



Ovomaltine stärkt den Berner Standort



«Wir investieren zehn Millionen Franken für eine Ovobrotaufstrich-Anlage in Neueneegg», sagt Firmenchef Arnold Furtwaengler. *Andreas Blatter*

NEUENEGG Die Wander AG setzt auf die Schweiz als Produktionsstandort und stärkt das Werk in Neueneegg: Das Unternehmen investiert mehr als zehn Millionen Franken in den Bau einer neuen Produktionsanlage für den Ovobrot-aufstrich. Ab 2017 stellt Wander das Produkt komplett in Neueneegg her.

Zahlreiche Schweizer Unternehmen haben in den letzten Monaten Teile der Produktion ins Ausland verlagert, um Kosten zu sparen. Dass es auch anders geht, zeigt die Firma Wander aus Neueneegg. Das Unternehmen, das Ovomaltine herstellt, verlagert den Teil der Produktion von Belgien nach Neueneegg.

«Wir wollen den Standort im Kanton Bern stärken», sagt Firmenchef Arnold Furtwaengler. Wander investiert zehn Millionen Franken in eine neue Produktionsanlage für den Brotaufstrich Ovomaltine Crunchy

Cream. Per Anfang 2017 wird Wander den Brotaufstrich zu 100 Prozent in Neueneegg herstellen. Bisher wird nur ein Zwischenprodukt in Neueneegg produziert. In Säcken wird dieses zur Weiterverarbeitung nach Belgien gebracht. Dann gelangt der fertige Brotaufstrich wieder nach Bern. «Das Produkt soll aus wirtschaftlichen und ökologischen Gründen an einem Ort hergestellt werden», sagt Furtwaengler.

«Arbeitsplätze sichern»

Mit der Produktionsverlagerung werden zwar nur fünf neue Stellen geschaffen. Die Arbeitsplätze der insgesamt 250 Wander-Mitarbeiter in Neueneegg seien so aber besser aufgestellt, sagt Furtwaengler. Ziel der Umlagerung sei, bestehende Stellen zu stärken. Seit der Lancierung des Brotaufstrichs vor zehn Jahren wuchsen die Umsätze des Produkts weltweit um mehr als 20 Prozent pro Jahr. «Das ist viel für uns. Wir rechnen auch in Zukunft

mit einem Wachstum im zweistelligen Prozentbereich», sagt Arnold Furtwaengler. Momentan werden zehn Millionen Gläser jährlich verkauft, in fünf Jahren sollen es fünfzehn Millionen sein. Der Brotaufstrich verkaufe sich in der Schweiz sehr gut, aber besonders auch in Deutschland. Mengenmässig konsumieren die Deutschen viermal mehr Brotaufstrich als Pulver. Übrigens: Der Brotaufstrich hatte seinen Ursprung in der Beobachtung, dass Schweizer Konsumenten Ovomaltinepulver aufs Brot streuten. Darauf begann Wander an einem Produkt zu tüfteln.

Die Entwicklung von neuen Ovoprodukten ist ein zentraler Teil der Firmenstrategie. Heute wird der Umsatz der Marke Ovo noch zu einem Viertel vom ursprünglichen Pulver generiert. Der Rest wird mit Innovationen wie Müesli, Brotaufstrich und Biskuits erwirtschaftet.

Hauptausgabe

Berner Zeitung AG
 3001 Bern
 031/ 330 33 33
 www.bernerzeitung.ch

Medienart: Print
 Medientyp: Tages- und Wochenpresse
 Auflage: 45'945
 Erscheinungsweise: 6x wöchentlich



Themen-Nr.: 730.001
 Abo-Nr.: 730001
 Seite: 3
 Fläche: 28'447 mm²

«Starker Franken ist brutal»

Wander leidet wie andere Schweizer Unternehmen unter dem starken Franken. «Die Verteuerung des Frankens gegenüber dem Euro ist für uns brutal. Wir exportieren von Neuenegg aus 65 Prozent der Produktion ins Ausland», sagt der Firmenchef. Man musste in den letzten Jahren die Kosten um Millionen senken, um wettbewerbsfähig zu bleiben. «Dies ist uns gelungen, indem wir die Abläufe verbesserten», so Furtwaengler. Beispielsweise arbeiten bei der Abfüllung von Ovodosen heute nur noch drei Mitarbeiter statt wie früher vier. «Wir möchten unbedingt in der Schweiz bleiben, weil die Arbeitsqualität der Mitarbeiter hoch ist. Sie sind flexibel, können Maschinen schnell umstellen und Probleme beheben», sagt Arnold Furtwaengler.

Die Wander AG ist seit 2002 eine Tochtergesellschaft des Nahrungsmittelkonzerns Associated British Foods. «Wir funktionieren wie ein eigenständiges KMU. Solange die Zahlen stimmen, sind wir frei in der Wahl der Strategien», so Furtwaengler.

Rahel Guggisberg