

Oberaargauer Pioniergeist

Die Geschichte der Pflegelinie Suissessences

Bettina Riser

Chli Spinner muesch si! Mä chönnt jo säge: Was wosch jetz mit 50gi no Nöis afo? Chönntsches jo ou eifach no chli schön ha und z'Änd bure. Äs isch aber spannender, Nöis aaz'packe, innovativ z'si. Mir Bure sinis ide letschte Jahr ender gwöhnt, eis ufe Dechu z'übercho. Grüehmt z'wärde stöut uf, isch üsi Triebfädere.

Bauer Fritz Hess

Die Geschichte von Suissessences begann vor einigen Jahren an einem Männerabend in der Sauna von Bauer Fritz Hess in Wangen an der Aare. Er sinnierte zusammen mit ein paar Kollegen über die Zukunft der Schweizer Landwirtschaft. Die ganzen WTO-Verhandlungen, die Öffnung der Märkte, der steigende Preisdruck liessen ihre Zukunft als Kleinbauern nicht eben rosig aussehen. Und ganz grundsätzlich stellten sie sich die Frage, ob sie bis zur Pensionierung bei Ackerbau, Schweine- und Rindermast bleiben wollten oder nicht doch noch einmal etwas Neues anfangen sollten. Ein Wort gab das andere, und mit dem Schweiss kamen auch die Gedanken ins fliessen. Der duftende Aufguss brachte sie auf die zündende Idee: Warum machen wir unseren Aufguss eigentlich mit Fichtennadelöl aus Finnland? Könnten wir solche Essenzen nicht auch selber herstellen? Wir haben Wald und Land, könnten also nicht nur Nadelhölzer destillieren, sondern auch Kräuter anbauen und weiterverarbeiten - etwas, das blüht, fein riecht und schön ist zum anschauen. Und schon sahen sie auf ihren Feldern den Lavendel blühen. Sie träumten davon,

Lavendel, Rosenmelisse, Muskatellersalbei auf einem Feld bei Bettenhausen.
Foto Verfasserin



aus dem Oberaargau eine kleine Provence der Schweiz zu machen, dem Oberaargau ein neues Gesicht zu geben, mit dem man ihn identifizieren kann. Und so begannen die Bauern, sich im Internet über Kräuternanbau und die Weiterverarbeitung von Kräutern schlau zu machen. Als sich Fritz Hess kurz darauf die Gelegenheit bot, eine kleine Destillationsanlage zu kaufen, musste er nicht lange überlegen und griff zu.

Das ist kein Zufall. Fritz Hess war schon immer ein umtriebiger. Einer, der Ideen hat und sich auch getraut, sie umzusetzen. Er probierte schon vieles aus und hat unterdessen ein entsprechend grosses Netzwerk. Als junger Bauer arbeitete Fritz zusätzlich als Plättlileger. Nicht selten ging aber der ganze Verdienst daheim im Betrieb wieder drauf, weil eine Kuh krank war, weil eine Maschine ersetzt werden musste, es gab immer etwas. «Warum verdiene ich mein Geld eigentlich auswärts?», fragte er sich, «eigentlich wäre es doch viel gescheiter, gerade aus dem Betrieb heraus etwas zu machen, die Leute auf den Hof zu holen.» So entstand Ende der Achtzigerjahre unter dem Motto «Der Bauernhof als rustikale Gaststätte» eine der ersten Besenbeizen der Schweiz. Damit er überhaupt wirten durfte, machte Fritz das Wirtepatent. Er war gerne Gastgeber, es gefiel ihm, wenn auf dem Hof so viel Betrieb war. Die Leute kamen gern und zahlreich ans Burezmorge auf dem Bauernhof. Ihre Freude wirkte ansteckend, war Bestätigung und Genugtuung und motivierte, weiterzumachen. Aus dem alten Rungglechäuer wurde ein Musikstudio, in dem bald die halbe Solothurner Musikszene ein und aus ging. Und es fand ein gross angelegter Tag der offenen Tür statt, an dem vom Landmaschinenverkäufer über Vertreter der Landi, dem Tierarzt, Behördenmitgliedern bis hin zum Buchhalter alle vertreten waren, mit denen ein Bauer zu tun hat. Sie hätten alle Karten auf den Tisch gelegt, alle Zahlen offengelegt, sagt Fritz Hess, weil es manchmal weh tue, als Bauer auf einen Subventionsbezüger oder Umweltverschmutzer reduziert zu werden. Er wollte den Leuten zeigen, wie es wirklich ist.

Zur gleichen Zeit gründeten Fritz Hess und seine Frau eine Familie. Viel Betrieb daheim und viel Betrieb auf dem Hof, das wurde plötzlich alles zu viel. In den folgenden Jahren standen wieder die Landwirtschaft und die Familie im Vordergrund. Aber die Neugier und die Lust, Neues auszuprobieren, das blieb. Es blieb auch der Mut, etwas nicht nur ein bisschen, sondern wenn schon, dann grad richtig anzupacken.



Ernte und Destillation.
Fotos Verfasserin

So nahm Jahre später die Idee, Kräuter anzubauen und selber weiterzuverwenden, ziemlich schnell Gestalt an. Es waren unterdessen neun Bauern aus der Umgebung, die sich zusammengefunden und begonnen haben, verschiedene Kräuter anzubauen und erste Destillationsversuche zu machen.

Ein entscheidendes Puzzleteil fehlte noch: das Puzzleteil lieferte Brigitte Schulthess – Biologin, Aromaexpertin, beruflich seit Jahren in der Duftentwicklung tätig. Bislang kreierte sie ihre Düfte immer aus ausländischen Essenzen. Als ihr per Zufall zu Ohren kam, dass es im Oberaargau Bauern gibt, die einheimische Kräuter und Nadelhölzer destillieren, machte sie sich schnellstens auf den Weg nach Wangen. Düfte aus Schweizer Fichten- und Weisstannennadeln, Pfefferminze oder Melisse herzustellen, das war schon immer ihr Traum gewesen. Doch konnte es sich finanziell überhaupt lohnen, ätherische Öle aus einheimischen Pflanzen herzustellen? Und was hatten die Bauern damit überhaupt vor? Die ersten Öle waren bereits produziert, was daraus werden und wie man sie vermarkten soll, darüber haben sich die Bauern noch gar nicht so konkret Gedanken gemacht. Brigittes Befürchtungen haben sich nämlich bewahrheitet; die marktüblichen Preise der Öle decken die Herstellungskosten bei weitem nicht. Einheimische Öle sind im Vergleich zur Massenware aus dem Ausland viel zu teuer. Gab es trotzdem Möglichkeiten, die Vision der Bauern zu verwirklichen?

Es zeigte sich schnell, dass die Begegnung zwischen der Biologin und den Bauern eine glückliche Fügung war. «Wir haben einander ideal ergänzt», sagt sie, und: «Wir haben uns sofort gefunden.»

Das Fachwissen von Brigitte Schulthess war genau das, was noch gefehlt hat und dem Projekt schliesslich zum Durchbruch verhalf. Gemeinsam entstand die Idee, aus den herrlich duftenden Ölen eigene Pflegeprodukte herzustellen, die authentisch und nach Schweiz riechen. Durch die Weiterverarbeitung in ein fertiges Produkt sollte es möglich sein, höhere Rohstoffpreise umzusetzen. Und, das war schnell klar, nur wenn die Bauern an der ganzen Wertschöpfungskette beteiligt sind, rentiert der Eigenanbau. Als Fettbasis für die Pflegeprodukte sollte einheimisches Rapsöl verwendet werden, ebenfalls aus eigenem Anbau. Das war die zweite zündende Idee, denn Rapsöl ist in der Kosmetik noch ein Novum

Brigitte Schulthess in ihrem Labor in Langenthal. Foto Verfasserin



und seine hautpflegenden Eigenschaften sind noch wenig bekannt. Das Projekt begann, konkrete Formen anzunehmen. Gemeinsam gründeten Brigitte Schulthess und die Bauern 2005 die Firma Suissessences, wobei sich jeder zu gleichen Teilen finanziell beteiligte.

Brigitte Schulthess begann bei sich zu Hause in ihrem kleinen Labor, verschiedene Duftmischungen zu entwickeln. Neue Düfte entstehen nicht erst durch ausprobieren, sondern bereits im Kopf. «Wenn ich mir eine bestimmte Kombination von Ölen vorstelle, kann ich den Duft eigentlich schon riechen», sagt sie, nach all den Jahren habe sie nicht nur eine feine Nase, sondern auch eine gute Vorstellungskraft entwickelt. Als Parfumeurin sieht sich Brigitte Schulthess aber nicht, eher als Entwicklerin von Naturparfums. Sie sei Biologin, konventionelle synthetische Parfums hätten sie nie interessiert. Ein Labor ist äusserlich betrachtet eine nüchterne, sterile Angelegenheit. Riecht man aber an einem Duftstreifen, wird man weggetragen in eine andere Welt, sieht und riecht den Wald, oder

Folgeseiten: Muskatellersalbei,
Minze und Rosenmelissefeld.
Fotos Verfasserin





wähnt sich mitten in einem blühenden Lavendelfeld. Es braucht ein ganzes Feld voll Lavendel, um einen Kanister Öl zu gewinnen; für ein Kilogramm Öl müssen 300 bis 600 Kilogramm frische Lavendelblütenrispen geerntet und destilliert werden. Für Melissenöl braucht es gut und gerne zwanzig Mal so viel frisches Pflanzenmaterial. Das ätherische Öl aus Nadelhölzern wird aus den Ästen gewonnen, die bei der Pflege der eigenen Waldbestände anfallen. Destilliert werden die gehäckselten Zweige und Nadeln. Je geringer der Holzanteil, desto feiner wird das daraus gewonnene Öl.

Bei der Entwicklung der Produkte stehen immer die ätherischen Öle im Vordergrund. Die Rohstoffe sind beschränkt, deshalb richtet sich die Produktpalette nach dem, was die Schweiz vom Klima her bieten kann. Im Zentrum stehen frische, leichte, klare und herbe Düfte, welche die Bodenständigkeit, Sauberkeit und Naturverbundenheit der Schweiz verkörpern: Fichte, Douglasie und Weisstanne, Lavendel, Rosen- und Zitronenmelisse, Pfefferminze und Muskatellersalbei.

Ein Besuch im Labor von Brigitte Schulthess ist eine Wohltat für die Sinne – aber nach so vielen konzentrierten Düften braucht die Nase auch einmal Pause. «Am liebsten rieche ich frische Waldluft, die Blumen in meinem Garten, die feuchte Luft an einem See im Sommer, Ich schnuppere auch gerne am meiner Katze, oder Kaffeeduft am Morgen, das ist auch etwas feines – einfach alles, was positive Gefühle bei mir auslöst», sagt Brigitte.

Auf dem Feld und im Labor wurde fleissig gearbeitet. Es entstanden die ersten fertigen Produkte. Sie wurden von den Bauern, ihren Verwandten und Bekannten getestet, man war begeistert. Über einen Verwandten entstand der Kontakt zu einer Werbeagentur. Sie entwickelte das Logo und eine Broschüre und verhalf der kleinen Firma zu einem professionellen Werbeauftritt. Aber wie bringt man seine Idee unter die Leute? Der Zufall half. Im Herbst 2006 wurde an der Weinmesse in Bern kurzfristig ein Stand frei. Brigitte und die Bauern brauchten nicht lange zu überlegen: Diese Chance wollten sie packen! Also hiess es: Gas geben! Und nicht nur das: Fürestoh, sich präsentieren, zeigen, wofür man so lange gearbeitet hat. Ihr erster Auftritt in der Öffentlichkeit wurde ein voller Erfolg. Zwischen Wein, Käse und Würsten präsentierten die Bauern in weissen

Hemden und rosafarbenen Krawatten ihre Duschgels, Handcrèmen und Lotionen. Manchen Bauern fiel das «Fürestoh» anfangs schwer, es war nicht ihre Welt, in der sie sich da plötzlich bewegten. Aber es mussten alle hinstehen. Und es war am Ende für alle eine positive Erfahrung. Weil sie merkten, wie gut es tat, Bestätigung zu bekommen, gerühmt zu werden. Landwirte mit einer eigenen Pflegelinie – die Idee war ungewohnt, sorgte für Aufsehen und gefiel. Es folgten weitere Märkte, Presseartikel, viel positives Echo und schliesslich die Nominierung zum Agropreis 2007. Suissessences erreichte den zweiten Rang und gewann den Publikumspreis. Die Medienresonanz war gross, der Erfolg tat gut, beflügelte, brachte aber ein Arbeitspensum mit sich, das alle an ihre Grenzen brachte. Suissessences wurde eine Genossenschaft und damit eine professionelle Firma. Jeder Bauer erhielt seinen eigenen Zuständigkeitsbereich (siehe Kasten). Die Produkte verkauften sich gut, die Erlöse wurden jeweils wieder in die nächste Abfüllung und in die Werbung investiert. Die Genossenschafter konnten sich erstmals einen kleinen Stundenlohn auszahlen. Es folgte eine Zeit intensiver Zusammenarbeit. Die Geschäftsleitung traf sich alle zwei Wochen, telefoniert wurde fast täglich. Es wurden neue Produkte entwickelt und neue Verkaufskanäle gesucht. Man konnte die Pflegelinie nun auch in Apotheken, Drogerien und sogar beim Loeb kaufen. Die Euphorie war gross, die Ernüchterung daraufhin auch. Es zeigte sich, dass die Pflegeprodukte neben all den – teilweise viel billigeren – Konkurrenzprodukten in den Läden einen schweren Stand haben. Die Verkaufszahlen brachen ein. Was tun, um sich besser verkaufen zu können? Man muss Emotionen wecken, den potentiellen Käufern ein besonderes Erlebnis bieten, sie auf den Hof holen. Ein Produkt muss eine Geschichte haben, damit es sich verkauft – so entstanden die «Genuss- und Wohlfühltag», Besuche auf dem Bauernhof mit Schaudestillation. Daneben wurden neue Verkaufskanäle im Tourismus, im Wellnessbereich und in der Hotellerie gesucht.

Dank grossem Einsatz und Ideenreichtum schaffte Suissessences die Wende. Die Schaudestillationen auf dem Bauernhof sind beliebt, der Onlineverkauf läuft – auch Dank einer neuen Internetseite – wieder gut und die Suche nach neuen Verkaufskanälen hat sich gelohnt: Suissessences erhielt einen Grossauftrag von Swissôtel, einer internationalen Hotelkette, und durfte einen eigenen Duft entwickeln, der nach Schweiz

riechen sollte, nach kühlem, klarem Quellwasser, Alpenwiese, sauberer, frischer Luft und reiner Natur. Er bekam den Namen Pürovel – «rein und klar» – und wurde zur Haupteinnahmequelle. Suissessences liefert die ätherischen Öle, hergestellt werden die Produkte in Kanada, zu finden sind sie in Hotelzimmern auf der ganzen Welt. Nun brauchte es plötzlich die vielfache Menge an Essenzen. Um alles stemmen zu können, erhielten die neun Landwirte Unterstützung aus dem Waadtländer Jura. Zwei Bauern aus Bassins liefern ihnen Weisstannendestillate. Suissessences ist in neue Dimensionen vorgestossen. «Es war ein langer Krampf. Wir investierten viel Zeit und Energie in etwas, von dem wir nicht wussten, ob es sich je auszahlt», meint Brigitte Schulthess. Es hat sich auszahlt, doch es kam der Punkt, an dem sich der Aufwand für die eigene Linie kaum mehr lohnte. Die unter anderem auf Naturkosmetik spezialisierte Firma Phytomed zeigte sich schon nach der ersten Kontaktaufnahme sehr interessiert, Herstellung und Vertrieb der Suissessences-Produkte zu übernehmen. Dies schien für alle der richtige Weg zu sein. Die ätherischen Öle werden auch weiterhin von den gleichen Bauern geliefert, am Produkt hat sich nichts verändert. Brigitte Schulthess, die vorher hauptberuflich bei Weleda in der Produkteentwicklung tätig war, ist inzwischen Entwicklungsleiterin bei Phytomed und arbeitet daneben in ihrem eigenen Labor hauptsächlich noch für Swissôtel. Bei den Bauern zeichnet sich ein Generationenwechsel ab und ist vieles im Umbruch. Fritz Hess hat letzten Sommer seinem Sohn Christoph den Hof übergeben, nun ist er der Destillateur. Zwei weitere Bauern haben ihre Höfe ebenfalls übergeben. So sitzen an den Versammlungen jetzt nicht mehr die Urväter zusammen – es reden auch die Jungen mit und bringen neue Energie und ihre eigenen Ideen ein.



Von links nach rechts: Alex Reber aus Niederbipp, Schaudestillationen / Christoph Hess aus Wangen, Destillateur / Roland Friedli aus Bettenhausen, Onlineshop / Brigitte Schulthess aus Langenthal, Produkteentwicklung, Fachtechnische Leitung / Fritz Hess aus Wangen, Generalist / Jürg Blaser aus Wangen, Vorbereitung Schaudestillationen / Adrian Fankhauser aus Wangen, Holzbeschaffung / Ueli Farni aus Rumisberg, Schaudestillationen / Hansruedi Kopp aus Wiedlisbach, Sekretariat. Es fehlen: Hansueli Flückiger aus Wangen, Kräuterbeschaffung / Fritz Hebeisen aus Bettenhausen, Festwirt
Foto: zvg Suissessence