

Unterwegs zu einer neuen Balance zwischen Tradition und Moderne

Die Gottlieber Spezialitäten AG in Gottlieben blickt auf eine lange und erfolgreiche Tradition zurück. Vor gut einem Jahr wurde sie von Dieter Bachmann übernommen. Seither hat sich viel getan.

Sehr rasch sichtbar geworden ist die Handschrift von Dieter Bachmann bei der Gottlieber Spezialitäten AG im Bereich des Marketings. Grundlage bildete eine Definition der Markenwerte. Mit der Lancierung einer Premium-Line hat man nun auch Produktinnovationen umgesetzt.

Von Peter Maag

Die Unternehmensnachfolge stellt im Leben eines Unternehmers ein einmaliges, komplexes und emotionales Projekt dar. Bei der Gottlieber Spezialitäten AG wurde eine Nachfolgelösung früh und ohne wirtschaftlichen Druck gefunden. Der frühere Firmeninhaber Urs Brauchli stellt sein grosses Know-how weiterhin zur Verfügung und arbeitet im Betrieb mit.

Definition der Markenwerte

Bei der Gottlieber Spezialitäten AG handelt es sich um die bekannteste Herstellerin von Hüpfen in der Schweiz. Am 8. August 2008 hat Dieter Bachmann das Traditionsunternehmen, das im Jahre 1928 gegründet wurde, gemeinsam mit einem stillen Partner übernommen. Bachmann hat die Chance, «eine feine Firma» erwerben zu können, beim Schopf gepackt. «Solche Chancen bieten sich selten», sagt er.

Handlungsbedarf sah der neue Mehrheitseigner vorab im Marketingbereich. «Wir haben mit viel Sorgfalt die Markenwerte definiert», blickt er zurück. Für diese Aufgabe wurden auch zwei Stu-

dierendengruppen beigezogen. Der Zeitaufwand hat sich nach seiner Meinung «extrem gelohnt». Erste Massnahmen betrafen die Bildsprache, die Symbolik und den Einbezug der Mitarbeitenden. Es folgten Innovationen bei den Produkten.

Neue Produktelinie

Gut ein Jahr nach der Übernahme hat die Gottlieber Spezialitäten AG eine neue Produktelinie lanciert. Diese ist im Premiumsegment angesiedelt und mit einem neuen Auftritt verbunden. Neu sind die Aromakreationen Amaretto, Cappuccino, Irish Cream und Black Special Grand

Cru. Die Premium-Linie soll vor allem im Feinkostbereich und im Export abgesetzt werden. Am Auftritt der traditionellen Gottlieber Linie wurde wenig verändert. Er wurde nur sanft renoviert und wird im kommenden Jahr weiterentwickelt.

In Gottlieben werden künftig die Firmenkunden und der Direktverkauf eine wichtige Bedeutung erhalten. Ebenfalls werden die Ökologie, der Umgang mit Rohstoffen und Fair Trade zu noch wichtigeren Themen. Nicht ausgebaut wird hingegen der Bereich der Private Labels (eigene



Neue Produkte: Firmenchef Dieter Bachmann präsentiert die neue Premium-Linie. Bilder: Mario Gaccioli

Produkte unter anderen Namen). Um eine zu starke Abhängigkeit von Dritten zu vermeiden, beschränkte Bachmann die Produktion für eine Drittfirma bereits nur noch auf das Kernprodukt.

Legende gesponnen

Dieter Bachmann ist mit hohem Tempo unterwegs und sucht eine neue Balance zwischen Tradition und Moderne. Es sei nicht so, dass er alles auf den Kopf zu stellen versuche, versichert er. Innovationen würden vielmehr im Dialog mit der übrigen Geschäftsleitung und den Mitarbeitenden sowie den Kunden erarbeitet. Vor allem in den Mitarbeitenden schlummerten sehr viele Ideen. Ein konstanter Verbesserungsprozess befindet sich im Gange.

Die Tradition von Gottlieber Waffelgebäcken reicht weit hinter das Jahr der Firmengründung von 1928 zurück. So wurden in den Dokumenten von Hortense de Beauharnais Quittungen gefunden, die belegen, dass die Schlossherrin auf Arenenberg seinerzeit in der Region Gaufrettes regelmässig gekauft hat. Hortense war die Tochter von Joséphine, der ersten Frau Napoleons I., und Gattin von Napoleons Bruder Louis. Ihr jüngster Sohn Louis Napoléon, der spätere Kaiser Napoléon III., wuchs teilweise in Arenenberg auf. Aus diesem Zusammenhang wurde jetzt eine Legende über den «Hüppen»-Konsum von Louis Napoleon III. gesponnen.

In Tägerschen/Frauenfeld aufgewachsen

Der 37-jährige Dieter Bachmann stammt aus einer unternehmerischen Familie und ist in Tägerschen und Frauenfeld aufgewachsen. Er absolvierte berufsbegleitend ein Betriebswirtschafts-Studium und erwarb sich einen MBA. Bachmann hat unter anderem verschiedene Firmen gegründet, an denen er zum Teil noch heute beteiligt ist. Ebenfalls wirkte er als Berater und engagiert sich auch heute noch in der Jungunternehmerförderung. Dazu passt auch die Dissertation, die er derzeit verfasst. Sie trägt den Titel «Jungunternehmen in der Wachstumsphase».

Während vier Jahren war er zuletzt als Wirtschaftsförderer für die Region Winterthur tätig.



Bei der Herstellung von Gottlieber Hüppen wird nach wie vor Hand angelegt.

Auf der Suche nach einer neuen Herausforderung war Bachmann durch den Hinweis eines Treuhänders Ende 2007 auf die Gottlieber Spezialitäten AG aufmerksam geworden. Firmeninhaber Urs Brauchli sah sich frühzeitig nach einer externen Lösung um, da niemand in der fünften Generation der Familie den Betrieb weiterführen wollte.

Eine Woche im Kloster

Bachmann hatte verschiedene Eisen im Feuer. Um den richtigen Entscheid zu fällen, ging er für eine Woche ins Kloster. In der Benediktiner-gemeinschaft von Fischingen erlebte er den Alltag eines Mönchs, meditierte, betete, las, ging joggen und wanderte. Im Kloster wich die Unsicherheit. Er war sich nun sicher, dass er ganz auf die Karte Gottlieben setzen und nicht halbherzig mehrere Optionen verfolgen wollte. Bachmann hatte Glück, dass Urs Brauchli nach anfänglichem Zögern schon weit vor dem Pensionsalter zum Loslassen bereit war.

Einen emotionalen Bezug zu Gottlieben gab es übrigens schon vor dem Erwerb der Gottlieber

Spezialitäten AG im vergangenen Sommer. Dieter Bachmann hatte im Jahr 2004 im idyllischen Ort am Seerhein geheiratet.



Blick in die Produktion: Hüppe reiht sich an Hüppe.