



Schokoladig und mit Schweizer Akzent: Kägi

Die Waffel des Erfolgs

In der Schweiz ist es ein Begriff: das Kägi fret, eine weit verbreitete Waffel mit Schokoladenüberzug. Fast könnte man sagen, dass der Name Kägi mit der Schweiz so untrennbar verbunden ist wie mit Alpen und Käse. Hergestellt werden die mit Schokolade überzogenen Waffeln von der Kägi Söhne AG. Das Unternehmen wurde bereits 1934 gegründet und hat seinen Sitz in Lichtensteig im Kanton St. Gallen.

Waffelvarianten für drei Segmente Als Bäckerei gegründet

Sieben Varianten in jeweils diversen Größen gibt es mittlerweile vom Kägi Fret: Von der herkömmlichen Variante mit Milkschokolade über solche mit dunkler Schokolade als Überzug bis hin zu Haselnuss-, Kokosnuss-, Cappuccino- oder Rumcrème-Füllung. „Das erste Mal überhaupt haben wir dieses Jahr eine Limited Edition ins Sortiment aufgenommen – Kägi mini mit gefriergetrockneten Erdbeeren und Schweizer Rahm“, sagt Marc T. Tümmers. „Der Erfolg spornt uns an in den kommenden Jahren weiter an solchen Editionen zu arbeiten.“

Drei Hauptsegmente deckt das Kägi-Sortiment ab: Sharing – Mit Familienpackungen wird dem Verzehr zu Hause Rechnung getragen. Snacking – Neben einem Beutel-Sortiment mit einzeln verpackten 6,4-g-minis gibt es auch zwei Riegel im 25-g- und 50-g-Format. Der 50-g-Riegel mit der knisternden Folie hat Kultcharakter in der Schweiz und gibt der Marke ihre ikonische Einzigartigkeit. Abgerundet wird der Auftritt durch das Gifting-Sortiment, welches eine Reihe von hochwertigen Geschenkpackungen beinhaltet.

Unter dem Namen 'Bäckerei zum Hecht' gründete Otto Kägi senior das Unternehmen 1934. Die Bäckerei wurde kontinuierlich ausgebaut und wandelte sich in der Ära der drei Söhne Alfred, Eugen und Otto junior vom Handwerksbetrieb zur industriellen Fertigung. 1995 übernahm die Schweizer Handelsfirma Valora den Traditionsbetrieb. 2012 erfolgte eine abermalige Übernahme durch die Burger-Söhne-Gruppe, der unter anderem auch die Zigarrenfabrik Dannemann gehört. Seit April 2013 ist CEO Marc T. Tümmers bei der Kägi Söhne AG. Der deutsche Manager war zuvor ebenfalls in der Lebensmittelbranche tätig, zum Beispiel bei Dr. Oetker und Tchibo.

Klassische Vertriebswege

Hauptstandort von Kägi ist Lichtensteig in der Region Toggenburg im Kanton St. Gallen. Vertriebsniederlassungen gibt es in Dubai, Hongkong und den USA. Insgesamt sind bei Kägi rund 120 Mitarbeiter tätig.

„Dank unserer einzigartigen Rezeptur, die bis heute beibehalten wurde, grenzen wir uns von der Konkurrenz ab.“

Nicht nur in der Schweiz ein Begriff: Kägi fret





Hat Spaß an einer erfolgreichen Marke: CEO Marc T. Tümmers

„Wir haben frühzeitig erkannt, dass wir nur mit dem Schweizer Markt alleine nicht leben können.“

90% der Produkte werden über klassische Kanäle wie den Lebensmitteleinzelhandel sowie über C&C-Märkte an die Gastronomie abgesetzt. Weitere Zielgruppen sind Duty Free Shops, Tankstellen und Kioske. Fast 50% seiner Produkte setzt Kägi im Ausland ab. Wichtigste Märkte sind in Europa Süddeutschland und Österreich sowie global der Mittlere Osten und Asien.

Werbung soll Aktualität steigern

„Dank unserer einzigartigen Rezeptur, die bis heute beibehalten wurde, grenzen wir uns von der Konkurrenz ab“, so Marc T. Tümmers. Ebenfalls eine Besonderheit ist, dass sowohl die Waffeln wie auch die Schokolade selbst hergestellt werden. Obwohl Kägi auf der Kölner Süßwarenmesse und regionalen Fachmessen in unterschiedlichen Ländern mit einem Stand vertreten ist, werden diese Aktivitäten künftig nicht mehr so eine große Rolle spielen. Stattdessen soll der Endkunde intensiver angesprochen werden. So ist zum ersten Mal seit 80 Jahren wieder klassische Plakatwerbung geschaltet worden. Ende des Jahres soll außerdem TV-Werbung dazukommen.

Früh auf Internationalisierung gesetzt

Nach den Gründen des Erfolgs von Kägi befragt, nennt Marc T. Tümmers gleich mehrere Gründe: „Wir fokussieren uns klar auf ein Produkt. Außerdem ist die Kraft der Marke seit 1934 unverändert. Wir haben frühzeitig erkannt, dass wir nur mit dem Schweizer Markt alleine nicht leben können. Deshalb haben wir unser internationales Geschäft stetig ausgebaut.“

Fokussiertes Sortiment so beibehalten

Auch als Ziel für die Zukunft ist der weitere Ausbau des internationalen Geschäfts nach wie vor aktuell. Zudem soll der Umsatz in den kommenden sieben Jahren verdoppelt werden. An dem straffen und überschaubaren Sortiment will Marc T. Tümmers weiterhin festhalten. Innovative Saisonprodukte und Varianten der Erfolgswaffel soll es aber auch künftig geben. Günstig für

das Unternehmen ist der steigende Konsum von Süßwaren. Vor allem Schokoladenprodukte verzeichnen seit rund zehn Jahren einen extremen Boom. Der schweizerische Marktführer profitiert zudem davon, dass die Marke Kägi in der Schweiz gewissermaßen als Gattungsbegriff für Schokoladenwaffeln gilt. ■



Aus eigener Herstellung: Überziehen der Waffeln mit Schokolade



Kontakt

Kägi Söhne AG

Loretostrasse 52
9620 Lichtensteig
Schweiz

Tel.: +41 71 9877010

Fax: +41 71 9877019

info@kaegi-ag.ch

www.kaegi-ag.ch