

Viele Schweizer Kosmetikerhersteller blicken auf eine lange Tradition zurück: Alte Werbeplakate von Rausch und Weleda.



# WIR MACHEN DIE WELT SCHÖNER

In der Schweiz werden nicht nur die beste Schoggi und die präzisesten Uhren hergestellt. Auch **Schweizer Kosmetikprodukte** sind begehrt von Moskau bis New York. Denn made in Switzerland steht für hohe Qualität.

Text **Nicole Tabanyi**

**W**er an die Schweiz denkt, an unser kleines Land im Herzen Europas, rühmt zuerst zwei Dinge: Unsere Schokolade, die zu den weltweit besten gehört und auch Naschkatzen im fernen Kasachstan erfreut. Und unsere präzisen, schönen und hochkarätigen Uhren.

Doch die Schweiz ist noch für etwas anderes bekannt, nämlich für ihre erstklassigen Produkte, die alle im Dienste der Schönheitspflege stehen und die von Rio bis Mekka beliebt sind. Denn wer sich einmal seine Haare mit einem Shampoo aus Schweizer Kräutern gewaschen hat oder

## DIE SCHWEIZER KOSMETIK-BESTSELLER IM AUSLAND



Im Mittleren Osten sehr gefragt: die «Sensitive Visage Feuchtigkeits-Linie» von **Biokosma**.



Ein Luxus, den Frauen überall schätzen, die «Skin Caviar Luxe Cream» von **La Prairie**.



In 26 Ländern erhältlich: «Weidenrinden Shampoo» von **Rausch**. 1890 bei Kreuzlingen gegründet.



«Phyto Lift Cream» von **Mila d'Opiz**. In Asien neben der Skin Vital Linie zum Aufhellen sehr beliebt.



«Sensitive Tagescreme» von **Toitbel**. Ein junges Kosmetiklabel, das man auch in Russland kennt.





Aktuelle Werbungen für Schweizer Kosmetik im Ausland (von links): Biokosma in Korea, Toibtel in Russland, Louis Widmer in den USA, Rausch in China.



sein Gesicht mit einer Crème auf der Basis von Thurgauer Äpfeln verwöhnen konnte, möchte die Beauty-Elixiere made in Switzerland nicht mehr missen.

«Die Schweiz ist ein Kosmetikland mit langer Tradition. Viele unserer Marken sind schon seit einigen Jahrzehnten rund um den Globus bekannt», sagt Bernard Cloëtta, Geschäftsführer des Schweizerischen Kosmetik- und Waschmittelverbandes mit Sitz in Zürich.

### Schweizer Kreuz im Badezimmer

So, wie die Schweizer Uhren für Verlässlichkeit stehen, verbindet man mit der Körperpflege made in Switzerland ein Handwerk, das Tradition hat und deshalb für hohe Qualität garantiert.

Genau diese Symbiose aus Qualität und Tradition ist das Erfolgsrezept der

Schweizer Kosmetika. Denn mit jedem Döschen, das eine Kundin von Juvena, Weleda oder Gerda Spillmann kauft, erwirbt sie sich auch ein Stück Schweizer Qualitätsbewusstsein. «Und darüber freuen sich die Damen nicht nur hier, sondern sind auch in Dubai stolz, wenn sie in ihrem Badezimmer ein Produkt mit einem Schweizer Kreuz stehen haben», weiss Bernard Cloëtta.

So kommt es, dass über die Hälfte aller Crèmes, Shampoos, Bodylotions und Make-ups, die von den 50 Schweizer Kosmetikherstellern produziert werden, ins Ausland gelangen. Und in Asien, Südamerika oder auf der Arabischen Halbinsel in die Regale des Fachhandels gelangen. Dort erzielen sie einen Umsatz von zwei Milliarden Franken im Jahr – die Hälfte ihres Gesamtumsatzes.

Richtig angefangen hat dieser Boom in den 1950er-Jahren mit Gerda Spillmann und ihrem Make-up «Bio-Fond». Als die Grande Dame der Schweizer Kosmetikbranche 1944 ihren allerersten Bio-Fond entwickelte, hatte sie nicht in den kühnsten Träumen daran gedacht, dass er sich zu einem internationalen Bestseller entwickeln würde.

Doch schon bald schwörte die US-Filmdiva Liz Taylor auf dieses einzigartige Make-up – und mit ihr ganz Hollywood. Inzwischen gibt es an der Westküste Amerikas wohl kaum jemand, der das schwarze Puderdöschen mit dem silbernen Schriftzug «GS» nicht kennen würde.

Ob Make-up von Starformat, Haarpflege mit Schweizer Bio-Kräutern oder hochtechnisierte Anti-Ageing-Pflege: Die Marke Schweiz geniesst weltweit hohes

«Die Schweiz ist ein Kosmetikland mit langer Tradition. Viele Marken sind schon seit Jahrzehnten rund um den Globus bekannt.»

Bernard Cloëtta, Schweizer Kosmetikverband

Ansehen. «Wir exportieren unser Sortiment in 26 Länder und stellen immer wieder fest, dass unsere Shampoos im asiatischen Raum ein «must have» sind und bleiben», sagt Marco Baumann, Patron der Rausch AG in Kreuzlingen TG.

Aber auch neue Schweizer Kosmetikmarken finden rasch ihre Fangemeinde. «In Russland ist unsere Toibtel-Pflegelinie

bereits der letzte Schrei», sagt Wolfgang Mayer, Geschäftsführer der Skin Concept AG, die im zürcherischen Affoltern am Albis auch die Produkte der Marken Swisscode und Vinoderm produziert.

Denn auch in Moskau ist es nicht anders als in New York: Wer sich etwas Besonderes leistet, gibt damit zu verstehen, dass er selbst etwas Besonderes ist. ■

### BEAUTY-LOS

## 120 Citrus-Sets von Weleda zu gewinnen

0901 900 100  
1 Franken/Anruf  
ab Festnetz

Die «Schweizer Familie» verlost 120 Citrus-Sets von Weleda im Wert von je 30 Franken. Bestehend aus einer Weleda-Citrus-Erfrischungsdusche und einer reichhaltigen und pflegenden Weleda-Citrus-Hand- und Nagelcrème.



Weckt die Lebensgeister und macht die Hände zart und weich: Das zweiteilige Citrus-Erfrischungssset von Weleda ist die ideale Pflege für den Sommer.

**ANRUFEN UND GEWINNEN:** Wählen Sie die Nummer **0901 900 100** (1 Franken/Anruf ab Festnetz), und schon nehmen Sie an der Verlosung teil. Sie erfahren sofort, ob Sie zu den Gewinnern gehören. Ist dies der Fall, sprechen Sie bitte Name, Adresse und Ihre Telefonnummer aufs Band. Oder schicken Sie eine Postkarte mit Ihrer Adresse an: «Schweizer Familie», «Beauty-Los», Postfach, 8099 Zürich. Einsendeschluss: 28. 7. 2011

### DIE SCHWEIZER KOSMETIK-BESTSELLER IM AUSLAND



«Restoring Cream» von **Valmont**. In der Valmont-Klinik kurte schon Filmdiva Ingrid Bergman.



Naturkosmetik seit 1921 – in 50 Ländern erhältlich: «Granatapfel Crémédouche» von **Weleda**.



In Hollywood das Make-up der Stars: «Bio-Fond», in 23 Farbnüancen, von **Gerda Spillmann**.



«Hautcrème» von **Tal**, 1973 gegründet. Auch in Italien und Österreich ist das Produkt ein Bestseller.



Filmdiva Sophia Loren kannte **Juvena**-Produkte schon 1965. Weltbestseller: die «Master Cream».



«Nectar Cutis Serum» von **Ananné**. Ein junges Naturlabel aus Zürich, das man in England sehr schätzt.



In Kuwait so bekannt wie in der Schweiz: «Tagescreme» von **Louis Widmer**, gründet 1960.

### Schweizer Kosmetik – Eine Erfolgsgeschichte

Auch die Migros-Tochter Mibelle Cosmetics mit Sitz in Buchs AG exportiert ins Ausland. Wer in Indonesien weit und in einem Kosmetikgeschäft in Jakarta eine Gesichtspflege aus der Linie «Phyto Stem Cell Line» kauft, erhält eine Crème, die auf derselben Anti-Ageing-Substanz basiert wie die grünen Zoé-Produkte aus der Migros: nämlich auf Stammzellen des

alten Apfelsorte aus dem Thurgau. Dass seine Wirkstoffe helfen, die Haut zu straffen, entdeckten Forscher 2008 in den Mibelle-Biochemie-Labors. Seither ist der Apfel als Schönheitsmittel auf der ganzen Welt begehrt. **Über 50 internationale** Kosmetikfirmen haben seine Stammzellen inzwischen in ihr Sortiment aufgenommen. Der «Swiss Apple» – eine Erfolgsgeschichte.



Seit Zoé ist der Apfel als Schönheitsmittel überall begehrt.