

Zürcher Seifenhersteller will die Welt erobern

Die Firma Soeder hat den Breitling-Chef Georges Kern als Investor gewonnen

ANDREA MARTEL

Spätestens seit der Corona-Pandemie kennt fast jeder in der Schweiz die Firma Soeder. Die braunen Fläschchen mit ihrem Desinfektionsmittel standen in der Krise überall: an den Eingängen zu Bürogebäuden, in Restaurants, Hotellobbys und auch in vielen Haushalten. Die Zürcher Marke kam mit ihrem Produkt deutlich stilvoller daher als die Konkurrenz. Zudem roch das Desinfektionsmittel nicht nach Chemie, sondern nach Kräutern. Dafür waren die Leute bereit, 20 Franken zu zahlen.

Auch wenn der Hygiene-Hype mittlerweile nachgelassen hat: Die Nachfrage nach Soeder-Produkten ist geblieben. Im vergangenen Jahr stieg der Umsatz um 50 Prozent. Im Fokus steht inzwischen wieder das ursprüngliche Produkt des Zürcher Startups: die Flüssigseife. Zum Sortiment gehören auch Gesichtes- und Körpercremes, Shampoo, Conditioner, Massageöl und Stückseifen. Soeder macht auf den ersten Blick nichts Neues. Das Unternehmen stellt Produkte her, für die es etliche Alternativen gibt, und verlangt dafür ein Vielfaches des Preises der Konkurrenz. 250 Milliliter Soeder-Seife mit dem Aroma «Herbal Garden» oder «Wermut Negroni» kosten 24 Franken, limitierte Editionen gar das Doppelte. Wie funktioniert das?

Tüfteln in der Küche

Die Geschichte von Soeder begann vor etwas mehr als zehn Jahren. Die beiden Schweden Hanna und Johan Olzon Akerström, die als junge Erwachsene in



Georges Kern (links) mit den Soeder-Gründern Hanna und Johan Olzon Akerström. PH

die Schweiz gekommen waren, waren beide designaffin und kreativ und wollten etwas Nützliches und Nachhaltiges produzieren.

Zusammen mit einigen Gleichgesinnten stellten sie zunächst Lampen, Rucksäcke und Tische her, die sie in ihrem Laden im Zürcher Kreis 4 verkauften. Zur Abrundung hatten sie auch Seifen im Angebot. Doch die Inhaltsstoffe überzeugten sie nicht. Also beschlossen sie, selber Seife zu produzieren.

Die Olzons hatten keine Ahnung, wie man eine Seife herstellt. Aber sie wollten es richtig gut machen. «So begannen wir zu tüfteln», sagte Hanna Olzon

Akerström einst in einem Interview. Sie berichtete, wie sie über das Web in der ganzen Welt alte Bücher zusammengesucht hätten, Tutorials schauten und experimentierten. Zwar ist das Prinzip des Verseifens einfach und das Verfahren schon 5000 Jahre alt. Schwierig ist es jedoch, gute Öle zu finden und sie in der richtigen Menge zu kombinieren.

Die Olzons produzierten die Seifen zunächst in ihrer Küche, doch die steigende Nachfrage machte bald eine grössere Produktionsstätte notwendig. Während sieben Jahren stellte Soeder seine Produkte im zürcherischen Schwerzenbach her. Seit Juni ist das

Unternehmen in den SBB-Werkstätten in Zürich Altstetten ansässig, wo auch andere Unternehmen wie die Kaffeemaschinenherstellerin Zuriga und die Material- und Taschenherstellerin Qwstion tätig sind.

Höhe der Finanzierung geheim

Dank dem Umzug fühlt sich Soeder gerüstet für den nächsten Entwicklungsschritt. Mit der neuen Fabrik habe man nun die Kapazität, um die Produkte einem grösseren Kundenkreis anzubieten. «Viele Hotels würden bei uns schon seit längerem gerne Stückseifen bestellen; aber erst jetzt schaffen wir es, diese in grossen Mengen herzustellen und gleichzeitig das Recycling sicherzustellen.»

Die Nachhaltigkeit ist den Olzons neben der Natürlichkeit ihrer Produkte ein grosses Anliegen. Aus Umweltschutzgründen verzichten sie beispielsweise als einer der ganz wenigen Anbieter auf Palmöl. Zudem sind die Glasflaschen nachfüllbar. Laut Johan Olzon Akerström macht Soeder die Hälfte des Umsatzes mit «Refills».

Auch die Internationalisierung soll jetzt angepackt werden. «Wir sind bereit für die Welt», sagen die Olzons. Sie meinen es ernst. Das zeigt eine Nachricht vom Donnerstagmorgen. Soeder hat eine weitere Finanzierungsrunde abgeschlossen. Eine einzige Person hat die Runde im Alleingang übernommen: Georges Kern, der im Kanton Zürich wohnhafte CEO und Miteigentümer der Uhrenmarke Breitling. Kern wird künftig auch im Verwaltungsrat von Soe-

der mitwirken. Wie hoch die Finanzierung ausfällt, wird nicht verraten. Kern spricht jedoch auf Anfrage von einem signifikanten Beitrag.

«Mit Georges Kern haben wir nun jemanden an Bord, der weiss, wie man neue Märkte aufbaut», sagt Johan Olzon Akerström. Bis jetzt sind Soeder-Produkte hauptsächlich in der Schweiz, in Deutschland und in Frankreich erhältlich.

Eine günstige Zweitlinie

Auch neue Produkte sind in der Pipeline. Eine eigene Sonnencreme mit natürlichem UV-Filter dürfte noch vor dem Winter auf den Markt kommen.

Bereits seit Anfang Jahr hat Soeder eine Zweitlinie auf dem Markt: «SO natürlich». Diese Duschmittel, die über Coop, Galaxus und andere Händler vertrieben werden, sind deutlich günstiger als die Soeder-Produkte.

Wie Hanna Olzon Akerström betont, bestehen auch diese Produkte ausschliesslich aus natürlichen Inhaltsstoffen. Günstiger seien sie, weil ihre Zusammensetzung weniger komplex sei. So enthalten sie etwa statt neun verschiedenen Ölen nur drei. Auf Honig, der in allen Produkten der Hauptlinie enthalten ist, wird aus Kostengründen verzichtet. Zudem besteht die Verpackung statt aus Glas aus recykliertem und weiter recyklierbarem Plastik.

Heute beschäftigt Soeder rund achtzig Personen, hat drei eigene Läden, fünf Shop-in-Shops und beliefert rund 800 weitere Verkaufsstellen mit seinen Produkten.