



«Unsere Körper sind nicht so individuell, wie wir manchmal meinen»: Inhaberin und CEO Tanja Zimmermann-Burgerstein

VITAMIN B

Die Antistress AG, besser bekannt als Hersteller der Burgerstein Vitamine, stellte schon Nahrungsergänzungsmittel her, als in der Schweiz kaum jemand wusste, was Spurenelemente und Vitamine sind. Heute ist der Rapperswiler Pionierbetrieb der grösste Hersteller des Landes. Inhaberin und CEO Tanja Zimmermann-Burgerstein verrät, weshalb ihr Familienbetrieb nie ins Ausland expandierte.

An einem Renntag im Skiweltcup ist man auch bei Burgerstein startklar. Für den Fall, dass eine gerade gestürzte Skifahrerin oder ein Skifahrer in Rapperswil anruft und noch aus dem Rettungshelikopter Produkte bestellt, die den Heilungsprozess unterstützen. Bei Burgerstein ist man stolz auf dieses Vertrauen der Spitzensportler. Als Supplier unterstützt die Firma neben Swiss Ski auch andere Sportverbände und -Clubs mit ihren Produkten – nicht nur bei Verletzungen. Im Gegenteil, der Firmengründer Lothar Burgerstein vertrat die Philosophie, dass nicht die Kranken, sondern die Gesunden gepflegt werden müssen. Diese Überzeugung reifte in ihm, als er sich von einer Verletzung erholen musste. 1966 wurde der erfolgreiche Unternehmer und Jurist von einem Auto angefahren und musste einige Zeit im Spital verbringen. Doch anstatt mit seinem Schicksal zu hadern, nutzte der resiliente 71-Jährige die Zeit, um über den menschlichen Körper und die Gesundheit zu sinnieren. Er fragte sich: «Was brauche ich, um gesund zu werden?» Bei seinen Recherchen stiess er auf das damals wenig populäre Thema der Supplementierung mit Mikronährstoffen. Er fing an, sich mit Vitaminen, Mineralstoffen und Co. auseinanderzusetzen, und nahm selbst verschiedene Produkte ein, um seine Genesung voranzutreiben. Lothar Burgerstein war von ihrer positiven Wirkung so überzeugt, dass er 1972 zusammen mit seinem Sohn Uli den ersten europäischen Anbieter von Supplementierungen gründete: die Antistress AG – Gesellschaft für Gesundheitsschutz. Wie weitsichtig die Pionierat war, belegt eine repräsentative Umfrage des Bundes aus dem Jahr 2023: In der Schweiz schluckt jede dritte Person regelmässig Präparate mit Vitaminen und Mineralstoffen. Burgerstein Vitamine hat sich in den letzten 50 Jahren zum landesweit grössten

Hersteller von Nahrungsergänzungsmitteln entwickelt. Geführt wird das Familienunternehmen in dritter Generation von Tanja Zimmermann-Burgerstein.

Die Umfrage des Bundes hat neben den eindrücklichen Zahlen auch ergeben, dass Frauen häufiger Supplements konsumieren als Männer. Deckt sich das mit Ihren Erfahrungen?

Tanja Zimmermann-Burgerstein: Wir versorgen vom Kleinkind bis zum Rentner die ganze Familie mit unseren Produkten. Der Kaufimpuls geht aber bis jetzt vor allem von Frauen aus. Sie sind es, die ihre Angehörigen mit Vitaminen und Nahrungsergänzungsmitteln versorgen. Lange waren unsere Produkte nur im Fachhandel erhältlich, da ist die Käuferschaft überwiegend weiblich. Mittlerweile können Sie Burgerstein-Präparate auch online bestellen, weshalb die Anzahl männlicher Kunden stetig steigt. Hinzu kommt, dass sich immer mehr Männer mit dem Thema Gesundheit auseinandersetzen.

Wieso betreiben Sie keinen eigenen Online-Shop?
Dafür gibt es verschiedene Gründe. Im Gesundheitsbereich ist persönliche Beratung sehr wichtig, diese bekommen unsere Kundinnen von Drogisten, Apothekerinnen und Ärztinnen vor Ort. Diese Zusammenarbeit mit dem Fachhandel ist für uns deshalb essentiell, weshalb wir ihn nicht mit einem eigenen Shop konkurrenzieren möchten. Abgesehen davon nimmt die Anzahl der Online-Markenshops wieder ab. Sie funktionieren vor allem für Giganten wie Nike oder Apple. Online-Shopper möchten von einem breiten Angebot profitieren und zusammen mit der Milch und der Luftmatratze auch gleich noch ein Burgerstein-Produkt bestellen. Natürlich entwickelt sich auch der Fachhandel weiter und bietet breite Sortimente von Healthcare-Produkten online an.

Zu den Burgerstein-Topsellern gehören seit Jahren etwa die gleichen 15 Produkte. Dazu zählen Vitamin C, Zink, Magnesium und die Multivitaminpräparate Cela, Sport und Topfit.

**Wieso brauchen wir überhaupt Nahrungs-
ergänzungsmittel? Reichen Sport und gesunde
Ernährung nicht aus?**

Unsere Produkte sind ein Puzzlestück einer gesunden Lebensweise, dazu gehören Schlaf, Bewegung – und die richtige Ernährung. Doch gerade das Essen ist eine Knacknuss. Eigentlich wüssten wir alle, wie wir uns gesund ernähren müssten. Aber kennen Sie jemanden, der sich an die Ernährungspyramide hält? So zu essen, ist anspruchsvoll und lässt sich nur sehr schwer mit unserem durchgetakteten Leben vereinbaren. In der Schweiz ist es im Winter ausserdem fast nicht möglich, genügend Vitamin D aufzunehmen, nicht einmal in den Bergen. Schliesslich tragen wir alle Sonnencreme auf, um Hautkrebs und vorzeitiger Hautalterung vorzubeugen. Wer im Herbst damit beginnt, sein Immunsystem zu unterstützen, ist resistenter und hat bessere Chancen, gesund durch die kalte Jahreszeit zu kommen. Ein Garant gegen Grippe sind unsere Produkte nicht. Sie sind auch kein Ersatz für Medikamente.

Mikronährstoffe sind für den menschlichen Stoffwechsel unverzichtbar; sie können aber vom Körper mehrheitlich nicht selbst hergestellt werden. Besteht ein erhöhter Bedarf oder ein Mangel, beispielsweise durch eine Schwangerschaft, intensiven Sport, Wachstum oder erhöhtes Alter, sollten sie im richtigen Mass zugeführt werden. Das Burgerstein-Sortiment umfasst mehr als 80 Produkte mit Mikronährstoffen, sekundären Pflanzenstoffen und lebenden Bakterienkulturen. Die neueste Entwicklung heisst Microcare. Sie besteht aus Mikronährstoffgranulaten, die optisch an bunte Zuckerstreusel erinnern und nach einer Anamnese durch eine Fachperson auf die persönlichen Bedürfnisse abgestimmt und individuell zusammengestellt werden.

**Ist Microcare Ihre Antwort auf boomende
Start-ups, die nach einer Analyse des Blutes
massgeschneiderte Supplements anbieten?**

Ob personalisiert oder nicht, die entscheidende Frage lautet immer: Was will ich mit einem Supplement erreichen? Unsere Körper sind nicht so individuell, wie wir manchmal vielleicht meinen oder uns wünschen. Unser Microcare-Konzept ist nicht für den täglichen



Pionierbetrieb: Heimat
der Burgerstein-Produkte
in Rapperswil SG



Vertrauen als wichtigstes Gut: Abfüllprozess von Vitamin B3

Gebrauch, sondern für eine gewisse Zeitspanne gedacht, beispielsweise um den Körper die ersten zwei Monate nach einer Operation zu unterstützen. Anstatt dass man acht verschiedene Produkte schluckt, mischt man einen Löffel des Granulats in den Frühstücksjoghurt. Der Kundennutzen steht für uns immer im Zentrum, wir springen nicht einfach auf Trends auf.

Wie wichtig ist wissenschaftliche Evidenz?

Bevor keine wissenschaftliche Datenlage vorhanden ist, machen wir uns nicht an die Arbeit. Wir haben uns beispielsweise schon vor zehn Jahren überlegt, ein Collagen-Produkt zu entwickeln, doch damals war die Datenlage so mager, dass wir uns dagegen entschieden haben. Als uns fundierte Zahlen zur Verfügung standen und wir vom positiven Nutzen auf den Bewegungsapparat, die Bänder etc. überzeugt waren, haben wir das Burgerstein-Collagen-Pulver entwickelt.

Welche Rolle spielt der Schweizer Markt für Sie?

Die entscheidende. Wir haben zwar Partnerschaften in Asien und eine Tochtergesellschaft in Österreich, die den europäischen Markt bedient, doch den Grossteil unseres Umsatzes machen wir im Inland. Das hat unter anderem regulatorische Gründe. Die EU-Gesetze für Nahrungsergänzungsmittel sind nicht harmonisiert. Wir

müssten jedes Produkt für jedes Land nach einer eigenen Rezeptur herstellen, dafür sind wir zu klein und uns fehlt auch das internationale Vertriebsnetz. Alternativ könnten wir auf den kleinsten gemeinsamen Nenner einer Rezeptur setzen, damit sie für möglichst viele Länder funktioniert. So arbeiten viele internationale Firmen. Aber diese Vorgehensweise entspricht nicht unserer Philosophie. Wir fänden es schade, unsere Rezepturen nicht optimal anbieten zu können, weil in anderen Ländern andere Gesetze herrschen. Deshalb konzentrieren wir uns auf den Heimmarkt.

Gesundheit hat sich zu einem Megatrend entwickelt. Haben Sie es nie bereut, sich gegen eine Expansion entschieden zu haben?

Die Frage nach einer verpassten Chance haben wir uns in der Vergangenheit auch gestellt. Heute sind wir sicher, die richtige Entscheidung getroffen zu haben. Covid hat uns zu einem Wachstumssprung verholfen und wir konnten die guten Zahlen halten, weil das Gesundheitsbewusstsein der Menschen geblieben ist. In dieser Branche ist Vertrauen unbezahltbar. Ich sage immer, da steht mein Name drauf, da kann ich keinen Chabis reinkommen. Unsere Kundinnen und Kunden schätzen, dass Burgerstein kein anonymer internationaler Brand ist, sondern ein nahbares Familienunternehmen.

Für die 60 Mitarbeitenden will Burgerstein nicht nur ein Familienunternehmen, sondern eine Familie sein. Diesen Grundsatz verfolgt Tanja Zimmermann-Burgerstein, die seit 2016 CEO des Betriebs ist. Bevor die Enkelin des Firmengründers 1996 mit einem Teilzeitpensum einstieg, arbeitete sie in verschiedenen Werbeagenturen im Bereich der Brand Identity. So erstaunt es nicht, dass der Firmensitz in Rapperswil-Jona die Markenidentität von Burgerstein perfekt reflektiert. Die Büros sind hell, schlicht und stilvoll möbliert, mit viel Licht und Glas, Chichi sucht man vergebens. Eine Einrichtung, die klarmacht: Sein zählt hier mehr als Schein. Das gilt auch für den aktuellen Werbeslogan: «Tut gut. – Burgerstein Vitamine.» Falsche Versprechungen überlässt man anderen. Auf dem Fabrikgelände sind Geld und Geist zu Hause, hier werden die Rezepturen entwickelt und hier findet die Prä- und Postproduktion statt. Hergestellt werden die Mikronährstoffe in der Schweiz, der EU oder in den USA, je nachdem, wo sich die Profis für die jeweilige Darreichungsform befinden. Die USA beispielsweise verfügen über grosse Kompetenz in der anspruchsvollen Tablettenpressung in grossen Volumen.

Burgersteins grösste Konkurrenten in der Schweiz sind Supradyn und Berocca, zwei starke Marken mit



**Nummer 1 im Land bei den Nahrungsergänzungsmitteln:
Produktpalette von Burgerstein**

Als Tropfen, Pulver, Hart- oder Weichgelatinenkapseln, Granulate oder Tabletten kommen die Burgerstein-Produkte zurück nach Rapperswil, wo sie die Qualitätsicherung durchlaufen und in ihre schlichte weisse Verpackung gesteckt werden.

Weshalb kosten Nahrungsergänzungsmittel im Ausland oft nur einen Bruchteil?

Bei Aldi und Lidl gibt es Brausetabletten mit Zink und Vitamin C für 2 Franken 50. Ich habe keine Ahnung, wie die Detailhändler mit einem so tiefen Preis Geld verdienen. Natürlich senken grosse Volumina den Preis, aber die Rechnung geht für mich dennoch nicht auf. In den USA gibt es Hersteller, die darauf spezialisiert sind, mit gigantischen Maschinen riesige Mengen zu produzieren. Deshalb bezahlen Kunden im Drugstore nur 12 Dollar für 200 Ibuprofen.

Gibt es noch andere Faktoren, die den Preis beeinflussen?

Die Rezeptur wirkt sich auch auf den Preis aus, je nachdem ob ein teurer oder weniger teurer Wirkstoff verwendet wird. Das gilt auch für Hilfsstoffe, die benötigt werden, um beispielsweise eine Tablette schön zu pressen. Wir sind in diesem Punkt sehr wählerisch, vor allem, was körperfremde Hilfsstoffe angeht. Zum Glück können wir auf unser grosses Know-how in Orthomolekular-Medizin zurückgreifen. Was bei Preisvergleichen oft zu wenig beachtet wird, sind die Packungsgrössen. Viele Hersteller verkaufen Einheiten von sieben Tagen. In der Zeit erreichen Sie nichts, da sitzen Sie besser in die Sonne und trinken mit einer Freundin einen Kaffee, das bringt gleich viel.

Burgersteins grösste Konkurrenten in der Schweiz sind Supradyn und Berocca, zwei starke Marken mit

riesigen Marketingbudgets im Rücken. Aber ein direkter Vergleich ist schwierig, weil Burgerstein nicht bross ein, sondern 80 Produkte anbietet. Das Gleiche gilt für den ausserbörslichen OTC-Markt, da ist das Unternehmen mit dem ganzen Sortiment top gelistet, gefolgt von Algifor und Neocitran. In diesem Segment ist in der Schweiz niemand grösser, «aber es gibt spannende neuere Unternehmen wie beispielsweise King Nature oder Pure Encapsulation von Nestlé. Diese Konkurrenz belebt und verhindert, dass wir träge werden», sagt Tanja Zimmermann-Burgerstein.

Wohin geht die Reise für Burgerstein?

Vertrauen ist unser wichtigstes Gut, das gilt heute und in Zukunft. Natürlich wollen wir die Nummer 1 im Land bleiben. Wir müssen kommunikativ näher und direkter an unsere Kundschaft herankommen, denn die Anzahl der Apotheken und Drogerien nimmt ab. Trotzdem wollen wir unsere Partner im Fachhandel stärken. Sie sehen sich zunehmend mit einer jüngeren Kundschaft konfrontiert, die sich vorab zwei Stunden im Netz über ein Nahrungsergänzungsprodukt informiert hat und mehr weiß als die Fachperson.

Wird irgendwann eine vierte Generation Burgerstein leiten?

Aktuell ist das kein Thema. Wir haben zwei erwachsene Kinder, einen Sohn, der Architektur studiert hat, und eine Tochter, die nun in der Facharzt-Ausbildung ist. Doch wir forcieren nichts. Unsere Kinder haben Eltern, die ihre Arbeit lieben. Das ist, was wir ihnen für ihr Leben mitgeben wollten.

BARBARA LIENHARD