

Vegane Frischekosmetik

USP: FRISCHE Das Gründerduo von RINGANA Ulla Wannemacher und Andreas Wilfinger machten sich schon vor Jahren Gedanken über schöne frische und nachhaltige Produkte im Bereich Beauty und Health-Food. Jetzt sind sie bei diesem Thema dank Innovation und Kreativität führend in der Branche.

AUTOR MATEJ MIKUSIK

Im Jahr 1996 wurde in einem kleinen Labor in Hartberg (Ö) mit einem Küchenmixer der Grundstein zum Kultlabel gelegt – und seither überrascht Ringana durch immer neue, innovative Produkte. Wir haben mit den Machern gesprochen.

Mit Ihrem erfolgreichen Konzept, vegane Frischekosmetik zu produzieren, haben Sie den Nerv der Zeit getroffen. War das immer so?

ANDREAS WILFINGER: Mitte der 90er Jahre hat noch niemand daran geglaubt. Wir hörten immer wieder Aussagen wie «Was wollt's denn damit?» Doch für uns war es von Anfang an selbstverständlich, dass wir ausschliesslich Inhaltsstoffe in unsere Naturprodukte geben, die frisch und wirkungsvoll sind. Künstliche Konservierungs-

stoffe, Mineralöle und ähnliches sind nicht nur bedenklich, sie sind vor allem auch für die Wirkung irrelevant. Ihr Wegfallen schafft Platz für eine Wirkstoffkonzentration, auf die wir stolz sind.

ULLA WANNEMACHER: Unser Alleinstellungsmerkmal – die Frische – hat uns damals den Weg in den Handel versperrt. In der Apothekerkammer hat man uns nach genau fünf Minuten wieder hinauskomplimentiert. Produkte mit einer vergleichsweise kurzen Haltbarkeit in den Regalen waren für sie undenkbar.

Und woher kommt das, dass Sie so hohe Ansprüche an Ihre Kosmetik stellen?

ULLA WANNEMACHER: Wir sind früh Eltern geworden und wollten alles ganz richtig machen. Unser älterer Sohn hatte im Kindergarten Kontakt zur sogenannten «Zahnputzfee». Sie hat eine Zahnpasta mitgebracht; unser Sohn kam mit der Zahnpasta nach Hause. Es war eines der ersten Jahre, in denen Kosmetik deklariert sein musste. Man konnte als Konsument feststellen, was drinnen ist.

Und was war drinnen?

ANDREAS WILFINGER: Alles andere als das, was ich mir für meinen Sohn wünschen würde. Da haben wir uns gedacht: Das machen wir anders, das machen wir selbst. Natürlich haben wir auch die Geschäftsidee gesehen. Aber das mag kitschig klingen: Wir wollten es besser und richtiger machen, das war unsere Triebfeder. Ich habe auch einen Brief an Greenpeace geschrieben, in dem ich mich über das Thema halogenorganische Verbindungen (organische Stoffe mit mindestens einem Halogenatom) mokiert habe, nur leider kam keine Antwort. Erst Jahre später haben sie das Thema aufs Tapet gebracht. Die Zahnpasta, die unser Sohn damals mit nach Hause gebracht hat, gibt es noch heute.

Wie ist der Name Ringana entstanden?

ANDREAS WILFINGER: Der Name leitet



«Das machen wir anders und selbst.» Foto: Ringana

sich vom Hartberger Hausberg in der Steiermark, dem «Ringkogel» ab. Wir fühlen uns der Region sehr verbunden. Mein Vater hat zudem eines der ersten Biohotels in den 70ern hier eröffnet und nannte dies «Ringhotel» – somit lag der Name quasi schon in der Familie. Zudem hatten wir damals kein Geld, um mit einer professionellen Agentur eine Marke zu entwickeln. Den Brand gibt es übrigens bereits schon seit 26 Jahren.

Womit gelang der Durchbruch?

ANDREAS WILFINGER: Anfänglich versuchten wir die Frischekosmetik über den stationären Handel oder auch Apotheken zu vertreiben. Mit Produkten, die über eine vergleichsweise kurze Haltbarkeit verfügen, sind wir damit allerdings gescheitert. Der Erfolg kam mit dem Umdenken im Vertrieb: Wir haben die Kurgäste vom Hotel meines Vaters die Produkte testen lassen. Und sie waren so begeistert, dass sie die Produkte weiterempfohlen haben. ■

RINGANAisi_ _

Die neueste Innovation von Ringana ist der natürliche und vegane Chill- und Relaxdrink RINGANAisi_ _ . Er setzt in einer ausgeklügelten Rezeptur mit über 20 Zutaten auf das Beste, das die Natur zu bieten hat und kommt ganz ohne künstliche Konservierungsstoffe und künstliche Aromen aus. Denn immer mehr Menschen fällt es schwer, abzuschalten. Mittlerweile wird der Faktor Stress auch immer mehr zum volkswirtschaftlichen Problem, weil damit viele Erkrankungen einhergehen können. RINGANA hat mit dem RINGANAisi_ _ auf dieses Problem reagiert – ein Drink, der entschleunigt und hilft, zur Ruhe zu kommen.

RINGANAisi_ _ (12 x 30 ml um Franken 55,37). Erhältlich ab sofort über den RINGANA Onlineshop www.ringana.com