

„DIE VIELFALT IST GEWALTIG – ES GIBT UNENDLICH VIELE DÜFTE“

Eigentlich war diese Geschichte geplant nach dem Motto: Bald ist Weihnachten, frage ich doch mal für unsere Leser in einem Parfümgeschäft nach: „Was ist diese Saison „in“? Welches Parfum muss man in dieser Saison haben?“ Mit solchen Fragen läuft man allerdings bei Willi Wigger, Inhaber der traditionsreichen Parfümerie Wigger in der Kaiserstraße, wie gegen eine Betonwand.



„Falsche Fragen“, lacht Wigger, „Düfte sollen die Individualität unterstreichen, wenn alle das gleiche Parfum benutzen würden, so wäre das sicher kontraproduktiv.“ Und Wigger räumt gleich mit einem anderen Irrglauben auf: „Dass ein Parfümeur, auch ein Guter, zu einem Kunden gehen kann und ihm auf den Kopf zusagen kann `Dieses Parfum passt zu Ihnen`, ist Unsinn. Stellen Sie sich zwei Frauen vor, beide jung, beide 90-60-90,

beide blonde lange Haare, und doch können sie sehr unterschiedlich sein. Es gibt also keine Typen für Parfum und ein guter Berater tastet sich langsam an den Geschmack des Kunden heran.“

Lieblingsthema Parfum

Der Siebzigjährige blüht richtig auf, wenn er von seinem Lieblingsthema Parfum spricht. Die Augen blitzen, wenn er erzählt, dass in seinem Laden Düfte existieren,

von denen andere „Drogerien“ in Dortmund nicht einmal gehört haben. Und in der Tat, die Parfümerie Wigger bietet ein ganz anderes Bild als in anderen Parfümläden mit ihren Werbeträgern für Massenprodukte. „Zur Zeit machen die Namen den Erfolg der Parfums aus. Calvin Klein zum Beispiel wird durch Werbung so sehr unterstützt, dass das Parfum ein Erfolg wird. Presse und Werbung machen Hits, aber die meisten Hits führen wir nicht. Und da bin ich auch stolz drauf. Am liebsten hätte ich Düfte, die niemand anderes hat.“ Er nimmt wie zum Beweis einen Flakon aus dem Regal, sprüht etwas Duft in den Raum und erzählt dazu, dass dieser Duft von einem französischen Winzer und Kellermeister kreiert wurde. Nach dem gleichen Prinzip, mit dem dieser auch seine teuren Weine und Cognacs anbaut. Ein würziger, sehr intensiver Holzduft erfüllt den Raum. Günstig sind die hier erhältlichen Düfte nicht. Wigger: „Manche Menschen geben viel Geld für ein Segelboot aus, manche für teure Autos oder Schmuck und so gibt es auch Leute, die sehr viel Geld für Parfum ausgeben. In meinen wie in deren Augen ist Parfum mit Kunst zu vergleichen.“

Dufte Geschichten

Immer wieder nimmt Wigger Flacons heraus, sprüht kurz und erzählt direkt eine Geschichte dazu: „Dies ist etwas von Kockiran, einem armenischen Parfümeur, der für Armani und Narciso Rodriguez Düfte kreiert.“ Neuer Flacon, neuer Sprühstoß: „Und hier: Schwarzlose. Aus Berlin. Ein Duft aus den dreißiger Jahren, den habe ich selber schon als kleiner Junge verkauft.“ Nächster Sprühnebel: „Das ist Farina. Gibt es seit dreihundert Jahren in Deutschland, in Köln. Die Firma hat sich über zweihundert Jahre mit 4711 bekriegt. Wurde immer verkauft, aber nur wenig in Deutschland. Oh hier, riechen sie mal dieses ...“

Wieder ein Sprühstoß: „Shiro, der neue Damenduft von dem japanischen Designer Masaki Matsushima. Shiro ist japanisch und bedeutet soviel wie weiß, sauber, rein.“ Und tatsächlich: Ein weicher weißer Duft erhellt den Raum.

New York als Duft

„Wie Parfumeure denken, wie sie sich inspirieren lassen, kann man sehr gut an Laurice Rahmé sehen,“ doziert Wigger, „eine Französin, die seit zwanzig Jahren in New York lebt und die Idee hatte, für jeden Stadtteil einen Duft zu kreieren. So steht etwa der Duft „Bond No 9 Highline“ für ein Stadtviertel des Big Apple in dem eine Autobahnbrücke stillgelegt wurde und sich die Natur Stück für Stück Land zurückerobert.“ Sprühstoß, und es riecht tatsächlich nach Landpartie: frisches Gras und Lavendel. Der Central Park stand Pate für einen grünen, frischen Duft, die Wall Street inspirierte die Parfumeure zu einem klassischen Duft für den klassischen Mann und China Town war die Wiege für ein Parfum, dass verführerischer und dynamischer nicht sein könnte. Und so gibt es insgesamt schon 60 Parfummischungen rund um das Thema New York. Während der New York Fashion Week –



wen wundert's – besonders beliebt: das Parfum „Fashion Avenue“. Die Bond Street Nummer 9 in New York ist die Adresse der Geburtsstätte dieser genialen Parfummischungen. Wigger: „Von Bond No 9 gibt es Damen- und Herrendüfte, alle liegen so um 300 Euro.“ Und er verrät, dass „ein Dortmunder Fußballer gerne den Gedenkduft zum 11. September benutzt.“

Klein und exklusiv

Sein Kundenkreis sei relativ klein, aber exklusiv. Das wirft die Frage auf, was denn das teuerste Parfum in seinem Geschäft ist: „Ganz klar, das ist Clive Christian, ein wirklich königlicher Duft, denn das britische Königshaus benutzt ihn. Die teuerste Flasche, die ich davon hier habe, kostet 800 Euro, ich kann Ihnen aber den Duft in einer Flasche mit Edelsteinbesatz bestellen“, grinst Wigger, „die kann dann je nach Ausstattung bis zu 50.000 Euro kosten.“ Ich lehne dankend ab und lausche gebannt den sehr interessanten Ausführungen des Parfumliebhabers, als uns eine hübsche Verkäuferin telefonschwendend



unterbricht, was Wigger sofort augenzwinkernd zu der Bemerkung veranlasst, dass bei der Parfümerie Wigger auch die schönsten Kosmetikerinnen Dortmunder arbeiten.

Nach dem Telefonat treffen wir uns vor der Wand mit den Herrendüften wieder und das Parfumseminar geht in die nächste Runde. Sprühstoß: „Das ist Bois de Portugal, das

hat schon Napoleon benutzt.“ Sprühstoß: „Churchills Lieblingsduft, sehr blumig.“ Sprühstoß: „Mike Burley, mein momentaner Favorit.“ Sprühstoß, und mir schwinden fast die Sinne ... Nach was ...? „Oh, das ist toll“ entfährt es mir. „Sie haben zwar keine Ahnung“ lacht Wigger, „aber Ihr Geschmack ist teuer.“ Hört sich fast wie ein Kompliment an. „Das ist Amouage Lyric, viel Sexappeal, schwer, Weihrauch, Moschus und Sandelholz.“

Die Parfümerie Wigger ist Mitglied der „Dortmunder Qualitätsroute“, einem Bund Dortmunder Fachhändler und in der Qualitätsgemeinschaft „first in beauty“, einem Zusammenschluss exklusiver Parfümerien. Ich verlasse das Geschäft und stelle fest, dass ich ein bisschen verliebt bin – in Amouage Lyric.

Text: Falk Bickel