

Neue Nase

Ohne die Unterstützung namhafter Konzerne, dafür unter Verwendung biologisch erstellter Essenzen, versucht Didier Gaglewski sich von der Parfüm-Stadt Grasse aus mit einer eigenen Produktlinie einen Namen zu machen.



Wein muss man sehen, riechen und schmecken können. Sie können vor allem riechen. Werden Sie daher bitte kein Ökologe! Aber haben Sie schon mal daran gedacht, es in der Parfümindustrie zu versuchen? Dort könnten Sie mit ihrer Nase ein Star werden!“ Diese Worte hatte Didier Gaglewski noch im Kopf, als er mit Ende 30 nach einem persönlichen Schicksalsschlag (er hatte gerade eine Krebserkrankung überstanden) beschloss, sein bisheriges Leben komplett zu ändern.

Seinen guten Job in der Wirtschaft hing er an den Nagel, weil „der Stress meiner damaligen Karriere für die Erkrankung mitverantwortlich war.“ Er machte sich daran, den gut zehn Jahre alten Rat des Experten, den er ihm nach einem Wochenend-Wein-Seminar gegeben hatte und der ihm in all der Zeit nicht mehr aus dem Kopf ging, Wirklichkeit werden zu lassen.

Der erste Schritt: Der Umzug aus der Champagne nach Grasse. Denn wo, wenn nicht dort, in „der“ Parfüm-Stadt der Welt, sollte er sich all das Wissen aneignen können, um aus seinem überdurchschnittlichen Geruchssinn eine „wahre“ Parfüm-Nase ausbilden zu lassen?

Als Lehrling angefangen

Der junge Franzose mit den polnischen Wurzeln ging zwar durchaus naiv, letztendlich aber überaus erfolgreich vor, um sein Ziel zu realisieren: Alle Parfüm-Fabriken in Grasse erhielten seine Bewerbung. Nachdem sich erst nichts tat, bemühte er das Telefon und konnte schließlich den Chef von Argeville zu einem Vorstellungsgespräch überreden – und in diesem so überzeugen, dass er kurz darauf als „Lehrling“ anfangen durfte.

Es begann die Lehrzeit: „Das wichtige an dieser Ausbildungszeit

ist die Praxis“, erläutert Gaglewski. „Schließlich kann man schlecht in einem Lehrbuch nachlesen, wie genau ein Duft riecht. Dies ist eine Sache der Erfahrung. Mehrere Jahre muss man seine Nase gemeinsam mit einem Ausbilder schulen!“

Seiner war eine der wenigen Frauen der Branche und verkündete eines Tages: „Es ist soweit. Nun bist Du fertig. Du kannst jetzt fliegen!“

Der erste Schritt war also getan, er wusste, wie man richtig „riecht“. Nun ging es daran zu lernen, wie man aus den verschiedenen Duft-Komponenten reale – und verkaufbare – Parfüms herstellt. Um diese Fähigkeit zu schulen, durfte er das Labor seines Ausbildungsbetriebs nutzen. Er konnte sowohl den Profis über die Schulter schauen, als sich auch selbst in der Mischung versuchen. „Meinen Mann habe ich in dieser Phase eigentlich gar nicht mehr zu Gesicht bekommen“, erinnert sich Sylvie lächelnd. Mit ihr ist Didier schon seit der Jugendzeit liiert und mittlerweile auch verheiratet.

Geduld und Mühe haben sich gelohnt: Vor drei Jahren gründeten die beiden einen Familienbetrieb, im Dezember 2008 wurde in der rue de l'Oratoire, No. 12 in Grasse ein eigener Laden eröffnet. Sylvie kümmert sich um den Verkauf, der heute 44-jährige um seinen Traum: neue, individuelle und ausschließlich aus biologischen Essenzen be-



Fotos: Fennel | Textopix, CRT Riviera

stehende Parfüms an den Mann oder die Frau zu bringen. Mit im Boot des kleinen französischen Start-up Unternehmens sitzt noch Michèlle Cavalier.

Auf ihrem Grund und Boden und maßgeblich durch ihre Pflege wachsen und gedeihen – zum Teil seltene – Pflanzen, aus denen Gaglewski später die Öle herstellt. So finden sich auf dem drei Hektar großen Areal, je nach Anbauzeit beispielsweise Lavendel, Jasmin, Mimosen, Veilchen, Osterglocken oder Tuberosen sowie Centifolia-Rosen.

Madame Cavallier hat sich schon immer für Naturheilmittel interessiert und begeistert sich nach wie vor: „Man pflegt einen Garten ganz anders, wenn man weiß, wie gut die Pflanzen uns tun.“

Daher stand für die drei von Anfang an fest, dass sie soweit irgend möglich ihre eigenen Essenzen herstellen. Einige Pflanzen können sie hier nicht anbauen, doch bei deren Einkauf achten sie darauf, dass sie biologisch angebaut wurden.

Selbst bei der eigentlichen Herstellung der Essenzen geht Didier einen anderen Weg als die großen Fabriken – allerdings keinen neuen: Er wendet die so genannte „kalte Methode“ (enfleurage à froid) an. >

Der Meister begutachtet den Duft der Tuberosen (links), die im Garten von Michèlle Cavalier (oben, 2. v.r.) gedeiht. Sylvie Gaglewski (oben, 1. v.r.) kümmert sich um Verkauf und Vermarktung der Gaglewski-Parfüms (unten).

Parfüm-Geschichte

2008 wurde das einzige Parfüm-Museum der Welt in Grasse, dem Handlungsort des Weltbestsellers von Patrick Süskind, eröffnet.



Am 18. Oktober 2008 ist das MIP – musée international de la parfumerie – nach vierjährigen Aus- und Umbauarbeiten, während derer das Haus für Besucher ganz geschlossen war, und einem Investitionsvolumen von 11,3 Mio. Euro wieder eröffnet worden. Es ist das weltweit einzige der Geschichte des Parfüms und der Parfümherstellung gewidmete Museum.

Der Standort? Natürlich Grasse! Schließlich ist die Stadt im Département Alpes-Maritimes, von der aus man schon auf das Mittelmeer schauen kann, nicht nur für ihre jahrhundertealte Parfümindustrie berühmt, sondern diente auch als Inspirationsquelle für Patricks Süskinds Weltbestseller „Das Parfum – Die Geschichte eines Mörders“. Nicht zufällig ist das Grasse des Mittelalters Handlungsort sowohl des Romans als auch der Verfilmung, die 2006 nicht nur in Deutschland zum Kassenschlager avancierte.

Untergebracht ist das MIP gleich in zwei Gebäuden: in der ehemaligen „Hugues-Ainé“ Parfümerie aus dem 19. Jahrhundert sowie dem neu erworbenen Stadthaus Hôtel Morel-Pontevès aus dem 18. Jahrhundert. Außerdem gehört ein Teil der mittelalterlichen Stadtmauer zum Museumskonzept. Verbindendes Element ist eine neue moderne Glasgalerie, aus der man nun einen wunderbaren Blick auf das Esterelle-Gebirge werfen kann. Die Idee der Bauherren: der klassischen Architektur sollte ein zeitgenössisches Outfit verpasst werden.

Dem Besucher steht nun eine Ausstellungsfläche von insgesamt 3 500 Quadratmetern zur Verfügung, auf denen er die Geschichte der Parfümerie von ihren Ursprüngen (7 000 Jahre vor Christus) bis heute sowie die technische Entwicklung der Parfümindustrie auf allen fünf Kontinenten anhand etwa 5 000 sehenswerter Ausstellungsstücke nachvollziehen kann. Darunter befindet sich auch das

berühmte „Nécessaire“ von Frankreichs legendärer Königin Marie-Antoinette, ein 80 Kilogramm schwerer Reiseutensilienkoffer, der unter anderem mit Puderboxen, Kosmetika, Wärmflaschen, Picknickset und eben dem einen oder anderen Parfüm gefüllt gewesen ist.

INFORMATION

www.museesdegrasse.com

Dabei werden Blüten auf einer im Holzrahmen eingespannten sowie mit Pflanzenfett bestrichenen Glasplatte verteilt und mit einer ebensolchen abgedeckt und zusammengepresst. Nach 24 Stunden werden die Blüten durch frische ausgetauscht. Dieser Vorgang wird etwa einen Monat lang wiederholt, so dass die Duftstoffe vollständig von dem Fett aufgesogen werden. Dieses wird anschließend mit Hilfe von reinem Alkohol destilliert. Auch die großen Konzerne wenden die Methode bis vor wenigen Jahrzehnten noch an. Inzwischen sind diese aus finanzieller Erwägung allerdings dazu übergegangen, chemische Lösungsmittel zu nutzen.

„Ich weiß, dass wir uns viel Arbeit machen“, gibt Didier Gaglewski zu. „Doch ich bin davon überzeugt, dass sich unser Naturtrip auszahlen wird. Die weltweit besten Parfümeure nutzen Essenzen, die nach dieser alten Technik hergestellt wurden. Daher gehe ich denselben Weg.“ Auch ein weiterer Aspekt ist ihm hierbei wichtig: „Das Parfüm ist nicht mehr anonym und austauschbar, wenn man weiß, wo und wie es hergestellt wird.“

Die eigentliche Arbeit für ihn beginnt dann bei der Komposition. Durchschnittlich verwendet er pro Parfüm 30 verschiedene Duftkomponenten. Dies bedeutet: so lange komponieren und ausprobieren, bis er wirklich zufrieden ist.

„Die eigentliche Herausforderung für mich ist es, die Idee, die ich im Kopf habe, in ein reales Produkt zu verwandeln.“ Und das kann durchaus auch monatelang dauern, wie er zugibt: „Ein Parfüm ist etwas, das eine Geschichte erzählt, da es sich erst mit der Zeit entwickelt.“

Ein wirklich männlicher Duft

Besonders stolz ist der Parfümeur auf seinen kürzlich auf den Markt gebrachten Männerduft. Die Entwicklung hat ihn drei Jahre gekostet, während derer er mit der Assoziation „Werkstatt“ experimentiert hat. Die Produktproben aus verschiedenen Stadien brachte er zu Mechanikern, um diese nach ihrer Meinung zu fragen. Den entscheidenden Impuls für das letztendlich entstandene Produkt gaben dann aber deren Ehefrauen; sie entschieden, dass dieses Produkt wirklich „männlich“ riecht. Snežana Šimičić



Gaglewskis Männerduft ist stilecht verpackt: Die Flasche hat die Anmutung einer Öldose.