

Moderner Inhalt für historische Hüppen

GOTTLIEBER Seit über 80 Jahren steht das KMU aus dem Thurgau für Hüppen. Nun möchte es mit neuen Geschmacksrichtungen den Genuss steigern, ohne die Tradition zu verschmähen.

ROBERT WILDI

Was gut riecht, muss gut schmecken. Wir sind in Gottlieben TG, einem idyllischen 300-Seelen-Grenzdörfchen zwischen Boden- und Untersee. Beim Betreten der ersten Manufakturhalle der ansässigen Gottlieber Spezialitäten übernimmt die Nase. Ein warmer Schokoladenduft lullt den Besucher ein.

Hier, und nur hier, werden die weltweit bekannten Gottlieber Hüppen hergestellt – gebackene Teigrollchen mit einer Füllung aus Schweizer Schokolade und Gourmet-Cremes. Die Vorahnung bestätigt sich im letzten Raum, wo die fertig verpackten Kreationen gekostet werden können. Ein Hochgenuss frisch ab Produktion.

Gottlieben und Hüppen gehören zusammen und haben eine lange gemeinsame Tradition. In ihrer heutigen Form wurde die gerollte Waffel erstmals 1928 von der einheimischen Firmengründerin Elisabeth Wegeli hergestellt. Sogar noch viel früher sind schon historisch bedeutende Staatsmänner offenbar auf den Geschmack gekommen. Louis Napoléon III., der nachmalige französische Kaiser, soll im frühen 19. Jahrhundert

während eines mehrjährigen Aufenthalts in der Region ein Liebhaber der Gaufrettes, eines Vorläufers der Hüppen, geworden sein.

Was zur Gründungszeit der Gottlieber Spezialitäten vor über 80 Jahren mit zwei Waffeleisen von Hand erledigt wurde, nämlich das Plätten, Rollen und Backen des Teigs zu Hüppen, übernehmen heute Maschinen, die für das KMU angefertigt wurden. Die Technik erlaubt eine gesteigerte Produktion von gegenwärtig rund 100 000 Stück pro Tag. Sie werden wie früher als hauchzarte Crêpe gebacken, dann einzeln gerollt und gefüllt. Von einer vollautomatisierten Fließbandproduktion ist der Betrieb weit entfernt. Die Verarbeitung von zum Teil biologisch angebauten und fair gehandelten Zutaten wird bis heute von Menschengand begleitet und unterstützt.

Neuer Besitzer – frischer Wind

Bis zu 40 Mitarbeiter zählt die «Manufaktur des Genusses» in Gottlieben heute. Sie haben im vergangenen Jahr ganze Arbeit geleistet und den Umsatz im zwei-

stelligen Bereich auf 10 Mio Fr. gesteigert. Wichtig war vor allem das Weihnachtsgeschäft, das rund 50% des gesamten Jahresverkaufs ausmacht. Seit Dieter Bachmann im Sommer 2008 zum Betrieb stiess und neben der Geschäftsführung auch gleich die Aktienmehrheit übernahm, gehtes aufwärts. Im ersten Jahr konnte er den Umsatz gleich um 23% steigern. Er ist ambitioniert: «2010 wollen wir erneut zweistellig wachsen.»

Als Jungunternehmer und zuletzt Chef der Standortförderung Winterthur hat sich Bachmann einen Namen gemacht, unter anderem mit Fähigkeiten in den Bereichen Sales und Marketing. Genau dieses Know-how fehlte der Gottlieber Spezialitäten in der jüngeren Vergangenheit etwas. Das Produkt hatte zwar sei-

ne treue Fangemeinde in seinem Marktsegment. Es fehlten aber wirksame Kommunikations- und Vermarktungsstrategien, um neue Kundengruppen zu erschliessen.

Diese Entwicklung will Bachmann nun vorantreiben, ohne dabei die wertvolle Tradition zu verschmähen. «An den Werten, die die Hüppen über die Jahre so weit gebracht haben, wird nicht gerüttelt.» Vielmehr geht es um eine Erweiterung des Horizonts. Mittel dazu sind einerseits neue Krea-

tionen und Produkte, die anders als mit hochwertigen Verpackungen und innovativen Massnahmen besser positioniert werden. Ein Beispiel der Erweiterung ist die jüngst lancierte Premiumlinie mit den neuen Aromen Amaretto, Cappuccino, Irish Cream und Black Special Grand Cru.

Als Werbegeschenk für Banken

Dadurch sollen die Hüppen für ein wachsendes Zielpublikum zum Trend- oder Kultprodukt werden. Die Wirkung der bisherigen Bemühungen ist nicht ausgeblieben. An-

fragen und Bestellungen der Hüppen als Werbegeschenk von Betrieben haben in den letzten Monaten sprunghaft zuge-

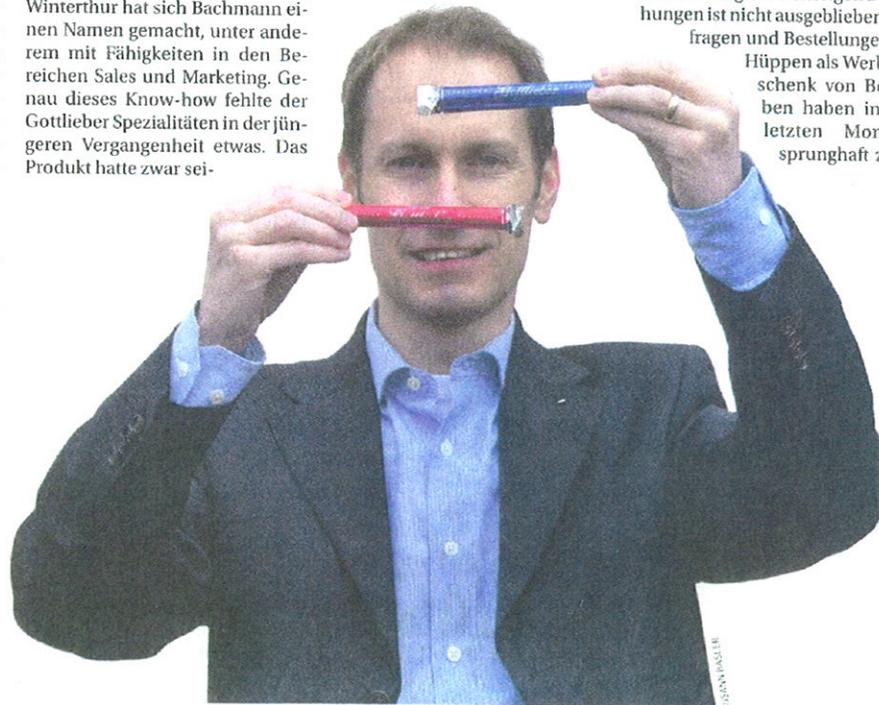
nommen. Speziell die krisengeschüttelten Banken schätzen traditionelle Schweizer Werte wie Zuverlässigkeit, Qualität und Bescheidenheit, die die Hüppen verkörpern. Das Firmenkundengeschäft, das im Moment rund 20% des Umsatzes bringt, wächst überproportional. Dass man auch im Privatkundengeschäft auf dem richtigen Weg ist, bestätigt Bachmann eine aktuelle Umfrage, wonach 80% der Schweizer die Hüppen von ihrer Wertigkeit mit den Luxemburgerli vergleichen.

Den steigenden Markenwert der Gottlieber Hüppen möchte Bachmann auch im Vertrieb nutzen. Im Moment ist das Basisprodukt in Coop, Volg, Spar und Globus erhältlich. Die neue Premiumlinie gibt es bei Merkur und Manor sowie in guten Bäckereien oder Spezialitätengeschäften.

Auch der Export soll gesteigert werden. Heute werden 90% der Produkte in der Schweiz verkauft. «Es kommen immer mehr Anfragen aus den USA und Asien», stellt der Geschäftsführer fest. Zu rasch wachsen will Bachmann jedoch nicht: «Umsatzsteigerungen ohne Gewinn sind nichts wert.»

«2010 wollen wir erneut zweistellig wachsen. Doch Steigerungen des Umsatzes ohne Gewinn sind nichts wert.»

Dieter Bachmann
Gottlieber Spezialitäten



FIRMENPROFIL

Name: Gottlieber Spezialitäten AG, Gottlieben TG
Gründung: 1928
Führung: Dieter Bachmann
Umsatz: 10 Mio Fr.
Beschäftigte: 35 bis 40 (je nach Saison)
Produkte: Hüppen, Truffes und Schmuckdosen
Internet: www.gottlieber.ch