

Der Chocolatier auf dem Hotelberg

Martin Teuscher führt seit vergangenem Herbst oberhalb des Vierwaldstättersee ein exklusives Schokoladengeschäft. Er ist überzeugt, für sein Unternehmen Swiss Chocolate Chalet eine passende Filiale gefunden zu haben.



Auf dem Bürgenstock: Martin Teuscher hat für sein Unternehmen Swiss Chocolate Chalet seit dem 1. September 2017 ein zweites Zuhause gefunden.

Fotos: Yves Brechbühler

von Yves Brechbühler

INTERLAKEN/BÜRGENSTOCK Der Bürgenstock liegt zwar nicht im Berner Oberland, doch immerhin sieht man auch von dort aus das Dreigestirn von Eiger, Mönch und Jungfrau. Seit vergangenem Sommer erstrahlt oberhalb des Vierwaldstättersees ein 550 Millionen Franken teures Luxusresort. Bezahlt von der Katara Hospitality Switzerland, einer Firma des Staatsfonds von Katar. Nach-

dem es viele Jahre brach lag, kam mit den neuen Besitzern neues Leben in die über 60 Hektar grosse Hotelanlage. Mittendrin steht seit dem 1. September ein Interlakner. Martin Teuscher ist Geschäftsführer des Swiss Chocolate Chalet, der eine Filiale am Höhweg und am Marktplatz im Hotel Oberland betreibt – und neu auch auf dem Bürgenstock.

Keine einfache Suche

«Bereits seit einigen Jahren haben wir uns nach einem zusätz-

lichen Standort umgesehen», erklärt Teuscher. Nicht etwa, weil die Geschäfte in Interlaken weniger gut laufen würden, sondern: «Es geht für uns einfach darum, dass Klumpenrisiko zu minimieren.»

Denn bisher war Teuschers Unternehmen einzig und allein auf die Touristenströme auf der Flaniermeile auf dem Bödeli angewiesen. Engelberg und Zermatt standen als zusätzliche Standorte zur Debatte. Doch bisherige Filialversuche waren für



Auf der 60 Hektaren grossen Anlage befinden sich insgesamt fünf Hotels.

Foto: Keystone/EQ Images, Melanie Duchene.



Frisch abgepackt statt Offentheke: Das effiziente Erfolgsrezept des Swiss Chocolate Chalet.



das Unternehmen nicht überzeugend genug, um an diesen Orten mit einem eigenen Geschäft zu starten. In Zermatt führte das Swiss Chocolate Chalet zeitweilig einen Shop-in-Shop. «Zermatt ist aber nicht einfach, viele Leute gehen direkt mit der Bahn auf den Gornergrat, ohne durch das Dorf zu gehen», so der Geschäftsführer rückblickend. In Engelberg in der Nähe des Bahnhofs erlebte sein Geschäft Ähnliches, insbesondere am Abendlaufe dazu wenig. «Da müsste man direkt auf

dem Titlis ein Ladenlokal haben, damit es funktioniert», schätzt Teuscher die Situation in Engelberg ein.

Mehr Schweizer Kundschaft

Für den Bürgenstock spricht für Teuscher vieles, der wichtigste Grund ist aber: «Wir haben hier Exklusivität.» Denn Swiss Chocolate Chalet ist das einzige Schokoladengeschäft in der Anlage. Dazu kämen die vielen Tagestouristen, die von Luzern auf den Bürgenstock kom-

men. «Momentan kommen sehr viele Schweizer», das sei für ihn etwas Neues, schmunzelt Teuscher. Zum Vergleich: In Interlaken machen einheimische Kunden den kleineren Teil aus. Das Einkaufsverhalten unterscheidet sich daher von dem auf dem Bödeli. Touristen orientieren sich gemäss Teuscher nebst der Eigenmarken von Swiss Chocolate Chalet auch an den grossen Brands wie «Lindt & Sprüngli», während sich die Schweizer Kunden lieber an der Eigenmarke des Swiss Chocolate Chalet bedienen.

Sein Erfolgsrezept zieht Martin Teuscher auch hier weiter: Frisch abpacken anstatt Offentheke. «So können wir die grosse Nachfrage im Geschäft effizient bedienen», so Teuscher. Anstatt jedes Praliné einzeln auszuwählen und vom Verkaufspersonal einpacken zu lassen, nehmen die Kunden abgepackte Säcklein selbstständig mit zur Kasse.

«Die Schweizer Kunden sagen sich, dass sie die grossen Marken überall im Detailhandel kaufen können, sie sind auf der Suche nach etwas Speziellem», so Teuscher. «Bis jetzt sind wir sehr zufrieden mit dem Start hier oben auf dem Bürgenstock», lautet Teuschers erste Zwischenbilanz.

Nr. 161318, online seit: 26. Februar – 18.00 Uhr

Spannende Blicke hinter die Fussballkulissen

JCI THUN JCI (Junior Chamber International) Thun konnte das Zuhause des FC Thun Berner Oberland besuchen und erfuhr vom Sportchef Andreas Gerber und zwei Spielern der 1. Mannschaft viel Spannendes über das Leben im, um und über den Fussballverein des Berner Oberlandes. Ein gelungener Fussballabend in der Stockhornarena: Er begann mit einer eindrucksvollen Stadionführung. Über den Gästeeingang durch die Katakomben in die Garderobe der Gästeteams bis in den Medienraum, wo schon reger Betrieb für die Vorbereitungen des kommenden Matches im Gange waren. Der Rundgang führte über den imposant gesicherten Gästesektor in die Härzbluet-Lounge, wo der Sportchef Andreas Gerber die rund 25-köpfige Gruppe der JCI Thun in Empfang nahm.

In lockerer, familiärer Atmosphäre beantwortete der Sportchef die vielen Fragen der Besucher. Wie funktioniert das Fussball-Karussell? Wie findet man gute Nachwuchsspieler? Ist der FC Thun nur ein Sprungbrett in bessere Clubs? Danach berichteten zwei verletzte Spieler der ersten Mannschaft, Kevin Bigler

und Guillaume Faivre, über ihre Arbeit beim FC Thun und das Leben als Profi-Fussballer. Beide lobten die professionelle und familiäre Führung des Vereins. «Es war spannend zu hören, wie ein Tagesablauf eines Spielers aussieht und wie darauf geachtet wird, dass bei einer verletzungsbedingten Pause die Spieler den Anschluss zur Mannschaft nicht verlieren», heisst es in einem Bericht zu Besuch.

Auch die Hilfeleistung des Vereins für die Verwirklichung beruflicher Perspektiven nach der Profifussballzeit sei gross und vielseitig. Nach diesem interessanten Austausch genossen die Mitglieder von JCI Thun zunächst ein feines Stehdinner in der Härzbluet-Lounge und anschliessend den Match.

«Eingelungener Abend, organisiert durch die Präsidentin von JCI Thun, Livia von Allmen, und die Kandidatin, Melanie Sennhauser (Marketing-Chefin des FC Thun), endete mit tollen Eindrücken und einem gemütlichen Umtrunk mitten in der Fussball-Familie», heisst es abschliessend.

Zoe Christen/Redaktion

Nr. 162303, online seit: 20. Februar – 11.00 Uhr



Andreas Gerber, Sportchef des FC Thun Berner Oberland, stand den Gästen des JCI Thun Rede und Antwort zum Fussballbetrieb.

Foto: JCI Thun

Transfair und Silea spannen zusammen

Die beiden Unternehmen wollen Synergien nutzen, um gemeinsam besser am Markt aufgestellt zu sein. Eine Absichtserklärung ist bereits verfasst.

von Dennis Rhiel

THUN Die zwei in Thun ansässigen, sozialwirtschaftlichen Unternehmen beabsichtigen mit einer strategischen Kooperation, ihre Angebote an Menschen mit Unterstützungsbedarf zu optimieren, Synergien zu bündeln und ökonomischen Nutzen zu generieren. Dies schreiben die beiden Einrichtungen in einer gemeinsamen Medienmitteilung. Damit spannen die beiden grössten Unternehmen der Branche im Berner Oberland zusammen.

Beide Stiftungen bleiben eigenständige Unternehmen. Ziel sei die Zusammenarbeit bei den internen Leistungsprozessen, Synergiepotenzial durch Standardisierung der Prozesse zu nutzen und die IT-Kosten zu optimieren. «Es ist denkbar, bei Bedarf und Nachfrage in der Branche, die Ko-



Hans-Rudolf Burkhard, Präsident Stiftungsrat Silea, Benjamin Ritz, Direktor Transfair, Marianne Wälti, Mitglied Geschäftsleitung Silea, und Rolf Glauser, Präsident Stiftung Transfair (vlnr) wollen mit ihren Unternehmen demnächst enger zusammenarbeiten.

Foto: Transfair

operationen nach dem Go-Live des Projektes auszuweiten. Synergien zu nutzen bedeutet auch, die Angebotsvielfalt zu erweitern sowie die Qualität und den Marktauftritt zu stärken», heisst

es weiter. Das Behindertenkonzept des Kantons Bern aus dem Jahr 2011 verankert die Förderung der Selbstbestimmung und der gesellschaftlichen Teilhabe von erwachsenen Menschen mit

einer Behinderung auf Gesetzesebene. «Es ist unsere Aufgabe, innerhalb der Branche gelingende Voraussetzungen zu schaffen, wobei Kooperationen helfen können», führt Hans-Rudolf Burkhard, Präsident Stiftungsrat Silea, aus. Ein wichtiges Ziel sei die Angebotstransparenz für Menschen, welche spezifische, individuelle Begleitung und Unterstützung suchen. In der Zusammenarbeit mit Behörden und Ämtern gelte es, Wege zu finden, den künftig erhöhten formalen Anforderungen effizient gerecht zu werden; eine Konsolidierung der Ressourcen ist im Fokus. «Wir gestalten Lösungsansätze im Hinblick auf die sich abzeichnenden Spannungsfelder zwischen Individualisierung und limitierten finanziellen Ressourcen in der Branche», fasst Rolf Glauser, Präsident Stiftungsrat Transfair, zusammen.

Nr. 162397, online seit: 22. Februar – 19.30 Uhr

«Absichtserklärung herausgegeben»

diskutiert worden und gereift, eine grössere, engere Kooperation einzugehen. Aber einen direkten Ideengeber hat es nicht gegeben. Daran haben alle zusammen mitgewirkt. Konkret ist dann die Geschäftsleitung und der Stiftungsrat der Silea auf uns zugekommen.

gehen wir davon aus, dass sich die getätigten Investitionen sehr schnell rentieren werden – auch finanziell.

Benjamin Ritz

Direktor der Stiftung Transfair

Wie lange ist diese Idee bei beiden Unternehmen gereift?

Benjamin Ritz: Im Sommer vergangenen Jahres hat die konkrete Ausarbeitung begonnen, wobei erste Gedanken allerdings schon früher gereift sind.

Was kostet diese strategische Kooperation, und wann wird sich diese finanziell rentieren?

Wir haben jetzt erst mal die Absichtserklärung herausgegeben. Momentan wissen wir noch nicht, wie hoch die konkreten Kosten und Vorinvestitionen sein werden. In den kommenden Monaten werden wir ein Budget erstellen und ausarbeiten, was genau gemacht werden muss, um beispielsweise die Prozesse zu standardisieren. Wenn dies alles allerdings steht,

Können Sie die strategische Kooperation anhand eines Beispiels konkretisieren?

Ich kann Ihnen zwei Beispiele nennen. Einerseits könnte es bei der Kooperation einen zentralen Dienst im Personalwesen geben. Hier kann man gemeinsame Standards festlegen. Dies ist besonders im Bereich der begleiteten Arbeitsplätze sinnvoll. Zweitens bietet das Marktumfeld, in dem sich die beiden Unternehmen bewegen, eine gewisse Dynamik, mit der es proaktiv umzugehen gilt. Zusammen können die beiden Unternehmen völlig neue und bis dato am Markt unbekannt Arbeitsmodelle entwickeln. (drh)