

Tanja Zimmermann-Burgerstein

Die Pille davor

Burgerstein. Ein Name, der verpflichtet. Seit 45 Jahren ist das Unternehmen Schweizer Marktführer im Bereich Vitamine und Nahrungsergänzungsmittel. CEO Tanja Zimmermann-Burgerstein führt das Vorzeige-KMU sehr erfolgreich in dritter Generation. Obwohl die Konkurrenz wächst und das Geschäft mit Lifestyle-Pillen auch im Internet boomt, lautet Burgersteins Strategie: klein, aber fein.

Text: **Silvia Affolter** Bilder: **Lukas Maeder**

Lange galt der Name Burgerstein als Geheimtipp. Heute gibt es kaum einen Schweizer Haushalt, der nicht mindestens ein Produkt dieses Brands in der Küche stehen hat. Über sechzig Nahrungsergänzungsmittel und siebzehn Heilmittel umfasst das Sortiment – und sorgt dafür, dass eine Gesellschaft, die immer weniger Zeit für ausgewogenes Essen und geregelte Mahlzeiten hat, trotzdem die wichtigen Mikronährstoffe zu sich nimmt. Ich treffe CEO Tanja Zimmermann-Burgerstein am Hauptsitz der Firma in Rapperswil-Jona. Das riesige Firmengelände, das an ein Filmstudio erinnert, befindet sich direkt neben der Dorfkirche, inmitten gepflegter Einfamilienhäuser und einer adretten Wohnsiedlung. Der Haupteingang ist unauffindbar. Schliesslich erreiche ich über ein unrepräsentatives Nebengebäude und einen engen Lift die Chefetage. Ein riesiges, offenes Büro mit mehreren grosszügigen Arbeitsplätzen und schönster Sicht auf den Zürichsee bekräftigt das Erfolgsrezept der Firma: Bei Burgerstein legt man Wert auf Inhalt und weniger auf Äusserlichkeiten. Mittendrin das Büro von Tanja Zimmermann-Burgerstein, von den Mitarbeitern nur durch eine Glaswand getrennt.

Alles ist aufgeräumt und ruhig, nur die Kirchenglocken durchbrechen die Stille. Auf dem Küchentisch direkt neben dem Empfang liegt die Einladung zur jährlichen Weihnachtsfeier für die Mitarbeiter – dies zu einem Zeitpunkt, zu dem die Blätter an den Bäumen noch knallgrün sind. Es scheint, dass die Antistress AG ziemlich stressfrei

organisiert ist. Herzlich, bodenständig und unkompliziert: der erste Eindruck von der Chefin. Ihre Kurzhaarfrisur ist burschikos, ihre Kleidung leger, die Ballerinas wirken bequem. Mit einem Kaffee in der Hand läuft die zierliche Person sportlich den Gang entlang und setzt sich an den Besprechungstisch in ihrem Büro. Noch bevor ich die erste Frage fertig gestellt habe, sprudelt es aus ihr heraus: «Warum soll ich expandieren?», fragt Tanja Zimmermann-Burgerstein gerade heraus. Sie arbeite jetzt schon neun Stunden am Tag und habe nicht vor, nur aus Wachstumsgelüsten einen Vierzehnstünder hinzulegen.

Lieber kocht die Mutter einer zwanzigjährigen Tochter und eines neunzehnjährigen Sohnes spannende Gerichte aus aller Welt, töpft endlos viele Schüsseln für den Alltagsgebrauch, erholt sich beim Segeln und Tauchen oder geniesst das Dolcefarniente. Sie staune immer wieder, was andere Unternehmer für tolle und zeitraubende Hobbys hätten. «Ja, mein Lieber, wie willst du das alles nebst der Unternehmungsführung und der Familie noch bewerkstelligen?», frage sie sich dann immer. Sie habe ein völlig unspektakuläres und stressfreies Privatleben, entschuldigt sich die Chefin von 45 Mitarbeitern und lacht herzlichst. Ich habe den Eindruck, dass die CEO der Antistress AG das Credo ihres Grossvaters und Firmengründers Lothar Burgerstein, «Nicht die Krankheit, sondern die Gesundheit müssen wir pflegen», verinnerlicht hat.

Anfangen hat Burgersteins Erfolgsgeschichte mit einem schweren Schicksals-

Über Tanja Zimmermann-

Tanja Zimmermann-Burgerstein wurde 1969 in Rapperswil-Jona geboren. Nach der Matura schaltete sie ein Auslandsjahr ein und arbeitete zunächst in New York bei der Modelagentur Eileen Ford als Bookerin. Zurück in der Schweiz, fing sie als Beratungsassistentin bei der Werbeagentur Aebi/Strebel/Gisler/Suter an.

Berufsbegleitend absolvierte sie Ausbildungen in Marketing und Kommunikation. 1996 startete sie im elterlichen Betrieb, in der Antistress AG. Seit 2016 ist sie CEO. Die Firma stellt die bekannten Burgerstein-Vitamintabletten her und hat ihren Sitz in Rapperswil-Jona. Über achtzig Produkte umfasst das Portfolio für den präventiven und den therapeutischen Einsatz. Zwei Millionen Verpackungen werden jährlich in der Schweiz und in Österreich verkauft. Die Firma gehört zu den erfolgreichsten KMU der Schweiz. Tanja Zimmermann-Burgerstein beschäftigt 45 Mitarbeiter. Sie ist Mutter zweier erwachsener Kinder und ist mit dem Mediziner und ETH-Professor Michael Zimmermann verheiratet. Die Familie lebt in Jona.

www.burgerstein.ch



schlag. 1966 verletzt sich Tanjas Grossvater Lothar Burgerstein bei einem Autounfall. Weil die Heilung damals nur langsam voranschreitet, beschäftigt sich der 71-jährige Jurist und Unternehmer noch im Krankenbett mit dem menschlichen Körper. Auf der Suche nach Erkenntnissen für eine rasche Heilung stösst er auf den zweimaligen Nobelpreisträger Linus Pauling und lernt die Therapie mit Mikronährstoffen, die orthomolekulare Medizin, kennen.

Nach Meinung des amerikanischen Chemikers kann der Mensch seinen Zustand durch «Substanzen verbessern, die normalerweise im menschlichen Körper vorhanden sind». Burgerstein beginnt einen regen Austausch mit dem Forscher – und macht den Selbstversuch: Er stellt sich die entsprechenden Mikronährstoffe zusammen und nimmt sie ein. Mit seiner Genesung geht es rasch voran. Sechs Jahre nach dem Unfall gründet er mit seinem Sohn Uli die Antistress AG. Fast fünfzig Jahre später verbindet jeder Schweizer den Namen Burgerstein mit hochwertigen Nahrungsergänzungsmitteln und Arzneimitteln.

Tanja war drei Jahre alt, als ihr Vater Uli mit ihrem Grossvater die Antistress AG gründete. Oft kam sie sich wie ein Versuchskaninchen vor. Lauter Pillen, die sie schlucken musste, vor allem Lebertran für ihre schlechten Augen. Die Brille ist aber trotzdem geblieben. Damals gab es kaum Vitaminpräparate auf dem Markt. Powerdrinks und Shakes waren gänzlich unbekannt. Nur im Hause Burgerstein gab es die heutigen Lifestyle-Drinks zur Genüge, und zwar «Natur pur». Ein geschlagenes rohes Ei, ge-

mischt mit anderen proteinhaltigen Zutaten. «Es schüttelt mich noch heute», erinnert sich Tanja Zimmermann-Burgerstein, wenn sie an die Frühstücke ihrer Kindheit denke. Das Thema Gesundheit habe sie aber schon früh fasziniert. Am heimischen Familientisch wurde gerne und oft darüber diskutiert. Das Wissen über ausgewogene Ernährung habe sie sich grösstenteils durch das Handbuch «Nährstoffe» angeeignet, einen 300-seitigen Schinken, geschrieben vom Grossvater und seither mehrmals überarbeitet von ihrem Vater Uli, ihrem Mann Michael, Mediziner und ETH-Professor für Human Nutrition,

«Wenn die Leute hören, wer wir sind, meinen sie meistens, bei uns gebe es nur Vitaminpillen.»

und vom Wissenschaftler Hugo Schurgast. Bis heute gilt das Buch als Bibel für eine ausgewogene Ernährung mit Vitaminen, Mineralstoffen und Spurenelementen.

Heute lebt die 48-Jährige zusammen mit ihrem Mann und den beiden gemeinsamen Kindern nur einen Katzensprung von der Firma entfernt. Was steht auf dem Speiseplan einer Familie, die mit gesunder Ernährung ihr Geld verdient? «Wenn die Leute hören, dass wir Burgersteins sind, dann meinen die meisten, bei uns gebe es nur rohe Rüeblis und Vitaminpillen», erzählt sie, doch das sei weit gefehlt. Die ganze Familie sei dem Genuss angetan und weit entfernt von

Körnlipickerei. «Es gibt doch nichts Schöneres als ein feines Essen mit allem Drum und Dran», denkt sie laut nach und freut sich sichtbar. Oft werde gemeinsam gekocht, und Vitaminpillen schlucke sie am liebsten, wenn ihr Mann ihre tägliche Ration schön in einem Eierbecher vorbereite.

Bevor Tanja 1996 in den elterlichen Betrieb einstieg, probierte sie einiges aus: Nach der Matura ging es erst mal ab nach New York. Als Model-Bookerin heuerte sie bei einer der renommiertesten Modelagenturen an: Eileen Ford. Dank ihrer Mehrsprachigkeit und Vitamin B – das sei immer noch die effizienteste Medizin, meint sie und schmunzelt vielsagend – habe sie dort die jungen Models jeweils sicher von einem Fototermin zum nächsten begleiten dürfen. So habe sie diese wunderbare Stadt bestens kennengelernt. Doch nach einem Jahr war das Grosstadtleben vorbei. Gerne hätte ihr Vater sie als künftige HSG-Absolventin gesehen, aber Tanja war lernmüde. Lieber wollte sie arbeiten und sich kreativ einbringen. Ihre Werbe- und Marketinglaufbahn begann sie als Assistentin bei Aebi/Suter/Gisler/Studer und machte berufsbegleitend eine Ausbildung zur Marketingleiterin. «Das hat Spass gemacht», meint sie rückblickend, denn schon von Anfang an durfte sie überall anpacken und in einem kreativen Umfeld tätig sein. Ihr Vater Uli habe sie stets bei all ihren Vorhaben unterstützt. «Tanja, du bist eine Unternehmerin, du machst das schon», ermutigte er sie immer wieder.

Nach den Lehr- und Wanderjahren stieg sie in den väterlichen Betrieb ein und übernahm die bis dahin inexistente Kommunika-

ANZEIGE

Werbung in Restaurants, Cafés, Bars und Take-aways

Ihre Werbung bittet zu Tisch!

Zielgruppenaffines Marketing mit Ihrer Werbebotschaft auf Tischsets, Servietten, Bierdeckeln, Zuckerbeuteln, Pizza- oder Streichholzschachteln.
Effizient, nachhaltig und sympathisch!



www.gastrowerbung.ch 044 404 20 20

Galaxus für schlechte Werbung



6.90
Micasa
Mesh Papierkorb

Das 60-Sekunden-Interview mit Tanja Zimmermann-Burgerstein

Was ist der beste Rat, den Sie Frauen geben können, die Karriere machen wollen?

Grundsätzlich sollte man sich dort engagieren, wo es einem Freude bereitet. Engagement und Karriere sollten gleichgestellt werden in unserer Gesellschaft. Vor allem sollte man das für sich selber tun, nicht für eine Quote, nicht um sich gegenüber Männern zu beweisen oder um sein Studium oder seine Weiterbildungen zu rechtfertigen.

Was würden Sie in Ihrer Karriereplanung aus heutiger Sicht anders machen?

Nichts. Ich habe meine Karriere nicht von Anfang an durchgeplant. War durchaus auch einmal unschlüssig, habe mich aber immer voll eingesetzt.

Was halten Sie von Frauenquoten?

Frauen sind in allen Bereichen wichtig und eine Bereicherung – aber schliesslich müssen die Fähigkeiten im Vordergrund stehen.

Was können Frauen von Männern lernen und umgekehrt?

Weniger lange an etwas herumstudieren, sondern einfach überlegt, cool handeln. Frauen haben eher Selbstzweifel, Männer auch – sie zeigen es aber viel weniger. Etwas Empathie für das Gegenüber hat noch nie jemandem geschadet, das sollten auch die Männer wissen.

Was können Frauen definitiv besser?

Zwei Dinge (oder sogar mehr) auf einmal tun. Meist sind Frauen auch stärker in Familie und Beruf eingebunden. Sie sind es gewohnt, mehrere Aufgaben auf dem Radar zu haben, das hilft einem bei der Organisation.

Welches sind für Sie die nützlichsten Business-Netzwerke?

Ich bin kein grosser Business-Netzwerk-Mensch.

Wenn, dann sind es branchenspezifische.

Was muss passieren, damit auch in der Schweiz mehr Frauen in Führungspositionen kommen?

Erst einmal müssen sie es wollen – ob mit oder ohne Kinder. Das Image der Karrierefrau und -mutter ist immer noch negativ behaftet. Das hilft nicht, wenn man Entscheidungsfreiheit hat. Auch hier ist ein gesundes Mass ganz wichtig, sprich, die Gesellschaft kann sich wandeln, damit Familie und Beruf besser koordiniert werden können. Die Leistung und der Wille müssen aber von jedem Einzelnen kommen.

Was unternimmt Ihr Unternehmen dafür?

Im Gesundheitswesen, in den Ernährungswissenschaften oder auch in Berufen aus dem Bereich Pharmazie gibt es eine hohe Frauenquote. Wo es viele Frauen gibt, herrscht auch eine aktive Familienplanung. Wir haben viele Teilzeitstellen durch Frauen besetzt, die nach dem Mutterschaftsurlaub wieder zurückkehrten oder von Anfang an in einem Teilzeitpensum arbeiten wollten. Führungsposition und Teilzeitbeschäftigung ist aber eine schlechte Kombination.

Welche Topmanagerin oder welchen Topmanager bewundern Sie?

Ich persönlich kann mit den Personen, die von der Wirtschaft als Topmanager gekürt werden, wenig anfangen. Ich kenne die Menschen nicht – jedoch bewundere ich all jene, die sich mit Freude und Qualität im Beruf, in der Familie oder im sozialen Umfeld so stark einbringen, dass man sie spürt.

Was wissen die wenigsten über Sie?

Dass ich ganz atypische «Managerhobbys» habe – Kochen, Stricken und Töpfern. Bin eben auch keine Managerin, sondern Unternehmerin. Wir kreieren gerne.

tion. Sie sei klar nie die Tochter des Besitzers gewesen und der Vater habe sie auch nie so behandelt. Heute sei sie froh darüber, dass sie während zwanzig Jahren das Unternehmen in- und auswendig kennenlernen durfte, bevor ihr 2016 die Gesamtverantwortung übertragen wurde. «Ich kann dies jedem Familienunternehmen nahelegen», sagt sie mit Überzeugung. Die Akzeptanz der Mitarbeiter sei dadurch viel grösser. Zudem habe ihr Vater schon früh einen externen CEO angestellt, bevor sie definitiv das Ru-

der übernommen habe. Auch dies sei ein weiser Entscheid gewesen. «Wenn man direkt unter dem Vater arbeitet, ist objektive Kritik nur schwer möglich», bilanziert sie. Zudem tue frisches Blut jedem Familienunternehmen gut. Rückblickend meint sie sogar: «Als Angestellte habe ich auch gelernt, wie ich es nicht machen würde.»

Seit Tanja Zimmermann-Burgerstein Kommunikation und Marketing vorangetrieben hat, zählt das Unternehmen zu den «most trusted brands» im Bereich Vitaminpräpara-

te. Das sei von unschätzbarem Wert, sagt sie nicht ohne Stolz. Trendprodukte kämen und gingen, gerade der Lifestyle-Bereich sei davon abhängig. «Umso wichtiger ist es, nachhaltiges Vertrauen mit der Marke zu kreieren.» Und so ist Burgerstein schon lange kein Geheimtipp mehr, sondern ein Brand, der sich offenbar eine spezielle Strategie erlauben kann. Bei dieser gilt: kein Wachstum um jeden Preis.

«Wir fahren keine klassische Strategie», erklärt Zimmermann-Burgerstein. In einem Umfeld, wo Vitaminpillen und Lifestyle-Pillen millionenfach im Internet und in fast jedem Laden angeboten werden, setzt die Unternehmerin weiterhin auf Kundenservice im B2B-Bereich (Fachhandel, Apotheken, Ärzte und Therapeuten) und durchdachte, innovative Produktentwicklungen.

Online seien die Produkte zwar überall erhältlich, und zwar über den Fachhandel wie auch über fremde Allround-Portale, aber es werde ganz bewusst auf einen eigenen Onlineshop verzichtet.

«Wir sind nach wie vor davon überzeugt, dass Gesundheit Beratung braucht», meint sie, aber ob diese Beratung immer im Fachgeschäft oder in einem gescheiterten interaktiven Portal stattfinden müsse, könne man durchaus diskutieren.

«Vier Fünftel der Burgerstein Produkte sind reine Nahrungsergänzungsprodukte, nicht schützenswert und eigentlich frei verkäuflich», meint Tanja Zimmermann-Burgerstein. «Wenn es um die eigene Gesundheit geht, ist der Konsument äusserst sensitiv.» Coop und Migros seien zwar grosse Konkurrenten, und sie schätze deren vielfältiges Angebot durchaus, aber wenn der Kunde zum dritten Mal vor einer riesigen Sortimentsauswahl stehe und sich frage, welches Magnesiumpräparat nun wohl am besten zu ihm passe, dann vertraue er doch eher der Meinung eines Fachhändlers als der eines Bananenverkäufers. «Die Basis unseres Geschäftes bleibt der Fachhandel», meint sie abschliessend, denn dieser habe die Firma schliesslich gross gemacht.

Die Produktion in Rapperswil-Jona ist voll ausgelastet. Entwicklung, Forschung und Produktion passieren vor Ort. Mit lediglich 45 Mitarbeitern ist eine flache Hierarchie möglich. «Es ist ein tolles Gefühl, wenn man seine Mitarbeiter kennt und ein familiäres Verhältnis bis zu einem gewissen Grad

jura®

Kaffeegenuss –
frisch gemahlen,
nicht gekapselt.



Die stilvolle S8 von JURA fasziniert selbst anspruchsvollste Kaffee- und Designliebhaber wie Roger Federer. Sie vereint das Beste aus der Kompaktklasse mit Elementen aus dem Premiumsegment. Innovationen wie der Puls-Extraktionsprozess (P.E.P.®) oder die Feinschaum-Technologie garantieren höchste Kaffeebar-Qualität von Ristretto bis Latte macchiato und Flat White. Die Bedienung erfolgt intuitiv über das 4,3"-Touchscreen-Farbdisplay sowie auf Wunsch sogar übers Smartphone oder Tablet. Und das Intelligent Water System (I.W.S.®) erkennt den Filter automatisch. JURA – If you love coffee. www.jura.com

möglich ist», sagt Zimmermann-Burgerstein. Der Luxus bei einem Familienunternehmen sei die Selbstbestimmung. «Wohin wollen wir? Wie wollen wir unser Unternehmen führen? Sollen wir die Marktbearbeitung im Ausland ausbauen?» Das sind alles Fragen, die sie spannend findet, aber im Moment nicht weiter vorantreiben möchte. Den Zukunftsmarkt richtig einzuschätzen, sei nicht einfach. «Wer kann schon beurteilen, was in zwanzig Jahren ist? Was wir jetzt machen,

«Wollen wir wirklich als Schweizer KMU mit der grossen Kelle anrühren?»

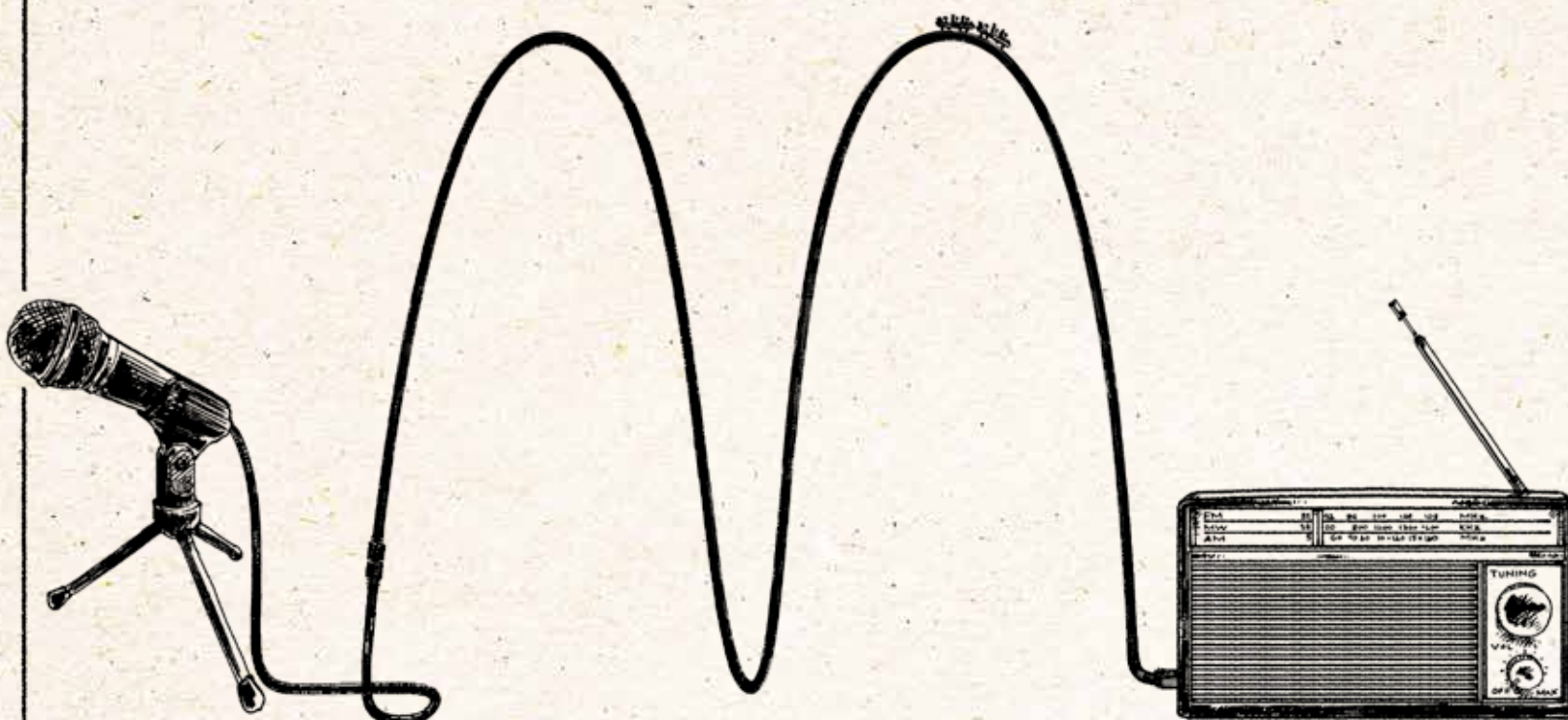
haben wir im Griff und können wir zu hundert Prozent kontrollieren.» Fast täglich erreichen die Chefin Anfragen für den Vertrieb im Ausland. In Middle East sei man zum Beispiel an der Swissness interessiert, aber die Leute stellten sich das viel zu ein-



Unternehmerinnen talken: Silvia Affolter und Tanja Zimmermann-Burgerstein.

ANZEIGE

Ob Burgerrestaurant oder Vergnügungspark – wir planen, buchen und produzieren Ihre Radiokampagne dazu.



COVER MEDIA

Film, Ton und Radiokampagnen.

+41 61 366 92 92, info@covermedia.ch, covermedia.ch

fach vor. «Wir verkaufen keine Turnschuhe und keinen Schmuck», meint Zimmermann-Burgerstein. «Wir produzieren Gesundheitsprodukte, die strengstens reguliert werden und in jedem Land unterschiedlichen Gesetzgebungen unterliegen.» Selbst in der Werbung sei Kreativität für Mikronährstoffprodukte nur limitiert möglich, bedauert sie.

Und wenn sie sehe, dass selbst die ganz Grossen wie zum Beispiel Bayer in Märkten wie China oder Russland zu kämpfen hätten, habe sie noch weniger Lust, für etwas mehr Geld einen riesigen, unüberschaubaren Apparat in Bewegung zu setzen. «Wollen wir wirklich als Schweizer KMU mit der grossen Kelle anrühren?», fragt sie und ergänzt: «Ähnliche Produkte, wie wir sie in der Schweiz verkaufen, gibt es ja bereits in jedem Land.» Wenn, dann hätte man mit der Wachstumsstrategie und der Marktbearbeitung vor zwanzig Jahren beginnen sollen, resümiert sie.

«Wenn du solch ein Upscaling machst, dann ist die Qualitätserhaltung eine riesige Herausforderung», so Zimmermann-Burgerstein. Schon heute macht sich die Antistress AG diese Aufgabe nicht leicht. Sämtliche Produkte werden ohne künstliche Aromen und Farbstoffe produziert, und auf körperfremde Substanzen und Binde Stoffe wird gänzlich verzichtet. Genau dieses Produktionsverfahren hat die Firma berühmt gemacht, und gerade deshalb schätzen auch Experten die Burgerstein-Produkte. Doch dieses Verfahren hat seinen Preis. Die Herstellungskosten sind hoch, hinzu kommen die Wertschöpfungskosten in der Schweiz. «Es ist unmöglich, mit der ausländischen Konkurrenz mit Standardprodukten mitzuhalten, Swissness hin oder her», meint sie abschliessend, da stehe halt schon die Kosten-Nutzen-Frage im Vordergrund. Allerdings sehe sie eine Ausnahme für den Export: die ebenfalls im eigenen Haus entwickelte Linie Microcare.

Diese ermögliche die Herstellung massgeschneiderter Mikronährstoffmischungen für Prävention und Therapie und trage damit den besonderen Bedürfnissen jedes Einzelnen Rechnung. «Dieses Produkt ist innovativ (unique enough), interessant für Kliniken und Ärzte und kann deshalb im Hochpreissegment angesiedelt werden», sagt die Vitaminunternehmerin.

Auf mich wirkt Tanja-Zimmermann-Burgerstein abgeklärt. Diese Frau scheint mit sich, der Firma und der Welt zufrieden zu sein. Weder Prestige noch Machtgehabe bringen sie aus der Ruhe. Nur die Kirchenglocken, die wieder die volle Stunde einläuten, erinnern sie daran, dass die Zeit für unser Interview vorbei ist.

Zur Verabschiedung springt die Chefin vom Stuhl und läuft flink in den Lagerraum, um mich mit drei Produkten zu beschenken. «Ich garantiere Ihnen, wenn Sie diese Vitamine einnehmen, dann sind Sie den ganzen Winter durch gestärkt. Gerade Vitamin D ist wichtig, wenn die Sonne draussen nicht mehr scheint», überzeugt sie mich und doppelt nach: «Glauben Sie mir, bereits in drei Tagen werden Sie sich topfit fühlen.» In der Tat, wenige Tage später fühle ich mich pudelwohl. □

ANZEIGE

Fass mich an!



**Strategien baut man
mit dem Kopf.
Haptik geht direkt
ins Herz.
Bavaria Bulk
berührt.**

FISCHER  PAPIER