

Am Graben riecht es nach Abschied

Ende einer Institution. Die älteste Parfümerie der Stadt macht zu. Damit geht nicht nur ein Lieblingsgeschäft der High Society, sondern auch ein glanzvolles Stück Zeitgeschichte verloren

VON JULIA PFLIGL

Ganz oben an der Wand prangt der Doppeladler, flankiert von Büsten der Kaiserin und des Kaisers. Im Geschäft, früher „Duftg'wölb“ genannt, riecht es nach Veilchen, dem Lieblingsparfüm Sisi, das hier noch in der Originalrezeptur erhältlich ist. Die Monarchie hat sich nie ganz verabschiedet in der kleinen Parfümerie Filz am Wiener Graben, der ältesten der Stadt. 1809, als Napoleon vor den Toren Wiens stand, wurde sie vom gelehrten Parfümeur Anton Filz geöffnet. Fast 214 Jahre später, am 31. März 2023, wird sie schließen.

Damit verschwindet ein weiterer Traditionsbetrieb aus der Innenstadt. Mit einer bekannten Begründung: „Eine sehr hohe Mietforderung ließ den Entschluss reifen, das Unternehmen nicht mehr in gewohnter Weise weiter zu betreiben“, heißt es in einem Rundschreiben an Stammkunden. „Das Geschäft läuft super, die Pandemie haben wir gut überstanden“, sagt Cathrin Kresbach, die J. B. Filz (benannt nach Johann Baptist, dem Sohn des Gründers) in siebter Generation führt. „Aber die Miete kann sich ein kleiner Familienbetrieb unmöglich leisten.“

Krieg und Frieden

Die Geschichte der Parfümerie ist eng mit der Geschichte der Stadt verwoben. Als der Kongress tanzte und die feine Gesellschaft besonders gut aussehen (und riechen) wollte, erlebte J. B. Filz mit seinen selbst angerührten Cremes, Pomaden und Duftwässern einen ersten Aufschwung, der 1872 in der Ernennung zum k. u. k. Hoflieferanten gipfelte. „Man munkelt, dass Sisi ab und zu sogar selbst inkognito im Geschäft war“, erzählt Kresbach. Ihre Großmutter Gertrude Filz übernahm das Geschäft nach dem Zweiten Weltkrieg und musste oft schon am Vormittag wieder zumachen, weil die Ware so knapp war. „Lange haben wir uns gedacht: Das Geschäft hat



Cathrin Kresbach, 54, führt J. B. Filz in siebter Generation



Duften wie Sisi: „Imperiales Veilchen“ gibt es seit 1850

zwei Weltkriege überstanden, was soll schon passieren“, sagt die 54-Jährige. „Trauer und Ärger“ überkommen sie, wenn sie an die bevorstehende Schließung denkt. „Ich finde es arg, dass alle Innenstädte auf der Welt gleich ausschauen. Es gibt nichts Individuelles mehr, weil alles Individuelle kaputtgemacht wird.“

Dabei sei es genau das gewesen, was die Kunden so geschätzt haben: individuelle Betreuung und Beratung. In Gesprächen herausfinden, welcher Duft am besten passt. „Wir haben nicht nur das Verkaufs-, sondern immer auch das persönliche Gespräch gesucht“, sagt Kresbach. „Das macht doch das Leben aus. Und die Kunden haben es geliebt.“

Puderquaste für die Queen

Zu diesen zählten im Laufe der Jahrhunderte Touristen und Einheimische, Adelige und Politiker, Schauspieler und Schriftsteller. Heimito von Doderer liebte den hauseigenen Lavendelduft „Eau de Lavande“ und verewigte ihn 1951

„Das Geschäft geht wunderbar – aber die Miete kann sich ein kleiner Familienbetrieb unmöglich leisten“

Cathrin Kresbach
Inhaberin

sogar in seinem Kultroman „Die Strudlhofstiege“.

Doch es ist ein anderer Herr, der Kresbach und ihren Eltern besonders in Erinnerung bleibt. Sie öffnet eine der Schubladen und holt eine hellblaue Puderquaste aus Schwannendaunen heraus. „50 €“ steht auf der Rückseite, und: „Made in England“. „Der Hutmacher



1809 eröffnete das schmale „Duftg'wölb“ am Wiener Graben



der Queen kam regelmäßig zu uns und hat für sie diese Quasten gekauft“, erzählt Kresbach. „Sie werden in England hergestellt, aber anscheinend hat er sie dort nirgends bekommen.“

Die Puderquasten sowie 10.000 andere Kosmetika, Düfte und Accessoires werden ab Februar abverkauft; ist alles leer, werden die hundertjährigen Holzschränke abgebaut und gelagert. Kresbach hofft, dass eines ihrer Kinder das Geschäft in irgendeiner Form weiterführen wird. Sie selbst tauscht Stadt gegen Land und wird den Sommer auf einer Alm verbringen. Die Zukunft wird bewegt, aber weniger duftend: Sie kehrt zurück in ihren alten Beruf – als Fahrlehrerin.

Es war einmal ...

E. Braun & Co gegründet 1892, k. u. k. Hoflieferant für Bett-, Tischwäsche und Kleidung am Graben schloss 2004 seine Pforten. Im denkmalgeschützten Geschäftslokal ist eine H&M-Filiale zu finden

Theyer & Hardtmuth gegründet 1733, Schreibwarengeschäft auf der Kärntner Straße, sperrte 2006 zu. Grund waren die Mietpreiserhöhungen bei der Übergabe an die nächste Generation. Jetzt befindet sich der Nespresso-Flagshipstore an der Adresse

Kober KG gegründet 1886, Spielwarenhandlung am Graben. Nach langen Mietstreitigkeiten zog das Geschäft 2013 in die Wollzeile um. 2016 schlitterte es in die Insolvenz

Carl Hilpert KG gegründet 1872, Spielwarenhandlung hinter dem Stephansdom, geschlossen 2019. Die Betreiber gingen in Pension, Nachfolger, die das Geschäft übernehmen, wurden nicht gefunden

EMI-Store gegründet 1931, legendäres Musikgeschäft auf der Kärntner Straße, sperrte 2021 zu. Hier ist jetzt die Zillertaler Trachtenwelt zu finden

Heute wird der schönste Tag: Das Geheimnis der „Lucky Girls“ auf Tiktok

Nach dem Megatrend Manifestieren schwören Influencerinnen auf das „Lucky-Girl-Syndrom“ – nicht ohne Kritik

Psychologie. In der populären Social-Media-App Tiktok steht Jammern derzeit nicht sehr hoch im Kurs. „Ich halte mich für einen der glücklichsten Menschen, die ich kenne“, säuselt etwa die Influencerin Laura Galebe in ihre Handycamera. Sie gilt als Vorreiterin einer Bewegung, die sich seit Jahresbeginn viral im Netz verbreitet: das „Lucky-Girl-Syndrom“ beschreibt eine neue Manifestationstechnik, die das ganze Leben zum Positiven verändern soll.

So jedenfalls behaupten es Galebe und zahlreiche andere „Lucky Girls“ in ihren Videos. 130 Millionen Mal wurde der Hashtag #lucky-girls-syndrom innerhalb weniger Wochen aufgerufen. Die Idee dahinter? Wenn man



Neues Tiktok-Credo: Wer sich einredet, glücklich zu sein, dem wird das Glück in den Schoß fallen

sich lange genug einredet, das glücklichste Mädchen der Welt zu sein, zieht man das Glück automatisch an. Grüne Ampeln, einen liebevollen Partner, Erfolg im Job.

Das Syndrom basiert auf dem Gesetz der Annahme, das bereits Mitte des 20. Jahrhunderts von Neville Goddard formuliert wurde: Es be-

sagt, dass sich Ziele und Wünsche dann erfüllen, wenn man sich so verhält, als wäre dies bereits eingetreten. So rät ein „Lucky Girl“ auf Tiktok, bereits Anfang des Jahres eine Bilanz zu schreiben, mit den Zielen, die man Ende 2023 erreicht haben wird.

Positive Affirmationen können für die mentale Ge-

sundheit und den Selbstwert tatsächlich förderlich sein, erklärt die Psychotherapeutin Judith Kantor. „Die bewusste Gestaltung der Gedanken hat die Veränderung der Wahrnehmung und des eigenen Verhaltens zur Folge. Voraussetzung ist, dass ich davon überzeugt bin und mir nicht bloß stumpf Sätze vorsage.“

Positiver Teufelskreis

Die Expertin nennt ein Beispiel: „Wenn ich mit der Affirmation ‚Heute ist so ein schöner Tag‘ außer Haus gehe, werde ich eher ein Lächeln aufsetzen, andere zu freundlicheren Verhaltensweisen bewegen und meinen Tag wiederum als schön erleben. Denn unser Gehirn sucht stets nach Informationen und Be-

weisen, die uns in unseren vorhandenen Annahmen bestätigen.“ Dasselbe gelte in der Liebe: „Wenn ich manifestiere, wie mein Partner bzw. meine Partnerschaft sein soll, zeichne ich innerlich ein konkretes Bild davon und werde auch im Außen gezielter danach Ausschau halten.“

Wie bei jedem Trend wurde auch bei diesem Kritik laut. Der Lucky-Girl-Hype würde Privilegien, günstige „Startbedingungen“, außer Acht lassen, heißt es. So sei es kein Zufall, dass alle „Lucky Girls“ weiß und gesund sind und dem konventionellen Schönheitsstandard entsprechen. Zudem steht der Vorwurf der toxischen Positivität im Raum – negative Gefühle würden in den Hintergrund

gedrängt oder negiert. „Doch Ärger, Trauer oder Wut gehören genauso zum Leben wie Glück, Freude und Erfolg“, betont Kantor.

Dass die positive Haltung auch Glück im Spiel bringt – wie zwei Tiktokerin nach einem Sieg im Casino behaupteten –, bezweifelt die Therapeutin. „Natürlich stoßen positive Affirmationen an ihre Grenzen.“ So ließen sich weder Schicksalsschläge abwenden noch die Gewinnchancen im Lotto erhöhen. „Man darf auch nicht vergessen, dass neben dem Glauben an sich und einer Portion Glück oft harte Arbeit und Ausdauer hinter Erfolgsgeschichten stehen. Und das bleibt in den sozialen Medien oft unerwähnt.“ JULIA PFLIGL