaltsstoffen, die das Geruchserlebnis eingetrübt hätten, aus seiner Heimat Italien mit. Das war die Grundlage für die Komposition des Eau de Cologne, dem dann einige Ingredienzen beigefügt werden und die sich dadurch entsprechend entfalten. Verwendet werden beim Eau de Cologne weitestgehend natürliche Inhaltsstoffe, deren wichtigste die Zitrusfrucht Bergamotte aus Kalabrien ist. Ihr edler Duft und damit das Erfolgsgeheimnis kam im 18. Jahrhundert einer Sensation gleich, denn Zitrusfrüchte waren unerschwinglich. „Für die Gewinnung des Bergamotteöls wird lediglich die Schale der noch grünen Frucht, einer Kreuzung von Zitronatzitrone und Bitterorange, verwendet“, so Johann Maria Farina, 57, der den Namen seines berühmten Vorfahren und das Unternehmen in achter Generation führt. „Dieser Tage bekomme ich wieder eine ganze Reihe von Bergamotteöl-Mustern, die ich dann prüfe, ob und wenn ja in welcher Menge ich sie für uns bestelle.“ Das war bei seinem Urvater nicht viel anders. Denn für den Erfolg des original Kölnisch Wassers sei eines essenziell, so Farina: „Die Kontinuität. Die richtige Mischung der Essenzen muss immer wieder von Neuem zusammengestellt werden, damit der Duft identisch bleibt.“ Denn allen politischen und gesellschaftlichen Umwälzungen, Wellen und Moden zum Trotz: Eau de Cologne hat seinen unübertroffenen Duft über die Jahrhunderte bewahrt. „Heute haben wir hier 300 Rohstoffe,

Werbeplakat 1830: Zar Alexander auf dem Wiener Kongress mit dem „Ur-Echt Kölnisch Wasser“.

Farina-Stammhaus: Verkauf und Duftmuseum unweit des Doms.



Die Farinas:
Firmengründer
(links) und der
heutige Ge-
schäftsinhaber
Johann Maria
Farina.

Flakon:
von Wassily
Kandinsky 1912
entworfen.

Essenzenraum:
hunderte Öle
und Destillate
zum „errie-
chen“ für die
Besucher des
Duftmuseums.

► *auf rund 1600 haben wir Zugriff*“, erklärt Johann Maria Farina, der selbst das Handwerk des Parfümeurs gelernt hat. Von Generation zu Generation wird das Wissen um die Herstellung des immer gleichen Dufts des Eau de Cologne weitergegeben. Einige Dufteszenzen zur Parfümherstellung können die Besucher beim Rundgang durch das Duftmuseum selbst *„erriechen“*.

An den europäischen Fürsten- und Königshäusern wurde das Duftwasser bald nicht nur zur Körperpflege verwendet, sondern auch zum Parfümieren von Wäsche oder etwa als Raumduft. Sogar zur Bestechung wurde das wohlriechende Mittel eingesetzt. Auf einer der vielen detailreich gestalteten Tafeln erfahren die Besucher, wie Kaiser Karl VI. von Österreich flaschenweise Eau de Cologne nutzte, um die Zustimmung einflussreicher Reichsadeliger für seine Nachfolgerin, Tochter Maria Theresia, zu erlangen. Eine andere Tafel zeigt ein Telegramm der *„Telegraphie des Deutschen Reiches“* vom Hofrat Kaiser Wilhelm I., in dem *„um eine uebliche sendung koelnischen wassers fuer seine majestaet den kaiser ersucht – butzmann, hofrath“* wird.

Zum wertvollen Parfum gehört natürlich ein exquisites Behältnis. Das Duftmuseum zeigt die Entwicklung und Geschichte der Flakons, in denen das Parfum abgefüllt wird. Wunderbare Exemplare, manche von berühmten Künstlern wie Kandinsky oder Franz Marc erdacht, sind in den Vitrinen zu bestaunen. Dazu viele zeitgenössische Werbematerialien wie Zeitungsanzeigen und Plakate. Zudem wird die Geschichte des



Farina-Firmensignets, die Tulpe, erzählt. Dabei besonders spannend: die Historie der Markenbildung. Bis zur Französischen Revolution war Eau de Cologne wie ein Synonym für Farina. Doch als die Franzosen in Köln die Gewerbe-freiheit einführten, traten rasch Plagiatoren auf den Plan, die mit *„Eau de Cologne“* Geld zu verdienen versuchten. Denn für viele Interessierte war nicht riechbar, ob es sich um ein Plagiat oder das Original handelte. Knapp 60 Detektive waren laut eines Plakats weltweit im 19. und 20. Jahrhundert im Einsatz, um Plagiatoren aufzuspüren. *„Das originale Eau de Cologne aus dem Hause Farina hat nichts zu tun mit Parfums gleichen Namens aus anderen Häusern“*, betont Johann Maria Farina, der zuletzt im Jahr 2006 erfolgreich Plagiatsprozesse abgeschlossen hat.

Jährlich kommen Hunderte neue Düfte auf den Markt. 2012 waren es etwa 1200. Die meisten *„verduften“* allerdings schnell, übrig bleiben etwa zwei Prozent. Farina ficht das nicht an. *„Auf dem Massenmarkt für Parfums haben wir eine exklusive Marktnische, und da werden wir auch bleiben.“* Wie

ist es mit den virtuellen Vertriebsmöglichkeiten? *„Durch das Internet sind wir beim Vertrieb wieder im 18. Jahrhundert angekommen“*, sagt Johann Maria Farina und spielt damit auf den Direktverkauf an: *„Weltweit kann jeder bei uns bestellen.“* Die meisten Stammkunden aus den Herrscherhäusern tun es allerdings wie gehabt: über den jeweiligen Kammerdiener. ■

Ulrike Gräfin v. u. zu Hoensbroech



Duftmuseum im Farina-Haus

Obenmarspforten 21, gegenüber Jülichs-Platz, 50667 Köln. • Täglich 10 bis 19 Uhr, sonntags 11 bis 17 Uhr. • Führungen zu jeder vollen Stunde in verschiedenen Sprachen. Erkundigung: 02 21-3 99 89 94, www.farina-haus.de