

# Der Anachronist

*Clive Christian stemmt sich gegen Trends: Seine Küchen trotzen dem Minimalismus, seine Parfüms feiern die Opulenz des viktorianischen Zeitalters.*

Text: Vanessa Oelker

**E**in Raunen geht durch die feingekleidete Gästeschar, als Clive Christian das Podest betritt. Im schwarzen Pullover unter schwarzem Jackett steht er da wie ein Schatten, nur der 2012 verliehene Orden des British Empire reflektiert das Licht der Kristalllüster im Londoner Victoria and Albert Museum. Zum 15. Jubiläum seiner Parfümmarke hat Christian Freunde und Geschäftspartner eingeladen. Dass er leibhaftig hier steht, ist eine Sensation. Der geborene Schotte gilt als das Phantom der Duftwelt, er meidet die Öffentlichkeit so gut er kann. Viele Gäste, darunter Parfümeriebesitzer aus aller Welt, sehen den 63-Jährigen heute zum ersten Mal.

Applaus, Publicity, Ruhm – derlei Banalitäten bedeuten Christian nichts. Er ist ein stiller, akribischer Rebell. In den 70er Jahren, als das Wohndesign minimalistisch wurde, mit Kunststoffmöbeln in knalligen Farben, begann Christian Küchen im viktorianischen Stil zu gestalten. Tanzsaalgroß, mit aufwendigen Ornamenten an den Holzeinbauten, Marmorsäulen, Engelsskulpturen und Kronleuchtern.

1978 gründete er die Firma Clive Christian Interiors und wurde von der „New York Times“ zum „Liberace des Küchendesigns“ erkoren – in Anspielung auf den US-Entertainer, der für seine kitschigen Auftritte und seinen pompösen Wohnstil berühmt war.

„Mein Vater schafft Dinge, die er hundertprozentig liebt“, verteidigt Tochter Victoria den extravaganten Geschmack des Pappas. Der ließ sich nicht beirren – und fand immer mehr Fans. Eine vier-



tel Million Euro zahlen Showstars, Banker und Fußballgrößen heute schon mal für seine Art der Opulenz rund um den Herd.

**Zum Parfümeur wurde der Küchenbauer durch einen Zufall.** Im Gründungsjahr seiner Firma kaufte Christian ein Anwesen aus dem 19. Jahrhundert in der Grafschaft Cheshire. Bei den Restaurationsarbeiten stieß er unter einer Bodendiele auf ein Parfümfläschchen, ein Originalflakon der 1872 gegründeten Crown Perfumery. Queen Victoria höchstselbst hatte dem Hersteller einst gestattet, die Königskrone im Namen zu tragen.

Als Christian 1998 in einem Londoner Geschäft zufällig aktuelle Produkte der Crown Perfumery in die Hand fielen, schauderte er: Die Fläschchen waren nur mehr mit profanem Duftwasser abgefüllt. Er begann zu recherchieren und fand heraus, dass die Firma im 19. Jahr-

**Mit Hang zu Nostalgie** und präziser Handarbeit: Bis zu einer viertel Million Euro geben Liebhaber weltweit für Clive Christians Küchen im viktorianischen Stil (l.) aus. Ein alter Flakon der Crown Perfumery (o.), den der Designer unter einer Diele fand, weckte bei ihm die Leidenschaft für Parfüms

hundert Düfte aus seltenen, kostbaren Essenzen produziert hatte, unter anderem für das Herrscherpaar Victoria und Albert.

Die Qualität ließ sich jedoch nicht lange halten, das Archiv mit den Rezepten geriet in Vergessenheit, die Tradition verblasste. In den 90er Jahren eroberten Massendüfte wie Laura Biagiotti's „Roma“ oder Calvin Kleins „CK one“ den Markt. Historische Parfüms waren out. Ein Umfeld wie gemacht für den Anachronisten Clive Christian. Er kaufte die Crown Perfumery.

Der Unternehmer wollte die Marke zurück zu ihrem Ursprung führen. In den Parfüms seiner ersten eigenen Kollektion – „No.1“, „X“ und „1872“ – sollten vor allem natürliche Ingredienzien verwendet werden. Das Ziel: komplexe, tiefgründige Düfte in zwei Varianten für Damen und Herren. „Als mir die Parfümeure die Herstellungskosten von ‚No.1‘ mitteilten, war ich schockiert“, erzählt Christian. Echte Essenzen sind teuer. Für einen einzigen Tropfen Rosenöl werden 170 Blütenblätter benötigt. Egal, er zog seinen Plan durch.

**Und so kostet ein Fläschchen „No.1“** – eine Komposition aus Iris, Rose und Jasmin, untermalt von Vanille, Tonkabohne und Zedernholz – 680 Euro. Im „Guinness-Buch der Rekorde“ wird es als teuerstes Parfüm der Welt geführt. Ein Superlativ, mit dem sogar geworben wird. „Mein Vater wollte das eigentlich nicht“, erzählt Victoria. „Aber für die Vermarktung ist es fantastisch, weil man mit den Kunden ins Gespräch kommt.“



**Der Mann hinter dem Superlativ:** Clive Christian und das teuerste Parfüm der Welt – „No. 1“

Wieder einmal setzt sich Christian mit seiner Idee durch. Die Kunden zahlen tatsächlich knapp 700 Euro für das Parfüm eines fast vergessenen Herstellers. Der Boom der Massendüfte hatte zugleich das Bedürfnis nach besonderen Parfüms geweckt, solchen, die nicht an jeder Ecke warben und zu haben waren. Und so hatte Christian Pionierarbeit geleistet für Parfümeure wie Serge Lutens oder Jo Malone, Traditionshäuser wie Lubin oder Creed.

Mit eigenen neuen Kreationen hält Christian sich zurück. Hin und wieder entwirft er eine Sonderedition, wie 2006, als er von Baccarat zehn Kristallflakons fertigen ließ, mit 18-

Karat-Goldmanschette und einem Diamanten besetzt, zum Preis von rund 200 000 Euro. Seine Stammkollektion besteht indes aus lediglich sechs Düften. Getreu dem Motto: „Wir bewahren, was existiert.“

Später am Abend im Victoria and Albert Museum werden aus Flakons im Licht funkelnde Duftwolken zu Klaversonaten versprüht und mit Fächern verwirbelt. Ganz wie früher. Nun können die Kunden aus Dubai, New York und Moskau erzählen, dass sie nicht nur das Phantom leibhaftig gesehen haben, sondern auch sein Parfüm.

**Duften wie ein Rebell** Infos unter [www.clive.com](http://www.clive.com) oder [www.ausliebezumduft.de](http://www.ausliebezumduft.de)

Foto: Getty Images