



Wieder mehr Pionier sein

Die A. Vogel AG ist die grösste Phytoarzneimittelfirma in der Schweiz und verarbeitet jedes Jahr rund 300 Tonnen Pflanzen. Warum die Firma auf Frischpflanzen setzt, wieso wissenschaftliche Forschung für sie so wichtig ist und welche Pflanze er am faszinierendsten findet, erzählt CEO Andy Suter.

 Céline Jenni |  Miriam Kolmann

Andy Suter, 2023 ist ein Jubiläumsjahr für die Marke A. Vogel. Wie feiern Sie das?

Andy Suter: Vor 100 Jahren hat Alfred Vogel seinen ersten Laden in Basel aufgemacht, eine Art Reform- und Kräuterhaus. Deshalb ist das eine Art von Jubiläum, weil wir schon so lange am Markt sind – auch wenn es die A. Vogel AG in der heutigen Form noch nicht seit 100 Jahren gibt. Wir planen einige Events in den 25 Ländern, in denen wir tätig sind. Und am 2. September ist dann hier in Roggwil ein grosser Tag der offenen Tür.

Alfred Vogel hatte verschiedene Grundsätze, wie wirken diese bis heute nach?

Alfred Vogel war eine sehr prägende Figur und seine Grundsätze haben wir in Markenkennwerte für unsere Firma umgewandelt. Da geht es beispielsweise darum, dass bei uns alles auf Frischpflanzen basiert und wir die Wirkung der pflanzlichen Präparate auch wissenschaftlich beweisen können. Aber auch in der Informationsvermittlung sind wir stark.

Manchmal werden wir als etwas konservativ und verstaubt angesehen, obwohl wir sehr viel investieren und Innovationen bringen – das müssen wir nur noch mehr zeigen. Insgesamt wollen wir wieder mehr Pionier werden, wie es auch Alfred Vogel war, und dabei neue Pflanzen entdecken und gute Geschichten dazu erzählen, um

den Leuten die Geheimnisse der Natur näherzubringen.

Warum setzen Sie auf frisch verarbeitete Pflanzen?

Dieses Prinzip hat Alfred Vogel stark eingebracht und dem bleiben wir treu. Er hat als Naturarzt gesehen, dass wenn man eine Pflanze ganz frisch vom Feld nimmt und verarbeitet, sie nichts vom Wirkungsspektrum verliert. Bei eigenen analytischen Untersuchungen und In-vitro-Tests konnten wir das auch bestätigen. Beim Trocknen verliert man Substanzen wie ätherische Öle oder man zerstört gewisse Stoffe. Insgesamt sind wir bestrebt, möglichst potente pflanzliche Wirkstoffe zu haben, auch wenn das natürlich einen grösseren Aufwand in der Produktion bedeutet.

Was heisst das für die Produktionswege?

Spätestens 24 Stunden nach der Ernte sollten die Pflanzen bei uns sein oder in einem Kühler, wenn die Pflanzen von weit her kommen. Damit ist garantiert, dass wir frische Ware haben. Das ist ein grosser Teil vom Qualitätsmanagement.

Woher kommen die Pflanzen?

Wir arbeiten nicht nur mit einheimischen, sondern mit Pflanzen aus der ganzen Welt. Der grösste Anteil wird angebaut, entweder

Die A. Vogel AG produziert in Roggwil (TG) pflanzliche Arzneimittel, Nahrungsmittel und Nahrungsergänzungsmittel aus Frischpflanzen und vertreibt diese international. Seit 2020 ist **Dr. Andy Suter** CEO der A. Vogel AG. Er hat Biologie an der Universität Zürich studiert und arbeitete zuerst in der Pharmaindustrie. 1998 ist er in der Forschungs- und Entwicklungsabteilung der A. Vogel AG eingestiegen, da ihm die Arbeit mit der Natur besser gefallen hat. Es begeistert ihn, aus Pflanzen Produkte zu kreieren, die Menschen in ihrer Gesundheit unterstützen.

direkt bei uns oder bei Auftragsbauern in der Region und alles möglichst biologisch. Ein kleiner Teil ist Wildernte. Dort wird sehr genau geschaut, wie es gesammelt wird und woher es kommt, das ist alles zertifiziert.

Bei Ihren Pflanzen ist der biologische Anbau zentral, wo setzen Sie sich weitere Nachhaltigkeitsziele?

Wir investieren momentan sehr viel in Biodiversität. Wir wollen der Natur wieder etwas zurückgeben und sie auch einmal wieder verwildern lassen. Wir haben letztes Jahr zudem eine Fotovoltaikanlage über die ganze Vorderseite eröffnet, mit der wir etwa 30 Prozent unseres Strombedarfs abdecken können. Das bauen wir noch weiter aus, auch um zu einem gewissen Grad selbstversorgend zu sein.

Andy Suter

«Alfred Vogel hatte eine ausgeprägte Gabe, sein Wissen zu vermitteln, und das wollen wir weitertragen.»

Auf welcher Pflanze basiert Ihrer Meinung nach das spannendste Produkt, welches Sie im Sortiment haben?

Ich glaube, das ist schon der Rote Sonnenhut (*Echinacea purpurea*). Nicht unbedingt, weil es ein Leaderprodukt ist oder weil Alfred Vogel es schon das beste Produkt fand. Sondern weil wir in den letzten zwanzig Jahren viel in die Forschung dazu investiert haben. Und es ist extrem spannend, was diese Pflanze alles kann, sie ist beinahe ideal gegen Atemwegsinfektionen. Müsste man jetzt eine Pflanze designen, die genau so gegen Erkältungen wirkt, würde man auf *Echinacea purpurea* kommen. Die Modulation des Immunsystems zusammen mit entzündungshemmenden und antiviralen Wirkungen bei sehr guter Verträglichkeit ist faszinierend.

*Apropos: Das Produkt Echinaforce war 2020 ganz gross in den Schlagzeilen und die Regale leer gekauft, weil es eine Laborstudie gab, wonach ein pflanzlicher Extrakt von *Echinacea purpurea* im Reagenzglas auch*

Coronaviren abtöten könne. War das einfach ein gut geplanter Marketinggag?

Nein, wir wollten nichts dergleichen machen. Wir arbeiten schon seit Jahren mit dem Labor Spiez zusammen, welches sich als eines der besten Hochsicherheitslabore der Schweiz auf diverse Viren spezialisiert ist. Wir arbeiteten gerade an einer wissenschaftlichen Publikation mit dem Labor Spiez, als die Coronapandemie ausgebrochen ist, und haben deshalb auch noch Untersuchungen mit Sars-CoV-2 veranlasst. Die Publikation war dann für Fachleute verfügbar; wie das genau an die Boulevardpresse gelangte, ist uns nicht bekannt, wir waren hier nicht involviert. Nur schon aufgrund der schweizerischen Pharmagesetzgebung ist es illegal, die Öffentlichkeit auf so eine Art und Weise zu informieren. Wir hatten daher schon in einer sehr frühen Phase, als die Geschichte ins Rollen kam, die Marktüberwachung von Swissmedic über die Sachlage informiert. Wir haben deshalb auch während der ganzen Zeit, in der Schlagzeilen gemacht wurden, keine Statements abgegeben und uns auch nicht mit Medien ausgetauscht.

Diese erste Studie war vielversprechend bei Zellkulturen, aber haben Sie auch noch eine klinische Studie gemacht, ob Echinaforce tatsächlich auch im Menschen wirkt?

Ja, wir haben dazu eine Präventionsstudie über fünf Monate mit 120 Teilnehmern gemacht. Eine Hälfte hat nichts eingenommen und die andere präventiv Echinaforce. Es gab signifikant weniger Sars-CoV-2 Infektionen unter Echinaforce und die Virenlast nahm auch signifikant ab.

Sie orientieren sich stark an der rationalen Phytotherapie, also dass Ihre pflanzlichen Mittel auf wissenschaftliche Wirkung geprüft werden. Warum ist Ihnen das so wichtig?

Das ist ein Unterscheidungsmerkmal zu anderen Firmen, und wir wollen auch nur Dinge erzählen, zu denen es wissenschaftliche Daten gibt. Das rechtfertigt gerade auch im Ausland einen etwas höheren Preis. Für Ärzte, Apothekerinnen und Drogeristen ist das auch ein Verkaufsargument. Und schlussendlich wollen wir einfach

wissen, wie etwas wirkt. Persönlich finde ich das unglaublich spannend und faszinierend. Natürlich kostet es Geld, aber wenn wir eine Pionierrolle einnehmen wollen, dann braucht es diesen Anspruch. Insgesamt arbeiten bei uns in der Forschungs- und Entwicklungsabteilung zusammen mit der Qualitätssicherung etwa 50 Personen.

An welchen Forschungsprojekten sind Sie sonst noch dran?

Wir sind stark bei Erkältungskrankheiten, bei Männererkrankungen wie Prostataproblemen und bei Frauen mit Wechseljahresbeschwerden wie Hitzewallungen. Nun sind wir daran, noch ein weiteres Feld aufzubauen mit Schlaf und Stress. Da werden wir bald mit neuen Produkten kommen.

Die Anzahl der Phytoarzneimittel in der Schweiz ist in den letzten Jahren stark gesunken und es wurden kaum neue Präpa-

rate registriert. Gibt es überhaupt noch Möglichkeiten für Innovationen?

Wir sind ein paar Dinge am Entwickeln, aber es ist ein riesiger Aufwand. Mit der heutigen Gesetzgebung ist es fast nicht mehr möglich, etwas wirklich Innovatives auf den Markt zu bringen. In der Schweiz weichen deshalb viele auf Nahrungsergänzungsmittel aus, da es günstiger ist und es mehr Spielraum gibt. Wir versuchen auch bei Nahrungsergänzungsmitteln noch mehr auszuprobieren, diese sollen unsere registrierten Phytoarzneimittel begleitend unterstützen. Aber auch bei Nahrungsergänzungsmitteln mit Pflanzen werden wir auch immer klinische Studien dazu machen.

Sie publizieren unter anderem ein Magazin und versuchen, die Öffentlichkeit über Gesundheitsthemen zu informieren. Warum? Alfred Vogel hatte eine ausgeprägte Gabe, sein Wissen zu vermitteln, und das wollen wir weitertragen. Früher haben wir das mit Vorträgen sehr gut gemacht – da müssen wir heute wieder besser werden auf der Ebene von Schulungen. Auf unsere Homepage haben wir international 30 Millionen Zugriffe, in vielen Ländern sind wir bei komplementärmedizinischen und Phytothemen die Nummer eins. Allerdings müssen wir vermehrt auf Social Media wie zum Beispiel Instagram und Tiktok setzen, um dort Informationen weiterzugeben. Und das Magazin ist so ein Liebhaberprodukt, an dem wir momentan sicher noch festhalten.

Sie bieten auch Erlebnisbesuche an, wieso ist das wichtig?

Erst wenn uns Leute besuchen und sehen, was wir machen, werden wir authentisch und können begeistern. Zusammen mit unseren Qualitätsansprüchen und dem wissenschaftlichen Ansatz schaffen wir so eine Verbindung, die einzigartig ist. Besonders internationale Gäste haben natürlich auch Freude an der schönen Umgebung, schliesslich sind wir nicht in einem Industriegebiet. In Roggwil und Teufen haben wir rund 8000 Besucher, und unsere Tochterfirma in Holland mit einem riesigen Garten empfängt jährlich rund 50 000 Besucher. ■



In der Mai-Ausgabe von Wirkstoff erwartet Sie an dieser Stelle ein Gespräch mit Christoph Metzler, Galexis.

Ihre Vorteile unter [branchenversicherung.ch](https://www.branchenversicherung.ch)



Lassen Sie das Wasser ruhig bis zum Hals stehen

Bewusst zu leben erhöht die Chancen, bis ins hohe Alter fit zu bleiben. Mit regelmässiger Körperpflege und bewusster Hygiene tun Sie sich Tag für Tag etwas Gutes – ganz besonders Ihrer Gesundheit.

Branchen Versicherung **Einfach sicher. Seit 1902.**

Branchen Versicherung
Assurance des métiers
Assicurazione dei mestieri