



Geschäftsführer und Duftkünstler Ursula und Christian Lengling

Lengling Munich

Ursula und Christian Lengling sind vieles gleichzeitig: Weltbummler, Genussmenschen, Ästheten und nicht zuletzt Duftkünstler. 2014 gründeten die beiden mit LENGLING MUNICH die erste Münchner Parfüm-Manufaktur und setzten seither mit ihrer Kollektion olfaktorische Zeichen jenseits des Mainstreams.

Nichts kommt von ungefähr und so hat auch die Karriere von Christian Lengling als Gründer eines Parfümhauses eine Vorgeschichte. Und die beginnt schon in seiner Kindheit. Denn durch die Tätigkeit seines Vaters in der Beautybranche war er schon in frühen Jahren im Elternhaus von Düften umgeben. Ein Hintergrund, den auch Ursula Lengling, die ihren Mann während des Studiums kennenlernte und damals bereits selbst ein ausgeprägtes Faible für Parfüms hatte, ausgesprochen spannend fand. Nach dem Studium arbeitete sie als Kreative in der Werbebranche, er im Bereich Vertrieb. Doch schnell war beiden klar, dass sie sich in der Parfümwelt selbstständig machen wollten. Und so gründeten sie Mitte der Nullerjahre eine Vertriebsfirma für Luxusparfüms von mittlerweile so arrivierten Nischenmarken wie Floris, The Different Company oder Keiko Mecheri. So weit, so gut. Hätten sie nicht unterschwellig stets das Bedürfnis verspürt, irgendwann selbst Düfte zu kreieren. „So schön viele Düfte auch sind, immer hat uns etwas gestört. Ganz persönlich, ohne meckern zu wollen“, erzählt Ursula Lengling. Deshalb vertiefte sich das Paar mit Herzblut in das Sujet und beschäftigte sich so lange intensiv mit Ingredienzien und Duftnoten, bis es in der Lage war, Duftkompositionen zuerst im Kopf und dann im Labor entstehen zu lassen. Meist studieren Parfümeure jahrelang an einer der einschlägigen Parfümschulen in Frankreich, bevor sie bei einem der großen Dufthersteller landen. In den letzten zehn Jahren zeichnet sich – zumindest im Bereich der Nischenparfümerie – aber auch ein Trend zu einer autodidaktischen Herangehensweise ab, der die Duftlandschaft internationaler, bunter, nuancenreicher und lebendiger gemacht hat. Wie auch im Fall von LENGLING MUNICH. „Wir kommen nicht

aus Grasse, dem Mekka der französischen Parfümbranche. Das hat aber auch Vorteile und macht uns freier, denn wir müssen weniger Rücksicht auf Konventionen nehmen“, erläutert Ursula Lengling die eigene Vorgehensweise. Und so hat das Ehepaar für die 2014 lancierte eigene Marke ein ganz persönliches, innovatives und tatsächlich einzigartiges Kompositionsprinzip entwickelt, das deutlich vom klassischen Parfümaufbau abweicht. Üblicherweise entwickelt sich ein Parfüm auf der Haut von einer Kopf- über eine Herz- bis hin zu einer Basisnote. Dieser Aufbau hat hauptsächlich damit zu tun, dass sich unterschiedliche Duftstoffe unterschiedlich schnell verflüchtigen. Zitrusnoten, wie z. B. Bergamotte, verfliegen sehr schnell, holzige Noten, wie z. B. Sandelholz oder Patschuli, haften lange auf der Haut. Und so durchläuft ein klassisch komponiertes Parfüm im Verlauf seiner Duftentwicklung eine Geschichte mit Prolog, einzelnen Kapiteln und einem Epilog. Dieses klassische Kompositionsprinzip reizte Ursula und Christian Lengling jedoch überhaupt nicht. Und das hat etwas mit der Art und Weise zu tun hat, wie sie die Welt erleben: nicht als kontinuierliches Narrativ, sondern geprägt von Kontrasten und Gleichzeitigkeit. „Das Leben ist komplex und vielschichtig“, so Christian Lengling. „Es kann im gleichen Moment harmonisch und inspirierend, aber auch anstrengend und fordernd sein.“ Und daher hat jede Komposition der Manufaktur eine LENG- und eine LING-Note, eine Art Yin- und Yang-Facetten, die sich beide gleichberechtigt und zeitgleich gegenüberstehen. Konkret bedeutet das, dass z. B. eine raue Duftnote wie Zeder auf fluffig-weiße Vanille trifft, eine tiefdunkle Ledernote auf Zuckerwatte. Erzählen viele Parfüms anderer Marken eine immer gleiche, tausendmal gerochene und daher langweilige Story, bleiben die Düfte der Manufaktur aufregend, im Detail überraschend und stets schillernd. Große Mainstream-Parfümhäuser unterziehen neue Düfte vor einer Lancierung dem berühmten „Focus Group Testing“, bei dem die Reaktion der Zielgruppe auf den Duft so lange getestet wird, bis die Endversion des Duftes möglichst vielen Konsumenten zusagt und damit vollkommen austauschbar riecht. Davon sind die LENGLING-MUNICH-Düfte, die durchaus auch polarisieren dürfen, meilenweit entfernt, spiegeln sie doch die ganz persönlichen Erlebnisse, Emotionen und Erinnerungen ihrer Schöpfer. Sie sind „Duftbilder“ im engeren Sinne, die Impressionen in Parfüm übersetzen.

Ein besonders eindruckliches Erlebnis führte etwa zur Komposition von „Acqua Tempesta“, was auf Deutsch etwa „Gewitterfluten“ bedeutet. Als Steuermann eines kleinen Motorbootes war Christian Lengling samt Familie mit einem aufziehenden Gewitter auf dem südlichen Gardasee konfrontiert. Eine gefährliche Situation – bedrohlich, aber auch aufregend. Diese Ambivalenz prägt jederzeit nachvollziehbar den Duft. Der LENG-Part evokiert mit Noten wie Weihrauch und Vetiver Rauch und Gefahr, während im LING-Part u. a. aquatische Noten und Pfefferminze die das Boot umgebende wild schäumende Gischt abbilden, die die prickelnde Seite des Abenteuer symbolisiert. Und auch „Figolo“, der neueste LENGLING-Duft, spielt mit dieser Mehrdeutigkeit. Im Gegensatz zu früheren Parfüms, die sich zur Kollektion „Extraits de Sentiments“, einer Art olfaktorischer Bibliothek der Gefühle fügen, steht dieser Duft für sich alleine, da es sich hier um ein zusammenfassendes Porträt verschiedener Personen handelt, die das Paar über die Jahre mit ihrer besonderen Aura in ihren Bann gezogen haben. Eine Hommage, die Charme und Dominanz gleichberechtigt nebeneinander schildert. Besonders im Charme-Part zeigt sich die große technische Finesse der Parfümeure: Mittels aroma-chemischer Textureffekte wie Aldehyde und Hedion bringen sie den frischen und floralen Noten regelrecht das Fliegen bei, was in einer eleganten und federleichten Charme-Offensive mündet, der man sich nur schwer entziehen kann.

Text von Christian Wurm



Der handpolierte Flakondeckel ist einem Isarkiesel nachempfunden.



Dass sich LENGLING MUNICH explizit als Münchner Manufaktur versteht, zeigt sich nicht nur im Brandnamen, sondern auch z. B. bei „Eisbach“, einem Parfüm, das den Münchner Wellenreiter-Hotspot und das damit verbundene weltweite Lebensgefühl zum Thema hat. Ursula Lengling hatte einen frischen Zitrusduft im Kopf, der den mit dem lebhaft sprudelnden und rauschenden Bach assoziierten Frischekick verkörpert. Da Zitrusdüfte aber im Allgemeinen schlecht auf der Haut halten, haben sich die beiden für einen ungewöhnlich hohen Anteil an Parfümölen entschieden, nämlich 25 Prozent. Nun begleitet der Duft den Träger den ganzen Tag lang. Der frischen, spritzigen LENG-Note stellen sie zudem eine LING-Note aus Grünem Tee Absolve und würzigem Lavendel zur Seite, die den Duft wunderbar harmonisch ausbalanciert und ihm Tiefe verleiht. Der Japanbezug mit grünem Tee kommt nicht von ungefähr, denn Christian Lengling ist in Japan geboren und das Paar hat dort auch gemeinsam Zeit verbracht. Ihre Erfahrungen und die damit verbundenen Inspirationen flossen nicht nur in die Komposition von Düften wie „Eisbach“ ein, sie finden sich auch in ebenso asiatisch klaren wie detailverliebten visuellen und haptischen Konzept der Parfümflakons und -verpackungen wieder. Hier wurde nichts dem Zufall überlassen: Die handgeklebten Etiketten sind aus feinem Satin. Das von einer deutschen Manufaktur stammende Flakonglas wird nach dem Gießen viermal geflammt, damit es besonders brillant glänzt. Und die Verpackungen sind mit Papier der Blütenpapierfabrik Gmund überzogen, da man, so weit wie möglich, mit lokalen Herstellern zusammenarbeitet.

Ein echter Clou, der bei aller Weltläufigkeit von der tiefen Verwurzelung der Marke in ihrer bayerischen Heimat erzählt, ist auch der satt einrastende, handpolierte und handschmeichelnde Flakondeckel. Er ist einem Kiesel nachempfunden, den das Ehepaar bei einem Spaziergang an der Isar gefunden hat.

www.lengling.com

Oberpollinger, Neuhauser Straße 18, München. Tel. 089/290230, www.oberpollinger.de

Ludwig Beck, Marienplatz 11, München. Tel. 089/236910, www.ludwigbeck.de



Das neueste LENGLING MUNICH-Parfüm „Figolo“ hat ein eigens für diesen Duft entwickeltes Verpackungs- und Flakondesign.

Verlosung

„Figolo“ begeistert mit seiner charmanten LENG-Note aus Minze, Aldehyden, Ylang Ylang, Hedion, Iso-E-Super und Moschus, die auf die dominante LING-Note aus Patschuli, Zedernholz, Tabak Absolve, Cyriol und Leder trifft. Der Duft erscheint im stilvollen Packaging aus schwarzem Papier mit funkelnden Gelbgold-Nuancen, die sich auch im eleganten Satin-Etikett wiederfinden. Die LENGLING-typische Verschlusskappe, der ikonische Isarkiesel, präsentiert sich hier mit einem neuen Detail: Er leuchtet in der Dunkelheit von innen heraus.

Wir verlosen 1x den Unisex-Duft „Figolo“ (50 ml) von LENGLING MUNICH im Wert von 185 €. Teilnahme am Gewinnspiel bis zum 01. März 2021 unter www.kaefer-die-zeitung.de

AUSSERGEWÖHNLICHES PANORAMA ANWESEN
mit bewunderndem Alpenblick

ALPINER WOHNTRAUUM
am Fuße der Alpen Kaiser

- 1. Objekt 10.000 €
- 2. Objekt 12.000 €
- 3. Objekt 14.000 €
- 4. Objekt 16.000 €
- 5. Objekt 18.000 €
- 6. Objekt 20.000 €

- 1. Objekt 10.000 €
- 2. Objekt 12.000 €
- 3. Objekt 14.000 €
- 4. Objekt 16.000 €
- 5. Objekt 18.000 €
- 6. Objekt 20.000 €

☎ 040 80 632 87 230 www.sjg-ger-immobilien.de