

GOTTLIEBER SPEZIALITÄTEN AG – Sie sind nicht weniger als ein Thurgauer Kulturgut, die Gottlieber Hüppen. Mit viel Schweizer Handwerk, einer durchdachten Marketingstrategie, viel Leidenschaft und Liebe zum Detail sind die süssen Köstlichkeiten weit über die Landesgrenze hinaus beliebt und auf Erfolgskurs.

Mit Mozart zum vollendeten Genuss



Der Hüppen-König Dieter Bachmann in seinem Reich: Die Gottlieber Sweets & Coffee Shops – hier auf dem Bild in Gottlieben – finden Naschkatzen in der ganzen Schweiz.

Bild:CR

Gottlieben ist flächenmässig die kleinste Gemeinde im Kanton Thurgau. Der idyllische Ort am linken Ufer des Seerheins birgt jedoch schon seit Jahrhunderten einen süssen Schatz, der weit über die Schweiz hinaus geschätzt wird: die Gottlieber Hüppen. Diese Leckereien genoss schon Königin **Hortense Bonaparte**, die Mutter des späteren Kaisers von Frankreich **Napoléon III.** Sie lebte von 1817 bis 1837 auf dem nahe gelegenen Schloss Arenenberg. Die Kunst des Hüppenbackens wurde von den Frauen in Gottlieben als Geheimnis gehütet und jeweils von Generation zu Generation weitergegeben, bis **Elisabeth Wegeli** 1928 offiziell mit der Produktion der Gottlieber Hüppen begann. «Heute werden pro Stunde rund 8000 Crêpes in der eigens dafür angefertigten Backanlage produziert und zirka 15 000 Hüppen pro Stunde abgefüllt», erklärt Geschäftsführer **Dieter Bachmann**.

Er ist Unternehmer aus Leidenschaft. Er übernahm 2008 als Hauptaktionär die Aktien der Gottlieber Spezialitäten AG und sicherte damit den Fortbestand dieser Perle am Bodensee. Der agile CEO zeigte Mut

zur Veränderung und führte so das Traditionsunternehmen auf Erfolgskurs. «Wir konzentrieren uns auf unsere Stärke – das Hüppenproduzieren», verrät der Thurgauer das Erfolgsrezept seines Unternehmens. Bei der Firmenübernahme habe er keine Erfahrung mit dieser Branche gehabt. «Das Know-how und das Produkt waren da. Gefehlt haben neue Impulse, eine durchdachte Kommunikation und ein cleveres Marketing. Dieses Wissen brachte ich mit», so Bachmann. Am Anfang sei es wichtig gewesen zu analysieren «wer wir sind und warum unsere Kunden kaufen». «Wir haben eine heterogene Kundschaft und deshalb dürfen wir nicht abgehoben kommunizieren. Die Gottlieber Hüppen sind ein gutes Premium-Mittelstandprodukt», so Bachmann.

Zu Markenpflege gehört aber auch die Verpackung sowie Nachhaltigkeit und Innovation. «Für uns spielt die Verpackung genauso eine wichtige Rolle wie der Inhalt. Bei den Gottlieber Hüppen gehen wir keine Kompromisse ein. Wir setzen nur die besten und erlesensten Rohstoffe ein. Das gilt auch für alle Ver-

packungen und Drucksachen, die wir ausschliesslich in der Schweiz beschaffen», sagt Bachmann. Die meisten der Lieferanten sind im Umkreis von 10 bis 20 Kilometer angesiedelt. Hochwertig, zertifizierte Zutaten und fair gehandelte Rohstoffe sind ein Muss. Nachhaltigkeit bedeutet für Bachmann aber auch ein gesundes Betriebsklima, in dem sich die Mitarbeitenden wohl fühlen – denn ohne sie läuft nichts. «Unsere Mitarbeitenden stehen mit Herzblut hinter unseren Produkten, weil sie sich damit identifizieren, Ideen und Vorschläge einbringen können und ihre Arbeit geschätzt wird», so Bachmann. «Unsere Teamsitzungen beginnen wir immer positiv, mit einem Lob oder einer positiven Überraschung.»

Handwerk nach Schweizer Werten

Die Gottlieber Spezialitäten AG macht 55 Prozent ihres Umsatzes im Direktverkauf (eigene Läden, Online-shop/Geschenke für Firmenkunden) und 45 Prozent im Retailhandel. «Im Onlinehandel sind wir mit > 15 Prozent Wachstum auf einem guten Kurs», so Bachmann. 12 Prozent

gehen in den Export (*siehe Kasten*). Trotz allgemeiner Technologisierung setzt Gottlieber bewusst auf Handarbeit. Obwohl Vorgänge wie das Backen und Füllen der Hüppen automatisiert sind, braucht es Spezialisten mit einem unglaublichen Fingerspitzengefühl. So wird jede Hüppe zwei- bis dreimal in die Hand genommen und am Schluss – falls erforderlich – noch kosmetisch korrigiert, also von Hand nachgefüllt und von Hand verpackt. «Unser Biskuit ist ein Spezialrezept und gleichzeitig unser Geheimnis. Zentral ist das Mischverhältnis», so Bachmann. «Das Rezept ist so zusammengestellt, dass es ausschliesslich auf unseren Anlagen angewandt werden kann. Kleinste Abweichungen der Umgebungstemperatur können dazu führen, dass unsere Anlagen nicht mehr funktionieren, wenn das Rezept nicht dieser Temperatur angepasst wird.» Entsprechend werden die Mitarbeitenden im Betrieb aus- und weitergebildet. Den vollendeten Geschmack erhalten die Gottlieber Hüppen durch die beruhigenden Schwingungen der Mozart-Musik, die in der Lagerhalle abgespielt wird.

Liebhaber der zarten 0,6 Millimeter dicken Biskuitrolle haben die Auswahl zwischen 14 verschiedenen Füllungen. Des Weiteren sind im

Gottlieber Sortiment Tee, Kaffee und erlesene Schokoladenspezialitäten wie die haus- und handgemachten Tartufi oder der Brotaufstrich (Morgensünde) erhältlich.

Ausprobieren und experimentieren

Hinter den hohen Qualitätsansprüchen steckt viel Leidenschaft und Innovation: «Mit der sogenannten Lean-Methode optimieren wir Prozesse, Abläufe, Zeitmanagement etc. Wir sind eine kleine Firma und gelangen manchmal auch auf unkonventionellen Wegen, durch die Hintertüre ans Ziel, oder wir probieren einfach aus und schauen, was daraus wird», sagt Bachmann. Als Herausforderung erachtet er, das jährliche Wachstum von 14 bis 20 Prozent zu managen. «Wachstum bedeutet, immer die Kosten im Gleichgewicht zu halten und generell profitable zu bleiben. Zudem bewegen wir uns auf einem Verdrängungsmarkt, was kein einfacher Markt ist», konkretisiert Bachmann. Für die Zukunft möchte er das Wachstum im asiatischen Markt sowie in den eigenen Gottlieber Sweets & Coffee Shops in der Schweiz weiterentwickeln.

Corinne Remund

www.gottlieber.ch

EXPORT NACH CHINA

Bereits nach fünf Tagen ausverkauft

Ein grosser Erfolg sind auch die haus-eigenen Coffee Shops der Thurgauer Hüppenbäcker in Kooperation mit der Zürcher Buchladenkette Orell Füssli AG. «Wir haben schnell festgestellt, dass unsere Philosophien und Vorstellungen von Premiumprodukten gut zusammenpassen», freut sich CEO **Dieter Bachmann**. Unter dem Namen «Gottlieber Sweets & Coffee» wurden drei Coffee Shops bei Orell Füssli in Aarau, Basel und im Seedorfcenter Pfäffikon SZ eröffnet. Gottlieber hält auch noch je einen Flagshipstore im Winterthurer Einkaufszentrum Neuwiesen und in Gottlieben.

Im Jahre 2013 wagte Gottlieber sogar den Schritt nach China und eröffnete dort in Guangzhou einen «Gottlieber Sweets & Coffee»-Shop. Diese

Partnerschaft funktioniert allerdings nicht lange, da von den Chinesen unter dem Namen der Gottlieber Spezialitäten AG heimlich noch andere Produkte produziert und verkauft wurden. «Wir waren gezwungen, die Lizenz zurückzunehmen», so Bachmann. Umso erfreulicher ist es, dass der zweite Versuch, nach China zu exportieren, geglückt ist. «Wir haben einen starken Online-Partner gefunden. Das chinesische Team vor Ort macht eine grossartige Arbeit. Wir sind nach dem Start Mitte Mai schon nach fünf Tagen bereits ausverkauft», freut sich Bachmann. Nebst Asien werden die Gottlieber Produkte auch in ausgesuchten Läden in Deutschland, Kanada und den USA vertrieben.

CR

ANZEIGE

FRAGEN KOSTET NICHTS IST ABER DIE WICHTIGSTE INVESTITION BEI VORSORGE

Fragen kostet nichts. Dafür sind Antworten umso wertvoller. Deshalb arbeitet Pax mit unabhängigen Vertriebspartnern zusammen, die ausgewiesene Experten für Vorsorge sind. Sie stellen unseren Kunden die richtigen Fragen. Und sie kennen die Antworten auf die Fragen unserer Kunden. Erst wenn alle Fragen beantwortet sind, entwickeln wir genau passende Vorsorgelösungen. Und zwar gemeinsam. Denn die richtige Vorsorge beginnt mit dem richtigen Partner.

www.pax.ch

VORSORGE AUF DEN
PUNKT GEBRACHT

Pax

