

Persönliche Duftnote

Wer etwas auf sich hält, lässt sich sein Parfüm aus ökologischen Essenzen designen



und deren Vermarktung lehnt sie ab. „Nicole Kidman wirbt für Chanel, Scarlett Johansson für Calvin Klein – den Leuten wird vorgemacht, dass sie durch den Duft ein

nach seinem Parfüm nicht länger verkneifen konnte. Seitdem nimmt Kim Weisswange, die mit ihrer Geschäftspartnerin Hedda Möller das Unternehmen „Home of Fragrance“ führt, regelmäßig Duftaufträge von Charles' Private Secretary entgegen. Auch für die Queen kreierte sie eigene Düfte. Ihr ganz großes Projekt hatte sie jedoch zusammen mit Prinzessin Diana, als diese die Schirmherrschaft für eine große Anti-Aids-Veranstaltung in Wien übernahm. Die Designerin kreierte eigens für diesen Abend einen Duft. Obwohl Kim Weisswange nach dem tragischen Unfall die Rechte an einem Diana-Parfüm erwarb, hat sie es aus Respekt vor der Prinzessin nie vermarktet. Auch sie verwendet nur ätherische Öle. „Der Verbraucher wird individueller und vor allem kritischer“, sagt Weisswange. Synthetisches Rosenparfüm rieche wie billiges Toilettenspray, „ätherisches Rosenöl ist hingegen eine echte Umarmung“.

Doch diese Umarmung kostet. So liegt der Preis von einem Li-

München „Weinen Sie manchmal bei Filmen oder Musik?“ Biggi Renner presst das Telefon an ihr Ohr, nickt und macht sich eine Notiz. „Und worauf achten Sie im Restaurant?“ Wieder kritzelt die 58-Jährige etwas in ihren Block, verabschiedet sich und geht in einen schummrigen Raum, in dem es nach ätherischen Ölen duftet. In einem Holzregal stehen über 100 gleich große Fläschchen nebeneinander.

Biggi Renner ist Duftdesignerin. Auf diese Bezeichnung legt sie viel Wert, denn sie versteht sich als Künstlerin. Vor sieben Jahren hat sie in München den Naturkosmetikladen „Aromare“ eröffnet und kreierte auf Bestellung maßgeschneiderte Düfte. Der erste Schritt: Ein Kundenprofil. „Mit Hilfe eines Fragenkatalogs kann ich erkennen, was für ein Typ der Kunde ist,“ erklärt Renner. Wichtig sei auch die gewünschte Wirkung. „Eine Kundin wollte zum Beispiel, dass die Männer durch ihren Duft bei ihr Schlange stehen.“

Doch Biggi Renner lässt sich nicht nur von ihren Kunden inspirieren. Sie greift nach einem Fläschchen mit der Aufschrift Thymian. Mit einer Arztspritze zieht sie einen Millimeter heraus und spritzt es in einen kleinen Flakon. Dann kommt Rosenholz hinzu, ein bisschen Alge, etwas Holziges und als Basisnote Tabak – fertig ist der selbst designte München-Duft. Jedes Parfüm-Rezept hat Renner in einem dicken Leitz-Ordner handschriftlich dokumentiert. So kann jeder Kunde sein Lieblingsparfüm jederzeit nachbestellen.

Für ihre Kreationen verwendet Renner ausschließlich ätherische Öle. Synthetische Düfte



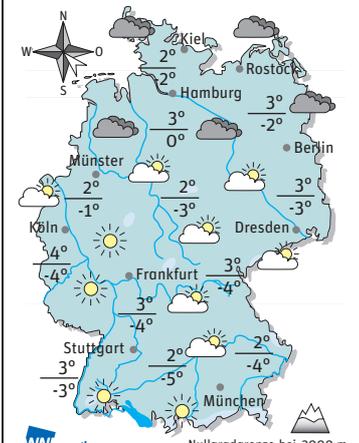
Was haben Prinz Charles und München gemeinsam? Beide können sich mit einem individuelles Parfüm schmücken. Den Duft des Prinzen entwarf Kim Weisswange (oben). Fotos: dpa (2), oh

Charisma wie die Promis erlangen.“ Dabei steht gerade bei den Stars Exklusivität im Vordergrund. Wer möchte auf einer Gala schon gern das Doppelte Lottchen spielen? Das britische Königshaus jedenfalls nicht. Die Hamburger Duftdesignerin Kim Weisswange verleiht Prinz Charles eine ganz eigene Duftnote. Er wurde durch einen deutschen Adligen auf die Parfümeurin aufmerksam gemacht. Der duftete so betörend, dass Prinz Charles sich die Frage

ter echten Rosenöls zwischen 15 000 und 20 000 Euro. 50 Milliliter eines maßgeschneiderten Eau de Toilette kosten zwischen 150 und 350 Euro. Der Stadtgeruch ist günstiger: 10 Milliliter München gibt's ab 16,90 Euro – das perfekte Mittel gegen Heimweh. *Charlotte Wolter*

Aromare, Nordendstraße 16, 80799 München, www.aromare.de; **Home of Fragrance**, Peter-Marquard-Straße 5, 22303 Hamburg, www.homeoffragrance.de

Das Wetter von morgen



- Abu Dhabi 26, sonnig
- Athen 14, heiter
- Bangkok 35, sonnig
- Budapest 1, bedeckt
- Bukarest 1, wolke
- Helsinki 3, Regen
- Hongkong 22, wolke
- Istanbul 4, wolke
- Johannesburg 20, wolke
- London 5, heiter
- Madrid 10, Schauer
- Moskau -1, Schnee
- New York 2, wolke
- Paris 3, wolke
- Peking 3, heiter
- Rom 11, wolke
- San Francisco 10, heiter
- Sofia 4, sonnig
- Stockholm 4, heiter
- Sydney 30, heiter
- Tokio 10, sonnig
- Warschau 0, bedeckt
- Washington 6, heiter
- Wien 0, wolke

9		3	7	4	6	
				8	7	1
	2					
	6	4			9	
1						7
	7	6		8	3	5
	3	2			1	
		4	5			

Die Auflösung des Sudoku-Rätsels finden Sie in der Freitagsausgabe der Süddeutschen Zeitung.

Impressum

Süddeutsche Zeitung Primetime
Herausgegeben vom Süddeutschen Verlag, vertreten durch die Gesellschafterversammlung
Chefredakteur: Hans Werner Kilz
Redaktion: Hans-Jörg Heims (verantwortlich), Rainer Olbert; Ann-Kathrin Eckardt, Martina Farmbauer, Steffen Heinzelmann, Henning Hinze, Moritz Koch
Anschrift: Sendlinger Straße 8, 80331 München, Telefon: 089-2183-0, Fax: -9006, Internet: sz-primetime.de, e-Mail: redaktion@sz-primetime.de
Gestaltung: Eberhard Wolf (Art Director), Daniel Braun (Grafik), Jörg Buschmann (Foto)
Nachrichtagenturen: AFP, AP, ddp, dpa, Reuters, sid
Geschäftsführung: Klaus Josef Lutz
Objektleitung: Andreas Tazl
Anzeigen: Jürgen Maukner (verantwortlich), Stefan Innerhofer, Telefon: 089-2183-8565, e-Mail: sz-primetime@sueddeutsche.de
Druck und Distribution: Xerox Global Services, Hellersbergstraße 2-4, 41460 Neuss