





## Beim Duftunternehmen Farfalla bahnt sich ein Generationenwechsel an. Der Idealismus der Hippiezeit bleibt dennoch erhalten

Silvia Aeschbach (Text) und  
Vera Hartmann (Fotos)

Zürich Der Duft von Lavendel, Rosen und Vanille führt ins Herz von Farfalla: in den Keller des Hauptsitzes in Uster ZH. Hier lagern in grossen, braunen Apothekerflaschen ätherische Öle aus 45 Ländern, die mehrere 100 000 Franken wert sind. «Unser Schatz», sagt Malvin Richard. Seit kurzem sitzt der 32-Jährige in der Geschäftsleitung des Familienbetriebs. Malvin Richard steht vor der Aufgabe, das ehemalige Hippieprojekt, zu dessen Gründern seine Eltern gehörten, auf Erfolgskurs zu halten.

Die Firma mit 90 Mitarbeitern, 60 Prozent davon sind Frauen, prosperiert. 2014 konnte sie eine Umsatzsteigerung im einstelligen Prozentbereich ausweisen. Farfalla ist der grösste Schweizer Anbieter für natürliche Aromatherapie und einer der Pioniere für Biokosmetik. Das Unternehmen beliefert neben fünf eigenen Shops rund 1000 Verkaufsstellen im In- und Ausland sowie etwa 200 Spitäler, Kliniken und Hotel-Spas mit Duftölen.

Viele Werte der Gründergeneration werden noch immer hochgehalten: Lohngleichheit bei gleicher Leistung, niemand verdient mehr als das 3,3-fache des niedrigsten Lohnes, flexible Arbeitszeiten. Keiner der Mitarbeiter macht in der Produktion mehr als einen halben Tag den gleichen Job.

«Im Herzen sind wir Hippies geblieben», sagt Mitbegründer Jean-Claude Richard, 62, «einen Businessplan hatten wir noch nie.» Er lacht und sieht seinen Sohn Malvin von der Seite an. Dieser zögert einen Moment, bevor er sagt: «Ich bewundere meinen Vater und seine Mitstreiter für ihre Arbeit, aber

ich denke natürlich wirtschaftlicher.» Wenn Idealismus auf modernes Marketing trifft, geht das nicht ohne Konflikte. «Wir führen viele Diskussionen», sagt der Senior, «aber wir lernen voneinander. Und das ist die Hauptsache.»

Das Sortiment umfasst 255 Artikel aus den Bereichen ätherische Öle und Raumbeduftung. Ätherische Öle sind winzige Tröpfchen, die sich in Blüten, Blättern, Wurzeln, Samen und Früchten bilden und von Pflanze zu Pflanze sehr unterschiedlich sein können. Weitere 150 Produkte entfallen auf das Segment Naturkosmetik und Wellness. Rund 50 Prozent des Volumens macht die Aromatherapie aus, die weiteren 50 Prozent sind Parfüme und Biokosmetik, die im Jura produziert werden.

Vor allem im Bereich der natürlichen Kosmetik hatten die Gründer einen guten Riecher: Lange bevor es zum Trend wurde, produzierte Farfalla Biokosmetik. Natürlich nicht im gleichen Umfang wie die Konkurrenten Weleda oder Hauschka, aber mit den gleichen Qualitätsansprüchen.

### In der 1980er-Jahren war der Laden ein Esoteriker-Treffpunkt

Als der damalige Wirtschaftsstudent Malvin Richard seinen Vater Jean-Claude nach dem Geschäftsgeheimnis fragte, sagte dieser: «Wir hörten immer auf unseren Bauch.» Und dieses Bauchgefühl, gepaart mit einem guten Geschäftssinn, Leidenschaft für Pflanzen und Freude an Innovationen, hat zum Erfolg von Farfalla beigetragen. Die Zeit verging wie «ein Flügelschlag», sagt Jean-Claude Richard.

Dass ätherische Öle eine starke Wirkung auf Körper und Geist haben, lernten die vier Gründer Ma-

rianne und Jean-Claude Richard, Paul Gisler und Gian Furrer früh. Doch eigentlich war ein fünfter Freund der Geburtshelfer des Projekts. Dieser verkaufte Ende der 1970er-Jahre auf dem Zürcher Rosenhof-Markt ätherische Öle. Er lagerte unzählige Fläschchen unter dem Bett in seiner kleinen Wohnung. Irgendwann konnte er wegen der starken Düfte nicht mehr schlafen und brachte die Flaschen in den Keller seiner Freunde, die in einer WG lebten. Als er auf Weltreise ging, vergass er die Fläschchen. Die vier Zuhausegebliebenen begannen, mit den Ölen zu experimentieren. «Wir hatten alle eine Affinität zu Düften und Pflanzen», erinnert sich Marianne Richard. In seiner Freizeit übte sich das Quartett im Mischen von Parfümen und Cremes. «Ich erinnere mich gut, wie mein Vater in der Küche stand und im Mixer die Ingredienzien anrührte», sagt Malvin Richard.

Ein paar Jahre später mieteten die vier Freunde im Zürcher Seefeld ein kleines Geschäft. «Wir Frauen standen tagsüber im Laden, die Männer mussten mit anderen Jobs ihr Geld verdienen», sagt Gründungsmitglied Marianne Richard, die Ex-Frau von Jean-Claude Richard. «Der Umsatz war gering. Wenn wir an einem Samstag mal 80 Franken verdienten, war das ein Fest.» Das Geschäft im Seefeld wurde in den 1980er-Jahren Treffpunkt vieler esoterisch Angehauchter. Heute wird der Laden im Zürcher Niederdorf von einem breiten Publikum frequentiert, auch Lady Gaga war hier einkaufen.

Wie hat Malvin seine Jugend in diesem «pflanzenverrückten» Umfeld erlebt? «Ich genoss als Einzelkind viele Freiheiten. Aber ich merkte schon früh, dass ich aus ei-

nem anderen Umfeld kam als meine Kollegen. Bei uns war alles viel freier, es wurde Musik gemacht, wir reisten viel, und ich lernte neue Kulturen kennen. Aber dieses Anderssein gab mir auch Kraft.»

### Ex-Wirtschaftsprüfer, frisch gebackener Vater, Vegetarier

Um einen «eigenen Rucksack» zu haben, studierte Malvin Wirtschaft und arbeitete danach in der Wirtschaftsprüfung bei PricewaterhouseCoopers. Dem Vegetarier und frisch gebackenen Vater ist es wichtig, zu betonen, «dass mich meine Eltern nie unter Druck gesetzt haben, auch nicht als es um den Einstieg ins Geschäft ging».

Was er mit Sicherheit mit ihnen teilt, ist die Achtung vor Mensch, Tier und Natur. So werden neue Lieferanten sorgfältig ausgesucht, man kennt viele der Bauern, die überall auf der Welt verstreut sind, persönlich. Auf Firmenreisen, zum Beispiel nach Südfrankreich, sehen aber auch die Mitarbeiter, woher die Erzeugnisse stammen, die sie verarbeiten. Etwa von der biologisch-dynamischen Landwirtschaft oder aus Bio-Wildsammlungen.

Bezüglich der Qualität von Pflanzenprodukten herrscht in der Schweiz eine strenge Zertifizierung. Mithilfe der Gas-Chromatographie können beispielsweise Bestandteile aus den Ölen identifiziert werden. «So kann man allfällige Streckungen, Verunreinigungen oder Pestizide sofort erkennen», erklärt Malvin Richard.

Wird Farfalla auch in den nächsten Jahren in Freundes- und Familienhänden bleiben? «Wir haben schon x Kaufangebote abgelehnt und werden das auch weiterhin tun», sagt Jean-Claude Richard bestimmt.