

## **regioS 08/14**

### **Erfahrungen in Regionen und Projekten: Projektbeispiel «suissessences»**

#### **Wenn Bauern Düfte ernten**

**Können in der Schweiz ätherische Öle hergestellt und erfolgreich zu Körperpflegeprodukten verarbeitet und vermarktet werden? Antwort auf diese Frage gibt suissessences. Diese als Genossenschaft organisierte Firma mit Sitz im bernischen Wangen an der Aare zeigt mit ihrer ungewöhnlichen Produktion der Schweizer Landwirtschaft neue Erwerbsmöglichkeiten auf. Um sich international ausrichten und das Marketing professionalisieren zu können, fand das Unternehmen Unterstützung durch die NRP in einem drei Jahre dauernden Projekt.**

Pirmin Schilliger – Luzern

Ein Männerabend in einer Sauna im Januar 2005 war die Geburtsstunde von suissessences: Auf dem Hof von Fritz Hess in Wangen an der Aare schwitzten und fachsimpelten neun Bauern – zum Beispiel über die Zukunft der Schweizer Landwirtschaft. Das finnische Fichtennadelöl, das dem Saunadampf seinen würzigen Duft verleiht, brachte sie auf eine Idee: Warum nicht gleich selbst ätherische Öle herstellen? «In der dampfenden Hitze erblickten wir bereits blühende Lavendelfelder. Uns selbst sahen wir schon als Produzenten teurer Parfums», erinnert sich suissessences-Geschäftsführer Fritz Hess. Die kühne Idee überlebte zumindest die kalte Dusche nach dem Saunagang, machten sich doch die Landwirte unverzüglich daran, ihre Idee in die Tat umzusetzen.

#### **Ein erster Erfolg und eine Enttäuschung**

«Wir wussten eigentlich gar nichts», stellt Hess rückblickend fest. Also informierten sich die neun im Internet über Duftpflanzen und deren Anbau. Im Frühling starteten sie erste Versuche mit Zitronenmelisse, Schafgarbe, Ysop und Muskatellersalbei. Die Kulturen gediehen prächtig und es konnte eine erste Ernte eingefahren werden. Für die Verarbeitung mieteten sie eine Destillationsanlage, pröbelten und hatten bald den Dreh raus: Aus dem Kessel flossen erste Tropfen eines betörend duftenden ätherischen Öls. Der Freude über den gelungenen Versuch folgte die Ernüchterung: «Der von Käufern offerierte Preis deckte nicht einmal die Herstellungskosten», so Hess.

Das Vorhaben drohte zu scheitern, bevor es richtig in Schwung gekommen war. Wie liess sich das Handicap der zu teuren Rohstoffherstellung in der Schweiz wettmachen? Etwa dadurch, dass sie die Weiterverarbeitung der ätherischen Öle zu fertigen Pflegeprodukten und deren Vermarktung selbst in die Hand nähmen? Die Bauern diskutierten – und bei den Gesprächen über das richtige Geschäftsmodell war auch eine Expertin mit dabei: die Biologin Brigitte Schulthess, die beim führenden Naturkosmetikerhersteller Weleda für die Duftentwicklung verantwortlich ist. Mit einer weiteren zündenden Idee konkretisierte sich das Projekt: Als Basisstoff für die Pflegeprodukte sollte kalt gepresstes Rapsöl verwendet werden – ein Novum in der Kosmetikerherstellung, aber keineswegs abwegig. «Im Rapsöl stecken die gleichen ungesättigten Fettsäuren wie in unseren natürlichen Hautfetten», so Schulthess.

#### **Firmengründung und Innovationspreis**

Die Landwirte gründeten nun eine Firma. Brigitte Schulthess übernahm die fachtechnische Leitung und wurde Genossenschafterin. Im Herbst 2006 konnte suissessences die ersten drei Produkte lancieren und erregte Aufsehen, sodass das Unternehmen ein Jahr später mit dem Schweizer «Agro-

Innovationspreis» ausgezeichnet wurde. Die Jury wertete das Projekt als wegweisendes Beispiel für die Erschliessung neuer Erwerbsquellen in der Landwirtschaft.

Schrittweise bauten die Landwirte ihr Unternehmen aus. Mit Unterstützung einer Agentur gaben sie ihm einen professionellen Werbeauftritt. Sie erschlossen sich Verkaufskanäle im Detailhandel und im Internet. Sieben Jahre nach dem Start umfasst das Sortiment rund ein Dutzend Körperpflegeprodukte und Raumdüfte. Die Cremes, Öle, Gels und Lotionen sind in Apotheken und Drogerien der ganzen Schweiz erhältlich. Vier Fünftel der Produktion setzen die Bauern jedoch im Direktverkauf ab. Eine wichtige Vermarktungsplattform bilden Messe-Auftritte, etwa an der OLMA oder der BEA, wo nicht nur verkauft, sondern vor Ort auch destilliert wird.

suissessences ist zu einer bemerkenswerten Erfolgsgeschichte geworden. «Dahinter steckt viel Knochenarbeit», gibt Fritz Hess zu bedenken. «Learning by Doing» hiess es für jeden von uns.» Zwar mussten sie beim Aufbau des Unternehmens öfters Lehrgeld zahlen. Vieles machten sie aber auf Anhieb richtig. Bewährt hat sich etwa die Strategie, sich auf Schweizer Rohstoffe zu beschränken. Dies engt zwar die Auswahl ein, garantiert aber zu hundert Prozent «Swissness». Heute werden die ätherischen Öle auch aus Lavendel, Pfefferminze und Rosenmelisse gewonnen. Hinzu kommen Nadelöle aus Fichten, Douglasien und Weisstannen. Seit Mitte 2011 sind die Kräuterkulturen gemäss Schweizer Bio-Verordnung zertifiziert.

### **Expansionschub – dank Kanada und der NRP**

«Wir waren pragmatisch und hatten manchmal einfach auch Glück», kommentiert Hess den eigenen Erfolg. Zum Glück trug auch bei, dass eines Tages der ehemalige Verkaufschef des Kosmetikkonzerns Louis Widmer zufällig an einer Promotion aufkreuzte und danach den Bauern die Türen zum Fachhandel öffnete. Wie ein Sechser im Lotto mutete gar der Auftrag für die Luxushotelkette Swissôtel mit Hauptsitz in Toronto an. Sie suchte für ihre über die ganze Welt verstreuten Fünfsternehäuser einen «Corporate Scent», eine unverwechselbare und einheitliche Duftnote für die hauseigene Pflege- und Wellnesslinie. Die Manager wünschten hundertprozentiges «Swiss made». Brigitte Schulthess kreierte eine Duftmischung, die die Kanadier sofort begeisterte. Seither können die Bauern eine beträchtliche Menge ihrer Ernte nach Übersee liefern.

Abgesehen von diesem Grossauftrag erwies sich der ausländische Markt aber als hartes Pflaster. Der Export in die EU ist mit einem grossen Papierkrieg verbunden. Alle Pflegeprodukte müssen nach Vorschriften aus Brüssel getestet, dokumentiert, beschriftet und neu verpackt werden. Bei der Suche nach Möglichkeiten, diesen Zusatzaufwand abzudecken, kontaktierten die Landwirte das Landwirtschaftsamt des Kantons Bern und die kantonale Wirtschaftsförderung. Durch die Vermittlung dieser Stellen wurde schliesslich ein NRP-Projekt initiiert. Für den Zeitraum 2010 bis 2012 erhielt die Genossenschaft 260 000 Franken à fonds perdu zugesprochen, um die erforderlichen EU-Dossiers zu erstellen. Zudem wurden Mittel in die Erschliessung des deutschen Marktes investiert. suissessences trat an Messen in Hamburg und Hannover auf und kooperiert nun in Logistik und Vertrieb mit einem deutschen Partner.

Mit den ätherischen Ölen haben sich die Bauern einen Zusatzverdienst erschlossen, der bezogen auf die Anbaufläche inzwischen mindestens so rentabel ist wie der Getreidebau. Entscheidend zum Erfolg trägt das Geschäftsmodell bei, wonach möglichst wenige Arbeitsschritte ausgelagert werden. Ohne Arbeitsteilung geht es allerdings nicht: Partnerunternehmen aus Solothurn, Oberdiessbach und Sumiswald sorgen für den stimmigen Marktauftritt, die automatisierte Abfüllung und die richtige Verpackung. Auf jeden Fall bleibt aber die gesamte Wertschöpfung in der Region. «Das Geschäft mit den ätherischen Ölen ist für alle Beteiligten heute zwar nicht mehr als ein Nebenerwerb», räumt Fritz Hess ein. «Unser Ziel aber bleibt es, daraus ein kräftiges landwirtschaftliches Standbein zu entwickeln.»

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