

6	VORWORT
8	GRUSSWORT
10	INTERVIEW MIT JOHANN MARIA FARINA
14	DER BEGINN EINER NEUEN DUFT EPOCHE 1709–1794
15	Im Reich der Düfte
16	Die Anfänge Giovanni Maria Farinas (1685–1766)
19	Giovanni Marias Lehrjahre
21	„Mercante e Profumiere“
23	Unternehmensgründung am 13. Juli 1709
24	Mit der Ware um die Welt
26	Giovanni Maria Farina in Paris
28	Auf den duftenden Pfaden von Grasse
30	Französisch Kram
32	Schwierige Rahmenbedingungen im 18. Jahrhundert
34	Europa ist Farinas Wirkungskreis
35	In ganz Europa bekannt
37	Farina überwindet Grenzen
38	In allerbesten Gesellschaft
41	Das Farina-Haus
42	Die charakteristische Rosolie
43	Bergamotte – Der neue Duft
44	Statussymbol Zitrusfrüchte
46	Der Beginn der modernen Parfümindustrie
48	Beste Zutaten für den einen Duft
50	Farina selbst ist sein kritischster Kunde
51	Köln zur Zeit des Ancien Régimes
52	Fürs Protokoll
54	Erfolgreich durch unruhige Zeiten
55	Die zweite Unternehmensgeneration
56	Im Zeichen der Loge
58	KÖLN WIRD FRANZÖSISCH 1794–1814
59	Eine weibliche Führungsrolle
60	Napoleon liebt nur die Eau de Cologne
64	Familie Bonaparte
66	Freibrief aus Frankreich
67	Farina und der Wiener Kongress
69	Die Preußen wollen Köln nicht
70	AUSBAU DER WELTWEITEN MÄRKTE 1814–1918
71	Die Entstehung des Markenschutzes in Europa
74	Original gegen Fälschung
78	Globaler Erfolg
80	England wird zum Absatzmarkt Nr. 1
81	Ausdrucksstarkes Design

84	Aufbruch zur Domvollendung
86	Farina und die Kölner Kunst
87	„The Perfume of Royalty“
92	Farina ist Hoflieferant an allen Kaiser- und Königshöfen
93	Von der fünften zur sechsten Generation
94	Belle Époque
96	Avantgardisten prägen den neuen Farina-Stil
97	Einschneidende Kriegsjahre
98	BEWEGTE ZEITEN 1918–1945
99	Die goldenen Zwanziger
102	Parfumerie im Wandel
103	Die rote Tulpe
106	Russisch Leder
107	Generationswechsel
108	Pariser Weltausstellung von 1937
109	Farina liegt in Trümmern
110	DER WIEDERAUFBAU 1945–1959
111	Der Neubeginn
112	Prinz Karneval
114	Aufbruchsstimmung der 1950er-Jahre
118	FARINA IN NEUEM GEWAND 1960–1993
119	Der Rausch der Farbe
120	Neues Design
122	Wie Düfte auf uns wirken
124	Tina Farina Dufttypologie
130	RENAISSANCE DER EAU DE COLOGNE 1993–2021
131	Rückbesinnung auf den Ursprung
134	Farina in der Literatur
135	Im Land der Ideen
136	Rot ist die Verpackung
138	Duftmuseum im Farina-Haus
140	300 Jahre Farina
143	Symbol Zukunft
144	Grasse, Wiege der Parfumerie
146	Eau de Cologne – 310 Jahre Erfolg
148	Teil der Via culturalis
154	INTERVIEW MIT LOUISE FARINA
156	ANHANG
156	Die Firmen der Familie Farina
157	Quellenverzeichnis
160	Bildnachweis