

Ein ganz besonderes Wasser



Wer an Parfüms denkt, dem kommt meist die „Duftmetropole“ Paris in den Sinn. Vor etwa 300 Jahren blickte Europa jedoch auf Köln, wenn es um die Herstellung edler Duftwässer ging. Im Zeitalter des Rokoko galt die Domstadt gar als Hauptstadt des Wohlgeruchs. Zu diesem Ruhm trug der Parfümeur und Wahl-Kölner Johann Maria Farina maßgeblich bei. Er brachte aus seiner italienischen Heimat eine besondere Kreation mit – das „Eau de Cologne“. Im Stammhaus des Familienunternehmens „Farina gegenüber dem Jülichs-Platz“ lädt ein Duftmuseum zur Spurensuche rund um die Geschichte der Parfüm-Herstellung ein.

INFO DUFTMUSEUM

Duftmuseum im Farina-Haus

Johann Maria Farina gegenüber
dem Jülichs-Platz
Obenmarspforten 21
50667 Köln
Telefon: 0221 3998994
E-Mail: Museum@Farina-Haus.de

Öffnungszeiten:

Montag bis Samstag, 10-18 Uhr
Sonntag: 11-16 Uhr

Führungen finden zu jeder vollen Stunde statt und dauern etwa eine Stunde. Auf Anmeldung sind zahlreiche Sprachen möglich.

Historische Kostümführungen:

Donnerstags um 17 Uhr, samstags um 16 Uhr sowie sonntags um 15 Uhr oder auf Anfrage

Kinderführungen: Sonntags um

14 Uhr oder auf Anfrage

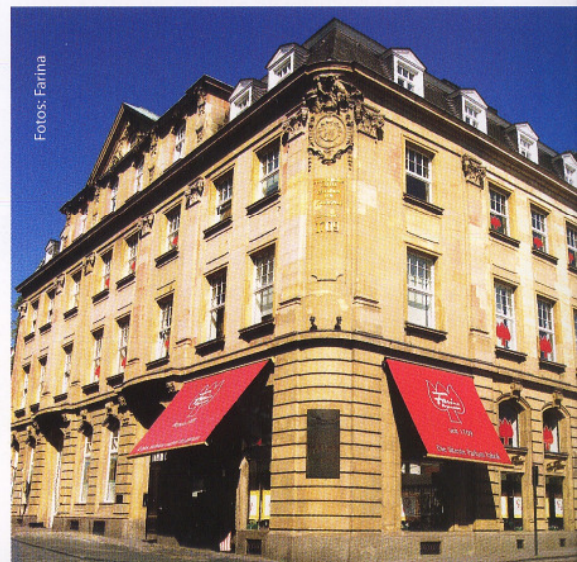
In einem neobarocken Eckhaus in der Kölner Altstadt, ganz in der Nähe des Alten Rathauses beginnt die Zeitreise. Hier befindet sich seit 1723 der Farina-Stammsitz. „Gestatten, Johann Maria Farina.“ Formvollendet und mit anmutiger Gestik begrüßt der Mann mit der gepuderten Perücke im eleganten Rokoko-Kostüm seine Gäste in der Beletage des Duftmuseums. Zwischen edlen Rokoko-Möbeln und historischen Flakons schlüpft Marek Lysakowski bei der Kostümführung in die Rolle des großen Parfümeurs und nimmt die Zuhörer mit ins Köln des frühen 18. Jahrhunderts.

Dort ließ sich Johann Maria Farina im Jahre 1714 nieder. Gemeinsam mit seinem Bruder führte er eine 1709 gegründete Warenhandlung für „Französisch Kram“. Das war ein Oberbegriff für Luxusprodukte von Seidenwaren über Gold- und Silberartikel bis zu Duftwässern und Schokolade. Wie bei jeder großen Stadt gehörten damals auch in Köln Schmutz und durchdringender Gestank zum Alltag. Die Bürger kippten ihren Unrat auf die Straße, Körperhygiene war auch in besseren Kreisen weitgehend unbekannt. Adlige und wohlhabende Bürger übertünchten ihren Körpergeruch stattdessen mit schweren Duftwässern auf der Basis von Moschus, Zimt oder Sandelholz.

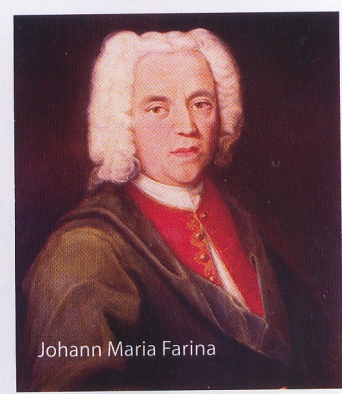
In diesen Mief brachte Farina frischen Wind. Der junge Parfümeur hatte nämlich eine eigene Duftkomposition im Gepäck. „Ich habe einen Duft gefunden, der mich an einen italienischen Frühlingmorgen erinnert, an Bergnarzissen, Orangenblüten, kurz nach dem Regen. Er erfrischt mich, stärkt meine Sinne und Phantasie“, so die Super-

Nase. Dieses olfaktorische Stück mediterraner Heimat wurde zunächst unter dem Namen „Aqua Mirabilis“ verkauft – ein damals üblicher Sammelbegriff für „Wunderwässer“, die auch die Heilung und Linderung vieler Krankheiten versprachen. Später erhielt das Produkt den Namen „Eau de Cologne“ – „Kölnisch Wasser“: eine Hommage an die neue Heimat.

Die Duftkomposition war gleich in mehrerer Hinsicht innovativ und brachte Farina den Titel „Vater der modernen Parfümerie“ ein. Zum einen setzte sie auf leichtere Essenzen wie die noch unbekannteren Bergamotte und zarte Blüten. Eine weitere Besonderheit: Der Duft roch immer gleich, was bislang noch keinem Parfümeur gelungen war. Dahinter steckte ein ausgeklügeltes, aufwändiges Verfahren. Der Geruch der Früchte oder Blüten variiert je nach Anbaugbiet, Ernte und Witterung. Erst eine „Cuvée“ – ein Verschnitt derselben Monoessenzen



Fotos: Farina



Johann Maria Farina

– machte ein identisches Geruchserlebnis möglich. Diese Cuvée musste für jeden Jahrgang neu zusammengestellt werden. Für eine gleichbleibende Qualität sorgte auch die Verwendung von Ethanol anstelle der üblichen Weingeiste, die mit ihren „Fuselölen“ den Duft verderben konnten. Johann Maria Farina brachte aus Italien die Kunst mit, Alkohol rein zu destillieren. Durch die Verdunstung des Alkohols entstand die bisher unbekannte „Kopfnote“ – jener erste Eindruck eines Parfüms, der sich nach wenigen Minuten verflüchtigt.

Erlesene Kundschaft

Bei seinem Tod 1766 hinterließ Johann Maria Farina einen erlesenen Kundenstamm. Er belieferte die meisten Fürstenhäuser Europas, „Farina gegenüber dem Jülichs Platz“ – kurz „Farina gegenüber“ – wurde zu einer der ersten Adressen der Domstadt. Der kompliziert klingende Name ersetzte übrigens die Hausnummer, denn diese wurden erst Jahrzehnte später eingeführt.

Auch Farinas Nachfolger wussten das Geschäft erfolgreich auszubauen und weiterzuführen. Die Kundenliste, die im Duftmuseum zu sehen ist, liest sich wie ein „Who’s Who“ der adeligen und bürgerlichen Prominenz über drei Jahrhunderte und bringt so manche Anekdote zutage. Napoleon etwa ließ sich seine Stiefelschäfte so anfertigen, dass immer eine Rosolie Eau de Cologne darin Platz fand. Und auf dem Schreibtisch von Johann Wolfgang von Goethe soll zur Inspiration ein Körbchen mit in Kölnisch Wasser getränkten Batist-Tüchlein gestanden haben. Die englische Königin Victoria schätzte den belebenden Duft ebenso wie die Schriftsteller Oscar Wilde und Thomas Mann, die Schauspielerinnen Marlene Dietrich und Hildegard Knef, die englische Prinzessin der Herzen, Diana, und der ehemalige US-Präsident Bill Clinton.

Vorreiter in Sachen Markenschutz

Mit der Einführung der Gewerbefreiheit am Rhein wurde die Stadt von einer Welle von Kölnisch Wasser-Herstellern überschwemmt. Jeder hatte sein eigenes Rezept, aber alle firmierten unter dem erfolgversprechenden Namen „Farina“ – Markenschutz war noch ein Fremdwort. Damit entwi-

ckelt sich der Markenname „Eau de Cologne“ letztendlich zum Gattungsbegriff (siehe Kasten).

Vor diesem Hintergrund ist es nicht verwunderlich, dass die Firma Farina sich intensiv für den Markenschutz einsetzte. Der achte Unternehmenschef Johann Maria Farina, genannt „der Große“, gestaltete das 1874 vom Deutschen Reichstag verabschiedete Markenschutzgesetz in wesentlichen Teilen mit. So wurde „Johann Maria Farina gegenüber dem Jülichs-Platz“ mit dem typischen rokokohaft geschwungenen Schriftzug auf dem Etikett das erste eingetragene Label. 1924 ließ sich das Unternehmen auch ein neues Warenzeichen schützen: die rote Tulpe. Bis heute symbolisiert sie den erlesenen Charakter des Duftes aus dem Rokoko – schließlich waren die aus dem persischen Raum importierten Schmuckblumen im 18. Jahrhundert eine seltene Kostbarkeit und galten als Inbegriff von Luxus.

1881 erzielte Farina gegenüber dem Jülichs-Platz einen weiteren entscheidenden Erfolg. Die Verwendung des Namens „Farina“ für Kölnisch-Wasser-Handelsbetriebe, die nicht der Gründerfamilie entstammen, wurde gerichtlich verboten. Auch Hauptkonkurrent Mühlhens hatte lange Jahre unter „Franz Maria Farina“ produziert, denn Firmengründer Wilhelm Mühlhens hatte einem unbe-

kannten Farina 1803 die Namensrechte abgekauft. Jetzt musste seine Kölnisch Wasser-Marke umbenannt werden. Abgeleitet von der Hausnummer des Stammhauses der Firma Muelhens GmbH & Co KG in der Kölner Glockengasse, entstand die weltweit bekannte Marke „4711 Echt Kölnisch Wasser“.

Exklusivität aus Köln

Mit seiner langen Geschichte zählt „Farina gegenüber“ heute zu den traditionsreichen Unternehmen Kölns. Die Produktionsstätte wurde aus der Innenstadt an den Stadtrand verlegt. Dort werde die „Eau de Cologne“ mit ihrem seit 300 Jahren unverwechselbaren Duft auch heute noch nach dem streng geheimen Originalrezept hergestellt, berichtet Führer Marek Lysakowski. Der Gattung nach ist das „Kölnisch Wasser“ übrigens ein „Eau de Parfum“ (siehe Kasten). Beim Vertrieb setzt das Unternehmen auf Exklusivität, um sich vom Hauptwettbewerber „4711“ abzusetzen, der erfolgreich den breiten Konsummarkt bedient. Als Nischenprodukt sind die Farina-Düfte ausschließlich in eigentümergeführten Parfümerien, in Apotheken sowie im unternehmenseigenen Online-Shop erhältlich.

Ulrike Esser-Frick

„EAU DE COLOGNE“ MARKE UND GATTUNG

Etwa seit dem 16. Jahrhundert wurden Heil- und Riechwässer verkauft – häufig unter dem Namen „Aqua Mirabilis“. Auch „Eau de Cologne“ fiel anfangs eher in die Kategorie der Heil- als der Dufwässer. Dies änderte sich im Jahr 1810: Per Dekret verlangte Napoleon Bonaparte die Offenlegung der Rezepte aller als Heilmittel verkauften Produkte. Die Kölnisch Wasser-Hersteller reagierten prompt und deklarierten ihre „Eau de Cologne“ fortan als Duftwasser und Erfrischungsmittel.

„Echt Kölnisch Wasser“ oder „Original Eau de Cologne“ ist heute eine geschützte Herkunftsbezeichnung, die nur Kölner Hersteller verwenden dürfen.

Der Gattungsbegriff „Eau de Cologne“ steht dagegen für leichte Düfte mit einem in rund 80 Prozent Alkohol gelöstem Anteil an Parfümölen von drei bis fünf Prozent. Zum Vergleich: Ein „Eau de Toilette“ enthält vier bis acht Prozent („Extreme“- oder „Intense“-Varianten auch bis zu zehn Prozent). Beim „Eau de Parfum“ liegt die Parfümölkonzentration bei acht bis 15 Prozent, beim „Parfum“ oder „Extrait“ bei 15 bis 30 Prozent.