

Tirol Tipps

Kosmetik aus der "Hexenküche": alpienne setzt auf Natur pur

WIRTSCHAFTSZEIT | Marion Breiter -- 10.01.2023

--



Lisl Larcher, Geschäftsführerin der Tiroler Alpine Naturprodukte GmbH

„Warum in die Ferne schweifen?“, dachten Lisl Larcher, Geschäftsführerin der Tiroler Alpine Naturprodukte GmbH, und ihr Team und entdeckten die Pflanzen des Alpenraums für die Kosmetik-Marke: „alpienne“. Die bestechende Kraft der Natur ist den Produkt-Serien auf den ersten Blick bzw. Griff anzumerken. Eingesetzt wird sie übrigens schon seit Jahrhunderten, von den Kräuterweibern und Wurzengrabern. Ganz so neu ist das Konzept hinter „alpienne“ also gar nicht. Das alte Volkswissen wurde schließlich über Generationen hinweg weitergegeben. Heute wird es mit modernen Maßstäben genutzt und durch zeitgemäße Technologien perfekt abgerundet. Die Ingredienzien der hochqualitativen Kosmetikprodukte kommen aber wie anno dazumal direkt vom Berg, von Hand gepflückt und kontrolliert.

Frau Larcher, im Namen „alpienne“ steckt das Wort „Alpen“ – warum das?

„Alpienne“ ist eine Wortschöpfung – es war uns wichtig, dass das Wort „Alpen“ im Namen

vorkommt, da unsere Rohstoffe und Produkte sowie auch wir selbst aus den Alpen kommen.

Was ist das Besondere an Ihren Naturkosmetik-Produkten, wodurch unterscheiden sie sich von anderen?

Die Idee hatte unser Senior Chef, Reinhard Schuler, mein Vater. Er hatte ursprünglich ein Elektrogeschäft, hat sich aber nebenbei immer für Naturprodukte interessiert, hat Schnaps gebrannt, Arnika- und Murmeltieröl hergestellt. Als er mit 50 in Pension gegangen ist, wollte er noch etwas machen und hatte die Idee, alte Heilmittel, die es immer gegeben hat, neu zu entwickeln und zu interpretieren. So entstand zunächst unsere erste Marke „Gutes aus Tirol“, dann als unsere zweite Marke „alpienne“ mit den gleichen Grundsätzen. Allerdings haben wir diese für die Hotellerie verfeinert.

Unser Credo der ersten Minute lautete: Warum in die Ferne schweifen, wenn das Gute liegt so nah. Unsere Täler, Wälder, Alpen sind voller wirkstoffreicher Pflanzen und wir verarbeiten diese basierend auf dem Wissen unserer Vorfahren zu modernen neuen Produkten. Für unsere alpine Naturkosmetik verwenden wir ausschließlich Rohstoffe, welche bei uns in den Alpen wachsen und verarbeiten diese zu tollen Produkten.

Gerade bei Naturkosmetik erwartet man sich besondere Nachhaltigkeit – in welchen Bereichen wird diese im Unternehmen gelebt?

Wir sind „Climate Partner“ und beziehen unsere Rohstoffe aus einem Radius von 50 Kilometern. Wir setzen Glasgebinde, Naturkartone und -papiere sowie recycelte PET-Gebinde ein, weiters verwenden wir unsere Verpackungskartons als nachhaltiges Füllmaterial sowie Karopack als Versandsicherung. Mit den plastikfreien Packmitteln haben wir gute Erfahrungen gemacht.

Alle Produkte werden in unserer kleinen „Hexenküche“ im Pitztal unter höchsten Standards von Hand und mit viel Liebe und Leidenschaft produziert. Wir schaffen Arbeitsplätze im Tal und werden auch jährlich von verschiedenen Behördenstellen geprüft und zertifiziert, so z.B. von Bio Austria.

Welche Produkte umfasst das Sortiment und was sind die „Star-Produkte“?

Unser Sortiment umfasst über 500 verschiedene Produkte in den Bereichen Kosmetik, Körperpflege, Gesundheit & Sport, Geschenke, Nahrungsergänzungsmittel und Zirben-Produkte. Wir haben einige Star-Produkte in unserem Sortiment wie die „Alpienne Anti Aging Tagescreme“, das „Waldmeister Power Serum“ und die „Rosenkind Ultra Vital Creme“, ebenso

wie unsere Klassiker, das Murmelöl, das Zirbenöl und weitere schöne Geschenk-Ideen.

Wie bringen Sie die Produkte an den Mann bzw. die Frau, wo sind sie erhältlich?

Wir vertreiben unsere Produkte in 4 und 5 Sterne Hotels, im ausgewählten Fachhandel, in Reformhäusern, Apotheken sowie online unter kaufhausderberge.at. Online liefern wir EU-weit aus.

Den größten Anteil an der Distribution haben mit etwa 60 Prozent die Hotels, und zwar mit Zimmerware, für Behandlungen, und wenn vorhanden in kleinen Shops. Kund*innen, die nach dem Hotel-Aufenthalt weiterhin „alpienne“ nutzen wollen, können dann in unserem Online-Shop nachbestellen. In der Schweiz haben wir eigene Vertriebsstellen, in Deutschland, S-Tirol und für Wien haben wir Vertretungen.

Worauf setzen Sie im Marketing insbesondere?

Wir betreiben seit 2018 das Kaufhaus der Berge, unser Shop für all unsere Marken. Dabei betreiben wir vor allem Online-Marketing und sind bei ausgewählten Magazinen und Beiträgen vertreten. Seit 2020 machen wir auch ein hauseigenes Magazin, welches alle zwei Jahre neu herausgegeben wird, über unsere Geschichte, Produkte, Rohstoffe, Themen, etc.

Wie und wann kam es zur Gründung von „alpienne“? Wer steht hinter der Marke?

Die Marke „alpienne“ wurde 2000 entwickelt. In dieser Zeit etwa setzte auch der große Wellness-Boom ein, aber es gab für diesen Bereich nur Produkte aus Asien und Fernost – daher war es unsere Idee, heimische Produkte für diesen Bereich zu entwickeln. Hinter „alpienne“ steht ein Familienbetrieb sowie 20 tolle Mitarbeiter, die die Idee und Philosophie der Marke leben. Mein Vater ist immer noch Senior Chef, ich bin Geschäftsführerin, mein Bruder hat die Vertriebsleitung inne, Meine Schwester macht mit einem Mitarbeiter die Zertifizierungen. Das heißt, das Unternehmen wird rein von Familienmitgliedern geführt. Wir haben alle immer schon, nach der Schule, im Betrieb gearbeitet. Das macht Spaß, ab und zu ist es natürlich auch ein bisschen anstrengend, aber insgesamt ist es eine schöne Sache.

Die Firma besteht seit 1998 – alles hat sich sehr langsam entwickelt. Zunächst war es ein bäuerlicher Verein, später haben wir dann die GmbH gegründet. Und heute bieten wir unter dem Firmendach fünf verschiedene Marken an.

Wo soll Ihre Reise weiter hingehen?

Die Reise geht auf jeden Fall weiter. Wir sind eine kleine Firma, aber bei uns gibt es keinen

Stillstand. Wir sind permanent damit beschäftigt, neue Produkte zu entwickeln. Insbesondere das Segment der Nahrungsergänzungsmittel wollen wir ausbauen, aber auch im Duftbereich ist etwas geplant.

Ein wichtiges Geschäftsfeld sind für uns auch Private Labels: Wir konzipieren eigene Linien für Hotels und da wir klein und flexibel sind, können wir auch Kleinstmengen anbieten.