



Französisch und Kölnisch Kram Wasser

FARINA ODER 4711: WIE DAS EAU DE COLOGNE DIE WELT EROBERTE

Text: UWE KAUSS

»Er riß die Augen auf und stöhnte vor Vergnügen. Dieses Parfum war kein Parfum, wie man es bisher kannte. Das war ein völlig neuartiges Ding, das eine ganze Welt aus sich erschaffen konnte, eine zauberhafte, reiche Welt, und man vergaß mit einem Schlag die Ekelhaftigkeiten um sich herum und fühlte sich so reich, so wohl, so frei, so gut...« Der Autor Patrick Süskind erzählt in seinem Roman *Weltenerfolg* »Das Parfum«, wie der alte Pariser Parfümeur Baldini zum ersten Mal an der Komposition des jungen Grenouille riecht, der mit dem absoluten Geruch ausgestatteten Hauptfigur des opulent-grausigen Romans. So ähnlich könnte es sich in Köln zu Beginn des 18. Jahrhunderts zugetragen haben, als der Parfümeur Giovanni Maria Farina die Formel eines noch nie dagewesenen Dufts entwickelt hatte, der bald darauf als Eau de Cologne die Welt eroberte. Das für Zeitgenossen damals so außergewöhnlich und hinreißend riechende Wasser ist das erste, älteste und bis heute langlebige Markenparfüm der Welt. Es entstand in einer Zeit, als die Städte stanken – nach Abfall, Abwasser, Rauch, Schwefel, Kohle, Schimmel und dem Schweiß der Menschen.

Giovanni Maria Farina wurde 1685 im piemontesischen Santa Maria Maggiore geboren. Seine Großmutter Caterina Gennari lebte in Venedig und arbeitete, wie einige Familienmitglieder, als angesehene Aromatisiererin. Vielleicht hatte Giovanni eine besonders feine Nase, denn die Großmutter schrieb an seinen Onkel, der in Maastricht ein erfolgreicher Unternehmer und Mitglied des Stadtrates war: »Er ist anders. Er teilt Menschen in -gut und böse riechen- ein.« 1700 ging er in die niederländische Stadt, absolvierte eine Lehrzeit im Handels- und Speditionsgeschäft seines Onkels und reiste durch Europa. Ein paar Jahre später ging er nach Köln und trat 1714 in das von seinem Bruder Giovanni Battista fünf Jahre zuvor gegründete Handelsgeschäft für »Französisch Kram« ein. So wurden damals Luxusartikel genannt, beispielsweise Perrücken, Federn, Schnallen, Gürtel, Kristallbecher und Duftwässer.

In Köln wollte sich Giovanni Maria Farina aber vor allem mit Düften beschäftigen. »Deine Wässerchen kannst du auch hier mixen. Wir räumen Dir genug Platz ein«, hatte



Johann Maria Farina

ihn sein Bruder zuvor in einem Brief ermuntert. So reiste der junge Giovanni Maria ins Rheinland. Aus Giovanni wurde Johann.

Dem Mythos nach habe der Kölner Bürger Paul de Feminis den Farinas die Formel für das so besonders duftende Wasser übereignet, das er wiederum von einem orientalischen Mönch erhalten habe. »Die lange Geschichte des Eau de Cologne ist randvoll mit solchen Mythen«, erzählt Ulrich Soënius, Leiter des Rheinisch-Westfälischen Wirtschaftsarchivs und hervorragender Kenner der Geschichte der Familie Farina und der ihres später härtesten Konkurrenten: Die Kölner Familie Mühlens, die »4711« zur zweiten großen Eau-de-Cologne-Marke machte. Doch für Soënius sind die Belege eindeutig: »Farina selbst hat das berühmte Duftwasser geschaffen.« Der pure Duft an sich hatte noch keinen Wert wie heute. Die Wässer sollten vor allem Schutz vor Krankheiten und sogar deren Heilung bieten. Der feine Duft unterschied das Wasser aber von Lebenselixieren und -balsamen, Heilölen und Wundersalben, die zu Hunderten mit den absurdesten Versprechungen feilgeboten wurden. Farina hatte bei der Herstellung gegenüber den anderen Produzenten einen wichtigen Vorsprung: Er verstand es, aus dem oft nach Kartoffeln, Wein oder Schnaps riechenden Weingeist einen fast reinen und somit geruchsfreien Alkohol herzustellen. Außerdem gilt er als der Erste, der

die zitrusfrische Bergamotte als Kopfnote in einem Duft einsetzte. 1708, mit dreißig Jahren, gelang ihm etwas, das er so beschrieb: »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 die Phantasie.« Die Formel war gefunden, doch dies ist nicht der Grund, warum das Wasser sich an den prunkvollen Herrscher- und Fürstenhöfen verbreitete. »Er hat diesen Duft als Erster reproduzierbar gemacht«, erklärt Johann Maria Farina, der das Unternehmen heute in achter Generation im Haus seiner Vorfahren in Kölns Innenstadt gegenüber dem Jülichplatz führt. »Die Formeln der Düfte waren Geheimnisse«, sagt Farina, »aber selbst wer ein Geheimnis kannte, hat selten die Aromen so wie das Vorbild komponieren können. Die natürlichen Grundstoffe stammen aus Südfrankreich, aus Italien, aus Nordafrika. Und in jedem Jahr riecht die Ernte von Limetten, Bergamotte, von Lavendel, Blüten und vielen anderen Stoffen ganz anders.« Doch Johann Marias Duft roch stets gleich.

»Das Hauptgeschäft war lange der Kommissionshandel und die Spedition, denn für Luxusartikel war es wichtig, nicht nur in Köln verkaufen zu können. Von vierzigtausend Einwohnern hatten nur zehn Prozent den Status eines Bürgers, und von denen waren nur wenige so wohlhabend, um sich Luxuswaren leisten zu können«, berichtet Farina, »wer aber in eine andere Stadt lieferte, brauchte einen vertrauenswürdigen Partner, der am Ziel auslieferte und das Inkasso übernahm.« So konnten Johann Battista und Johann Maria gute Geschäfte in Maastricht und in Städten machen, in denen weitere Verwandte lebten. 1732 starb Johann Battista, und Johann Maria übernahm das Geschäft ganz. Die Nachfrage nach dem edel duftenden Wasser stieg. Er erweiterte seine Handelsbeziehungen und begann, Kontakte zu den Herrscherhäusern zu knüpfen. »Das Geschäft lief nur über die Kammerherren«, erzählt Farina, »denn das Duftwasser war sehr, sehr teuer. Nur sie hatten persönlichen Zugang zu den Herrschern und durften ihnen Waren empfehlen. Sie waren der Schlüssel zum Erfolg. Und es gab für einen Anbieter viele Wege, sie zu überzeugen«, sagt Farina und lacht.



Palais des Parfums: Das Farina-Haus in Köln

Der Durchbruch gelang, als König Friedrich Wilhelm I. von Preußen und Kurfürst Clemens August von Köln zu Kunden wurden. Diese Namen benutzte Farina geschickt, um bei den vornehmsten Adressen bekannt zu werden. Ab 1745 gehörte auch König Friedrich der Große zu den Abnehmern des Wassers, das Farina inzwischen elegant »Eau de Cologne« getauft hatte. Er lieferte die edle Essenz damals in einer einhundertzehn Milliliter fassenden schlanken Flasche, die Rosoli genannt wurde. Doch die Herrschaften verwendeten es ganz anders als heutiges Parfüm: Man betupfte sich damit, wischte sich die Stirn, rieb sich ab und legte sich getränkte Tücher in den Nacken. Zwei solche Flaschen kosteten so viel wie das Monatsgehalt eines königlichen Beamten. Der Kölner Kurfürst brauchte täglich eine Rosoli. Die politischen Wirren der Zeit ließen das mittlerweile berühmte Wasser auch in Frankreich populär werden. Denn mit dem Siebenjährigen Krieg, der ganz Europa erschütterte, kamen französische Soldaten auch nach Köln. Die eleganten adligen Offiziere entdeckten das Eau de Cologne und machten es in Paris bekannt – dem damaligen Zentrum Europas.

Dass sich das Aqua mirabilis, das Wunderwasser gegen allerlei Krankheiten, zum reinen Duftwasser wandelte, liegt allerdings an der großen Politik und an Napoléon. Von 1794 bis 1815 gehörte Köln zur französischen Republik. 1810 hatte Napoleon verfügt, sämtliche Inhaltsstoffe von Heilmitteln müssten offengelegt werden, um Gesundheits-



Flair der Vergangenheit: Farina füllte einst sein Eau de Cologne in Flakons nach dem Vorbild der Champagnerflasche, 4711 setzte in seiner Werbung auf den eleganten Duft der weiten Welt.

gefahren zu vermeiden und Scharlatanerie zu verhindern. Damit hätten die Parfümeure ihre streng gehüteten Formeln offenlegen müssen. Doch es gab einen Ausweg: »Die kölsche Lösung«, wie Soénius sie nennt: »Eau de Cologne war fortan kein Heilwasser mehr, sondern eben ein belebendes Duftwasser«, erklärt er, »wer sich damit seine Blessuren einreiben wollte, konnte das schließlich weiterhin tun.«

Die gewaltigen Preise, die sich längst dafür erzielen ließen, entfachten einen langen, harten Wettbewerb. Als der große Parfümeur 1766 starb, gab es in Köln rund vierzig Hersteller von Eau de Cologne. Farinas Nachfahren mussten sich gegen harte Konkurrenz wehren – viele der immer zahlreicher

werdenden Dufthändler verwendeten aus Imagegründen den Namen Farina, den sie sich meist von unbekanntem Namensvettern der Familie über Gesellschaftsverträge besorgten.

Knapp vierzig Jahre nach Farinas Tod begann auch der in Troisdorf geborene Unternehmer Wilhelm Mühlens, in Köln mit allerlei Handel zu Erfolg zu gelangen. Er betrieb im Haus Glockengasse 4711 »Speculationsgeschäfte«, wie es das zeitgenössische Adressbuch der Stadt verzeichnet, und handelte mit Wein, Quellwasser, Seefischen – und Eau de Cologne. Auch er kaufte 1803 einem allerdings mit der Parfümeursfamilie nicht Verwandten das Recht ab, das begehrte »Farina« im Unternehmensnamen zu führen – und verkaufte ihn für gutes Geld gleich dreißig Mal weiter. Jahrzehntlang prozessierten die Familien Farina und Mühlens gegeneinander, bis Nachfahre Ferdinand Mühlens im Jahr 1881 den Urteilspruch des höchsten zuständigen preußischen Gerichts vernahm: Ihm wurde die Verwendung des Namens Farina verboten. Revision nicht zulässig. So benannte er flugs das Unternehmen um. Nun hieß es: »Eau de Cologne & Parfümerie Fabrik Glockengasse No. 4711 gegenüber der Pferdepot von Ferdinand Mühlens«. Die Hausnummer 4711 im Namen entstand durch die französischen Besatzungstruppen, die im Oktober 1784 vor Köln standen. Der Rat der Stadt verfügte damals, »alle Häußer der Stadt ohne Unterscheid nummerieren und nach Maasgab der Entlegenheit beleuchten zu lassen.« Mühlens prächtiges Haus in der Glockengasse erhielt die Nummer 4711. Schon im Jahr 1811 wurde die durchlaufende Nummerierung wieder abgeschafft – doch Mühlens zeigte die Ziffer ab 1839 als Erkennungsmerkmal in seinem Firmennamen, der nun »F. Marie Farina No. 4711« hieß. Eine der berühmtesten Duftmarken der Welt war geboren. Den französischen Soldaten jedoch, der zu Pferd und mit elegantem Schwung das Haus in der Glockengasse kennzeichnet, hat es nur in der Werbung der Firma Mühlens gegeben.

Wilhelm Mühlens, dessen Geschwister alle großen Wohlstand erworben hatten, war früh auch selbst in die lukrative Produktion von Eau de Cologne eingestiegen. Er bewegte sich darin sehr geschickt und nutzte die guten Beziehungen zu seinen Geschwistern, die Banken und Vertriebsunternehmen gegründet hatten. 1820 schaffte sein Nachfolger Ferdinand Mühlens die schmale Rosoli-Flasche ab und füllte sein Duftwasser in die eigens gestaltete Kropf-Molanus-Flasche, die den Transport sehr vereinfachte und bis heute eines der Erkennungszeichen geblieben ist. Sein Marketing funktionierte: Das Duftwasser erreichte nach einigen Jahrzehnten die höchsten Kreise Europas. 1873 wurde er Hoflieferant des niederländischen Königshauses und eröffnete eine Filiale in New York, 1880 lieferte er an den russischen Zaren, 1908 kam das Eau de Cologne zum Kaiser von Österreich.

Doch woher Gründer Wilhelm Mühlens die Rezeptur mit intensiver Minznote hatte, »ist heute nicht mehr nachzuvollziehen, es gibt keine Dokumente«, sagt Ulrich Soénius. Gern erzählt wird die Geschichte, ein Kartäusermönch habe ihm die Rezeptur zur Hochzeit geschenkt. Sie klingt sehr bekannt – durch Farina. »Wir wissen heute, dass diese Story erst nach dem Ende des Zweiten Weltkriegs lanciert wurde, um das Image zu verbessern.«

Der Erste Weltkrieg markierte für die beiden verfeindeten Unternehmen eine scharfe Zäsur. Die Nachschubswege für Duftöle und Rohstoffe, die beide zum Teil in der Parfümhauptstadt Grasse bezogen, waren verschlossen. Und

beide Konkurrenten waren von ihrem wichtigsten Markt abgeschnitten: Frankreich. Das war nun Feindesland. »In dieser Zeit entstand auch der Begriff ‚Kölnisch Wasser‘, erzählt Soénius: »An der Westfront stationierte deutsche Militärs hatten sich bitterlich beschwert, als sie sahen, wie sich Offiziere nach einem Gefechtseinsatz gegen Frankreich mit Eau de Cologne einrieb. Das ging nicht. So übertrug man den Namen ins Deutsche.« Nach dem Ersten Weltkrieg bewegten sich beide Unternehmen in verschiedene Richtungen: Farina blieb stets eine Manufaktur, achtete peinlich auf die Qualität ihres traditionellen Produkts – und auf Präsenz in besten Kreisen.

Die Familie Mühlens verbreiterte dagegen ihr Produktangebot und nutzte konsequent die Möglichkeiten, die nun die beginnende Industrialisierung bot. Aus dem Luxusduft wurde ein hoch rentables und bezahlbares Massen-



Dorado des Dufts: Die heiligen Hallen von 4711, historisch

produkt, das als schick galt – befeuert durch clever inszenierte und zeitgemäß funktionierende Werbung. Als zweite Marke wurde Tosca lanciert, später kam das Aftershave Sir hinzu. Das deutsche Wirtschaftswunder roch nach 4711. Die Mühlens-Erben verkauften das Unternehmen 1994 nach langem Familienstreit an Wella. Heute gehört es zum Parfüm-Hersteller Mäurer & Wirtz.

Der Unternehmenssitz von Farina befindet sich noch immer in demselben Haus, in dem Parfümeur Johann Maria seinen betörenden Duft schuf. Er wird von siebenundzwanzig der siebenundfünfzig Mitarbeiter nach der mehr als dreihundert Jahre alten Rezeptur produziert. »Am Jülichplatz, Haus Obenmarspforten, begann etwas, das wie ein Sog um die Welt ging, eine globale Industrie schuf – und das der »Parfum«-Autor Patrick Süskind so beschreibt: »Es gibt eine Überzeugungskraft des Duftes, die stärker ist als Worte, Augenschein und Wille.«



Immer frühlingsfrisch

4711. • Echt Kölnisch Wasser