

Startseite >> Leben >> Handreiniger des Parfümeurs : "Eine alte Tradition lebt neu auf"

LEBEN

SONNTAG, 12. APRIL 2020

Handreiniger des Parfümeurs

"Eine alte Tradition lebt neu auf"



Edelste Düfte made in Berlin: J.F. Schwarzlose



René Dominik ist seit 22 Jahren in der Parfümbranche - von Drogeriemarkt-Klassikern bis zu den teuersten, edelsten Düften hat er alles erschnüffelt und ertüfelt, was es gibt. Jetzt ist er bei J.F. Schwarzlose in Berlin gelandet, einer traditionellen Parfümfirma mit bewegter Geschichte. Der Marketingprofi kennt sich aus mit allem, was dufte ist. Deswegen stellt die Firma momentan auch Desinfektionsmittel her und reiht sich damit ein in die Welt der Designer, die Gesichtsmasken herstellen oder anderweitig ihren

Beitrag - weit weg von ihrem Ursprungsgeschäft - in der Corona-Krise leisten wollen. Mit René Dominik wollte ich eigentlich bloß über den Boom der wilden und "Goldenen Zwanzigerjahre" sprechen, damals wie heute, aber momentan fällt der Anlass, auf den Tischen zu tanzen, ja aus. Stattdessen Rückbesinnung auf das Häusliche, auf Werte, auf die Traditionen. Auch gut, passt trotzdem, vor allem, weil es wohl nur wenig so edles Desinfektionsmittel gibt wie von dieser altherwürdigen Parfümmarke.

ntv.de: Selbst in der Corona-Krise bleibt Ihr Unternehmen sich treu.

René Dominik: Ja, dank der Unterstützung durch die Firma Dreiturm, die vor 100 Jahren schon Kooperationspartner und Lieferant unserer Firma war, lebt mit der Sonderauflage "Desinfektionslösung" eine alte Tradition neu auf.

Schwarzlose hat früher neben Parfüm auch Seife, Reiniger und Haarpflege, ab circa 1900 auch komplette Desinfektionssysteme hergestellt, richtig?

Ja, nach der Empfehlung eines gewissen Dr. Robert Koch ...

... Robert Koch wie Robert-Koch-Institut?

... genau der. Koch war Mediziner, Mikrobiologe und Hygieniker. Nach seinen Empfehlungen und Rezepten stellte Schwarzlose damals Desinfektionsmittel her. Heute verschenken wir aus aktuellem Anlass allen unseren Kunden "Hand Sanitizer made in Germany" als limitierte Sonderedition, und um etwas Abhilfe in der jetzigen Situation zu leisten, spenden wir einen Teil der Produktion an ein Seniorenheim und zwei Arztpraxen in Berlin. Hintergrund: J.F. Schwarzlose startete 1856 ganz einfach als Drogerie in Berlin und lieferte neben Parfüm eben auch simple Hygieneartikel.

Kommen wir zum Kerngeschäft, dem Parfüm: Der Markt hat sich verändert - alle Menschen lieben Parfüm und jeder will individuell sein.

Ja, es gibt die Menschen, die wollen Trends folgen, und es gibt andere, die wollen auf keinen Fall verraten, wonach sie duften, weil das ihr ganz persönlicher Duft ist. Ich bin mit sehr großem Spaß bei der einzigen großen, alten Luxusparfümmarke aus Deutschland gelandet, die jetzt aktiv ist. Wir hatten ja nicht so eine Parfüm-Historie wie in England oder Frankreich und es hat auch viel später bei uns angefangen mit der Duftbranche.

Was zeichnet denn die Traditionsmarke J.F. Schwarzlose aus?

Diese Marke ist vor acht Jahren zu neuem Leben erweckt worden und das ist schon etwas ganz Besonderes.

Und es gibt sie nicht überall im Handel ...

Richtig. Man muss schon ein bisschen suchen. Ist aber eben auch etwas Besonderes.

Das Besondere, das Handgemachte, hat ein Revival erfahren, sehe ich das richtig?

Ja, es gibt weiterhin Trends. Aber ein Trend ist eben auch, dass wir das Besondere wollen, das Handwerkliche. Wichtig ist zum Beispiel, eine Geschichte zu einem Duft zu haben.

Das ist schon ein Boom, oder?

Ja, der ging von Leuten aus, die erwachsen genug sind und über genug Geld verfügten, sich so einen exklusiven Duft leisten zu können. Das hat sich in den letzten Jahren aber ein bisschen geändert, weil mehr Menschen bereit dazu sind, sich etwas wirklich Gutes und Exklusives leisten zu wollen und dafür auf etwas anderes, auch auf Masse, zu verzichten.



René Dominik hat seit zwei Jahrzehnten ein Näschen für besondere Düfte.

Weniger ist also mehr ...

Genau. Das machen auch junge Leute, die nicht mehr heimlich Mamis Duft oder Papis Aftershave benutzen, sondern die sich gezielt etwas Besonderes für sich wünschen. Oder auch selbst kaufen. Nach unserem 35-jährigen Dornröschenschlaf freuen wir uns natürlich über das Interesse, das uns auch von jungen Kunden entgegengebracht wird.

Wie kam es denn zu so einer langen Pause?

Kleine Anmerkung zuvor: Wir haben tatsächlich noch Kunden, die sich an die traditionellen Düfte des Hauses von früher erinnern. Es gibt ja Hamsterkäufer, die alles aufkaufen, wenn ein bestimmter Duft endet. Dazu muss man aber wissen, dass Parfüm ein lebendes Produkt ist, das kann kippen. Nur als Tipp (*lacht*). Also, F.J. Schwarzlose

gab es bereits 120 Jahre, als man 1976 gesagt hat, wir stellen unsere Produktion ein, und das hatte verschiedene Gründe. 1865 hatte ein Klavierbauer, Joachim Friedrich Schwarzlose, das Unternehmen gegründet, am Berliner Gendarmenmarkt. Ein findiger Geschäftsmann, der merkte, dass seine Klaviere, die man an der Wand hochklappen konnte, aus der Mode kamen, folglich war er auf der Suche nach einer neuen Geschäftsidee. In der Mitte des 19. Jahrhunderts gab es viele Menschen, die sich etwas leisten wollten, es herrschte ein gewisser Wohlstand in bestimmten Schichten, Couturiers boomten. Und Herr Schwarzlose wollte etwas für seine Kinder hinterlassen. Er stellte Parfüm, Seifen, Haarpflegeprodukte her, die ganze Bandbreite.

Die Tatsache, dass das alles aus Berlin kam, spielte eine große Rolle, nehme ich an.

Natürlich kannte man das alles aus Frankreich und Italien, aber aus Berlin, das war neu. Er kaufte eine bereits bestehende Parfümfabrik, die königlicher Hoflieferant an Preußens Hof war, und konnte sich fortan auch so nennen. Mit dem Kaiser wurde er natürlich zum kaiserlichen Hoflieferanten. Angeblich sagte Kaiser Wilhelm sogar, dass nicht alles Schöne aus dem Ausland kommen müsse.

Eine ähnliche Geschichte hat vielleicht Echt Kölnisch von 1711, die haben sich auch vor einiger Zeit quasi neu erfunden ...

Genau, ein neues, aber gleichzeitig traditionelles Design, ein breiteres Angebot, ...

... weg vom Oma-Duft, ...

... ja, anders als bei uns, aber das ist auch sehr interessant, was bei denen passiert. Aber zurück zu unseren Düften: Die erreichten nach der Kaiserzeit ein absolutes Hoch in den 20 Jahren des letzten Jahrhunderts, weil Berlin damals so hip war und man gerne Geschenke aus dieser Metropole überall mit hin brachte. Schwarzlose wurde bis nach Australien und Asien mitgenommen und Asien ist nun wirklich kein großer Duftmarkt.

Haben die Kinder den Betrieb ihres Vaters denn übernommen?

Ja, Max Schwarzlose gründete aber auch sein eigenes Haus und es sind weitere Klassiker entstanden.

Sind alle Ihre Düfte denn von der Vergangenheit inspiriert?

Nein, wir greifen da natürlich Themen auf, wo es Parallelen gibt, aber wir haben auch

neue Düfte, vom heutigen Berlin inspiriert. Über die Jahre haben wir ein Duft-Archiv zusammengekauft, auch, weil uns viele Formeln bei einem Brand vor Jahren verloren gegangen sind. Mit einem Prozess aber, der sich Gas-Chromatografie nennt, können wir auch mithilfe alter Flakons noch herausfinden, welche Ingredienzen in einem Duft enthalten waren.

Das klingt nach dem Job eines Profilers ...

So kann man sich das vorstellen. Ein guter Parfümeur mit der Kenntnis darüber, wie sich Bestandteile verändern, kann einen Duft quasi eins zu eins nachentwickeln. Wir hatten ja bereits einen großen Rückschlag im Haus, den Zweiten Weltkrieg, und danach wurde das Unternehmen wieder aufgebaut, mit Geldern des Marshall-Plans, denn die Firma Schwarzlose hat sich in der Kriegszeit sehr korrekt verhalten. Das lief dann bis 1976, es gab Geschäfte sowohl in West- als auch in Ost-Berlin. Die Teilung Deutschlands spielte natürlich auch eine Rolle an der Einstellung der Marke.



J.F. Schwarzlose startete 1856 als Drogerie in Berlin und lieferte neben Parfum auch Seife, Reiniger und Haarpflege.

Gibt es eigentlich schöne Anekdoten zu den Düften?

Ganz viele, sehr rührende. Eine ist die zum "Treffpunkt acht Uhr".

So heißt ein Parfüm?

Ja, ins Alsterhaus zum Beispiel kommt regelmäßig eine Dame, weil die für ihre über 90-jährige Mutter diesen Duft kauft. Den trug diese zu ihrem ersten Rendezvous mit dem Vater, wie man sich denken kann. Sehr romantisch, oder? Und diese alte Dame weiß, dass wir an dem Duft etwas verändert haben, sagt aber auch, dass der Charakter des Dufts erhalten geblieben ist. Das war nebenbei bemerkt auch Josephine Bakers Lieblingsduft. Baker, die der erste schwarze Weltstar war und die hier in Berlin wilde Partys gefeiert hat.

Düfte locken uns auch an ...

Das olfaktorische Gedächtnis ist das stärkste, das wir haben. Ein Duft kann uns in andere Welten, in andere Zeiten versetzen, sowohl positiv als auch negativ. "Trance" war der Lieblingsduft des größten Magiers und Entfesselungskünstlers Anfang des 20.

Jahrhunderts, Harry Houdini. Ein Teil seiner Show war, Menschen in Trance oder in Hypnose zu versetzen. Der Werbespruch damals war "Trance - Der Talisman der Dame", denn die Frauenwelt war fasziniert von Houdini (*lacht*).

Ein Duft ist etwas sehr Persönliches, oder?

Ja, eine Duftfamilie ist in unserem Gehirn abgespeichert und von der weichen wir unser ganzes Leben meist nicht mehr ab. Wer süß als Kind liebte, wird das weiterhin tun, und wer eher auf herb, holzig oder männlich stand, wird auch das beibehalten. Es ist zwar eine Stimmungssache, aber wir haben ein sogenanntes Duftprofil. Die Assoziation geht uns durch und durch.

Wo wird produziert?

Wir sind stark auf Berlin in der Produktion und auch auf Hamburg konzentriert, selbst unsere Werbung und unsere Verpackungen werden in Deutschland produziert. Außer die Duftöle, die kommen aus der ganzen Welt. Wir wollen Nachhaltigkeit wirklich leben. Deswegen haben wir auch nicht unendlich viele Düfte, dafür sind sie aber unisex und am besten in leichte und schwere Düfte aufzuteilen.

"IA33" - was hat das zu bedeuten?

Das ist wohl unser berlinerischster Duft. "IA33" war ein Autokennzeichen und leitet sich ab von der römischen 1, "I", die stand für Preußen, "II" stand für Bayern, "III" für Baden-Württemberg. Die größte Stadt im Lande war jeweils A, also war "IA" Berlin. Das kennen die Ostberliner noch!

Und wonach duftet Berlin?

Natürlich nach Lindenblüten. "Unter den Linden" war und ist ein feststehender Begriff im Ausland, der für Berlin steht wie kaum etwas anderes. Unsere französische Parfümeurin verbindet mit Berlin übrigens die Spree, deswegen hat sie einen Duft kreiert, der sie an diesen Wasserweg in der Stadt erinnert. Dieser Duft heißt "Zeitgeist".

Was halten Sie von günstigen Parfüms in Drogerieketten und Ähnlichem?

Das hat alles eine Berechtigung und muss nicht schlecht sein. Parfüm ist demokratischer geworden. Natürlich kann ein Duft wie unserer nicht in einem unteren Preissegment stattfinden, das erlauben die Zutaten gar nicht, aber das ist eben das Mainstreamgeschäft und da werden dann eine Million Flaschen verkauft. Unsere Düfte tragen nur ein paar Hundert Leute.

Wie finde ich "meinen Duft", wenn ich auf der Suche bin?

Kleine Fläschchen kaufen, Reisegrößen, Proben mitnehmen, sich Zeit geben, den Duft entwickeln zu lassen, denn jede Haut ist anders. Aggressives Verkaufen inklusive Ansprühen am Flughafen oder in einer Parfümerie ist meist nicht der Weg zum Lieblingsparfüm.

Wobei ich mich echt gerne mal wieder auf einem Flughafen aggressiv ansprühen lassen würde - ein Traum momentan! Wann wird es Raumduft geben und Duftkerzen? Das ist in so mancher Situation ja die einzige Rettung!

Das sind zwei Accessoires, an denen wir tatsächlich arbeiten. Hoffen wir mal, dass wir bald noch unsere Zwanzigerjahre feiern können, eine Zeit, in der Frauen, Menschen aller Farben, Vorlieben und politischer Herkunft endlich so sein dürfen, wie sie sind. Damals hatten Frauen erstmals kurze Haare, kürzere Kleidern, alle rauchten, alle tanzten bis in den Morgen Charleston - bis dahin undenkbar! Der Erste Weltkrieg war vorüber und man wollte leben! Vor allem in New York, Chicago, Paris, London und Berlin ging es ab. Aber die ganze Welt tanzte auf dem Vulkan! Und das wird hoffentlich bald wieder so sein, ohne Vulkan, aber tanzen überall auf der Welt wäre wunderbar!

Mit René Dominik sprach Sabine Oelmann