

Duftsprays, Bodylotions und ätherische Öle – die Schweizer Naturkosmetik von Farfalla betört die Sinne, pflegt Haut und Haar und wird auch für medizinische Zwecke eingesetzt.



Jean-Claude Richard (l.) mit Sohn Malvin und Enkelin Anaé (sechs Wochen). Marianne Richard und Gian Furrer. Der vierte Mitgründer, Paul Gisler, ist nicht auf dem Bild.



FARFALLA

Die Flower-Power-Family

Vor dreissig Jahren mischten sie im Mixer ihrer WG-Küche die ersten Produkte. Heute exportiert Farfalla seine Naturkosmetik bis nach Japan. Das Erfolgsrezept? Freundschaft!

Text: Lisa Merz
Fotos: Marie-Christine Gerber

Seminare zur Teambildung? Fehlanzeige. Die Geschäftsleitung von Farfalla probt lieber mit ihrer Band Ibergester, mit der sie vor über vierzig Jahren als Strassenmusiker ihren Lebensunterhalt verdienten. «Wir kennen uns seit der Kindheit», sagt Jean-Claude Richard, 62, einer der vier Gründer des Schweizer Naturkosmetik-Konzerns. Damals, mit zwanzig Jahren, als er zusammen mit Paul Gisler, 62, Gian Furrer, 61, und seiner zukünftigen Ehefrau Marianne Richard, 59, die Schulzeit in Uri beendete, trugen sie noch lange Haare, Batikhemden und Glasperlenketten. Die Hippieklamotten sind verschwunden, die Freundschaft ist geblieben. Zusammen leiten die vier ein Unternehmen mit 85 Mitarbeitenden, verhandeln mit internationalen Partnern und arbeiten auch mal in den Ferien. «Im Herzen sind wir aber immer Hippies geblieben», sagt Jean-Claude Richard. «Einen Businessplan hatten wir nie», sagt er und lacht.

Die Geschichte von Farfalla begann 1982 in einer Küche im Zürcher Seefeld, wo die vier in einem Gemeinschaftshaus wohnten. Davor reisten sie zusammen durch Indien, lebten im Tessin in einer Kommune und tingelten als Musiktheatergruppe durch die Schweiz. «Ein Kollege von uns hortete Unmengen ätherischer Öle unter seinem Bett. Irgendwann konnte er nicht mehr schlafen wegen all der Düfte und fragte uns, ob er die Fläschchen in unserem Keller lagern könnte», erzählt Gian Furrer. Als der Kollege dann plötzlich auf Weltreise ging, erbten sie seine Sammlung. Immer wieder stiegen die vier die Treppen runter und schnupperten an den verschiedenen Düften. Im Küchenmixer der Hippie-WG mischte Jean-Claude Richard dann die ersten Cremes. «Die waren zum Teil leider nicht sehr lange haltbar», erinnert er sich und lacht.

Auf dem Zürcher Rosenhofmarkt verkauften sie schliesslich die ersten Farfalla-Produkte. Die durchschnittlichen Tageseinnahmen: 30 bis 40 Franken. Nach drei Jahren, 1985, wagten sie es, den ersten «Duft-Laden» der Schweiz zu eröffnen. Noch heute erinnern sie sich daran, wie die Passanten sich fragten, was dieser Saftladen denn soll. «Das war nicht immer sehr ermutigend.» Um den Laden finanzieren zu können, arbeiteten die Männer tagsüber als Reiseleiter und auf der Bank.



1 Zehn Frauen sammeln in den Cevennen in Südfrankreich wilden Berglavendel für Farfalla. 2 Das neueste Projekt: Ylang-Ylang aus Madagaskar. 3 Der Farfalla-Clan zu Hippie-Zeiten: Jean-Claude Richard (Mitte), links neben ihm Marianne Richard, Gian Furrer (mit Mütze; hinter Jean-Claude Richard), Paul Gisler (ganz rechts) und Sohn Malvin (2. v.l.).



Marianne Richard und Paul Gislers Frau führten halbtags den Laden. Nach zwei Jahren mussten sie sich entscheiden: «Hobby, oder machen wir es richtig?» Die Männer kündigten ihre Jobs, und bald schon eröffnete Farfalla weitere Filialen in Basel, Aarau, Bern und Luzern. Gian Furrer wurde zum CEO ernannt. «Er war schon immer der Beste in der Schule», sagt Jean-Claude Richard und lacht. Paul Gisler kümmert sich um Finanzen und Einkauf. Marianne Richard um die Läden und Jean-Claude Richard um die Produkt-

entwicklung und das Marketing. Meinungsverschiedenheiten gibt es auch. Da wird dann aber so lange diskutiert, bis man eine Lösung findet. Und auch als Jean-Claude und Marianne sich scheiden lassen, bleibt man ein Team. «Unsere Freundschaft ist wichtiger als das Geschäft.» Der heutige Hauptsitz ist in Uster. Dort findet auch der Grossteil der Verarbeitung der ätherischen Öle statt. Von den Büros im oberen Stock führt eine Wendeltreppe direkt zum Allerheiligsten von Farfalla – zum Tresor. Um ihn zu finden,



muss man nur der Nase nach: Lavendel, Rose, Vanille. Jean-Claude Richard öffnet die schwere Tür, zeigt auf Regale mit grossen, braunen Glasflaschen. «Hier lagern unsere ätherischen Öle, die von überall auf der Welt zu uns kommen.» Er weiss genau, welcher Bauer die Bergamotte sammelte, destillierte und auf den Weg nach Uster schickte. «Wir wählen unsere Produzenten sorgfältig aus und kennen alle persönlich. Den Zwischenhandel lassen wir bewusst aus.» Biologischer Anbau alleine reicht Farfalla nicht, sie wollen, dass auch die Philosophie stimmt. Sie unterstützen etliche Projekte auf der ganzen Welt. «Unsere Produzenten achten wie wir darauf, dass Menschen, Tiere und die Natur gleichermaßen geachtet und fair behandelt werden.»

So etwa Claire aus den Cevennen in Südfrankreich, eine der ersten Lieferantinnen von Bio-Essenzen für Farfalla. Zusammen mit zehn Pflückerinnen sammelt sie wilden Berglavendel, der auf einer Höhe von 1000 bis 1200 Metern über Meer wächst. Geschnitten wird der Lavendel von Hand mit der Sichel und getragen in grossen Tüchern auf dem Rücken oder Kopf. «Diese Frau ist eine richtige Pflanzenflüsterin,

und wir haben sehr viel von ihr gelernt», sagt Paul Gisler.

Um solche Projekte besonders zu kennzeichnen, entwickelte Farfalla das Label «Grand Cru». «Damit wollen wir auch den sozialen Aspekt eines Produzenten honorieren.» Das jüngste Projekt, das mit dem Label versehen wurde, befindet sich auf Madagaskar. Seit August 2012 ist Farfalla im Nordwesten des Landes Teilhaber eines Ylang-Ylang-Projekts. Alle Arbeiter der Bio-Plantage haben geregelte Arbeitszeiten, einen für die Region überdurchschnittlichen Lohn und sind renten- und krankensichert. Auch das nahe gelegene Dorf profitiert: Ein Pro-

zent des Ertrags wird in einen Fonds einbezahlt, aus dem kürzlich die Renovierung der Dorfschule und sanitärer Anlagen finanziert wurde.

Farfalla ist zudem am ersten Bio-Dorf Frankreichs, in Correns, beteiligt. Ganz in der Nähe des Wohnsitzes von Angelina Jolie und Brad Pitt (Schloss Miraval) betreibt Farfalla ein Duftpflanzen-Projekt.

Auch am Hauptsitz in Uster ist man engagiert: Für die strenge Zertifizierung «Certified Sustainable Economics» müssen jedes Jahr drei Ziele in den Bereichen Ökologie, Ökonomie und Soziales erfüllt werden. So hat Farfalla schon einen Arbeitsplatz für Behinderte geschaffen, bezieht Ökostrom und spendet einen Teil der Einnahmen seiner Glückscreme für soziale Projekte.

Und: Rechtzeitig zum 30-Jahr-Jubiläum bekommt Farfalla Unterstützung aus der nächsten Generation. Sohn Malvin Richard, 32, ist neu Teil der Geschäftsleitung. Als Wirtschaftsstudent schrieb er eine Arbeit über Farfalla und fragte seinen Vater nach dem Geschäftsgeheimnis. «Wir hörten immer auf unseren Bauch.» Eine Antwort, die wohl in keinem Lehrbuch der Ökonomie steht. Auch die gemeinsamen Yogastunden mit der ganzen Belegschaft sind eher ungewöhnlich. «Wir möchten einfach ein gemeinsames und spannendes Leben», sagt Gian Furrer und freut sich schon auf das grosse Jubiläums-Sommerfest – selbstverständlich mit Auftritt der Band Ibergester. 🌱

DER GRUEN-FOOTPRINT

Wie klimafreundlich leben Jean-Claude Richard und Gian Furrer?

1 Verkehrsmittel	1	1
2 Flugzeug	3	1
3 Heizung	4	4
4 Baustandard Wohnhaus	6	3
5 Fleischkonsum	7	8
6 Shopping	8	8
7 Politisches Engagement	8	8
Total Punkte	37	33

Jean-Claude Richard 37 Punkte und Gian Furrer 33 Punkte: Schon als Hippies engagierten sich die beiden für eine bessere Welt. Verbesserungspotenzial: beim Reisen. Wer viel fliegt, sammelt leider keine Punkte.



Der GRUEN-Footprint wurde vom WWF Schweiz für SI GRUEN entwickelt. Der Test soll für den Alltag sensibilisieren und Spass bereiten. Berechnen Sie Ihren eigenen Footprint auf den Seiten 16 und 17.