

Kägi will im Ausland wachsen



Die Kägi Söhne AG hat seit April mit Marc T. Tümmers einen neuen Geschäftsleiter, der die Kägi-Produkte von den Skiferien in der Schweiz her kennt und zuletzt bei einem Solarenergieunternehmen in Deutschland tätig war.

(Bild: Matthias Giger)

LICHTENSTEIG. Die Kägi Söhne AG hat seit April mit Marc T. Tümmers einen neuen Geschäftsführer, der auf den Märkten im Ausland das Wachstum voran treiben soll. Sein Vorgänger, Beat Siegfried, verbleibt in der Geschäftsleitung und konzentriert sich auf die Produktion und Qualitätssicherung.

MATTHIAS GIGER

Der Markt für Waffeln und Biskuits sei einer der am härtesten umkämpften in der Lebensmittelbranche, sagt Marc T. Tümmers. Seit April ist er neuer Geschäftsleiter der Kägi Söhne AG in Lichtensteig. Sein Vorgänger, Beat Siegfried, verbleibt in der Geschäftsleitung und konzentriert sich, in der bei der Kägi Söhne AG komplett neuen Position als Chief Operations Officer (COO), auf die Bereiche Produktion, Entwicklung, Einkauf und Qualitätssicherung. «Beat Siegfried hat in den zwölf Jahren als Geschäftsführer das Unternehmen komplett professionalisiert und erfolgreich durch die verschiedenen Besitzerwechsel manövriert», sagt Marc T. Tümmers. Seit zwei Jahren sei das 1934 in Lichtensteig gegründete Unternehmen wieder in Besitz einer Schweizer Familie.

Sicher werde die Zeit kommen, da sich der 56jährige Beat Siegfried ausschliesslich auf sein Verwaltungsratsmandat beschränke. In dem Sinne sei dies mittelfristig schon eine sanfte Nachfolgeregelung, so

der 40jährige neue Geschäftsführer. Er betont aber gleichzeitig auch: «Die Erweiterung des Managements ist in enger Absprache mit Beat Siegfried geschehen.» Es sei vor allem eine wachstumsorientierte Arbeitsteilung und sicher kein Abstellgleis. Zudem sei Beat Siegfried als Verwaltungsratsmitglied auch sein Kontrollorgan und seine Erfahrung sei im operativen Geschäft von grossem Wert für das Unternehmen. «Wir pflegen einen sehr engen Austausch und halten uns an die klare Aufgabenteilung», so Marc T. Tümmers. Zudem wolle man aus der starken Position auf dem Schweizer Markt heraus im Ausland zulegen. «Er ist neu unser Innenminister und ich bin der neue Aussenminister», vereinfacht er. Die Erweiterung des Managements sei ein notwendiger Schritt für die Grösse, welche das Unternehmen inzwischen erreicht hat.

Im Ausland gut aufgestellt

Ihn habe man wegen seiner Auslanderfahrung nach Lichtensteig geholt. Im Schweizer Markt sei ein weiteres Wachstum kaum mehr möglich. «Der Markt ist zu klein und es gibt zu viele Konkurrenten», hält er fest.

2012 konnte das Unternehmen den Exportanteil von 40 auf 44 Prozent steigern. Insgesamt sei das Auslandsgeschäft um zehn Prozent gewachsen, während man auf dem Markt in der Schweiz etwas eingebüsst habe. In diesem Jahr will man beim Exportanteil die 50-Prozent-Grenze knacken. Die wichtigsten Märkte seien der Mittlere Osten, Asien sowie Deutschland und Österreich. Im Mittleren Osten und in Asien sei Kägi gar auf Augenhöhe mit Mars oder Oreo des US-amerikanischen Unternehmens Nabisco.

Marc T. Tümmers nimmt sein Smartphone und zeigt stolz ein Foto eines Regals mit Kägi-Produkten in einem Supermarkt in Dubai. Darauf ist das Regal mit Produkten von Kägi zu sehen, das an der Breite jene von weltweit bekannten anderen Marken wie Oreo um fünf bis zehn Zentimeter übertrifft. «Das ist unserer Auslandstrategie zu verdanken. Wir konzentrieren uns vor allem auf wenige Märkte, auf denen Kägi schon seit über 15 Jahren präsent ist und Partner besitzt», hält er fest. Natürlich versuche das Unternehmen auch auf anderen Märkten Fuss zu fassen. Man verfüge aber nicht über unlimitierte Mittel. «Man darf nicht vergessen, dass die Kägi Söhne AG im Vergleich zu Konzernen wie Nestlé oder Mars ein kleiner Player ist.»

Das Leuchten in den Augen

Obwohl es hier doch merklich ruhiger sei als in Hamburg, habe sein neuer Arbeitsplatz doch auch seinen Reiz. «Als ich zum ersten Mal hier war, lagen Regenwolken über dem Tal. So dachte ich, dass mit den in der Beschreibung des Arbeitsortes genannten Berge wohl die Hügel in Lichtensteig gemeint waren», erzählt er. Dafür habe er gleich gewusst, dass dies die richtige Stelle für ihn ist, als er aus dem Auto ausstieg und ihm der süsse Duft von Schokolade in die Nase stieg.

Mit Stolz erfülle es ihn zudem, dass er in den Augen der Einheimischen nicht selten ein Leuchten entdecke, wenn er ihnen sagt, dass er für Kägi arbeitet. «Bei Tchibo oder auch bei Dr. Oetker haben die Leute nur gemeint, dass der Kaffee beziehungsweise die Tiefkühlpizza zu teuer sei», schildert Marc T. Tümmers.

Marc T. Tümmers

Der 40jährige Hamburger wohnt seit diesem Jahr in Wil. Nach seinem Wirtschaftsstudium an der Universität in Münster hat er zwei Jahre für Dr. Oetker als Produktmanager gearbeitet, danach zehn Jahre für Tchibo als Leiter des Kaffee-Auslandsgeschäfts. Zwei Jahre war er anschliessend Mitglied der Geschäftsleitung von Karstadt, zuletzt drei Jahre Geschäftsführer des Vertriebes der Solarenergie-Unternehmung Q-Cells. (mgi)