

BEAUTY

&

WELL

BEING

Unverhofft
kommt

Autorin_Swenja Willms
Bilder_Guerlain

OFT



Thierry Wasser trägt seine Berufung bereits im Namen – auch wenn er das Omen zu Beginn seiner Karriere noch nicht zu deuten wusste. Wurde er doch als Jungspund der Schule verwiesen, weil er nie zum Unterricht erschien, sondern lieber Heilpflanzen im Garten suchte. Nein, Thierry Wasser fand den Weg in die Parfümerie eher zufällig. Doch heute kreiert er Duftwasser wie kein anderer. Im Interview nimmt uns der Meisterparfümeur von Guerlain mit in seine früheste Kindheit, in die Weiten der Natur und in seinen Kopf, wenn er seine exklusiven Duftmischungen komponiert. Ein Gespräch über wahre Schönheit, Selbstachtung und Wagemut.

PRESTIGE: Thierry Wasser, als kleiner Junge streunten Sie lieber in der Natur umher, statt die Schulbank zu drücken. Was ist für Sie der Geruch Ihrer Kindheit?

THIERRY WASSER: Definitiv nichts Glamouröses (lacht). Vermutlich ist es der Geruch von Kühen. Ich stamme nicht aus einer Familie, die im Parfümgeschäft tätig war. Meine Erziehung war recht bescheiden, umgeben von dem rustikalen Charme eines Bauernhofs. Ich spielte ständig mit Hühnern, Kaninchen und Schweinen. Meine Mutter war immer ganz entsetzt, wenn ich dreckig nach Hause kam.

Hat Ihnen das Spielen in der Natur etwas beigebracht?

Als Kind habe ich immer die Schule geschwänzt, um nach Pflanzen im Gebirge oder im Wald zu suchen. Als neugieriger Junge fand ich Trost darin, die Wiesen zu erkunden, Heilpflanzen zu identifizieren und meine eigenen Kräutermischungen zusammenzustellen. Ich widmete mich der Literatur über Heilpflanzen statt dem Mathebuch in der Schule. Letztendlich wurde ich von der Schule verwiesen und begann eine Lehre in der Drogerie. Aber diese Verbindung zur Natur entfachte den Funken meiner Leidenschaft für Düfte.

Und aus Leidenschaft wurde Berufung?

Die Reise war so unerwartet wie glücklich. Einer meiner damaligen Kollegen, ein Journalist beim Magazin Hebdo, zeigte mir einen Artikel über die Parfümerieschule Givaudan in Paris. Trotz anfänglicher Skepsis fühlte ich mich zur Kunst der Parfümerie hingezogen. Also schrieb ich einen Brief an die Schule und wurde eingeladen, sie zu besuchen. Und bevor ich es wusste, war ich in der faszinierenden Welt der Düfte versunken. Es war ein Zufall, aber manchmal trifft man Menschen oder hat Begegnungen in seinem Leben, die einem eine Richtung weisen. Und ich fragte mich, warum ich mich nicht einfach mal auf meinen Instinkt verlassen sollte.



Einen unbekanntem Weg zu gehen, erfordert Mut.

Das ist Einstellungssache. Es geht nicht nur um Mut, sondern auch darum, einfach losgelöst und entspannt zu sein. Häufig suchen wir nach zu vielen Antworten auf Fragen, auf die es vielleicht gar keine Antworten gibt.

Herz über Kopf sozusagen. Folgen Sie diesem Prinzip auch beim Kreieren von Düften?

Bei Parfüms ist die Emotion das Entscheidende. Wir sollten lernen, unseren Kopf auszuschalten. Denn zu häufig stellen wir die Vernunft vor das Gefühl. Der erste Eindruck ist meist auch der richtige.

Ihre Geschichte zeigt die Macht des Zufalls und der Intuition. Als Sie diese Reise antraten, sind Sie auch auf Herausforderungen oder Momente des Zweifels gestossen?

In der Tat war der Weg zum Parfümeur von Zweifeln und Unsicherheiten gesäumt. Beim Betreten unbekanntem Terrains habe ich oft meine Fähigkeiten und meinen Platz in der Branche hinterfragt. Doch mitten in der Unsicherheit gab es ein tiefes Gefühl der Distanzierung und Akzeptanz. Ich lernte, das Unbekannte zu umarmen und dem Entdeckungsprozess zu vertrauen.

Ihre Philosophie, Unsicherheit anzunehmen, ist wirklich inspirierend. Könnten Sie uns etwas über die Bedeutung von Düften in Ihrem Leben erzählen, insbesondere über den Duft, den Sie seit Ihrer Kindheit tragen?

Die Essenz von Erinnerungen, die in einem Duft eingefangen sind, ist ein tiefgründiges Phänomen. Der Duft, den ich seit meiner Kindheit trage, «Habit Rouge» von Jean-Paul Guerlain aus dem Jahr 1965, hat einen besonderen Platz in meinem Herzen. Ursprünglich stammte er von einem Freund meiner Mutter, den ich mit 13 Jahren traf. Ich wurde damals in der Schule gehänselt, weil ich noch keine Bartstoppeln hatte wie viele andere in meinem Alter. «Habit Rouge» war für mich der Geruch eines Mannes. Also stahl ich den Duft, ohne mir über dessen Wirkung bewusst zu sein. Doch rückblickend kann ich sagen, dass sich meine Einstellung gegenüber meinen Mitschülern dank diesem Parfüm veränderte. >

ALLIANZ ZWEIER GROSSER HÄUSER

Das eine wurde 1828 in Paris, das andere 1861 an den Ufern des Genfersees in Lausanne geboren. Im Frühjahr 2024 vereinten zwei grosse Häuser ihr Savoir-faire, um das erste Guerlain Spa im Herzen des Beau-Rivage Palace zu verwirklichen. Ein Zufluchtsort, der die Sinne und den Geist verzaubert und von der Guerlain-Expertise geprägt ist.

Die Liste der Behandlungen im Guerlain Spa im Beau-Rivage Palace umfasst eine breite Palette von Signature-Behandlungen, die von der atemberaubenden Schönheit der Schweizer Riviera inspiriert sind, beispielsweise «Glanz der Riviera», eine Gesichtsbehandlung, die der Schweizer Riviera und ihrer unendlichen Schönheit Tribut zollt, oder «Ballett auf dem Genfersee», eine unendlich sinnliche und künstlerische Gesichtsb- und Körperbehandlung, die sich am Bèjart Ballet Lausanne orientiert.

Der Duft wurde zu einem Talisman, einem Symbol des Mutes inmitten kindlicher Unsicherheiten. Auch heute noch dient er als nostalgische Erinnerung an jugendliche Abenteuer und unerwartete Wendungen des Schicksals. Ein Glücksbringer, der mich die letzten 55 Jahre begleitete.

Und das Glück war Ihnen hold. Vor 16 Jahren traten Sie als Parfümeur aus dem Hintergrund von Firmenich und Givaudan in das Rampenlicht von Guerlain. Was bedeutete Ihnen dieser Karrieresprung?

Es war eine grosse Überraschung. Ich erinnere mich noch genau an den Tag, als ich die Anfrage erhielt, dem Team bei Guerlain beizutreten. Ich hielt es für einen Scherz (lacht). Selbst nach 20 Jahren als Parfümeur hatte ich nicht viel Selbstbewusstsein in Bezug auf meine Duftfähigkeiten. Ich bin auf dieser Ebene ziemlich durchschnittlich. Ich hatte viele Fragen, da sich das Geschäftsmodell von Guerlain stark von dem unterschied, was ich bei Firmenich und Givaudan gewohnt war. Also fragte ich meine Mentoren und Freunde um Rat und sie alle sagten dasselbe: «Wann fragst du? Mach einfach!»

Sie mussten sich also wieder selbst an ihr eigenes Mantra erinnern.

Erwischt (schmunzelt)!

Hat sich Ihre Herangehensweise bei der Komposition neuer Düfte verändert, nachdem Sie Guerlain beigetreten waren?

Während meiner Arbeit bei Firmenich und Givaudan konkurrierte ich mit anderen Parfümeuren in verschiedenen Häusern, um eine Marke zu beliefern, die keine eigenen Parfümeure hat. Die überwiegende Mehrheit aller Parfümmarken, die man in Geschäften oder Kaufhäusern findet, hat keine eigenen Parfümeure im Haus. Ich habe folglich Duftstoffe für Designer kreiert, war aber nie intern bei einer Marke tätig. Anders als meine früheren Kreationen, bei denen der Wettbewerb die Kreativität beflügelte, bot Guerlain einen Rückzugsort für reine künstlerische Ausdrucksformen. In der Duftindustrie ist Guerlain wie der Vatikan des Parfümgeschäfts und Jean Paul Guerlain war der Papst. Der Eintritt bei Guerlain war folglich wie ein Schritt in einen heiligen Bereich, in dem jeder Duft mit grösster Ehrfurcht geschaffen wird. Die Überwachung des gesamten Duftherstellungsprozesses, von der Konzeption bis zur Herstellung, hat meinen Horizont erweitert und meine Wertschätzung für die Kunst des Duftes vertieft.

Vermissen Sie manchmal den Konkurrenzkampf?

Nein, der Wettbewerb fehlt mir überhaupt nicht. Ich bin vielmehr ein Teamplayer geworden, denn die Zusammenarbeit mit den verschiedenen Abteilungen während der Herstellung eines Duftes empfinde ich als äusserst interessant und lehrreich. Ich konzentriere mich jetzt ganz auf meine Rolle als Parfümeur und auf das Entwerfen von Düften, verbringe meine Tage nicht mehr im Labor, in der Fabrik oder auf dem Feld, um Materialien und Inhaltsstoffe zu beschaffen. Darum kümmert sich mein Team.

Und geniessen Sie Ihren neuen Rum?

Ja, damit komme ich zurecht. Mittlerweile mag ich ihn sogar. Ich bin gerne von Menschen umgeben – eine Fähigkeit, die man besitzen muss, wenn man im Rampenlicht steht. Schliesslich

«Bei Parfüms ist die *Emotion* das Entscheidende. Wir sollten *lernen*, unseren Kopf *auszuschalten*.»



© Florian Cella/zaphereus

habe ich eine Verpflichtung den Menschen gegenüber, mit denen ich arbeite. Ich repräsentiere sie. Und auch das Thema Schönheit dreht sich stets um Menschen.

Was bedeutet Schönheit für Sie?

Schönheit dreht sich um Selbstachtung: dass man sich selbst im Spiegel gefällt und das Bild mag, das man projiziert. Hautpflege ist ein Genuss, ein verwöhnender Moment, ebenso wie das Tragen eines Duftes. Entweder ist es ein Talisman wie mein «Habit Rouge» oder es ist ein Vergnügen, einen olfaktorischen Abdruck zu haben, den man der restlichen Welt vermittelt, oder wie man sich präsentiert. Es ist wie ein unsichtbares Kleid.

Ein gesundes Selbstwertgefühl zu erlangen, ist heutzutage gar nicht so einfach. Wie begegnen Sie den heutigen Schönheitsidealen?

In der heutigen von sozialen Medien geprägten Welt wird das Selbstwertgefühl ständig durch unrealistische Schönheitsstandards herausgefordert. Ob man dafür verurteilt wird, zu dünn, zu dick, zu klein, zu gross oder zu alt zu sein – der Druck ist unerbittlich und kann das Selbstvertrauen untergraben. Make-up und Hautpflege sind mächtige Werkzeuge, um ein geringes Selbstwertgefühl zu bekämpfen. Gerne wird ja behauptet, mit dem Tragen von Make-up würde man sich selbst verstecken. Dem widerspreche ich: Make-up und Hautpflege dienen der Selbstentfaltung und der Steigerung des Selbstbewusstseins, nicht dem Verschleiern des wahren Selbst.

Könnten Sie uns abschliessend Ihre Gedanken zur Zukunft der Düfte und zu den sich entwickelnden Trends in der Branche mitteilen?

Trends in der Parfümindustrie sind anders als in der Modebranche. Während in der Modebranche jährlich Hunderte von Kollektionen erscheinen und Trends schnell aufkommen und verschwinden, dauert es in der Parfümherstellung etwa zwei Jahre, um einen Duft von Anfang bis Ende zu entwerfen. Das Tempo ist also viel langsamer. Es gibt Trends in der Parfümindustrie, aber sie sind schwer vorhersehbar und werden oft erst im Nachhinein erkannt. Zum Beispiel gab es in den 80er-Jahren kühne und laute Düfte wie «Poison» und «Opium». In den 90er-Jahren entstand der Unisex-Trend mit Düften wie «CK1» als Reaktion auf die globale AIDS-Pandemie. Die Trends sind oft eine Reaktion auf gesellschaftliche Ereignisse und Entwicklungen. Letztendlich entscheidet jeder individuell, welchen Duft er trägt, basierend auf Stimmung, Vorlieben und Persönlichkeit, ohne strikten Regeln zu folgen.

MUST HAVE



NÉROLI PLEIN SUD

Als Vorlage, um eine überwältigende olfaktorische Reise zwischen Himmel und Erde zu kreieren, dienten den Guerlain-Parfümeuren die Reisen in südliche Gefilde von Antoine de Saint-Exupéry, dem namhaften Abenteuerer und Autor des Kleinen Prinzen. Unter der Sonne Marokkos wird der leuchtende und vibrierende Anflug der blühenden Orangenbäume von der würzigen, von Kurkuma und Zimt getragenen Hitze des Wüstensandes aufgewirbelt. Jenseits der Dünen schliesslich landet der Duft sanft auf den kräftigen, holzigen Noten des Vetiver.