



ALEXANDRA KALLE

DUFTENTWICKLERIN (DEUTSCHLAND)

„Ideen, die mit dem Herzen
gedacht wurden, bedürfen
keiner realen Skizzen!“

„4711“, das jahrhundertealte ‚Echt Kölnisch Wasser‘ (so sein Untertitel).
„Tabac Original“, einer der weltweit ersten Herrendüfte. „Tosca“, das zu
den traditionsreichsten Duftmarken Deutschlands zählt und 1921 zeitgleich
mit „Chanel No. 5“ auf den Markt kam: Drei berühmte Produkte, die „Mäurer
& Wirtz“ herstellt und in 140 Länder exportiert. Bei dem in der Nähe
von Aachen/Deutschland ansässigen ‚House Of Perfumes‘ (Firmenslogan)
ist Alexandra Kalle „Head of Fragrance Development“. >>>

Die faszinierende Welt der Parfüms hat Alexandra Kalle (* 4. April 1970, Paderborn) erst über einige Umwege entdeckt: Als internationale Betriebswirtin sammelte die Tochter einer kaufmännischen Angestellten und eines Geschäftsmannes zuvor langjährige Marketingerfahrung in internationalen Unternehmen (Coca-Cola, Johnson & Johnson, More & More Fashion). Dabei war es ihr stets wichtig, sich beruflich mit Konsumgütern zu beschäftigen, die zur Lifestyle-, Kosmetik- oder Modewelt gehören, kurz: Dinge, die die Welt verschönern. Diese Vorliebe spiegelt sich auch darin wieder, dass die Hobby-Fotografin/-Köchin privat eine Affinität für Pflanzen- und Blumendekoration besitzt, gerne Schmuck selbst gestaltet. Ihre Leidenschaft und das Talent, Düfte zu kreieren, wurden allerdings erst während eines Vorstellungsgesprächs bei einem großen Riechstoff- und Aromenhersteller entdeckt. In dem Schweizer Unternehmen „Firmenich“ bildeten Parfümeure sie binnen zweieinhalb Jahren aus. Mittlerweile ist die Duft-Expertin Leiterin der entsprechenden Forschungs- und Entwicklungsabteilung im Hause „Mäurer & Wirtz“. Es ist ihre Aufgabe, Ideen zu entwerfen, die das Unternehmen auf Zukunftskurs halten. In enger Abstimmung mit dem Marketing werden für das Produktportfolio neue Duftthemen erarbeitet. Das heißt zudem, Trends zu beobachten und diese Stimmungen in neuen Duftkreationen einzufangen. Der Transfer von der Idee eines Konzeptes bis zum fertigen Duft im Flakon verlangt viel Fingerspitzengefühl und Engagement. „Duft“ bedeutet für jeden etwas Anderes, vor allem aber nehmen Menschen Düfte höchst unterschiedlich wahr. So verbieten sich bei ihrer Beschreibung geradezu Begriffe wie „richtig“ oder „falsch“, „gut“ oder „schlecht“. Derartige Subjektivität macht es natürlich schwer, Düfte allgemein zu beurteilen. Doch gerade diese Problematik bringt ständig neue, interessante Facetten in die Aufgabenstellung.

Alexandra Kalle lebt in Köln.

Web: www.m-w.de



„Eine besondere Idee, eine Komposition, gelingt in der Parfümerie am besten, wenn die eigenen Gedanken, Sorgen, im Moment des Schnüffels, des Duftbewertens keinen Raum haben und still stehen. Für das Zusammenspiel von Duftmolekülen, in Harmonie oder Disharmonie, in Akkorden, die vielschichtige Facetten zum Vorschein bringen und die wie eine Oper in drei Teilen eine dramatische Entwicklung durchlaufen, brauche ich Ruhe im Kopf, eine Art Leere oder Neutralität. Ansonsten gelingt das Riechen

nicht. Nur dann ist der Zugang zu den Emotionen geöffnet. Deshalb ziehe ich mich dafür aus dem Alltäglichen heraus und schaffe mir eine Atmosphäre, die mir den Zugang zum andersartigen Denken, Fühlen und Kreieren ermöglicht.

„Herzensenergie ist ein gutes Stimmungsbarometer.“

Meine Kreativität wird stimuliert, wenn ich mich wohlfühle – an bestimmten Orten, mich mit Menschen, Aktivitäten, Dingen beschäftige, die mir Freude bereiten wie zum Beispiel Fotografieren, Ausstellungen besuchen, Musik hören oder ich Dinge tue/Momente erlebe, die schön und erfüllend sind. Dabei geht es nicht um die großen WOW-Erlebnisse. Bereits ein Sonnenaufgang am Morgen auf dem Weg zur Arbeit kann sehr inspirierend sein und in Kreativität resultieren. Die Herzensenergie ist dabei elementar wichtig; sie ist für mich ein gutes Stimmungsbarometer, ein Zeichen von Lebendigkeit. Das bringt die Seele zum Schwingen, erweckt das oftmals im Unterbewusstsein Schlummernde zum Leben. Besonders geküsst von der Muse fühle ich mich bei olfaktorischen (den Geruchssinn betreffenden) Streifzügen durch die Natur – die Nase findet oft schneller ihren Weg als das Auge. Blumen in jeglicher Form – mal nur optisch wegen ihrer anmutigen, farben- und formenprächtigen Schönheit, aber natürlich am liebsten duftend – stimulieren meine Kreativität ungemein. Außerdem machen sie mich glücklich.

„Jungfräuliche Offenheit als optimaler Ausgangspunkt.“

Das, was im Vorfeld des Kreierens geschieht, kann zum Teil auch mit traurigen Ereignissen verknüpft sein. Da die Welt der Düfte – also Parfüms, welche die Persönlichkeit des Trägers unterstreichen – meist die Herzen im Positiven berührt, unterstützen mich zur Kreation auch positive Bilder oder eben die Leere. Eine kreative jungfräuliche Offenheit, dies ist der optimale Ausgangspunkt.

Am wenigsten inspirierend ist das Büro. Weil ich dort einige Zeit des Tages verbringe, helfen mir der Austausch mit Kollegen und die täglichen Evaluierungen durch Riechen. Das bewusste Schnüffeln bringt die alltäglichen Gedanken zum Stillstand und aktiviert kreative Impulse, ermöglicht den Einzug in die emotionale Welt.

Die Duftwelt lebt von Sehnsüchten, Emotionen, Stimmungen. Das Verlangen nach Freiheit, Gesehenwerden, Besondersein, nach Versuchung, Verführung und Leichtigkeit – die Motivation ist vielschichtig und alles ist im emotionalen Teil des Gedächtnisses gespeichert, verankert. Duftmoleküle erwecken Sehnsüchte augenblicklich neu, stillen sie, zaubern ein Lächeln ins Gesicht oder ziehen andere Menschen in ihren Bann.

... im Buch geht's weiter ...