



« RIECHEN IST FÜR MICH WIE EINE DROGE! »

TEXT: PETRA SCHANZ PHOTOS: FELIX AEBERLI

Sie schnüffelt mit Vorliebe an Bibergeil, einem Basisduft mit Ledernote, oder am Aasgeruch ihrer blühenden Kaktuspflanze. In ihrem Labor ist die zierliche Frau, die animalische Düfte liebt, in ihrem Element.

Aus einer alten Holztruhe und aus Schubladen holt sie Pipetten, leere Fläschchen und Düfte hervor. Bibi Bigler öffnet die Duftfläschchen und riecht daran. Während der Laie noch damit beschäftigt ist, herauszufinden, um was für einen Duft es sich handeln könnte, misst die Parfumeurin bereits ab und füllt wenige Tropfen des ersten Duftes in ein leeres Fläschchen. Auf einer Liste notiert sie sich jeden Schritt, um die verschiedenen Mischungsversuche später noch nachvollziehen zu können. Vor drei Jahren hat sich die Parfumeurin aus Grüningen ihren Traum verwirklicht und ein eigenes Atelier in Aathal eröffnet. Seither hat sie drei extravagante Parfums kreiert, die vorwiegend über das Internet erhältlich sind. Das vierte Parfum kommt demnächst auf den Markt. Dabei sammelt die 45-Jährige auch mal eigenhändig Safranblüten im Wallis. Denn die Rohstoffe für ihre Düfte sind ihr wichtig. Es handelt sich mehrheitlich um kostbare natürliche Essenzen. Ins Marketing investiert Bigler weniger, es läuft hauptsächlich über Mund-zu-Mund-Propaganda, was den Vorteil hat, dass die Parfumeurin in persönlichem Kontakt zu ihren Kunden steht. Das schätzt Bibi Bigler sehr. ►

Bibi Bigler riecht an allem, an dem der Durchschnittsmensch nicht riecht. Hier an der Blüte ihres Kaktus, die Aasgeruch verströmt.

BIBI BIGLER

AUSBILDUNG: 1987-94 Studium Biologie an der Uni Zürich, 95/96 Internationale Parfumerieschule Givaudan, Grasse, France.

KURSLEITERIN: Bibi Biglers zweites Standbein sind Parfum-Workshops. An einem Abend kann der Laie mit ihrer Unterstützung sein eigenes Parfum kreieren.

AKROBATIN: Um beweglich zu bleiben, macht die Parfumeurin regelmässig Akrobatik. In früheren Zeiten trat sie damit im Zirkus auf.

FAMILIENFRAU: Ihre Familie – ein Mann und vier Kinder – hat sie nach eigenen Angaben «zur Selbstständigkeit erzogen», sodass ihr Zeit für ihre eigenen Projekte bleibt.





Die Parfumeurin Bigi Bigler erledigt in ihrem 1-Frau-Unternehmen alles selbst. Hat sie eine Parfumidee, geht sie in die Produktion über: Formel schreiben, abwägen, mischen, am Riechstreifen prüfen (und überarbeiten) bis zur Perfektion und schliesslich die Flacons verkapseln. Auch den Verkauf, der hauptsächlich übers Internet läuft, erledigt sie selbst. Am Ende verpackt und verschickt sie ihre Düfte persönlich.

SEESICHT: Frau Bigler, als Parfumeurin haben Sie eine feine Nase. Suchen Sie sich Ihre Freunde nach deren Geruch aus?

... BIBI BIGLER: Ich glaube schon. Das machen andere aber auch, nur findet bei den meisten die Duftwahrnehmung unbewusst statt. Bei mir spielt der Duft auch in Bezug auf Zuneigung und Ablehnung eine bewusste Rolle. Ich bin ein Nasenmensch.

Wann haben Sie entdeckt, dass Sie einen differenzierteren Geruchssinn haben als der Durchschnitt?

... Schon als Kind. Ich fühlte mich von allem angezogen, was riecht. An einem Buch frisch ab Druck interessierte mich der Geruch immer mehr als der Inhalt. Ich wollte auch schon immer Parfumeurin werden.

Und wie wird man Parfumeurin?

... Eine gute Nase und Sensibilität sind Voraussetzung. Dann braucht es aber viel Training und Ausdauer. Ich habe die internationale Parfumerieschule in Grasse, Frankreich, gemacht. Da haben wir zwei Jahre lang

«
**MIT JEDEM DUFT
VERKNÜPFEN WIR EIN
ERLEBNIS, EIN BILD,
EIN OBJEKT ODER EINE
ERINNERUNG.**
»



täglich gegenseitig Geruchstests gemacht und so unser Geruchsgedächtnis geschult, sodass wir einzelne Duftbausteine wiedererkennen konnten. Da galt es zum Beispiel, sechs verschiedene Lavendelsorten unterscheiden zu können.

Gerüche kann man sich nicht so gut mental vorstellen wie beispielsweise Töne oder Bilder. Wie schafft man es, sich an die Düfte zu erinnern?

... Der Parfumeur bildet dafür Eselsbrücken. Mit jedem Duft verknüpfen wir ein Erlebnis, ein Bild, ein Objekt oder eine Erinnerung. Diese Verknüpfungen sind sehr individuell. Für mich ist Iris zum Beispiel gleich Puder, die Eselsbrücke zu Patchouli ist ein orientalischer Markt. ▶



«
ICH LIEBE STRENGE
ANIMALISCHE
DUFTNOTEN GENAUSO
WIE BETÖRENDE
WOHLGERUCH.
DIESE DÜFTE GEBEN
EINEM PARFUM EINE
EROTISCHE NOTE.
»

Das bedeutet, dass Sie dann nicht mehr konkret an etwas riechen müssen, um einen neuen Duft zu kreieren?

... Genau, ein neues Parfüm kreiere ich zuerst im Kopf, gehe dann ins Labor für die Zusammensetzung und kontrolliere mit der Nase. Die Fähigkeit, die einen guten Parfumeur ausmacht, ist, einen komplexen Duft in seine Duftbausteine zu zerlegen und aus einzelnen Duftbausteinen einen neuen Duft zusammenzusetzen. Dabei ist es auch wichtig, das Vokabular zu beherrschen, das die Düfte beschreibt. Auf dem Markt gibt es 3500 Duftbausteine. Ein guter Parfumeur erkennt 2000. Ein Laie bringt es etwa auf 50.

Viele Menschen müssen ein Objekt anfassen, um es zu erfassen. Wie ist das bei Ihnen? Riechen Sie an Dingen, an denen der durchschnittliche Mensch nicht riechen würde?

... Ja, sehr oft. Etwa an Schnee oder an Wasser. Manchmal wird mir das auch zum Verhängnis (lacht). Wenn ich eingeladen bin und am Essen rieche, denken die Gastgeber manchmal, es sei etwas nicht in Ordnung.

Was ist für Ihre Nase irritierender: Das Duftgemisch in der Parfümabteilung eines grossen Warenhauses oder die Müllabfuhr?

... Ganz eindeutig die Parfümabteilung. Das erdrückt einen fast. Vor allem, weil alles ähnlich riecht und ein Duft eine Imitation des anderen ist. Ich habe gern provokative Parfüms, die einen Überraschungseffekt haben. Mainstream sagt mir nichts. Ich liebe strenge animalische Duftnoten genauso wie betörenden Wohlgeruch. Diese Düfte geben einem Parfüm eine erotische Note. Ich würde deshalb auch an einem Müllhaufen schnüffeln.

Sie beduften Empfangsräume, Läden, Museen, Events und Filme. Wie geht man da vor?

... Ich durfte bei «Volts and Visions» den Film American Beauty beduften. Da hab ich natürlich mit Rosen gearbeitet, aber auch mit typisch amerikanischen Düften wie Hamburger und Chilisauce. Weiter kam ein maskuliner Duft ins Spiel, als man den Hauptdarsteller beim Bodybuilding sah. Man beduftet einzelne Szenen, dann folgen wieder Sequenzen, die ohne Duft gezeigt werden.



PARFUMS

CEMBRA: Die Arve bildet das Duftkonzept dieses Parfüms. Es wirkt frisch und herb wie ein lebendiger Bergwald.

SPLENDUR: Der Name bedeutet auf Rätoromanisch «Pracht, Glanz». Die Prachtnelke ist das Leitmotiv: süss-blumig, sinnlich, unaufdringlich, pudrig.

WHISKY: Die parfumentische Interpretation von schottischen Single-Malt-Charakternoten.



LESERAKTION

Exklusiv für SEESICHT-Leser: Travel-Set mit 3x5ml Parfüm-Spray für Fr. 25.– statt Fr. 30.– inkl. Versand. Bestellen unter www.bibi-creation.com, Gutscheincode: «Seesicht».



Die vielseitige Frau fühlt sich an vielen Orten zu Hause. In ihren Parfüm-Workshops – auch mal auf der Zürichsee-Yacht – schätzt sie es, auf neue Leute zu treffen. Die Akrobatik braucht sie, um beweglich zu bleiben. Auf der Alp beim Safransammeln lebt sie ihre Leidenschaft, das Riechen, aus. Daneben bleibt ihr auch noch Zeit für die Familie – eine Sache der Organisation, findet sie.

