



Diesen Duft mochte schon Beethoven

Ein Bonner Absolvent leitet die weltweit älteste Parfumbfabrik

Foto: Ulrike Eva Klapp

▲ Zweimal Johann Maria Farina: Der eine kreierte vor über 300 Jahren einen besonderen Duft – sein Nachfahre stellt das „Eau de Cologne“ nach Originalrezeptur noch heute her.

Im Jahr 1709 komponierte der junge Italiener Johann Maria Farina einen ganz besonderen Duft. Schnell wurde sein „Eau de Cologne“ bei Kaisern und Königen, Künstlern und Wissenschaftlern ein Renner. Sein Nachfahre Johann Maria Farina hat an der Uni Bonn Pharmazie studiert und führt das Familienunternehmen in Köln nun in achter Generation – die älteste noch heute existierende Parfumbfabrik der Welt.

Napoleon hatte immer ein Fläschchen davon in seinem Stiefelschaft. Auch Goethe, Mozart und Beethoven bestellten regelmäßig Nachschub. Königin Victoria von England schätzte ihr „Eau de Cologne“ ebenso wie der Forscher Alexander von Humboldt. Die schlanken Flaschen (Rosolien) mit Familiensiegel und der roten Tulpe als Markenzeichen sind heute klar statt grün. Aber die frische, leichte Rezeptur dieses „Dufts eines italienischen Frühlingmorgens nach dem Regen“ aus Blüten und Kräutern ist unverändert – und die Faszination daran seit über 300 Jahren ungebrochen.

Das heutige Farina-Haus in der Kölner Altstadt steht noch genau an der Stelle, wohin das Geschäft der Familie 1723 zog. Am Ende des Zweiten Weltkriegs brannte das Gebäude drei Tage. Eine Schuttschicht bewahrte den Schatz für den Wiederaufbau: Fläschchen mit Originalessenzen und Rückstellproben. Sie sichern bis heute die Herausforde-

rung, Düfte trotz immer unterschiedlich ausfallender Rohstoff-Ernten gleichbleibend zu komponieren. Auch durch die Tür des restaurierten Hauses sind schon zahlreiche Prominente gegangen: darunter Konrad Adenauer, Hildegard Knef, Prinzessin Diana und Bill Clinton.

„Schnuppern Sie mal.“ Johann Maria Farina schraubt ein Glasdöschen auf. Der Inhalt duftet nicht wie vorherige Proben von Blüten und Kräutern, er wirkt eher unangenehm. Aber durch die Kunst des Parfumeurs gibt er Düften eine ganz bestimmte Note. Der heutige Geschäftsführer in achter Generation hat Pharmazie an der Uni Bonn studiert. „Anfangen habe ich mit 25 Jahren, als andere ihren Abschluss machten“, sagt er. Denn vorher war er bei der Bundeswehr und ist heute noch bei Wehrübungen als Oberst Apotheker eingesetzt, auch eine kaufmännische Lehre und seine Ausbildung zum Parfumeur lagen vor der Einschreibung. „Jetzt würde ich das genau umgekehrt machen: Erst das

Studium hat mir den wissenschaftlichen Background geliefert. Aber es ist gut, wie es ist: Andere Parfumeure brauchen wissenschaftliche Begleiter – ich kann alles selbst und greife täglich auf an der Uni Gelerntes zurück.“

Parfumpröbchen für die Mitstudenten

Dafür hat er sich ziemlich ins Zeug gelegt: „Pharmazie studiert man sowieso kaum nebenbei. Ich war parallel im Farina-Entwicklungslabor kreativ, gelernt wurde in den Ferien. Immer mit Blick auf die Parfumerie, nicht nach Noten. An der Uni haben wir streng nach Vorschrift im Labor gearbeitet – den Raum für kreative Ergebnisse hätte ich erst bei einer Doktorarbeit gehabt.“

Als Student verschenkte er selbst kreierte Duftproben an Mitstudenten. Hat er auf ihre Rückmeldung gehört? „Nö!“ lacht er. Manche Produkte sind in den Verkauf gegangen, außer Düften auch Kosmetik. Andere wurden wieder eingestellt. Die Klassiker blieben, allen voran das original „Eau de Cologne“. Heute steht der Chef etwa alle elf Tage im Labor, um selbst neue Essenzen herzustellen: „Die Rezeptur ist streng geheim – in den über 300 Jahren ha-

ben maximal 30 Personen sie gekannt. Wäre ich nicht selbst Apotheker, müsste ich sie zur Untersuchung auf Allergene, Haltbarkeit und so weiter preisgeben.“

Bei aller Kunst muss auch ein Pharmazeut und Parfumeur mal passen: Bei einer Talkrunde an der Uni Bonn saß Johann Maria Farina mit Dr. Helmut Wiedenfeld, einem seiner damaligen Ausbilder und in den 1980ern noch junger wissenschaftlicher Rat, bei „Alumni auf der Couch“. Es ging um ein kleines Gefäß aus dem Besitz der Pharaonin Hatschepsut im Ägyptischen Museum der Universität: Enthielt es ein Parfum – und könnte man es nachstellen? Aus der Idee von der Wiedergeburt des antiken Duftes wurde nichts: In den eingetrockneten Resten ließen sich Abbauprodukte nicht bestimmten Zutaten zuzuordnen.

Teil der europäischen Wirtschaftsgeschichte

Sehr selten und ein wichtiger Teil der europäischen Wirtschaftsgeschichte sind die seit 1709 durchgängig erhaltenen Unterlagen aus der Buchführung. „Selbst ich finde darin immer etwas Neues“ sagt Johann Maria Farina. Ein reicher Fundus auch für Studierende und Doktoranden in Betriebswirtschaft, Jura oder Marketing. „Viele finden aber das 18. Jahrhundert sprachlich zu schwierig. Um Zusammenhänge zu erkennen, ist außerdem historisches Wissen wichtig.“

Auch im Markenschutz war die Firma Farina früh engagiert: Ein winziges Zeichen in der Beschriftung machte Nachahmungen erkennbar.

Seitdem hat die Familie mehr als 2.000 Prozesse geführt, erst 2006 den letzten. „Plagiiert wurden immer nur der Name und die Verpackung – nicht die Rezeptur“, sagt Farina. Die Kopien haben das Stammgeschäft nicht tangiert. Einen Auftragseinbruch bewirkte der Beginn synthetischer Duftstoffe und damit das Angebot weniger kostenintensiver Marken nach dem Zweiten Weltkrieg. Aber mit überschaubarer Produktpalette, historischen Plakatmotiven, Mund-zu-Mund-Propaganda, Verkauf über exklusive Läden und Direktversand ist der weltweit älteste Parfumerhersteller nach wie vor erfolgreich. „Europäische Königshäuser bestellen weiterhin ‚das selbe wie immer‘ bei uns“, sagt Johann Maria Farina. Seine Tochter will Chemie studieren und sich in Paris zur Parfumeurin ausbilden lassen: Die neunte Generation des Familienunternehmens ist gesichert.

Goethes Bestellung im Internet

Im Kellergeschoss des Farina-Hauses ist das Museum. Hier erfahren Besucher aus aller Welt Interessantes zur alten Destillerie, dem ältesten erhaltenen Zedemfass, dem Vorratslager von Essenzen und der früher manuellen Abfüllung des Dufts. Johann Maria Farina erzählt von den Anfängen, dem Geschäft der Familie Farina mit „Französisch Kram“, also Luxusgütern – seit dem Mittelalter eine typische, zunftfreie Sparte italienischer

Unternehmer. Sein Vorfahr trat mit der neuen Duftrezeptur als Geschäftseinlage ein, der Handel mit Parfum wurde aber erst seit den 1760er Jahren vorrangig. Im ausgedehnten Netzwerk des 18. Jahrhunderts mussten die Mitarbeiter neben Französisch als Hauptsprache des Handels mit Luxusware auch andere beherrschen und in zahlreichen Währungen rechnen.

Dass sämtliche Ingredienzen des echten „Eau de Cologne“ nicht aus Köln kommen, amüsiert Johann Maria Farina selbst. Wie schon im 18. Jahrhundert seine Vorfahren importiert er sie vor allem aus Südfrankreich und von der Küste Kalabriens. Aber ihn führen wenige Mausclicks zu den Anbaugebieten: Per Internet kann er Duftproben von Bergamotte und Mandarine bis zu jedem einzelnen Baum einer Plantage, des „Giardinos“, genau lokalisieren. Ein weiterer Mausclick. Statt E-Mails zeigt der Monitor ein vergilbtes Dokument mit geschwungener Handschrift: eine Bestellung von Johann Wolfgang von Goethe nach Weimar aus dem Jahr 1814. Transporte erfolgten damals per Pferdewagen, auf Flussschiffen, dauerten – oder mussten sogar zeitweise ganz ausgesetzt werden. „Die Winter waren streng, Lieferungen nach London kamen erst durch, wenn Rhein und Themse wieder eisfrei waren.“

ULRIKE EVA KLOPP

▼ Parfumflakons – Rosolien – aus drei Jahrhunderten.

