



BUSINESS LUNCH

«Kaffee hat sich verändert»

Die Firma Thermoplan aus Weggis entwickelt und produziert Kaffee-Vollautomaten für die professionelle Gastronomie. Geschäftsführer **Adrian Steiner** über den Umgang mit grossen Kunden wie Starbucks und die heutige Kaffeekultur.

Herr Steiner, Sie verhandeln als KMU-Unternehmer mit grossen Playern wie Starbucks – was ist dabei besonders wichtig?

Zentral ist es, die Bedürfnisse des Kunden zu kennen und sich in dessen Lage versetzen zu können. Dass wir unsere Kunden, und seien sie noch so grosse Player, verstehen, ist unsere Stärke. Diese pflegen wir auch mit grossem Engagement.

Wie häufig treffen Sie denn Starbucks-Manager zum Kaffee?

Alle zwei bis drei Monate reise ich schon in die USA. Der Key-Account-Manager hat natürlich regeren Kontakt. Besuche sind besonders wichtig, um den Kunden kennenzulernen, ihn zu spüren.

Täuscht der Eindruck, dass es im Kaffeegeschäft heute vielmehr um Lifestyle geht als um die Bohne?

Sich die Zeit nehmen, einen Kaffee zu geniessen – das wird heute als Luxus zelebriert. Aber nicht nur der Lifestyle hat sich verändert, sondern auch das Getränk Kaffee. Nehmen wir die USA: Der Brühkaffee, der noch vor zehn Jahren getrunken wurde, und die heutigen milchbasierten Getränke wie Cappuccino oder Latte Macchiato – das sind Welten. Auch in Asien trinkt man heute vermehrt Cappuccino statt Tee. Von



Bild: pd

Adrian Steiner

Thermoplan-Chef und Referent am KMU-Tag unserer Firmengeschichte her und unserer Aufstellung im Markt waren und sind wir da technologisch vorne dabei.

Bei Thermoplan sind 20 Prozent der 200 Angestellten mit Tüfteln beschäftigt. Woran gerade?

Die neueste Gerätegeneration sind intelligente Maschinen. Die Maschine sagt dem Benutzer beispielsweise, wenn etwas nicht stimmt. Ein wichtiges Thema ist auch die Reinigung: Da niemand gerne putzt, ist eine einfache Reinigung ein wichtiges Verkaufsargument. Oder auch die Trends der Computerindustrie zu Touchscreens und zu intuitiv zu bedienenden Oberflächen nehmen wir auf. Sie sehen, unseren Tüftlern wird es nicht langweilig.

Sie tüfteln selber ja auch gerne.

Neben dem Verständnis des Kerngeschäfts sind die Freude an der Technologie und die Leidenschaft wichtig. Als Vorbild in einem KMU ist es mir wichtig, die Begeisterung vermitteln zu können. Das geht am besten, wenn man selbst mit Leidenschaft dabei ist. (du)