

Natürlich besser und in Bewegung

Seit 60 Jahren wächst die Somona GmbH – stetig und organisch. Das Erfolgsrezept der dynamischen Handelsfirma: exklusive Bio-Vollwertprodukte und zertifizierte Naturkosmetik, mit denen sich Drogerien, Apotheken und Reformhäuser profilieren können.

1952. Vollwertige Ernährung war noch kein Thema, als Bäckermeister und Reformpionier Anton Stoll und sein Schwiegersohn Bruno Moll in Olten die Somona GmbH gründeten. «Leinöl gehörte zu den ersten Produkten, die vertrieben wurden», beginnt Somona-Inhaber Felix Hug eine Anekdote aus den Gründerjahren zu erzählen. «Das Produkt war schon damals für seinen hohen Gehalt an mehrfach ungesättigten Fettsäuren bekannt. Doch als Bruno Moll das Produkt in Reformhäusern vorstellte, bekam er meist zu hören: ›Verzeihung, Herr Moll, bei uns sind Sie am falschen Ort, das Farbengeschäft befindet sich zwei Häuserzeilen weiter.‹»

50 Prozent des Umsatzes mit Schweizer Produkten

Mit dem Handel von Reformprodukten und Naturkosmetik hat die Firma ihre Marktposition kontinuierlich ausbauen können. «Wir sind aber nicht einfach ein Lagerhaus, sondern bieten eine umfassende Dienstleistungspalette an», hält F. Hug fest, der 1995 die Firma übernehmen konnte. «Wir klären beispielsweise für ausländische Hersteller ab, ob ein Produkt in der Schweiz verkehrsfähig ist, übernehmen die Markteinführung, die Logistik, den Verkauf an Fachgeschäfte, organisieren Promotionen usw.» In den letzten Jahren hat Somona den Anteil an inländischen Produkten stark erweitert. «Mittlerweile erzielen wir 50 Prozent unseres Umsatzes mit Produkten von Schweizer Herstellern. Für viele, meist kleine Betriebe übernehmen wir die ganze Logistik und auch die Vermarktung.» Zu den bekanntesten Schweizer Firmen, deren Generalvertretung Somona innehat, gehören Gerber Biscuits, Holderhof, Naturkraftwerke, Pakka, Soyana und Swipala.

Produkte mit Profilierungsmöglichkeit

Somona liefert ausschliesslich an Fachgeschäfte – Drogerien, Apotheken, Reformhäuser, Bioläden sowie selbstständige Lebensmittelhändler. «Unsere Produkte sollen dort verkauft werden, wo bedient wird», sagt F. Hug. «Die Fachgeschäfte verfügen über gut ausgebildetes Personal und sind eine wichtige Anlaufstelle bei Fragen rund um Gesundheit und Natur. In diese Umgebung fügt sich unser Sortiment hervorragend ein und bietet zudem den Fachgeschäften Gelegenheit, sich im Komplementärbereich zu profilieren. Denn wir versuchen ausschliesslich Waren zu vermarkten, die Alleinstellungsmerkmale aufweisen: So haben Food-Produkte einen Mehrwert hinsichtlich der Ernährungsphysiologie, darüber hinaus sollen sie auch geschmacklich hervorragend sein und schön präsentieren.»

1800 Produkte, 4 Sortimentsbereiche

Das Somona-Sortiment umfasst über 1800 Produkte von 30 ausländischen und Schweizer Herstellern, die einem von vier Sortimentsbereichen zugeordnet sind:

La Dolce Vita: gesunde Zwischenmahlzeiten wie Riegel, Schnitten, Biscuits, Fruchtaufstriche, Trockenfrüchte, Konfitüren, Honige, Müesli und Säfte.

Fleischlos glücklich: Bio-Gemüsekonserven, Saucen, Suppen, Backzutaten, Kräuter- und Früchtetees, Vegi-Delikatessen.

Mediterran: Teigwaren, kaltgepresste Öle, eingemachte Oliven, Kapern, Tomatenprodukte, Antipasti.

Naturkosmetik: zertifizierte Gesichts-, Körper- und Haarpflege-Serien.

Etablierte Food- und Naturkosmetik-Marken

Zu den bekanntesten Marken im Food-Bereich gehören Appleford's Zuckerrohr-Melasse – «das schwarze Wunder» –, Gerber Biscuits, Kanne Brottrunk, Silicea Balsam (Kieselsäuregel) und Tartex (vegetarische Spezialitäten); von den sechs Naturkosmetik-Labels sind Sante und Heliotrop die wichtigsten.



Zertifizierte Naturkosmetik Heliotrop im neuen Kleid und neuer Rezeptur

Gerade im Naturkosmetikbereich sieht F. Hug grosse Marktchancen für Drogisten; zum einen aufgrund ihres Beratungs-Know-hows, zum anderen, weil Naturkosmetik immer mehr verlangt werde. Die Qualität dieser Produkte hätte sich in den letzten Jahren stark verbessert, so F. Hug. Zudem sei ihr Preis-Leistungs-Verhältnis hervorragend – auch darum, weil Naturkosmetikerhersteller im Vergleich zu den Herstellern konventioneller Kosmetika mit kleineren Marketingbudgets operieren und mehr in die Entwicklung der Produkte investieren.

«Sowohl für den Food-Bereich wie auch für die Naturkosmetik verfügen wir über einen eigenen Aussendienst. Er betreut die Wiederverkäufer, berät, schult und stellt Neuheiten vor. Zudem führen zwei Damen Promotionen für Endkonsumenten durch. Dies zeigt, wie gross unser Anliegen ist, den Fachhandel mit weitreichenden Aktivitäten zu unterstützen.»

Modernisierung und neuer Erweiterungsbau

Das Lager in Dulliken ist seit drei Jahren vollkommen IT-basiert. Alle eintreffenden Bestellungen werden papierlos erfasst – effizient und umweltfreundlich. «Wir beliefern die ganze Schweiz, wobei wir seit über zehn Jahren mit zwei Speditionsfirmen zusammenarbeiten. Dies ist ökologisch nachhaltiger, als mit eigenen Fahrzeugen rumzufahren», erklärt F. Hug. «Eine Spezialität von uns: Fast jedes Produkt kann auch stückweise bezogen werden. Zudem haben wir eine sehr tiefe Franko-Grenze: Ab einem Bestellwert von 350 Franken liefern wir franko.» Nicht nur



1 Firmengebäude und Erweiterungsbau, bezugsbereit Ende 2012

2 Ein Teil des Somona-Innendienst-Teams

3 Ein Teil des Somona-Logistik-Teams

4 Daniel Lüthi, Kaufm. Leiter/
Felix Hug, Inhaber & Geschäftsführer/
Daniel Vonrüti, Verkaufsleiter



wegen des stetig wachsenden Sortiments hätte sich ein zweiter Erweiterungsbau aufgedrängt. «Ebenso brauchen wir mehr Platz, um Dienstleistungen und Logistik auch in Zukunft auf hohem Level garantieren zu können. Heute haben viele Händler nur noch ein kleines oder gar kein Lager mehr. Auch diese wollen wir weiterhin pünktlich und genau beliefern.»

Mit dem Erweiterungsbau wird sich die Zahl der Palettenplätze von 1400 auf 3000 vergrössern. Im Zuge des Projekts wird die bestehende konventionelle Heizungsanlage durch eine neue Erdwärmepumpe ersetzt, die den ganzen Betrieb mit alternativer Energie versorgen wird.

Organisches Wachstum

Somona verfolgt ihre Philosophie konsequent. «In unserem Sortiment gibt es nichts vom toten Tier», hält F. Hug fest und fügt hinzu: «Mit einer Ausnahme: Gummibärchen, die Gelatine enthalten.» Dass Vegi heute im Trend liegt, freut ihn. Somona habe seit ihrem Bestehen pflanzliche Produkte aus Überzeugung angeboten. «Für mich ist es faszinierend zurückzublicken und zu erkennen, dass nicht nur unsere Produkte organisch-biologisch sind, sondern auch das Unternehmen organisch gewachsen ist. Zu unserem Kommunikationskonzept gehört auch ein gepflegter Internetauftritt. Endkonsumenten finden auf unserer Website nebst Informationen zu allen Produkten auch alle deren Bezugsquellen in ihrer Nähe.»

Zukunftsaussichten

Felix Hug schaut zuversichtlich in die Zukunft: «Wir sind vom Markt – gesunde Ernährung, Fairtrade, gesunde Lebensweise – überzeugt.» Da ein grosses Bedürfnis an Wissensvermittlung bestehe, werde Somona im Zuge der Erweiterung auch einen Schulungsraum einrichten, um Fachhändler nach Dulliken einladen und gezielt zum Sortiment schulen zu können. Zudem würde es das grössere Platzangebot erlauben, Logistik/Warehousing anzubieten – die Lager von kleineren Schweizer Firmen zu übernehmen.

Somona werde wie bis anhin das Sortiment gezielt erweitern und ausbauen. Als jüngstes Beispiel einer geplanten Kooperation nennt F. Hug die Marke Clipper, die in England Nummer eins der Bio-Fairtrade-Tees sei. Auch diese Zusammenarbeit sei organisch zustande gekommen: «Die Firma ist aufgrund ihrer Marktabklärungen zur Überzeugung gelangt, in der Schweiz sei Somona für sie der ideale Partner.»

60 Jahre Somona GmbH

- 1952 Reformpionier Anton **Stoll** und Bruno **Moll** gründen die Somona GmbH in Olten.
- 1954 Mit Eden und Dr. Ritter werden die ersten beiden Vertretungen übernommen.
- 1977 Die Firma zieht nach Dulliken.
- 1985 Felix Hug (Marketing und Verkauf) tritt ins Handelsunternehmen ein.
- 1995 Felix Hug erwirbt die Firma.
- 2002 Der erste Erweiterungsbau wird eingeweiht.
- 2012 22 Mitarbeitende, 30 Vertretungen, 1800 Produkte. 800 Kunden: Drogerien, Apotheken, Reformhäuser, Bioläden, private Lebensmittel-Detaillisten. 60 Lieferungen pro Tag, 2000 Tonnen pro Jahr. Der zweite Erweiterungsbau wird im Herbst bezugsbereit sein und die Zahl der Palettenplätze auf 3000 erhöhen.

60 Jahre 
somona
Natürlich besser.

Somona GmbH
Bodenackerstrasse 51, 4657 Dulliken
Tel. 062 295 46 46, Fax 062 295 32 59
info@somona.ch, www.somona.ch