

Erfinden, gewinnen und Trends setzen

BEI DER HALBFABRIKATEN-PRODUZENTIN ALIPRO IST SEIT DER LETZTEN GASTROFACTS-GESCHICHTE 2009 VIEL GEGANGEN. DAS FAMILIENUNTERNEHMEN GEWANN EINEN FOOD-AWARD IN DUBAI, IST SEIT MAI PARTNER VON HOWEG PROFIT PLUS UND HAT AUCH IM DIGITALEN BEREICH DIE NASE VORN. EIN ZWISCHENBERICHT.

Text: Christian Nill



Einer der vier Lieferwagen der Hittnauer Firma Alipro.

«Nicht ungewöhnlich für Alipro», lautete im Herbst 2009 der zweitletzte Satz in der GastroFacts-Story über den Hittnauer Familienbetrieb. Es ging um ihr ökologisches Umweltengagement. Der letzte Satz lautete: «Aber unkonventionell allemal.» Daran hat sich in den vergangenen 750 Tagen nichts geändert. Die «Alipro AG» beweist zwei Dinge. Erstens: Man kann auch als kleines, familiengeführtes Unternehmen an der weltgrößten Food-Messe, der «Gulfood» in Dubai für Aufsehen sorgen. Und zweitens: Auch ein innovativer Lebensmittelproduzent kann dank einer

intelligenten Smartphone-Applikation europaweit zeigen, dass er die Nase vorn hat. Markus Lüssi ist Marketingleiter bei Alipro, Mitglied der Geschäftsleitung und massgeblich mitverantwortlich für die diversen Innovationschritte der letzten Jahre. «Wir sind ein kleines, schlagkräftiges Team. Neuheiten können wir schnell vorantreiben.» So schnell, dass einem fast schwindlig wird, wenn man ihm zuhört: Neue Partnerschaft! Award! Verpackungsinnovation! Europaweit die Ersten!

Mehr Kunden dank Partnerschaft mit Howeg

Seit Mai dieses Jahres arbeitet die Alipro als erste Lieferantin mit dem grössten Gastro-Supplier der Schweiz zusammen: mit der Howeg AG. Konkret mit «Howeg profit plus». Der Gedanke hinter diesem System sei es, Schweizer Gastronomen den Alltag zu erleichtern. Mittels einer noch grösseren Auswahl an Produkten und einem Bestellwesen, bei dem alles aus einer Hand kommt. Die Alipro AG bringt «Howeg Profit Plus» 230 zusätzliche Produkte im Backwarenbereich. Handkehrum profitiert auch Alipro. «Wir haben auf einen Schlag 2800 Kunden dazugewonnen», erklärt Lüssi. Bereits kurz nach Start hätten sich daraus mehr als eine Handvoll Bestellungen pro Tag ergeben. Geliefert wird in die ganze Schweiz, vorwiegend mit der eigenen Fahrzeugflotte, bestehend aus zwei Lastwagen und zwei Bussen. «Für Industrieunternehmen ist ein eigenes Transportsystem Bedingung.» Lediglich im Tessin sowie im Waadtland und Genf arbeite man mit Fremdtransportern zusammen.

In diesem Moment schaut Marcel Wälchli kurz ins Sitzungszimmer. Ende 2010 hat der Vertreter der dritten Alipro-Generation die Gesamtführung des Unternehmens übernommen. Wälchli erkundigt sich nach dem Wohl des Gastes und erwähnt beim Hinausgehen, dass es übrigens sein Vater gewesen sei, der die zündende Idee gehabt habe für die neue Verpackungsinnovation.

Der besondere Spritzsack...

«Das stimmt», sagt Markus Lüssi und erklärt, weshalb Alipro überhaupt plötzlich auch noch Verpackungen produziert: «Durch die revolutionäre Verpackung werden unsere Marmeladen neu auch ohne Konservierungsmittel hergestellt. Bei kleinen Gebinden hatten wir bis anhin immer das Problem, dass die Ware, sobald der Kessel einmal geöffnet ist, in kurzer Frist aufgebraucht werden musste.» Was für die Grossindustrie kein Problem sei, da sie bei einem einzigen Arbeitsgang einen ganzen Container durchlassen könne, sei für Bäckereien problematisch.

Aus diesem Grund habe man nach einer Möglichkeit gesucht, die Marmeladen auch nach dem Öffnen der Verpackung noch lange frisch zu halten. «Wir verbesserten unsere viel gebrauchten Topping-Flaschen, sorgten für höheren Lichtschutz und Sauerstoffbarrieren.» Aber das Ergebnis war nicht befriedigend. Irgendwann habe dann Vater Wälchli gesagt: «Warum machen wirs nicht in einem Spritzsack?» Das war die entscheidende Idee. Nun können auch kleinere Bäckereibetriebe Produkte anbieten, die ohne Konservierungsstoffe auskommen.

Zuerst stellten die Alipro-Verantwortlichen den völlig neu konstruierten Spritzsack an der Schweizer Fachmesse für Bäckerei-, Konditorei- und Confiseriebedarf in Bern vor. «Das schlug ein wie eine Bombe!» Für den ständig an neuen Ideen herumdenkenden Marketingspezialisten war sofort klar, dass dieser Spritzsack Potenzial für mehr hat. «Also meldete ich mich eigenmächtig beim Gulfood-Award an», sagt Lüssi. Beim Bezahlen der Rechnung noch vor Messebeginn sei ihm schon etwas mulmig geworden. Was, wenn das nichts wird? Wie die Ausgaben rechtfertigen?



Prämierter Spritzsack und Alipro-Leitung: (v. li.) Markus Lüssi, Konrad Wälchli, Dave Mang und Marcel Wälchli.



... wird mit einem Food-Award gekürt

Doch das Wagnis ging auf. An der «Gulfood Award 2011» erzielte die Alipro AG den zweiten Platz in der Kategorie «Best New Food Packaging Innovation». Nur einer von rund 250 Mitbewerbern in derselben Kategorie hatte gemäss Jury ein noch besseres Produkt: Eine türkische Firma gewann mit einer neuen Olivenöl-Verpackung. «Wir haben uns riesig gefreut über unseren Award», freut sich Markus Lüssi noch heute. «Und: Wir konnten drei neue Partner gewinnen, die den Markt der Golfstaaten beliefern. Erst vor Kurzem schickten wir zwei Container mit Massa Bianca nach Saudiarabien.»

Bereits seit Längerem steht fest, dass die Alipro auch 2012 wieder an der grössten Food-Messe der Welt teilnimmt. Zur Veranschaulichung der Grösse und Bedeutung der «Gulfood 2011»: 3800 Aussteller, 400 auf der Warteliste, 62000 Gäste aus 150 Ländern. Und mittendrin: Alipro aus Hittnau. Und die Erkenntnis von Lüssi, dass die Schweiz im arabischen Raum nach wie vor einen exzellenten Ruf genieisse. «Dazu müssen wir Sorge tragen. Service und Dienstleistungen müssen unbedingt stimmen. Dann sind die Kunden auch bereit, das zu honorieren.»

BeeTagg oder die Vernetzung mit der digitalen Welt

Die Firma Alipro gibt es seit 1942. Damals gab es noch keine Handys, kein Internet, keine Computer. Höchstens zimmergrosse Rechenmaschinen. Mittlerweile überrascht die digitale Welt laufend mit neuen Produkten. Eines davon heisst «BeeTagg»: Das – laut Hersteller – «führende System für Mobile Tagging». Darunter versteht man eine Technologie, die es ermöglicht, mit dem Smartphone ein physisches Objekt zu markieren (oder eben: einen «tagg» zu machen) und mit dem Internet zu verbinden. Das mag kompliziert klingen. Die Anwendung ist jedoch einfach und bietet – wie alles im Netz – ungezählte Kommunikationsmöglichkeiten. Das hat auch Markus Lüssi schnell erkannt. Das Prinzip: Man versieht ein Objekt, eine Verpackung oder ein Werbeplakat mit einem abstrakt-grafischen Code. Diesen Code scannt man mit seinem Handy und innert Sekunden erscheinen auf dem Bildschirm weitere Informationen, Kontaktangaben, Videofilme usw. Lüssi ist überzeugt, dass BeeTags die Kommunikation zwischen Hersteller und Kunden verbessern können. «Wir versehen unsere Produkte allesamt mit solchen Taggs. Somit haben wir das Problem der Spezifikationen auf einen Schlag gelöst – zum Vorteil des Kunden.» Hat der Kunde den Tag gescannt, tippt er auf der erscheinenden Seite auf Produkte. Nun kann er sämtliche Informationen dazu abrufen.

Europaweit die erste Firma

«Früher mussten wir alles umständlich für jeden Kunden einzeln in verschiedene Excell-Tabellen schreiben. Nun kann er sich genau die Infos herunterladen, die er benötigt.» Auch in der digitalen Welt beweisen die Alipro-Geschäftsführer, dass sie Trends mitgestalten und weiterentwickeln. Die BeeTags ermöglichen es, zielgerichtete, kundenspezifische Angebote direkt aufs Handy der Kunden zu bringen. «Wir planen zurzeit, kurze Videos über die Rezeptherstellung zu produzieren und ebenfalls via Taggs zu verbreiten.» Der grosse Vorteil der BeeTags sei, dass man dafür lediglich ein Handy benötige. «Und wer trägt heute schon nicht ständig sein Natel mit sich herum?»

Alipro ist die erste Firma Europas, die auf diese Weise das System des Mobile Taggings anwendet. Sie ist die erste Partnerin von Howegs Profit-Plus-Angebot. Und sie hat mit einer neuartigen Verpackung weltweit für Aufsehen gesorgt. Markus Lüssi fasst diese Meilensteine abschliessend prägnant zusammen: «Das ist unsere Chance: Immer einen Schritt voraus sein.» Fortsetzung folgt – garantiert. ■

Alipro AG | Oberdorfstrasse 4 | CH-8335 Hittnau
Tel. +41 43 288 20 20 | Fax +41 43 288 20 30
verkauf@alipro.ch | www.alipro.ch

