

Hauptausgabe

Bauernzeitung / Ostschweiz-Zürich
8408 Winterthur
052/ 222 77 27
www.bauernzeitung.ch

Medienart: Print
Medientyp: Fachpresse
Auflage: 7'871
Erscheinungsweise: wöchentlich

Themen-Nr.: 290.003
Abo-Nr.: 1077532
Seite: 4
Fläche: 76'371 mm²

Züger: «Es sollte einfach sein»

Unternehmer / Christof Züger eckt hin und wieder an. Trotzdem macht er unbekümmert seine Arbeit. Und das mit Erfolg.



Christof Züger ist stolz auf seine Produkte und die Mitarbeitenden in seinem Betrieb. Der CEO der Züger Frischkäse präsentiert einen kleinen Teil seines Sortiments. *(Bild hja)*

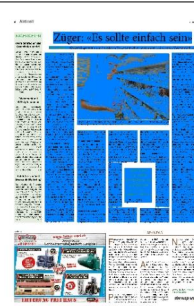
OBERBÜREN Christof Züger ist zusammen mit seinem Bruder Markus Herr über die Züger Frischkäse AG in Oberbüren SG. CEO Christof Züger überrascht mit seinen Aktionen immer wieder Landwirte und bäuerliche Verbände. Zuletzt, als er im Dezember beim Bund ein Gesuch stellte, um im Sommer 5 Mio kg Biomilch aus Deutschland in der Schweiz zu veredeln und wieder auszuführen. Damit eckte Züger zuletzt an. Auch sonst mangelt es nicht an Kritik am Unternehmer

und seinen Ideen. Weil die beiden Brüder in den letzten zwanzig Jahren die Mitarbeiterzahl beinahe um den Faktor vierzig ausgebaut haben und der Baukran, ein Gerüst oder ein Bagger auf dem Firmengelände zum Normalzustand gehört, gibt es gerade in der Ostschweiz Produzenten, die sich bei so viel Erfolg fragen, ob bei Züger alles mit rechten Dingen zu und her geht. Ein Bauernzeitung-Leser findet, dass die Erfolgsgeschichte der Züger Frischkäse AG zu gut sei, um wahr

zu sein. «Wir arbeiten sehr effizient und haben eine starke Mannschaft», sagt CEO Christof Züger, angesprochen auf die Kritik. Das Unternehmen sei kerngesund.

In der Nische zum Erfolg

Zügers Händedruck ist fest, die Begrüssung kurz. Der Chef hat etwas Verspätung. Während des Gesprächs klingelt mehrere Male das Telefon. Deswegen lässt sich der 51-Jährige aber nicht aus der Ruhe bringen. Mit Freude präsentiert er seine Produkte und sein jüngster



Coup, die laktosefreien Bioprodukte, die er in ganz Europa verkauft und für die er und sein Team Ende April den Export-Award von Switzerland Global Enterprise gewonnen hat. Vor sechs Jahren gewann die Züger Frischkäse AG den Titel «Unternehmen des Jahres». Der Erfolg kommt dabei nicht von ungefähr – Züger sucht die Nischen aktiv. Er will in Wachstumsmärkten arbeiten. In Märkten, die von der Konkurrenz weniger bespielt werden. In Deutschland zum Beispiel etabliert er sich als Anbieter von Bio- und laktosefreien Frischkäse, Mozzarella, Quark, usw. Damit ist er sehr erfolgreich. Die Käsemarktliberalisierung war für ihn und seine Firma nebst dem erhöhten Importdruck auch eine Marktchance. «Wir können uns im Export gezielt die Kunden aussuchen, die am besten zu unseren Dienstleistungen passen», sagt Züger.

Im Dienst der Mitarbeiter

«Mein Job ist es nicht, meine Mitarbeitenden zu motivieren, sondern sie vor Demotivation zu bewahren», sagt der CEO nach einer Weile. Er stellt sich in den Dienst seiner Belegschaft und seiner Kunden. «Ich muss als Chef zuerst und vor allem die Dinge aus dem Weg räumen, die für meine Mitarbeitenden problematisch sind und die sie von ihrer eigentlichen Arbeit abhalten. Ob mir das gefällt und Spass macht oder nicht, spielt dabei keine Rolle. Denn das ist meine Verantwortung als CEO», sagt er. Zwischen Sitzungszimmer und Fabrikladen dankt er einer Frau dafür, dass sie seinen Schreibtisch geputzt hat. Im Fabrikladen rühmt er dann seine Verkäuferin für ihren Einsatz. Und auch seine Marketingchefin sei eine ausgezeichnete Fachkraft,

findet er. «Überhaupt haben wir eine geniale Mannschaft», sagt der CEO.

«Ehrliches Geschäften»

Mit den Lieferanten will Christof Züger zuerst ein ehrliches Geschäft machen. Er will die Wertschöpfung fair verteilen und seinen 400 Direktlieferanten aufzeigen, was möglich ist und was nicht. Über die PMO Züger-Forster liefern sie ihm 70% seiner Milch. Die übrigen 30% der Milch bezieht er über Handelsfirmen. «Die PMO und Züger Frischkäse AG, das ist eine Schicksalsgemeinschaft», sagt Züger. Deshalb sei er auf die Bauern der Ostschweiz angewiesen, die ihm ihre Milch liefern. Aber «wir wollen, dass unsere Produzenten alle gleich behandelt werden.»

Dabei kann es zu Spannungen kommen – zuletzt, als im Januar 2015 der Euro-Franken-Kurs aufgehoben wurde. Ein Milchhändler erzählt, dass Züger damals ziemlich forsch die Nachverhandlung der Preise gefordert habe. Bei den

Direktlieferanten und den Milchhändlern hatte Züger nämlich im Dezember 2014 einen Passus im Abnahmevertrag eingebaut, der ihm im Falle einer starken Währungskursveränderung erlaubte,

«Die PMO und Züger

Frischkäse AG, das ist eine Schicksals- gemeinschaft.»

Christof Züger, CEO
Züger Frischkäse AG

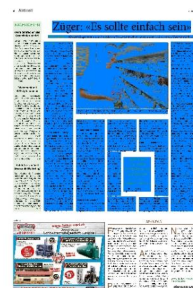
die Milchpreise nachzuverhandeln. Er macht dies, um den eigenen Betrieb zu sichern, denn 55% des Käses wird zur Hauptsache in die EU exportiert. Das erklärt auch, warum der Milchpreis von Züger seit dem Währungscrash durchschnittlich ist.

Politik als Hemmschuh

Dass sein Gesuch für aktiven Veredlungsverkehr von Biomilch bei den Schweizer Milchproduzenten

und dem Schweizer Bauernverband auf keine Gegenliebe stiess, kann der gelernte Käser und ETH-Ingenieur nachvollziehen. Dass sich aber Politiker in seine Arbeit einmischen und das Gesuch blockieren wollten, lässt ihn lauter werden. Der aktive Vered-

lungsverkehr sei für ihn die letzte aller möglichen Optionen, um die Kundenaufträge zu halten, sagt er. Grund dafür ist die ausgeprägte Saisonalität von Biomilch und das knappe Angebot im Sommer. «Der Milchmarkt ist ein Käufermarkt. Und da muss ich mit der Konkur-



Hauptausgabe

Bauernzeitung / Ostschweiz-Zürich
8408 Winterthur
052/ 222 77 27
www.bauernzeitung.ch

Medienart: Print
Medientyp: Fachpresse
Auflage: 7'871
Erscheinungsweise: wöchentlich

Themen-Nr.: 290.003
Abo-Nr.: 1077532
Seite: 4
Fläche: 76'371 mm²

renz mithalten können», sagt er. «Wenn immer möglich wird Züger Frischkäse zuerst auf Schweizer Biomilch setzen», versichert Züger. Das ist auch einfacher für die Abläufe in der Verarbeitung.

Gradlinig und klar

Aber bei Christof Züger geht es noch um mehr als nur seinen Betrieb. Er engagiert sich auch in der Branche. Züger ist Vorstandsmitglied der Vereinigung der Schweizerischen Milchindustrie und im Vorstand der Branchenorganisation Milch. Züger sei sehr direkt, sagt ein ehemaliger Produzentenvertreter. Züger nenne die Dinge beim Namen, «da weiss man wenigstens, woran man ist.»

Trotz der Geradlinigkeit und dem Unternehmenserfolg gibt es Kritiker. Aber das nimmt der CEO gelassen. Er weiss, um was es geht. Er weiss, warum er sich einsetzt. Züger räumt zwar ein, dass das Wachstum von aussen unheimlich wirken könne. «Allerdings machen wir nicht so viel anders, wie unsere Konkurrenz. Wir machen konsequent das, was wir am besten können: Effizient produzieren und verkaufen», sagt er.

Konkret bedeutet das Prozessoptimierung, Automatisierung und die Ausrichtung auf die Kundenbedürfnisse. Damit hat nämlich auch die Erfolgsgeschichte angefangen. Vor zwanzig Jahren war Züger Frischkäse AG nämlich der erste Anbieter, der Pizzakäse in geraffelter Form zum gleichen Preis wie Blockware anbot. Ein Kassenschlager und der Grundstein für die weitere Unternehmensentwicklung.

Auch in Zukunft will Christof Züger mit seinem Team besser sein als die direkte Konkurrenz. «Wir wollen, dass unsere Lieferanten auch in Zukunft das Gefühl haben, mit uns den richtigen Abnehmer zu haben», sagt er. Züger und seine Mitarbeitenden suchen dazu das Optimum aus Einsatz und Ertrag. Man hält die Dinge gerne einfach. Es ist deshalb auch künftig selbstverständlich, dass Direktlieferanten direkt zu den Chefs durchgestellt werden, wenn sie ein Anliegen haben. «Das sind wir ihnen schuldig, denn wir wissen, dass es die Bauern sind, die unsere Existenz mit einem wertvollen Rohstoff sichern», sagt Züger. *hja*