

NEUE BETRIEBSZWEIGE: Neun Bauernfamilien machen «in Kosmetik»

# Wir müssen immer weiterdenken

Einst führten er und seine Frau eine der ersten Besenbeizen der Schweiz. Heute sind Fritz und Vreni Hess, zusammen mit acht anderen Bauernfamilien, wieder Trendsetter. Mit einer eigenen, natürlichen Kosmetiklinie.

PAMELA FEHRENBACH

Suissences ist eine Körperpflegelinie auf der Basis von nativem Schweizer Rapsöl und ätherischen Essenzen aus schweizerischem Anbau. Sie findet im Fachhandel grossen Anklang. Hinter Suissences stehen neun Bauernfamilien und eine Biologin. Die gesamte Wertschöpfung bleibt in der Schweiz, zum grössten Teil bei den beteiligten Landwirten.

## Aus Jux wird Ernst

«Eigentlich kam uns die Idee ja in der Sauna», lacht Fritz Hess. Wo? Hat der Mann zu viel Zeit? «Entspannung ist ein wichtiges Element im Leben, da kommen die Ideen, die vielleicht im ersten Moment nicht gerade so auf der Hand liegen», kontert er. Trotzdem haben die Kollegen damals in der Sauna nicht gedacht, was für gewinnbringende Folgen ihre Idee der persönlichen Duftkreationen für ihre Frauen haben würde und dass auch ihre Frauen vom Projekt begeistert sein würden.

Doch als Fritz Hess zufälligerweise bei einer Fabrikbesichtigung erfuhr, dass es kaum Schweizer Hersteller von ätherischen Essenzen gibt, war sein Interesse geweckt. «Das hat doch Potenzial!», dachte sich der 53-jährige Landwirt und konnte – wieder per Zufall – bald günstig eine Occasions-Destillationsanlage erwerben. Rasch waren sich damals sieben Bauern einig, es mit einer kleinen Fläche Zitronenmelisse zu versuchen. Nicht jammern, sondern ausprobieren. Die Investitionen pro Person waren gering, und sie vertrauten auf den Instinkt von Fritz Hess. Schliesslich war es nicht die erste Idee, die er verwirklicht hatte...

## Besenbeiz

Schon Ende der 80er-Jahre, damals war der Hauptbetriebszweig auf dem Hof mit 22 ha LN noch die Milchwirtschaft, machte Fritz Hess die Wirteprä-



Am Morgen auf dem Hof arbeiten, am Nachmittag für Suissences unterwegs. «Wir möchten, dass die Wertschöpfungskette auch in Zukunft so weit wie möglich in der Landwirtschaft bleibt», betont Fritz Hess. (Bild: Pamela Fehrenbach)

fung. «Ich war eigentlich nie «nur» Bauer. Auf dem Hof hatten wir bereits ein Tonstudio eingerichtet, welches den lokalen Musikern bald ein Begriff war. Sie schätzten unser ländliches Ambiente jeweils sehr. Das brachte mich auf die Idee, auch anderen Leuten zu zeigen, dass das Landleben durchaus viel zu bieten hat.» Deshalb habe er damals angefangen, Gäste auf dem Hof zu bewirten – als Erster zu dieser Zeit. Anfangs belächelt, nahm die Nachfrage rasch zu, Besenbeizen etablierten sich.

## Umstrukturierung

Nach fast zehn Jahren war es aber wieder Zeit für etwas Neues. Der Hof wurde umstrukturiert. Anstelle des Milchviehs bevölkern heute rund 200 Schweine (CNP) und 50 Rinder (AgriNatura) die Ställe. Seine Tätigkeit als Lehrmeister hat Fritz Hess aufgegeben. Die Rinder sind den ganzen Sommer über auf der Weide und geben dadurch wenig Arbeit. Dank automatischer Futterbeschickung bei den Schweinen und einer funktionierenden überbetrieblichen Zusammenarbeit brauchen Fritz und Vreni Hess keine Angestellten. Seit 2004 wird ein Stall für 20 Pensionspferde genutzt. «Wir haben aber den gan-

zen Stall an eine Person weiterverpachtet und haben somit keine Arbeit damit», sagt Hess. Auch zu diesem Arrangement sei es durch Zufall gekommen. Der spiele halt oft eine Rolle, «wenn man ihn zulässt und offen für ihn ist», meint Hess.

## Mit Vollgas zum Erfolg

«Die Grundidee war schon die Herstellung von Essenzen», sagt Fritz Hess. «Aber so wären wir wieder «nur» Rohstofflieferanten, also die mit dem bekanntlich sowieso kürzesten Hebel geworden. Das störte mich.» Durch Zufall ergab sich die Zusammenarbeit mit der Biologin Brigitte Schulthess, und so entstand die Idee einer eigenen Pflegelinie – «Suissences» war geboren. Man wundert sich nicht mehr, wenn der erste Kundenkontakt durch Zufall entstanden ist. «An der Berner Weinmesse 2006 wurde kurzfristig ein Stand frei. Im Rahmen von «das Beste aus der Region» – als innovatives Projekt wird Suissences vom Kanton unterstützt – konnten wir die Produktlinie dem Messepublikum präsentieren und stiessen auf reges Interesse.»

Inzwischen pflanzen die neun Landwirte rund 2 ha Kräuter für die Essenzgewin-

nung an. Nicht nurmehr Melisse, auch Ysop, Muskatellersalbei und Schafgarbe werden angepflanzt. Die Körperpflegelinie Suissences wird über einen Internetshop ([www.suissences.ch](http://www.suissences.ch)) und im Fachhandel angeboten. Der Slogan «die Pflegelinie aus der Schweizer Landwirtschaft» scheint der Kundschaft und den Wiederverkäufern äusserst sympathisch zu sein, und die Qualität der Naturprodukte überzeugt. «Suissences ist ein Produkt der Schweizer Landwirtschaft. Dort wird sich auch die Wertschöpfung halten.» Doch für den innovativen Bauern ist die Idee noch nicht fertig gedacht. «Rapsöl könnte man ja auch anreichern – für Salat zum Beispiel», spinnt er den Gedanken weiter. «Oder man könnte eine kleine Fläche einem Sozialprojekt «vermieten», als Therapieunterstützung.» Für Fritz Hess liegt die Lösung für Schweizer Landwirte nicht in der Grösse des Betriebs. «Mit Grösse und Massenproduktion können wir nicht mit dem Ausland mithalten», sagt er. «Wir müssen uns deshalb überlegen, was wir mit dem uns zur Verfügung stehenden Land machen können, um gegen die preisgünstige ausländische Konkur-

renz bestehen zu können.» Dass Suissences in einem französischen Supermarkt erhältlich ist, findet Hess deshalb äusserst befriedigend. Und ist – Sie ahnen es – Folge eines Zufalls.

Die Bauern hinter Suissences: Jürg Blaser, Ulrich Fahrni, Andreas Fankhauser, Hansueli Flückiger, Hansruedi Friedli, Fritz Hebeisen, Fritz Hess, Hansrudolf Kopp, Alexander Reber.

## SUISSENCES

Seit 2005 stellen neun Bauern aus dem Raum Wangen an der Aare Essenzen aus heimischen Kräutern her. Sie werden in der hofeigenen Destillerie extrahiert und von der Firma Temmentec, die auch für die Qualitätssicherung der Produkte zuständig ist, zu Duschgels, Pflegelotions, Handcreme und Körperölen verarbeitet. Die Kosmetikbauern gehen selber auf Verkaufstour und teilen sich die Aufgaben von Marketing, Messeauftritten, Online-Shop und Destillerie. Für die Produktentwicklung ist die Biologin Brigitte Schulthess zuständig.

**Tipp:** Leserangebot für «Schweizer Bauer»-Abonnenten auf Seite 6. [pam](http://pam)

## TRANSFETTSÄUREN

### Natürliche sind nicht schädlich

Die in Milch, Milchprodukten, Butter und Fleisch vorkommenden Transfettsäuren schaden der Gesundheit nicht.

Öle und Fette setzen sich aus verschiedenen Fettsäuren zusammen. Transfettsäuren entstehen vor allem bei der chemischen, industriellen Härtung von pflanzlichen Ölen. Natürlicherweise kommen sie auch in Milch, Milchprodukten und Fleisch vor.

Mit den natürlichen Transfettsäuren kann der Körper umgehen, mit den industriellen jedoch nicht. Zum einen ist der Anteil der natürlichen Transfettsäuren in Milch und Milchprodukten grundsätzlich kleiner. Zum anderen enthalten sie mehrheitlich die Transfettsäure Vaccensäure, welche vom Körper in die konjugierte Linolsäure (CLA) abgebaut wird. Diese CLA ist unbedenklich, hat möglicherweise sogar einen positiven Einfluss bei der Krebs- und Diabetesbekämpfung.

Wer also auf industrielle Transfettsäuren verzichten will, richtet sein Augenmerk am besten auf die Zutatenliste, verwendet natürliche Produkte und zieht natürliche Fette vor. Wie zum Beispiel Butter oder Bratbutter. [pam](http://pam)

Quelle: SMP

## LANDDIENST

### Saisonstart für «Power beim Bauer»

Mit dem Frühling startet auch die neue Landdienst-Saison. Bauernfamilien erhalten Hilfe, Jugendliche vertiefte Einblicke in die Landwirtschaft.

2682 Jugendliche erlebten 2006 «Power beim Bauer». Ob beim Füttern oder Heuen, beim Gemüseputzen oder beim Austausch mit der Bauernfamilie: Ein Einsatz in den Frühling-, Sommer- oder Herbstferien bringt Jugendlichen im Alter von 14 bis 25 Jahren eine geballte Ladung «Action».

«Power beim Bauer» gibts in der Schweiz, im französischen Jura und in Baden-Württemberg. Der Landdienst sucht engagierte Bauernfamilien und Jugendliche. [pam](http://pam)

Weitere Infos: [www.powerbeimbauer.ch](http://www.powerbeimbauer.ch)

SCHWEIZERISCHE LANDJUGENDVEREINIGUNG (SLJV): Delegiertenversammlung in Buochs NW

# Öffentlichkeitsarbeit ist auch für die Landjugend wichtig

Mit den «Landschaftszeichen» hat die Schweizerische Landjugendvereinigung letztes Jahr erfolgreich auf sich aufmerksam gemacht. Ein neues Marketingkonzept soll nun für steigende Mitgliederzahlen sorgen.

PAMELA FEHRENBACH

Wer dabei ist, kann sich ein Leben ohne nicht vorstellen. Die Landjugend engagiert sich in vielen Bereichen für junge Menschen zwischen 16 und 30 Jahren. Für dieses Jahr stehen neben zahlreichen regionalen Veranstaltungen etwa eine Reise nach Marokko, ein Weiterbildungskurs über Zeitmanagement oder ein Herbstseminar in

Dänemark auf dem Programm. Die Gesichter der Schweizerischen Landjugendvereinigung sind vielfältig, die Partystimmung legendär. Leider hinken die Mitgliederzahlen dem Enthusiasmus weit hinterher, wie die an der DV in Buochs präsentierten Zahlen zeigen. Im letzten Jahr ist die Zahl der Landjugeler um rund 200 auf 3721 Mitglieder zurückgegangen, zwei Gruppen wurden gar aufgelöst.

## Neues Marketingkonzept

«Ein paar Regionalgruppen boomen aber auch», stellt Nina Gysel, Präsidentin des SLJV, richtig. «Doch das Angebot für Jugendliche ist heute enorm vielfältig und die Konkurrenz professionell. Neumitgliederwerbung ist deshalb wichtig», sagt sie. Mit einem an der DV



Auch Brauchtum hat Platz in der Landjugend. (Bild: zvg)

vorgestellten Marketingkonzept will die Schweizerische Landjugend vermehrt auf sich aufmerksam machen. Werbeaktivitäten wie etwa die «Landschaftszeichen» von letztem

Jahr, welche von Regionalgruppen zum 50-Jahr-Jubiläum gut sichtbar auf Feldern, an Strassen und selbst auf Verkehrskreiselns unter dem Motto «unglaublich, aber Landjugend» platziert

wurden, fanden viel Beachtung und waren damit ein vielversprechender Beginn der Öffentlichkeitsoffensive. «Bei uns kann man Netzwerke aufbauen, in verschiedenen Arbeitsgrup-

pen Kompetenzen erarbeiten und Begabungen ausleben und für das Leben lernen, und das erst noch mit Spass», ist Nina Gysel überzeugt.

## Buochs im Partyfieber

Bevor es aber letzten Sonntag an die DV ging, erklärte Herr Brun von Swissint die Arbeit des Militärs in Friedenseinsätzen im Ausland. In einem weiteren Kurs lernten die Landjugeler Luftseilbahnen besser kennen. Schliesslich wurde an der «Nidwood-Night» kräftig bis in die Morgenstunden gefeiert. Dennoch nahmen die rund 300 angereisten Landjugeler an der Delegiertenversammlung teil. Getreu dem diesjährigen DV-Motto «Neyd fir Weicheier»...

[www.landjugend.ch](http://www.landjugend.ch)