

«Wir haben in der Schweiz noch sehr viel Potential»

Der Thurgauer Motivationspreis 2020 wird nächsten Dienstag an die Gottlieber Spezialitäten AG vergeben. Die Kreuzlinger Zeitung hat beim Chef und Mitinhaber Dieter Bachmann nachgefragt.

Kreuzlinger Zeitung: Wir gratulieren Ihnen ganz herzlich zur Auszeichnung «Thurgauer Apfel». Was bedeutet er Ihnen?

Dieter Bachmann: Es freut mich sehr, dass wir diesen tollen Preis erhalten. Den Preis sehe ich als Würdigung für die Leistung unseres gesamten Unternehmens und auch den Fleiss unserer Vorgänger und Vorgängerinnen.

Was ist Ihr Erfolgsrezept?

In erster Linie ist es die Einstellung unserer Belegschaft. Ich spüre bei allen Mitarbeitenden die Begeisterung und die Leidenschaft für die Marke Gottlieber zu arbeiten. Sie sind stolz, ein Teil dieses Unternehmens zu sein, und sind mit Herzblut dabei.

Welchen Stempel haben Sie dem Unternehmen aufgedrückt?

Ich komme ganz ursprünglich aus der Marketing-/Internetwelt und als ich neu im Jahr 2008 zu «Gottlieber» gestossen bin, haben wir sogleich den Online-Shop lanciert und stetig weiterentwickelt. Insbesondere in der Corona-Zeit hat es sich gezeigt, wie wichtig ein Online-Shop für den Fortbestand eines Unternehmens sein kann. Tradition ist schön, aber es braucht auch Veränderung. Es muss auch mal möglich sein, aus der Tradition auszubrechen und den Mut haben, neue Wege zu gehen.

In Guangzhou China haben Sie 2013 ihr erstes ausländisches Gottlieber Sweets & Coffee eröffnet. Wieso gerade dort?

Es ist eher durch Zufall entstanden. Wir hatten dazumal einen Partner in Guangzhou, wobei nun aber die Zentrale



Bild: Nicolai Schwarz / OBVIS AG

CEO der Gottlieber Hüppen Dieter Bachmann darf kommenden Dienstag den Motivationspreis Thurgauer Apfel für das Unternehmen entgegennehmen.

über ein motiviertes Team in Shanghai läuft. China ist nicht einfach und wir beobachten stetig, wie sich der Markt entwickelt.

Erst vor zwei Jahren feierte die Gottlieber ihr 90-jähriges Bestehen. Wie konnten Sie in einem solch hart umkämpften Markt nicht nur überstehen, sondern auch mitgestalten?

Obwohl es ein Verdrängungsmarkt ist, erreichten wir in den letzten Jahren mit unseren Produkten ein grosses Wachstum. Wir versuchen nicht nur qualitativ beste Rohstoffe einzusetzen, sondern achten auch auf einen fairen Handel und probieren ständig neue Mischungen und Ideen aus, um neue Produkte kreieren zu können.

Welches sind die wesentlichen Erfolgsfaktoren, welche die Gottlieber auf Erfolgskurs gehalten haben?

Ein wesentlicher Bestandteil ist es, innovativ sowie kreativ zu bleiben und der stetige Drang sich verbessern zu wollen. Wir reinvestieren immer wieder in unser Unternehmen und achten auf ein nachhaltiges Wachstum. Wir wollen aber profitabel klein bleiben.

Sie erhalten viele Anfragen von Händlern. Nach welchen Kriterien suchen Sie sich diese aus?

Da wir uns im Premium-Preissegment bewegen, achten wir darauf, dass unsere Produkte angemessen präsentiert und in einem gepflegten Umfeld verkauft werden. Vielfach sind wir in Feinkost- und Spezialitätenläden aber auch mit der «gelben» Traditionslinie sind wir im Coop, Volg, Spar, Edeka und so weiter vertreten.

Welche Pläne verfolgen Sie noch in Zukunft?

Wir haben in der Schweiz noch sehr viel Potential, weshalb unsere Expansionsgedanken für das Ausland nur zweitrangig sind. Erst vor kurzem haben wir eine Partnerschaft mit der Orell Füssli abgeschlossen, was zugleich Synergien bei der Unternehmen nutzt und eine Win-Win-Situation ergibt. Solche Kooperationen sind meines Erachtens in der heutigen Zeit notwendig, um den Detailhandel wiederzubeleben. Hinzu kommen unsere Gottlieber Sweet & Coffee Shops, welche wir noch weiter ausbauen möchten.

Patrick Baljak