

Brigitte Schulthess

Die Provence der Schweiz – Traum und Wirklichkeit

Können ätherische Öle bei uns in Mitteleuropa hergestellt und erfolgreich vermarktet werden? Neun Bauern aus dem Bernbiet destillieren aus eigenen Kräutern und Nadelbäumen Schweizer Essenzen und vermarkten diese in Form von Pflegeprodukten mit kaltgepresstem Rapsöl und Schweizer Duft. Ein „Fallbericht“.

Die Vision

Die Geschichte begann vor Jahren an einem Männerabend unter Landwirten. Sie saßen zusammen in der Sauna und sinnierten über die Zukunft der Schweizer Landwirtschaft. Ob man denn immer das Gleiche machen wolle? Ackerbau und Schweinemast, bis zur Pensionierung? Oder doch noch etwas Neues wagen? Der duftende Aufguss brachte sie auf die zündende Idee. Man könnte es doch mit Kräutern versuchen. Vom Anbau verstanden die Bauern etwas. Aber warum nicht gleich selbst destillieren und ätherische Öle herstellen? In ihrer Fantasie sahen sie sich bereits als Produzenten teurer Duftwässer und Parfümöle, mit denen sie ihre Frauen betören wollten. Sie träumten von duftenden Lavendelfeldern und farbigen Landschaften mit blühenden Kräutern. Eine „Provence der Schweiz“, das war ihre Vision. Keiner ahnte, welche Herausforderungen und Schwierigkeiten es dafür zu bewältigen gäbe. Doch wer nicht wagt, der nicht gewinnt!

Erste Versuche

Im Internet holten sich die Bauern Informationen über Duftpflanzen und deren Anbau. Mit Zitronenmelisse, Schafgarbe, Ysop und Muskatellersalbei machten sie im Jahre 2005 erste Anbauversuche. Informationen über die Destillation waren schwieriger zu beschaffen. Hier galt vielmehr das Prinzip „Learning by Doing“. Die Bauern schafften sich eine kleine, 0,7 m³ fassende Destillationsanlage an, machten damit erste Versuche mit zerkleinerten Ästen und Zweigen von Nadelbäumen aus dem eigenen Wald und hatten bald den Dreh raus. Für die Haupternte der Kräuter konnte eine größere, mobile 2 m³-Anlage zugemietet werden.



Die Rosenmelisse (*Monarda fistulosa* CT Geraniol) beeindruckt mit Duft und Farbe.

Realität und Umsetzung

Durch Zufall erfuhr ich im Herbst 2005 von den „Duftbauern“ und konnte es erst gar nicht glauben. Ätherische Öle aus der Schweiz? Wie sollte sich das finanziell überhaupt lohnen? Nach dem ersten Besuch wurde klar: das Projekt steckte noch in den Kinderschuhen. Die ersten Öle waren zwar bereits produziert, aber bezüglich Vermarktung waren die Bauern noch auf der Suche nach Möglichkeiten. Der ursprüngliche Traum einer „Parfümherstellung“ war bereits realistischeren Zielen gewichen. Erste Berechnungen hatten zudem ergeben, dass die marktüblichen Preise der produzierten Öle die Herstellungskosten bei weitem nicht decken konnten. Gab es trotzdem Möglichkeiten, die Vision der Bauern zu verwirklichen?

Im Gespräch entstand dann die Idee, aus den herrlich duftenden Ölen eigene Pflegeprodukte mit authentischen „Schweizer Düften“ zu entwickeln und selbst herzustellen. Durch die Weiterverarbeitung in ein fertiges Produkt sollte es möglich sein, höhere Rohstoffpreise umzusetzen, sowie die gesamte Wertschöpfung in den eigenen Händen zu behalten. Als Fettbasis für die Pflegeprodukte sollte einheimisches Rapsöl dienen, schonend kalt gepresst und aus eigenem Anbau. Dies war die zweite zündende Idee, denn Rapsöl ist in der Kosmetik noch ein Novum und seine hautpflegenden Eigenschaften sind wenig bekannt (s. Kasten).

Rapsöl – für die nachhaltige Pflege der Haut

Rapsöl ist nicht nur als Nahrungsmittel außerordentlich gesund, sondern auch ein hervorragendes Hautpflegeöl. Die darin enthaltenen ungesättigten Fettsäuren (50–65 % Ölsäure, 15–30 % Linolsäure, 5–15 % α -Linolensäure) sind auch wichtige Bestandteile unserer Hautfette. Diese sogenannten epidermalen Lipide bilden die Schutzbarriere der Haut gegenüber schädigenden Einflüssen von außen und bewahren sie zugleich vor Feuchtigkeitsverlust. Rapsöl regeneriert nachhaltig diese natürliche Schutzbarriere. Fettbegleitstoffe wie Lecithin und Phytosterole vermögen zudem Feuchtigkeit zu binden und die Haut auf natürliche Weise zu glätten. Vitamin E und β -Carotin wirken als natürliche Radikalfänger und schützen die Haut vor den schädigenden Auswirkungen der UV-Strahlung.

Das Rapsöl von *suisssences* stammt aus eigenem Anbau. Verwendet wird eine spezielle Rapsorte, welche sich durch einen besonders hohen Gehalt an wertvollen mehrfach ungesättigten Fettsäuren auszeichnet. Die dunkelbraunen, kugeligen Samen enthalten 30–40 % fettes Öl. Nach der Ernte wird die Saat getrocknet und in einer kleinen, lokalen Ölmühle schonend kalt gepresst. So bleiben die wertvollen Inhaltsstoffe und Fettbegleitstoffe weitestgehend erhalten. Natives Rapsöl hat einen intensiven, angenehm nussigen Geschmack und eine kräftige, sonnengelbe Farbe.



Echter Lavendel (*Lavandula angustifolia*) gedeiht auch in der Schweiz.

Das Projekt nahm nun konkrete Formen an. Die 9 Landwirte gründeten mit mir zusammen eine Firma, wobei sich jeder zu gleichen Teilen finanziell beteiligte. Der Firmenname „*suisssences*“ (Schweizer Essenzen) und das gewählte Logo sollte eine mehrsprachige, innovative Schweiz repräsentieren und nicht, wie sonst in der Landwirtschaft üblich, auf altbewährte, traditionelle Werte setzen. Die Produkte sollten auf ein modernes, umwelt- und naturbewusstes Zielpublikum ausgerichtet sein, welches Wert auf Regionalität und Natürlichkeit legt und bereit ist, punkto Duft auch einmal etwas Neues auszuprobieren.

So entstanden die ersten Produktmuster, welche zusammen mit den Bauern selektiert und in Zusammenarbeit mit regionalen Firmen gestaltet und produziert wurden. Im Oktober 2006 gelangten die ersten drei Produkte auf den Markt und seither kommen jährlich weitere dazu. Mittlerweile besteht das Sortiment aus verschiedenen Körperpflegeprodukten und Raumdüften.

Der Aufbau diverser Verkaufskanäle direkt und via Grossisten, ein professioneller Werbeauftritt mit Online-Shop wie auch 2009 die Gründung einer Genossenschaft als neue Firmenstruktur bildeten weitere Meilensteine. Seit Juli 2011 sind die Kräuter BTA-zertifiziert gemäß Schweizer Bio-Verordnung.

Herausforderungen in der Produktentwicklung

Bei der Entwicklung der Produkte stehen immer die ätherischen Öle im Vordergrund und die Frage, welche Produkte zu diesen Pflanzendüften passen bzw. welche Eigenschaften eines Produktes ein Öl unterstützen kann. Dieser Ansatz ist eher ungewohnt. Nur malerweise bestimmen die Anforderungen an das Produkt die Wahl der Rohstoffe. In unserem Fall ist es umgekehrt. Unsere Rohstoffe sind beschränkt und die Produktpalette richtet sich nach dem, was die Schweiz klimabedingt an ätherischen Ölen zu bieten hat. Im Zentrum stehen frische, leichte, klare und eher herbe Düfte, welche die Bodenständigkeit, Sauberkeit und Naturverbundenheit der Schweiz verkörpern. Zur Verfügung stehen diverse Nadelöle (Fichte, Douglasie, Weißtanne) sowie Lavendel, Pfefferminze, Muskatellersalbei, Rosen- und Zitronenmelisse und jedes Jahr kommen neue Öle dazu.

Der Duft der Schweiz auf dem Weg in die Welt

Als Glücksfall erwies sich der Auftrag einer Schweizer Luxushotelkette, einen „Corporate Scent“ zu entwickeln. Damit beginnen sich die „Schweizer-Düfte“ auch international zu verbreiten. Der Erfolg ist groß, um die Nachfrage an Duftstoffen decken zu können, mussten die Bauern

sogar die Anbauflächen wesentlich vergrößern und arbeiten heute auch mit Kollegen aus der französischsprachigen Schweiz zusammen.

Eine Erfolgsgeschichte?

Das Projekt *suissences* gilt in der Schweiz als positives Beispiel, wie Bauern ihre Zukunft innovativ gestalten und wurde daher 2007 für den Schweizer „Agro-Preis“ nominiert.

Was sich in der Rückblende als Erfolgsgeschichte liest, war und ist in Wahrheit ein harter Weg mit vielen Umwegen und Knochenarbeit. Immer wieder standen wir an der Grenze unserer Belastbarkeit und vor der Frage, ob sich der Aufwand und die Mühen wirklich lohnen. Die Umsätze reichen nicht aus, um eine Person zu 100% anzustellen. Neben ihrem Haupterwerb als Landwirte stehen die Bauern jährlich viele Stunden an Messen und Verkaufsständen im Einsatz und schlüpfen in die für sie ungewohnte Rolle als Kosmetikverkäufer. Oder sie demonstrieren interessierten Kunden vor Ort, wo die Pflanzen angebaut und wie die Düfte daraus gewonnen werden.

Die Vermarktung im EU-Raum erwies sich als schwieriger als erwartet und viele Ziele lassen sich kurzfristig nur mit einem professionellen Marketing realisieren, welches wir uns (noch) nicht leisten können. Wären da nicht diese Vision und eine gute Portion Idealismus und Spaß an der Sache, hätten wir wohl längst aufgegeben.

Der Naturkosmetikmarkt ist mittlerweile kein Nischenmarkt mehr und es herrscht ein großer Konkurrenzkampf. Immer mehr große Firmen aus dem konventionellen Markt springen auf die „Natur-Schiene“ auf und produzieren zu Preisen, mit denen vor allem kleinere Firmen nicht mithalten können. Die regulatorischen Anforderungen sind für Branchenfremde kaum mehr zu durchblicken. Auch die Naturkosmetik-Zertifizierungen werden immer undurchsichtiger und komplizierter. Doch ohne „Zertifikat“ hat man auf dem internationalen Markt kaum eine Chance. Folgende Punkte sind wohl die Hauptgründe, weshalb es *suissences* dennoch geschafft hat und jetzt, sechs Jahre nach der Gründung, noch immer existiert:

- Die respektvolle und von gemeinsamen Visionen geleitete Zusammenarbeit zwischen Menschen aus unterschiedlichen Branchen und damit verbunden die Zusammenführung von Know-how aus mehreren Bereichen (Landwirtschaft, Kosmetik und Duftentwicklung).
- Ein Modell, das es ermöglicht, ätherische Öle zu fairen Preisen zu produzieren. Die Genossenschafter werden nicht für die produzierten Öle, sondern für die geleistete Arbeit pro angebaute Fläche entlohnt. Dadurch werden die Risiken bei schlechteren Ernten oder geringeren Erträgen geteilt. Durch die Weiterverarbeitung in ein fertiges Produkt können höhere Rohstoffpreise umgesetzt werden.
- Die Abgrenzung gegenüber Mitbewerbern durch ein ehrliches, transparentes Produkt, dessen Herkunft bis

hin zur Anbaufläche der verwendeten Pflanze zurückverfolgt werden kann. Auf der Webseite sind die Anbauflächen sogar via Google Earth einsehbar und jede/r kann auf Wunsch selbst mit dabei sein, wenn die Pflanzen destilliert werden.

Im Grunde verkaufen wir nicht „nur“ ein Produkt, sondern gleichzeitig auch die Beteiligung an einem Projekt, das auf den bewussten Umgang mit Natur und Mitwelt setzt. Und so trägt jeder Verkauf ein kleines Stück dazu bei, dass die Vision „Provence der Schweiz“ Wirklichkeit wird.

Dr. Brigitte Schulthess

Biologin und Aroma-Expertin, Leiterin Duftentwicklung WELEDA AG;
Fachtechnische Leitung/Entwicklung *suissences* Genossenschaft;
langjährige Erfahrung in den Bereichen Kosmetik-Entwicklung, Qualitätssicherung, pflanzliche Arzneimittel.
Kontakt: bri_schu@bluewin.ch

die Autorin