

Similasan AG

Natürliches für Gesundheit und Schönheit

Similasan hat sich in den letzten Jahren vom reinen Anbieter von Homöopathie zum allgemeinen Spezialisten für Naturheilmittel und das Wohlbefinden entwickelt. Den Grossteil der Produkte verkauft das Familienunternehmen im Ausland, vorab in den USA. Jetzt lanciert Similasan in der Schweiz eine neue Naturkosmetiklinie. **Michael Zollinger**

Es war im Jahr 1980, als die drei Drogistenkollegen Armin Späni, Walter Greninger und Herbert Marty Similasan gründeten. Gemeinsam waren sie der Meinung gewesen, dass es doch ausser den chemischen Medikamenten noch etwas anderes geben müsste. Was als Angebot von Drogistenfreunden für Drogistenfreunde begann, entwickelte sich rasch zur absoluten Erfolgsstory. Similasan darf sich auf die Fahne schreiben, die Homöopathie als OTC-Produkte («over the counter») für die Selbstmedikation allgemein zugänglich gemacht zu haben. Mit einer gestützten Markenbekanntheit von 69 Prozent ist Similasan heute buchstäblich in fast aller Munde.

Der Paukenschlag im Pollen-Frühling

Der eigentliche «Big Bang» gelang zwei Jahre nach der Gründung mit einem homöopathischen Medikament gegen den Heuschnupfen. Man erlebte in der Schweiz gerade einen heftigen Pollen-Frühling. Die Boulevardzeitung «Blick» schrieb in einem grossen Artikel über die unangenehmen Konsequenzen für viele – und dass es jetzt etwas ganz Neuartiges namens Similasan dagegen gebe. Das Medikament schlug ein wie eine Bombe. Innert weniger Tage war die gesamte Produktion ausverkauft.

Sukzessive wurde das Sortiment vom damals noch in Affoltern am Albis domizilierten Unternehmen vergrössert. Gegen Augen- und Ohrenleiden, Erkältungen, Verletzungen, Hauterkrankungen, Insektenstiche, Schlafstörungen, nervöse Beschwerden und anderes mehr kamen Similasan-Heilmittel auf den Markt. Dank persönlichen Kontak-

ten wurden die Produkte schon 1983 nach Österreich und Holland geliefert – und im Jahr 1986 wurde eine Tochtergesellschaft in den USA, in einem Ski-Resort in Colorado, gegründet.

Grosser Wachstumsschub in den USA

Zum grossen Wachstumsschub kam es in den frühen 2000er-Jahren, als Similasan die Listung in den grossen US-Supermärkten und Apothekenketten wie Wal Mart, Walgreens und CVS schaffte und den Umsatz innert weniger Jahre sage und schreibe verdreifachen konnte. 2005 erfolgte der Spatenstich für das neue Produktionsgebäude, das 2007 eröffnet wurde.

Im gleichen Jahr verkauften die Gründer die Firma an die Unternehmerfamilie Jüstrich. Michel Jüstrich, der heutige VR-Präsident, integrierte Similasan als eigenständige Unternehmung ins Firmenkonglomerat, zu dem der Nahrungsergänzungsmittel-Hersteller Nahrin und die Kosmetikfirma Jüstrich Cosmetics gehören. Er holte Urs Lehmann als CEO. Der Abfahrts-Weltmeister von 1993 und heutige Skiverbands-Präsident sowie promovierte Ökonom übernahm die Leitung von Similasan 2009.

Die Hälfte des Ausstosses sind Augentropfen

«Die Marke Similasan steht heute nicht mehr ausschliesslich für Homöopathie», sagt Lehmann im Gespräch am Firmensitz in Jönen (AG). «Wir entwickeln, produzieren und vertreiben natürliche Heilmittel, aber auch Produkte fürs Wohlbefinden.» Neu distribuiert man zusätzlich Drittprodukte, sofern sie natürlich und von hoher Qualität sind.

50 Prozent des gesamten Ausstosses machen heute die Augentropfen aus, rund 15 Prozent die Globuli, für die Similasan vor allem bekannt ist. Weitere je 10 bis 15 Prozent der Produktion sind Ohrentropfen sowie der 2010 lancierte Hustensirup.

In den USA, wohin zwischen 50 und 60 Prozent des gesamten Output gehen, erzielt Similasan sogar zwei Drittel des Umsatzes mit Augentropfen.

«Urs Lehmann hat bei Similasan kontinuierlich neue Absatzmärkte forciert.»

«Man ist dort in frühen Jahren ein unternehmerisches Risiko eingegangen, das sich ausbezahlt hat», sagt Lehmann: «In den USA fliegt man aber auch sehr schnell wieder aus den Regalen, wenn die Produkte zu wenig drehen. In den grossen Kanälen sprechen wir von 200 000 bis 300 000 Einheiten, die wir von einem Produkt verkaufen müssen. In der Schweiz können wir auch Produkte anbieten, von denen wir nur 20 000 Einheiten verkaufen.»

Volle Produkte-Pipeline

Unter Urs Lehmann wurden sukzessive neue Absatzmärkte forciert. Nebst Holland, Österreich, Kanada und Südafrika kamen Mexiko, Brasilien, Kolumbien und demnächst Chile dazu. Die Produkte-Pipeline ist heute für die USA wieder bis 2018 prall gefüllt. Für die Schweiz, wo noch rund 15 Prozent des Gesamtvolumens



Bilder: zfg

CEO Urs Lehmann, der frühere Abfahrts-Weltmeister, strebt mit Similasan (hier Bilder aus der Produktion und dem Vertrieb) weiteres Wachstum an. Im Bild oben links präsentiert er Produkte aus der neuen Naturkosmetiklinie.

► mens abgesetzt werden, sieht es ähnlich aus. Dieser Tage lanciert Similasan – vorerst exklusiv hierzulande – eine neue Naturkosmetik-Linie auf der Basis von hochwertigem Inca-Inchi-Öl. Gemäss Lehmann handelt es sich um eine echte Innovation, eine komplett neue Wirkformel, die die natürliche Hautbarrierefunktion aktiviert und für eine angenehme Regeneration der Haut sorgt.

Für diese Entwicklung und Lancierung konnte die Cheftwicklerin von einer deutlich grösseren Mitbewerberin verpflichtet werden. Ein ähnliches Beispiel ist der heutige Verantwortliche für das Exportgeschäft, der ebenfalls von einem wesentlich grösseren Konkurrenten zu Similasan stiess. «Wir sind eine sympathische Marke mit einem hohen Bekanntheitsgrad und einer hohen Glaubwürdigkeit. Bei uns können sich unternehmerisch denkende und engagierte Leute stark selbst einbringen und verwirklichen und sind nicht einfach ein Rädchen im Getriebe», antwortet Lehmann auf die Frage, wie er solche Cracks an Bord zu holen pflegt.

Stark im Fachhandel präsent

Wenig tangiert war Similasan von der hiesigen Gesetzesänderung im Jahr 2012. Seither wird die Homöopathie gleich wie die Neural- und die Phytotherapie sowie die traditionelle chinesische Medizin wieder von den Krankenkassen vergütet. Allerdings ist dies nur der Fall, sofern der Arzt das Heilmittel verordnet, ansonsten eine entsprechende Zusatzversicherung nötig ist. «Für uns hat sich nicht viel verändert. Wir mussten unsere OTC-Produkte stets – genau gleich im Ausland – ohne Rückvergü-



Attraktives Gebäude: Der Hauptsitz von Similasan in Jona im Kanton Aargau.

lung verkaufen und haben uns nie auf irgendwelche Gesetze verlassen können», sagt der CEO.

Hierzulande setzt Similasan weiterhin ausschliesslich auf den Fachhandel, spricht die Drogerien und Apotheken. Freilich beobachtet man den Konzentrationsprozess in der Branche genau und versuche den Fachhandel umfassend und tatkräftig zu unterstützen. Lehmann: «Die Betreuung unserer Absatzmittler ist zentral, und wir verstehen uns auch als deren Sparringpartner. Wir wol-

«Gut 100 Personen arbeiten im Aargau für die Firma, plus 30 im Ausland.»

len sie generell dabei unterstützen, wie sie ihr Geschäft weiterentwickeln können.» Zu diesem Zweck hat man in Jona den Aussendienst leicht ausge-

baut. Insgesamt gut 100 Personen arbeiten im Aargau für Similasan. Weitere 30 sind im Ausland für das Unternehmen tätig.

Spannung wie vor dem ersten Skirennen

In den letzten fünf Jahren hat das Unternehmen viel investiert, sagt Lehmann. Teil der Strategie (2013 bis 2017) sei ein fokussiertes Wachstum. «Es ist wie im Spitzensport, wenn du neun Monate trainierst, und dann gehen endlich die Rennen los: Wir haben jetzt drei bis vier Jahre vorbereitet, und nun kommen die neue Naturkosmetiklinie und Schritt für Schritt unsere OTC-Produkte in den verschiedenen Ländern in den Verkauf. In den USA brachten wir zudem sieben neue Hustentabletten auf den Markt – eine galenische Form, die wir bisher in den USA nicht im Sortiment hatten. Es läuft sehr viel, und ich freue mich extrem auf das, was in den nächsten drei bis vier Jahren kommen wird», sagt CEO Urs Lehmann. ■

**Folgen Sie uns auf Twitter:
@arbeitgeber_ch**

