



Die Poesie der Düfte

Wie ein Gedicht, eine Sinfonie oder ein Gemälde sind Parfums fein komponierte Kunstwerke. Hier unsere aktuellen Favoriten

FOTOS: MIERSWA-KLUSKA

MÄRCHENHAFT 1 „Aqua Allegoria Cherry Blossom“ weckt die Vision eines prachtvollen Kirschgartens, von Guerlain, um 47 Euro **2** Heidelbeere und Preiselbeere bilden das Herzstück des Duftes: „Very Irrésistible Givenchy Summer Sorbet“ von Givenchy, um 52 Euro **3** „Jil Sander Style Soft“ verführt mit einem raffinierten Mix aus Freesie und Veilchen, von Jil Sander, um 40 Euro **4** Duftet wie ein schöner Strandtag: „Burberry Summer“ von Burberry, um 38 Euro **5** Blutorange, Muskat und Vanille bilden die perfekte Harmonie: „Love of Pink“ von Lacoste, um 38 Euro

Set-Design: Birgit Ehrlicher für www.artistgroupmiera.com

PRODUKTION: SUSANNE STEFANSKI





HARMONISCH 1 „Vanille Galante“ von Hermès, neuester Duft von Jean-Claude Ellena, überrascht mit rauchig-würzigen Nuancen und Ylang-Ylang, um 150 Euro **2** Zitrus, Bergamotte und Neroli erfrischen die Sinne: „J'adore L'eau“ von Dior, um 70 Euro **3** Sanfte Brise aus grüner Mandarine, Pistazie und holzigen Akkorden: „Omnia Green Jade“ von Bulgari, um 64 Euro **4** Inspiriert von Aromen Thailands entführt uns „Sweet Lime & Cedar“ in eine frisch-pikante Duftwelt, von Jo Malone, um 82 Euro **5** Pampelmuse küsst Ingwer: „Eau de Sisley 3“ von Sisley, um 110 Euro **6** Tomatenblatt, Patschuli und Vetiver bilden den blumig-aromatischen Charakter von „Vivara Sole 149“, von Pucci, um 50 Euro

Vielleicht weil in Athen der Orient auf den Okzident trifft, gab und gibt es auf dem Flughafen dort eine ganz besondere Parfumabteilung, opulent, hübsch arrangiert und von einer Vielfalt, gegen die sich das Lafayette ausnimmt wie ein Straßenkiosk. Damen und Herren aus Nahost, Fernwest, Afrika und Asien wuseln entlang den illuminierten Luxusregalen, als ob ein Schnäppchenmarkt den ultimativen Schlussverkauf ausgerufen hätte. Schöne Helleninnen wachen mit Harmsaugen vor den Ständen mit den exklusiven Nischendüften und ich kann dann nicht mehr widerstehen. Guerlains „Vetiver“ und das allegorische Wasser der Pampelmuse sind rasch angebracht, von den Handgelenken erhebt sich das Muskataroma von Cacharel und der Orangen-Odeur von Hermès. Dann werde ich als vermisster Passagier ein letztes Mal aufgerufen, rasch noch einen Schuss YSL-

Putzmittel, Seifen, Wäsche, aprilfrisch oder auch nicht. Dann war da der heimische Garten mit all den Blumen, Sträuchern, Beeren, Kräutern und dem mysteriösen Geißblatt, das nur nachts seine süßen Schwaden unter den Vollmond zaubert. Später die Düfte des ersten Schnees, der sanfte Wahn des Frühlings mit Maiglöckchen, Schlüsselblumen und Flieder, gefolgt vom schwül-feuchten Augustgewitter und dem dungdumpfigen Kastanienblätterteppich des Oktobers. Wenn sich die Eltern ins Kino begaben, um „Dr. Schiwago“ anzuschauen, betupfte sich meine Mutter mit „Diorissimo“ und mein Vater konterte mit einer Überdosis „Pino Silvestre“ – mehr Insektizid denn Aphrodisiakum. Roch es nach dem Zitrus-Rosmarin-Aroma von Farinas Eau de Cologne, wussten wir Kinder, dass Besuch anstand, und als meine ältere Schwester „Femme“ von Rochas anlegte, war klar: Tanzstunde. Auch bei mir schlug

zichten. Die erste Reise allein, damals nach Palermo trampend; die Fremde an Deck der Fähre nach Cagliari; die nervigen Wochen des Abiturs; der Umzug ins eiskalte Berlin; der Ledergeruch des ersten Heckflossen-Daimlers. Kaskaden von Gesichtern und Abenteuern, in epischen Dimensionen und detailliert, als ob es aktuelle Realität wäre. Der wilde Ingwer auf Hawaii; die Geruchsschwaden der korsischen Macchia; die Pinienwälder an der ionischen Küste; die salzigen Mistralböen von Marseille. Um all diese imaginierten Aromen herum kristallisieren sich Erlebnisse, Bilder, wortgetreu auch einstige Dialoge. Düfte sind großartige Begleiter und Komplizen und sie führen eine inspirierende Feder, die mühelos ganze Romankapitel aufs Papier schreibt, Schicksale, Komödien und Dramen reinszeniert, mit Shakespeare'scher Leichtigkeit, mit Eros, Liebe und Sinnlichkeit herumjongliert und

„DÜFTE SIND WIE DIE SEELE DER BLUMEN, MAN KANN SIE FÜHLEN,

SELBST IM REICH DER SCHATTEN.“ JOSEPH JOUBERT, FRZ. MORALIST, 1754–1824

„L'Homme“ und eine Abschiedsdosis vom vulkanischen Armani und schon driftet die polygame Duftwolke aus würzigem Kardamom, pfeffriger Narzisse, obszöner Lilie nebst edler Zeder, dem Aroma einer frisch gemähten Wiese und taufrischem Rhabarber ins startbereite Flugzeug. Bald registriere ich hasenartiges Schnuppern und indigniertes Kopfschütteln in der direkten Nachbarschaft und so es noch freie Plätze in der Maschine gibt, kann ich mich majestätisch ausbreiten – dies ist nur einer der vielen erfreulichen Aspekte, die zur wahren Duftpassion gehören.

Seit frühester Kindheit bin ich dem Duft verfallen. Das begann mit dem Riechen der Mutter und bald der eigenen Haut, Finger, Handrücken, infantil und unschuldig, so selbsterforschend wie selbstverliebt. Dann folgten die Gerüche der Küche, die Fichtennadelbäder, modrige Keller, fremde Besucher, Kaminholz,

bald der Meteor der Pubertät ein, also Klasse wiederholen in ratlos-rebellischem Trotz. Ich sparte auf einen Flakon „Bandit“ von Piguet und die ganz große Liebe hinterließ mit „Rive Gauche“ von YSL lebenslängliche Spuren, vom ersten bis zum letzten Kuss. Die folgende Phase suizidärer Verlassenheit dokumentierte Diors „Eau Sauvage“. „Schatz, ach du riechst so gut“, meinte dann ein Mädchen, welches wieder Licht ins Dunkel reichte, und es kam die Frage auf, was oder wen sie damit meinte. Mich? Dior? Oder beide?

Wenn ich heute im Foyer der Münchner Kammerspiele ein paar Minuten vor Beginn unter all den Menschen stehe, wehen sie mir entgegen, Düfte, die meine limbische Schatztruhe aktivieren, und dann spulen sich unzählige Filme ab, wirr, parallel wie im Monitorraum der NASA, und eigentlich kann ich dann auch auf jedes Theaterstück ver-

blühende Felder der Erinnerung erweckt. Einer der schönen Zufälle des Lebens brachte mich vor ein paar Wochen mit Jean-Claude Ellena zusammen, jenem Mann, der seit fünf Jahren als Chef-Parfumeur für Hermès tätig ist. Wenig später wusste ich, dass wir Menschen mehr als 10000 Gerüche gespeichert haben und dies 10 bis 20 Millionen Riechzellen verdanken. Irgendwann kam die Frage auf, wie Ellena, 62, denn aus diesem Sensorenchaos einen konkreten Duft ermittelt. „Ich spazierte an einem Maimorgen des Jahres 2004 ziellos über eine der Garteninseln des Nils bei Assuan. In den Tagen zuvor hatte ich meine anfängliche Idee verworfen, mit Jasmin, Orangenblüten und den üblichen ägyptischen Gewürzen und Düften zu experimentieren. Sie erschien mir als stereotyp, pseudo-mythisch und auch etwas plump, so eben, wie sich Klein Fritz den Ori- ➔

FORMVOLLENDET 1 So duftet Stil: „Look“ von Vera Wang vereint saftige Lychee mit einem Bouquet aus Lilie, Freesie und Jasmin, circa 70 Euro **2** Die Leichtigkeit des Frühlings, eingefangen in einem Potpourri aus Magnolie, Muskatnuss und Moschus: „Le Parfum Zeste & Musc“ von Max Mara, ab 45 Euro **3** „Zen White“ lockt mit frischen Früchten und reifer Süße, von Shiseido, um 60 Euro **4** Die moderne Moschus-Interpretation wird unterstützt von zarten Rosenblüten: „Essence“ von Narciso Rodriguez, um 96 Euro **5** „Flora by Gucci“ betört mit Rose und chinesischer Osmanthus-Blume, von Gucci, um 50 Euro **6** Eine Hommage an den Zauber des Mittelmeers: „Mediterraneo“ von Carthusia belebt mit Iris, Jasmin und grünem Tee, um 90 Euro



ent vorstellt. Plötzlich fand ich mich in einer Allee von Mangobäumen wieder. Unter dem Gewicht der grünen Früchte hingen die Zweige bis zum Boden herab. Also pflückte ich eine und bemerkte ein paar milchige Tropfen an der Bruchstelle. Ich hielt die Mango an meine Nase. Der Duft war ungemein verführerisch, ein sensationelles Geruchsbild aus Orangeschalen, Grapefruit, Karotte, Myrrharz und Wacholder, süß und sauer, wild und mild. Ich setzte mich hin und wusste, dass ich die echte und wahrhaftige Geschichte entdeckt hatte. Der Duft der grünen Mango wurde mir zum Symbol der Nilgärten.“ Innerhalb eines Jahres wurde „Un Jardin sur le Nil“ ein Klassiker, der, wie auch Ellenas „Vanille Galante“, die jüngste Kreation im Rahmen seiner „Hermessence“-Serie, eine olfaktive Liebeserklärung an die Tropenaromen zwischen Westindien und Sansibar ist. Supernase Ellena. Der Mann, der schon „First“ für

Akkorde. Ich erkenne die Mitglieder meines Orchesters schon an ihrem Aussehen: die Breitschultrigen, die Zerbrechlichen, die Leichtsinigen, Eleganten oder Alltäglichen, und ich spüre sofort, ob sie verspielt sind, besonnen, diskret, sanft oder leidenschaftlich.“ Unter vielen alten wie neuen Düften hat der schlichte „Terre d’Hermès“-Flakon seinen festen Platz in meinem Badezimmer. Er erinnert an eine Apothekerabfüllung oder den avantgardistischen Prototyp einer neuen Ouzomärke. Ich liebte diese limettengrüne Essenz von Anfang an, denn sie riecht nach – tja, nun, nach was denn? Ja, sie erinnert mich an zu Hause vielleicht, damals, an den nahen Wald früh am Morgen, durch den ich an schönen Tagen zur Schule radelte... Unser Vokabular für Duftempfindungen ist eher unterentwickelt, da fehlt jede Semantik. Ellena, der diesen Duft 2006 kreierte, hat es da leichter: „Ich hatte das Ziel, einen zärt-

das obligate Waschen, bis der sonnenkönigliche Hof derart zum Himmel stank, dass eben dieser Geruch den Feudalismus beendete und nebenbei auch die royale Parfumerie über Paris und Rhône-abwärts bis hin nach Nizza ausschüttete. Alles, was wir an Duft lieben, findet bis heute zwischen diesen beiden Polen Frankreichs statt und kulminiert in der zauberhaften Gegend rund um Grasse, die Welthauptstadt der Betörung. Lavendelblau der Himmel, lavendelblau das Meer, das der wütende Mistral zum Schäumen bringt. Romantische Dörfchen mit Kopfsteinpflaster, überall Zypressen, Olivenhaine, Rosenfelder und Kräutergärten unter der Sonne des Midi.

Schwere, süßliche Rosenaromen bestimmten die Zeit um 1900. Bald saßen Juweliere und Glaskünstler mit im Boot und 1911 engagierte der Dandy und Designer Paul Poiret den ersten professionellen Parfumeur mit entsprechenden

„DAS MITTELMEER RIECHT NACH WÄSCHESCHRANK. IN DEN REGENNÄCHTEN LIEGT EIN GERUCH WIE VON WEIN, DER NOCH NACH TRAUBEN SCHMECKT, IN DER LUFT.“ B. CENDRARS, SCHWEIZER AUTOR, 1887–1961

Van Cleef & Arpels, das rätselhafte „Acqua di Parma“, „Déclaration“ für Cartier, „Eau de Campagne“ für Sisley und die legendäre „Thé Vert“-Serie für Bulgari erschnüffelte, ist ein Glücksfall für Hermès. Mit dem in Grasse geborenen Romantiker zog der Esprit von Picasso, Matisse, Rousseau und seines Lieblingsdichters Jean Giono in die Rue du Faubourg St. Honoré ein. Im Zenit seines Schaffens setzt Ellena auf radikale Reduktion. Während in den Labors der Konkurrenz hoch dotierte Fachkräfte mit bis zu 3000 Duftkomponenten hantieren, hat Ellena seinen botanischen Duftgarten auf etwa 25 Basisprodukte heruntergejäät. „Zehn Jahre habe ich benötigt, um die Düfte zu lernen, und weitere zwanzig, um sie zu beherrschen. Heute kann ich das Universum in meinem Kopf durchkomponieren – so ähnlich wie ein Maler sein Farbenspektrum kennt oder ein Komponist die Mysterien der

lichen Lufthauch einzufangen, mit Lebensfreude und Fröhlichkeit, ohne Schnörkel und Getue. Es ging mir darum, jenes Gefühl wiederzugeben, wenn man auf einer Wiese auf dem Rücken liegt und den Himmel betrachtet – mit einem Hauch von Holz, Steinen und menschlicher Haut, also einer erotischen Nuance.“

Vor 5000 Jahren legten babylonische Priester allerlei Harze, Blüten und Öle ins Feuer, um so die Götter in beschwingten Zustand zu versetzen. Dieser spirituelle Bestechungsversuch wurde nach und nach auf besondere Menschen übertragen, etwa Nofretete oder Kleopatra. Per fumum heißt ja „durch den Rauch“ – und gesalbt und eingestäubt wurden während der folgenden Jahrhunderte vorzugsweise die königlichen und kaiserlichen Häute nebst jenen ihrer flüchtigen Mätressen. Vor lauter floralem Wohlgeruch vergaß man im Versailles von Louis XIV

Kenntnissen. Nach und nach konnten gefühlige Männer jetzt mischen, was sich Frauen wünschten. Coco Chanel's sündteures „No 5“, das erste rein synthetische Parfum, tauchte 1921 auf und brachte noch Jahrzehnte später als Marilyn Monroes Lieblingsduft einen US-Präsidenten in prekäre Schieflage. Guerlains „Shalimar“ wurde 1925 zum Hit der Saison. 1944 kreierte Dalí für das Parfum „Le Roi Soleil“ von Schiaparelli einen prächtigen Art-Flakon, ein Kristallfläschchen in einer goldenen Muschel. Nach dem Krieg ging es zunächst weiter mit recht braven Riechwässern von Cacharel, Coty, Aramis, Lanvin, Dana, Rochas, Caron. Mit der Heimrasur kam der Mann als ernst zu nehmender Konsument ins Spiel und wurde als Aftershaver mit holzigen Tabaknoten und würzigem Vetiver bedient. Großes Aufsehen erregte 1966 Diors „Eau Sauvage“ und noch in den 1970ern →

BRAVOURÖS 1 Fruchtiger Duftcocktail aus Freesie, Magnolie und Pfirsich: „Groovy Life by Esprit“ von Esprit, um 14 Euro **2** In einer limitierten Edition präsentiert sich „Summer Time“ mit Brombeere, Glockenblume und Tonkabohne, von Kate Moss, um 17 Euro **3** Parfumphighlight für Hals und Handgelenke: „Nuit de Cellophane“ hinterlässt einen Duftschleier aus Jasmin und Sandelholz, von Serge Lutens, um 79 Euro **4** „Peach Blossom“ entführt mit Pfirsich, Mandel und Iris in einen Garten der Provence, von L'Occitane, um 36 Euro **5** Versprüht Sommerlaune: „Bouche Baie“ duftet nach Maracuja, Kokosnuss und Kirsche, von Nez à Nez, um 98 Euro **6** Die Orangenblüte steht im Mittelpunkt von „Infusion de Fleur d'Oranger“, flankiert von Tuberose und Jasmin, von Prada, um 170 Euro



brachten Juweliere wie Van Cleef & Arpels eigene Parfums heraus. Zeitgleich hinterließen die Hippies aus Ibiza und Goa ihre Duftmarken im Zeitgeistarchiv und die bestanden aus Patchouli, Kiff, Sandelholz und Moschus. Am Ende dieser Dekade war der Duft endgültig Sache des Lifestyles und es begann die Phase des Markenkults. Parfum war zum Fetisch geworden, begleitet von aufwendigen PR-Kampagnen und gipfelnd 1977 in YSL eskapistischem „Opium“. Die US-Designer kamen jetzt in Scharen an die Seine mit hübschen Models, Topfotografen wie Herb Ritts und jeder Menge Marketing-Gurus mit gigantischen Etats und eher limitierter Fantasie. Es begann die große Verwässerung, der Boom aseptischer und kalkulierter Massengeschmacksmarken. Paris konterte mit provokanter Machopose in pechschwarzem Mantel: „Jacomo de Jacomo“ oder „Drakkar Noir“ von Laroche, einem starken Mix aus Patchouli,

Duftgeschäft. Zehn Konzerne kontrollieren derzeit 65 % des Weltmarkts, heißt es, und etwa 16 Milliarden Euro werden jährlich weltweit für Parfüm ausgegeben. Wobei der Markt überschwemmt ist von nichtssagenden Designprodukten, öden Permutationen, zu denen auch noch arrangierte Tennisgrößen und halb verhungerte Fußballergattinnen ihr abgefülltes Nichts hinzufügen. Es fehlt eigentlich nur noch, dass Veronica Ferres für Opel das megageile Aftershave „Fließband-Baby“ präsentiert. Dass pro Jahr um die 800 neue Parfums erscheinen, bedeutet lediglich einen quantitativen Fortschritt. Das bedauert auch Jean-Claude Ellena: „Ich rate es all den schlaun Marketingprofis: Seid Pioniere! Entscheidet euch für echte Gefühle anstelle hohler Gebärden. Verlasst den gewohnten Rahmen, die ausgetretenen Pfade und entdeckt Leidenschaft und Sehnsucht. Das kostet sicherlich mehr Zeit, als den kleinsten gemein-

beitszimmer hat große Fenster. Im Sommer ist es lichterfüllt, nur die Pinienzweige brechen die Sommerstrahlen. Im Winter ist es melancholisch und die Bäume leuchten goldgrün. Wenn ich nachdenke und mir die Formeln für einen Duft aufschreibe, bin ich Lichtjahre entfernt von der typischen Laborstimmung, geschützt vor den Hunderten Ingredienzien, die den Geruchssinn beeinträchtigen. Ich arbeite mit meinem Duftgedächtnis, wähle aus, verwerfe, tausche, notiere, dosiere. Jeder Duft hat seine eigene Syntax, seine eigene Grammatik. Jedes Teil ist wie ein einzelnes Wort; ich gebrauche es, tausche es aus und um und füge es so lange zusammen, bis am Ende eine Geschichte erzählt wird, und zwar genau die, die ich hören möchte.“

Der kulturelle Stellenwert des Parfums leidet ein wenig unter dem Fakt, als rein kommerzielle Hochpreiskosmetik zu gelten. Auch seine Präsentation in

„WENN MAN MIT ALLER GEWALT AUF DEM ECHTEN, ABSOLUTEN GESANG DER NACHTIGALL

BESTEHT, DANN EMPFEHLE ICH EINE SYNTHETISCHE NACHTIGALL.“ JEAN GIONO, FRZ. SCHRIFTSTELLER, 1895–1970

Vetiver und Koriander. Die Neunziger waren dann wieder durchweht vom südkalifornischen New Age, etwas spiritueller Symbolik und viel maritimem Ozeanrauschen, mit Davidoffs „Cool Water Woman“, Calvin Kleins „Escape“. Der Aids-virus brachte weitere Konfusion in die heile Duftwelt und die Labels versuchten, ihrer Klientel einen Halt zu geben, eine Identität, eine Membership. Versace tat dies erfolgreich mit der Ravergeneration zwischen Miami und Rimini. Während Tom Ford und sein Model Sophie Dahl in Paris für YSL und Gucci extravagante und erotische Kampagnen anlegten, glitt die Duftphilosophie in Übersee im Verlauf der Bush-Ära vollends ins Hygienische ab und zerrieb sich in der paradoxen Bemühung, Hardcore-Hedonismus und puritanische Asexualität unter einen Hut zu bringen. Im Großen und Ganzen teilen sich heute Frankreich und die USA das

samen Nenner anzupeilen. Und die Suche gestaltet sich komplizierter, weil man es dabei mit sich selbst zu tun bekommt. Aber nur so entstehen innovative und unverfälschte Ergebnisse. Nur so baut man eine Brücke zu echten großen Gefühlen.“ Doch da sind auch die Labore in den Vorstädten, wo Weißkittel mit Mundschutz durch Flure hasten. Da sind Akten voll mit Formeln, braune Fläschchen, durchsichtige Röhrchen, Filteranlagen, Monitore, Schränke voller Duftarchive, Rundkolben und Chromatographen und eine poesiefreie Sprache, bei der A 0 84 für Alpenorchidee Männerheute steht und sich endlose Diskussionen um ein paar Milligramm mehr oder weniger Oleo europaea oder Lavendula angustifolia drehen. Auch Jean-Claude Ellena kann diesem Teil der Schöpfung nicht ausweichen, aber er tut es so oft wie möglich und flieht in sein Häuschen in Cabris: „Mein Ar-

kahlen Drugstores oder lieblosen Duty-free-Arealen zwischen Billigschnaps und Zigarettenstangen trägt zur mäßigen Reputation bei. Und doch haben wir es mit einer schönen und hohen Kunst zu tun, die sich einreihet in Musik, Dichtung, Malerei, Mode, Bildhauerei oder Fotografie. Der Parfumeur ist ein Künstler und seine Objekte agieren außerhalb von Zeit und Raum. Mehr als die anderen Musen flirtet der Duft mit all unseren Bewusstseinssebenen, er konfrontiert uns mit lange verschütteten Gefühlen, er konserviert die schönsten und ergreifendsten Momente unseres Lebens, er hüllt uns in eine zweite Haut und stattet uns mit mächtigen Signalen und Botschaften aus, er badet uns in einem ewigen Frühlingsfieber und erinnert uns auch an die unausweichliche Flüchtigkeit – was allerdings noch keinem Menschen geschadet hat. **WOLF REISER**