

## Sebapharma zieht erfolgreiche Jahresbilanz

14.03.2013, 18:19 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *Sebapharma GmbH & Co. KG*

---



Der Klassiker: sebamed Seifenfreies Waschstück

Köln/Boppard, März 2013. Die Zahlen der Sebapharma GmbH & Co. KG, mit Sitz in Boppard können sich sehen lassen: Mit einem Jahresumsatz von 130,3 Millionen Euro konnte das mittelständische Unternehmen das am 31.01. endende Geschäftsjahr 2012/2013 äußerst erfolgreich abschließen. Diese positive Entwicklung bedeutet einen Umsatzzuwachs von 10,8 % im Vergleich zum Vorjahr, in dem ein Gesamtumsatz von 117,5 Mio. Euro erwirtschaftet wurde. Unternehmensgründer Dr. med. Heinz Maurer schuf mit der Erfindung der „Seife ohne Seife“ den Markt der medizinischen Hautreinigung und -pflege und gründete 1983 die Sebapharma GmbH & Co. KG, die heute ein weltweit agierendes Unternehmen ist. Im August 2010 übergab Dr. Heinz Maurer die Geschäftsführung an seinen Sohn Thomas Maurer und Dr. Rüdiger Mittendorff. Das Inlandsgeschäft der Sebapharma, für das sich Dr. Rüdiger Mittendorff verantwortlich zeichnet, liegt mit einem Plus von 11,9 % nicht nur signifikant über dem deutschen Wirtschaftswachstum, sondern wuchs auch wieder weit überdurchschnittlich im Markt der medizinischen Hautpflege. Das Exportgeschäft wird von Thomas Maurer verantwortet und schnitt mit einem Zuwachs von 9,2 % ebenfalls sehr positiv ab. 60 % des Gesamtumsatzes entfallen auf das Inland und 40 % auf den Export.

sebamed: Starke Klassiker und erfolgreiche Innovationen sind die Säulen des Erfolgs

Die durchgängig positive Entwicklung ist wie auch schon in den Vorjahren u.a. auf die starken „Klassiker“ sebamed seifenfreies Waschstück und sebamed flüssige Waschemulsion zurückzuführen. Etablierte Produkte wie sebamed Sport-Dusche und Wellness-Dusche oder sebamed Every Day Shampoo zählten ebenfalls wieder zu den stärksten

Umsatzträgern. Auch das neue Konzept sebamed Granatapfel Pflegedusche konnte voll punkten. Das zeitlich limitierte Saisonprodukt wurde im Mai vergangenen Jahres sehr erfolgreich eingeführt und kam bei Handel und Verbraucher sowohl in Leistung als auch Preis uneingeschränkt an. „Wir freuen uns sehr, dass die Verbraucher die hohen Qualitätsstandards der Marke sebamed zu schätzen wissen und dieses Markenvertrauen auch Produkt-Neuheiten entgegenbringen. Unser innovatives Saisonkonzept hat dies ein weiteres Mal bestätigt. Aufgrund des großen Erfolges werden wir den Handel und die Konsumenten auch in diesem Jahr wieder mit einem limitierten Saisonartikel überraschen“, verrät Marketingleiter Udo Klüwer die Pläne des Unternehmens. Die im Jahr 2011 neu eingeführten Produkte der Serie sebamed Unreine Haut konnten sich im Markt äußerst positiv etablieren und überzeugten auch die Zeitschrift Ökotest. So wurde das sebamed Unreine Haut Pflege-Gel sowie der Unreine Haut Reinigungsschaum mit der Note „sehr gut“ ausgezeichnet. Die sebamed mattierende Creme, eine ganz aktuelle Erweiterung dieser Linie, wurde daher vom Handel auch sehr erfreulich angenommen und breit gelistet. Auch die Produktlinie von Baby sebamed für die medizinische Hautpflege von Babys und Kleinkindern ist nun in Deutschland erhältlich und generiert erstmals weltweit mehr als 20 Million Euro.

sebamed: die Marke für aktive Menschen

Seit Januar dieses Jahres ist sebamed Service-Partner der Stiftung Deutsche Sporthilfe. Die zunächst für vier Jahre vereinbarte Zusammenarbeit umfasst neben finanzieller Unterstützung auch die Ausstattung der Leistungssportler mit ausgewählten sebamed Pflegeprodukten. Bundesweit wird die Partnerschaft in Apotheken und Drogeriefachabteilungen auf allen Flakons der sebamed Sport-Produkte zu sehen sein. „Die Platzierung des Partnerschafts-Logos auf unseren Produkten wird unseren Kunden auf sympathische Weise signalisieren, dass unsere Produkte auch und gerade für die Hautpflege sportlicher Menschen optimal geeignet sind. Insofern freuen wir uns sehr über diese Kooperation und unterstützen auch aktiv die Spendenkampagne der Stiftung 'Dein Name für Deutschland', freut sich Udo Klüwer, Sebapharma Marketing-Leiter, über die neue Partnerschaft.

sebamed: Eine Marke für zwei Vertriebschienen

„Wissenschaft für gesunde Haut“ – dieser Anspruch von Sebapharma an alle Produkte der Marke sebamed überzeugt. Kein Wunder also, dass die sebamed Produkte sowohl in der Apotheke als auch im Lebensmittel-Einzelhandel und im Drogeriemarktbereich bestens aufgestellt sind. „Ob in der Apotheke oder im Drogeriemarkt – unsere Partner und Kunden wissen, unabhängig vom Einkaufsort, dass sie sich bei sebamed-Produkten auf höchste Qualität verlassen können. So erfüllt unser Sortiment in der Großfläche die Nachfrage nach hochwertigen medizinischen Hautpflegeprodukten. Für die Apotheke bieten wir mit sebamed eine bekannte Marke, die dem hohen pharmazeutischen Anspruch gerecht wird und über exklusive Apotheken-Displays das OTC-Geschäft in diesem Vertriebskanal ankurbelt“, erklärt Dr. Rüdiger Mittendorff den Erfolg der Marke in beiden Vertriebschienen. Doch nicht nur mit der Marke sebamed können sich die Bopparder sehen lassen: Das unter dem Dach von TESTamed Diabetes Care eingeführte GlucoCheckPlus Blutzuckermess-System entwickelte sich ebenfalls äußerst erfolgreich und konnte im Apotheken-Fachhandel im vergangenen Jahr ein Umsatzplus von 55 % erzielen. „Unsere TESTamed Produkte sind nicht nur sicher und zuverlässig, sondern auch äußerst preisattraktiv. Im Hinblick auf den steigenden Kostendruck im Apothekengeschäft haben wir mit unserem herausragenden Preis-Leistungs-Verhältnis punkten können“, erläutert Axel Michels, Leiter Vertrieb Fachhandel, die außergewöhnliche Umsatzsteigerung.

Sebapharma: Starke Vertriebspartnerschaften unterstützen das Geschäft

Neben nachhaltigen Produktkonzepten tragen auch strategische Kooperationen zum Erfolg des mittelständischen Unternehmens bei. So verlässt sich neben Nycomed seit letztem Jahr auch die Firma Difrax auf die Kompetenz der Sebapharma. Das niederländische Unternehmen entwickelt neben Baby-Schnullern auch Baby-Flaschen und verschiedene Accessoires in enger Zusammenarbeit mit Kinderärzten und Hebammen. „Dank unseres hervorragend aufgestellten Außendienstes, sowohl in der Großfläche als auch im Apothekenfachmarkt, vertrauen renommierte Markenhersteller auf unser Know-how. Ganz aktuell haben wir die Vermarktung der Gesundheitsprodukte der Firma Emcur aus Bad Ems übernommen und vertreiben das Sortiment wie z.B. Nasenspray, Nasenbalsam, Nasenduschen und

Nasenspülsalz gezielt im Lebensmitteleinzelhandel. Diese Kooperationen bringen nicht nur Vorteile für unsere Partner, sie stärken auch unsere eigene Position im Handel“, erklärt Dr. Mittendorff die strategischen Vorteile. Bei der Distribution der Produkte vertraut Sebapharma weiterhin auf den Logistikpartner Dachser. Dieser passte seine Kapazitäten den gestiegenen Mengen flexibel an.

sebamed Exportgeschäft wächst deutlich

Im Geschäftsjahr 2012/13 setzte sich auch die positive Entwicklung im internationalen Geschäft der Sebapharma GmbH & Co. KG ebenfalls ungebrochen fort. Getragen wurde dieses Wachstum hauptsächlich durch Umsatzsteigerungen in Asien sowie in der Region Mittlerer Osten. Besonderer strategischer Fokus lag auf den Märkten in China und Saudi-Arabien. Insbesondere die bereits sehr gut etablierte Baby sebamed Pflegelinie konnte hier erneut deutlich ausgebaut werden. Die große Beliebtheit der sebamed Babylinie in Fernost spiegelt sich nicht zuletzt auch in den zahlreichen Auszeichnungen, die auf Verbraucherumfragen basieren, wider. So wurde Baby sebamed in Taiwan mittlerweile bereits zum neunten Mal in Folge mit dem „Best Brand Award“ geehrt. In Hong Kong konnte vergangenes Jahr zum fünften Mal der „Parents' Choice Award“ in Empfang genommen werden.

Auch das traditionell starke Türkei-Geschäft wurde signifikant gesteigert, wobei hier neben den sebamed Sonnenschutzprodukten auch die klassischen Reinigungs- und Pflegeprodukte deutlich zulegen konnten. Die sebamed-Produkte werden mittlerweile in über 80 Ländern weltweit erfolgreich vertrieben. „Durch unsere hervorragenden Resultate, insbesondere in den Überseeregionen, sind wir in der Lage, schwächere Ergebnisse in verschiedenen europäischen Krisenmärkten nicht nur zu kompensieren, sondern den dynamischen Wachstumskurs des Unternehmens fortzusetzen“, freut sich Thomas Maurer über das positive Fazit des Geschäftsjahres.

## **Portrait**

Die Sebapharma GmbH & Co. KG, gegründet 1983 von Dr. med. Heinz Maurer, ist heute ein weltweit agierendes Unternehmen. Derzeit beschäftigt die Sebapharma ca. 200 Mitarbeiter. Mit dem bekannten Markennamen sebamed nahm die Erfolgsgeschichte ihren Anfang: Durch ein Schlüsselerelebnis an der Universitäts-Hautklinik in Bonn 1952 schuf Unternehmensgründer Dr. med. Heinz Maurer den Markt der medizinischen Hautreinigung und -pflege. Die Erkenntnis, dass die Hautoberfläche leicht sauer ist und sich durch den sogenannten Säureschutzmantel vor schädlichen Umwelteinflüssen, Austrocknung, Keimen, Bakterien etc. schützt, war für Dr. med. Heinz Maurer der Beginn einer langjährigen Suche nach einem Reinigungsprodukt, das auf den physiologischen pH-Wert 5,5 der gesunden Haut eingestellt werden konnte. 1957 gelingt es Dr. med. Heinz Maurer, seine Idee zu verwirklichen. Die erste 'Seife ohne Seife', geht in Produktion, ein auf Tensiden beruhendes Washstück, das dem physiologisch leicht sauren pH-Wert 5,5 der Haut entspricht.

Dr. med. Maurer revolutionierte die dermatologische Fachwelt mit seiner wissenschaftlichen Erkenntnis, die durch klinische Arbeiten evident belegt war, wodurch es ihm gelang, das damalige Waschverbot bei Hauterkrankungen aufzuheben. Aufgrund dieses Beweises kommunizierte er gegenüber der Fachwelt dann die provozierende These "Die Menschen haben sich 2.000 Jahre lang falsch gewaschen".

Der Firmengründer übergab im August 2010 die Geschäftsleitung an seinen Sohn Thomas Maurer und Dr. Rüdiger Mittendorff, die beide bis dahin stellvertretende Vorsitzende der Geschäftsleitung waren. Thomas Maurer ist weiterhin für die Geschäftsbereiche Forschung und Entwicklung, Export, Einkauf sowie Produktion zuständig. Dr. Rüdiger Mittendorff verantwortet die Bereiche Vertrieb, Marketing, Logistik, Controlling, Recht, Personal und Verwaltung.

News-ID: 705525 • Views: 915 (Stand: 24.05.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/705525/Sebapharma-zieht-erfolgreiche-Jahresbilanz.html>