

Thierry Uldry, CEO der Firma «Les Véritables Biscuits du Terroir SA»

«Wir kombinieren das Beste aus Handwerk und Industrie»

Thierry Uldry ist mit dem Waadtländer Biskuithersteller «Les Véritables Biscuits du Terroir» und der Marke Tante Agathe auf Expansionskurs. Das Biskuit-Sortiment wird mittlerweile in über 20 Länder verkauft, die Produktion ist auf über 400 Tonnen gestiegen. Im Interview äussert sich der CEO unter anderem zur Produktphilosophie und zum Erfolgsrezept der Firma. **Stéphanie Spiess**

Herr Uldry, was zeichnet Ihr Biskuit-Unternehmen speziell aus?

Thierry Uldry: Unsere Firma ist vor allem anderen eine Kombination aus einer einzigartigen Geschichte mit einem innovativen Businessmodell im Luxusbereich der Nahrungsmittelindustrie. Als ich 2003 das Ruder der Firma übernahm, die am Rande des Konkurses war, stiess ich auf eine Sammlung von aussergewöhnlichen Rezepten. Zudem machte ich in der Firma ein hervorragendes Know-how aus. Früher wurde praktisch die ganze Produktion auf dem Heimmarkt verkauft, ausserhalb der Schweiz kannte die Marke niemand. Ich habe eine «Revolution» angestossen mit dem Ziel, die Marke für den Export zu öffnen und zu wachsen. Die Folge davon und der Beleg für das Wachstum: Die Produktion stieg von sieben Tonnen im 2003 auf über 400 Tonnen im Jahr 2011.

Was haben Sie konkret unternommen?

Allgemein gesagt haben wir uns für eine Win-win-Partnerschaft entschieden. Wir wollten das Know-how erhalten und dazu unsere Erfahrung in der

ganz Grossen der Nahrungsmittelindustrie aufnehmen können. Wir arbeiten unter Einhaltung der Zertifizierungsnormen für die Lebensmittelsicherheit (ISO 22000). Das ermöglicht die Rückverfolgung aller Produkte und eine der anspruchsvollsten Qualitätskontrollen, die es gibt. Zusammengefasst: Wir haben die Vorzüge von Handwerk und Industrie zusammengemixt und daraus einen Gewinner-Cocktail kreiert. Dank des innovativen Businessmodells ist aus Tante Agathe eine Art Manufaktur für kunst- und liebevoll hergestellte Biskuits geworden.

Wie sieht die Situation in Ihrer Branche aus? Wie entwickelt sich der Markt?

Der Sektor der Premium-Biskuits ist ein Nischenmarkt, der stark wächst. Die Konsumentinnen und Konsumenten suchen nach Alternativen zu industriell gefertigten Biskuits und orientieren sich immer stärker in Richtung Genuss-Käufe. Unsere Biskuits sind ein Luxus, den man sich leisten kann, es sind aussergewöhnliche Kreationen mit authentischem Geschmack. Das macht die Stärke der Marke Tante Agathe aus.

In welchen Bereichen engagiert sich Ihr Unternehmen sonst noch?

Neben der Herstellung von Biskuits ist unser Unternehmen auch in der Entwicklung von völlig neuen Rezepten für grosse Marken tätig. Diese «massgeschneiderten» Biskuits machen einen wichtigen Teil unserer Produktion aus. Hier arbeiten wir eng mit unseren Kunden zusammen, stellen ihnen unser Know-how zur Verfügung und generieren gemeinsam einen Mehrwert. Im so genannten Private-Label-Bereich bieten wir Konzepte an, die das Image einer Firma bei den Kunden verbessern. Und schliesslich ist «Les Véritables Biscuits du Terroir» Besitzerin der Firma Brutschi, die Tortenböden herstellt, die in vielen Schweizer Bäckereien verwendet werden. Das ist ein weiterer Entwicklungsbereich unseres Geschäfts.

«Wir werden bald einen neuen, dreimal grösseren Produktionsstandort in Nyon beziehen.»

Entwicklung des Handels und im Bereich Lebensmittelsicherheit einbringen. Wir haben das seit 1954 vorhandene handwerkliche Können weiter genutzt, haben ihm aber mehr «Muskeln» und hohe Qualitätsstandards verliehen.

Inwiefern mehr Muskeln?

Die berühmten «Coeurs de l'Oranger» werden zwar auch heute von Hand glasiert, jeder Teig individuell im Backtrog hergestellt, und die Biskuits von Hand verpackt. Trotzdem haben wir Normen und industrielle Zertifikate eingeführt, die es mit den

Was ist das Erfolgsrezept der Firma – und welche Rolle spielen dabei Innovation und Tradition?

Unsere Stärke ist die subtile Mischung aus Innovation und der Erhaltung des Know-hows. Der Schlüssel zu unserem Erfolg liegt darin, das Beste, was Handwerk und Industrie bieten, zu kombinieren. Wir legen Wert darauf, für die Herstellung der Biskuits nur die besten Produkte auszuwählen. Damit erhalten wir die Grundwerte des Hauses: Authentizität, regionale Erzeugnisse und Tradition. Unsere Biskuits werden auch heute noch in traditionellem Stil und ohne chemische Zusätze wie Farbstoffe oder Konservierungsmittel hergestellt. Die Aromen sind natürlich, das Mehl gentechnisch unverändert. Alle Zutaten für unsere Rezepte werden in der Schweiz produziert und sorgfältig ausgewählt. Wir wollen die Konsumenten mit edlen und natürlichen Biskuits überraschen, die eine echte Alternative zu industriellen Produkten darstellen.

Lancieren Sie auch neue Produkte?

Die meisten unserer insgesamt 15 Produktrezepte sind seit der Gründung des Unternehmens unverändert geblieben. Unser Forschungs- und Entwicklungsteam arbeitet aber regelmässig mit externen Beratern zusammen, wie etwa Spitzenköchen oder Spezialisten mit dem Titel «Meilleur Ouvrier de France», um neue Geschmacksrichtungen zu kreieren. Letztlich wollen wir unseren Biskuits einen unverwechselbaren Charakter verleihen. Das gilt für den Geschmack, die Konsistenz und die optische Präsentation. Dieses Ziel treibt unsere ganze Belegschaft an.

Wer sind die wichtigsten Kunden – und wie sieht es mit dem Wachstum der Produktion aus?

Die Biskuits der Marke Tante Agathe sind heute in über 20 Ländern präsent – von Russland über Dubai bis in die USA. Unser primäres Zielpublikum bleiben Spezialitäten-Geschäfte und unser Augenmerk gilt dem Verteilernetz. Zu unseren bevorzugten Kunden gehören auch Luftverkehrs- und Schifffahrtsgesellschaften, Hotelketten oder Tee-Salons. Privatkunden können sich unsere Produkte in aller Ruhe über unsere Web-



Thierry Uldry führt den Biskuithersteller «Les Véritables Biscuits du Terroir SA» mit Sitz in Lonay (VD) seit 2003. Vorher war er 14 Jahre lang Chef der Kaviar-Handelsfirma Caviar House. Der 47-Jährige hat zudem die Holding Luxury Fine Food gegründet, um sein innovatives Businessmodell auf Produkte wie Trockenfleisch, Kaviar und Schokolade auszuweiten.

site bestellen und nach Hause schicken lassen. Unsere Produktion ist stark gewachsen. Wir werden den Betrieb in Lonay deshalb bald verlassen und einen neuen Standort in Nyon beziehen, der flächenmässig dreimal so gross ist. Er bietet unseren 25 Angestellten optimale Arbeitsbedingungen und einen leistungsfähigeren Produktionsapparat.

Und welche Herausforderungen haben künftig Priorität?

Wir schenken der Ökologie eine besondere Aufmerksamkeit. Unser ganzes Verpackungssystem ist darauf ausgelegt, das Recycling zu fördern und gleichzeitig die bestmögliche Verarbeitung des

Produkts zu garantieren. Eine weitere Herausforderung – und für einen Schweizer Biskuithersteller keine unwichtige – ist der Butterpreis in der Schweiz. Da haben wir eine Monopolsituation, unter der alle leiden. Sowohl die Bauern, die zu wenig verdienen, als auch die Industrie, die sich ausschliesslich auf dem Heimmarkt eindecken muss. ■

Stéphanie Spiess ist Redaktorin bei Cadence Conseils in Lausanne und Sion.