

Der «Sandwichkönig» – ein Erfolgsmärchen

Stefan Wegmüller und Urs Leuenberger haben den Schritt in die Selbständigkeit gewagt und profilieren sich heute mit dem Unternehmen «Sandwichkönig» als innovativer Nischenbetrieb

Im November 2011 haben die beiden aus dem Lebensmitteldetailhandel stammenden Jungunternehmer an der Bahnhofstrasse 34 in Oberburg ihre Produktionsstätte in Betrieb genommen. Auf 200 Quadratmetern stellen Stefan Wegmüller und Urs Leuenberger jede Nacht durchschnittlich 500 frische Sandwiches her, welche sie am Morgen persönlich an ihre Abnehmer im Emmental sowie den Regionen Bern und Solothurn verteilen. Beliebte werden hauptsächlich Wiederverkäufer wie Lebensmittelgeschäfte, Tankstellenshops, Gastronomiebetriebe, Unternehmen sowie Verbände oder Vereine.

Im Interview mit der «D'REGION» stellen Stefan Wegmüller und Urs Leuenberger ihr Erfolgskonzept vor und wagen einen Ausblick in die Zukunft.

«D'REGION»: *Wie ist die Geschäftsidee des Sandwichkönigs entstanden?*
Wir stammen beide aus dem Lebensmitteldetailhandel. Täglich waren wir damit konfrontiert, dass der Grossteil der auf dem Markt verkauften Sandwiches mit einer Haltbarkeit von bis zu sieben Tagen keine wirklichen Frischsandwiches sind.



Auf dem Erfolgskurs: Stefan Wegmüller (links) und Urs Leuenberger.

Bild: zvg

«D'REGION»: *Doch der Stellenwert der schnellen, preisgünstigen und trotzdem frisch zubereiteten Verpflegung nimmt stetig zu. Ist damit der Erfolg eurer Idee zu erklären?*

Ja, unser Erfolg hat sicher damit zu tun, dass das Verlangen der Verbraucher nach frischen, regionalen Qualitätsprodukten im Bereich des Ausserhaus-Konsums wächst. Wir befinden uns noch immer in der Aufbauphase, doch wir sind auf Kurs. Denn wir können dem Kunden eine breite Palette an frischen Sandwiches liefern und

dabei eine hohe Qualität versprechen. Durch moderne und frische Ansätze können wir ein klassisches Produkt in neuer Weise präsentieren und wieder zu neuem Leben erwecken. Und das tun wir aus Leidenschaft.

«D'REGION»: *Und damit hebt ihr euch von der Konkurrenz ab?*

«Unser Leitsatz lautet: «Mit Frische, Qualität und Leidenschaft produzieren wir ein Sandwich das Freude macht». Diesen Leitsatz leben wir: Wir belegen unsere Sandwiches einerseits mit genü-

gend Ware, die andererseits qualitativ hochwertig und zu 100 Prozent frisch ist. Das Brot kommt von der «Kreativbäckerei Meier» aus dem Stockwerk über uns mit dem Warenlift ofenfrisch direkt in unsere Produktionsstätte – frischer geht es nicht. Wir arbeiten mit regionalen Bauernhofbetrieben zusammen, die uns täglich hochwertiges Fleisch und frisches Gemüse liefern. Dazu kommt bei unserem Arbeiten die Liebe zum Detail, so bestreichen wir beispielsweise die volle Brotfläche mit Butter.

Im Vergleich zu anderen Mitbewerbern sind wir zwar Zwerge, doch gerade dies ist unser Vorteil. Die grossen industriellen Anbieter können die Frische und Qualität, die wir anbieten aus logistischen Gründen nicht umsetzen. Geschmacklich zahlt sich der höhere Preis, den wir für die guten und frischen Produkte sowie die Detailpflege bezahlen, allemal aus.

«D'REGION»: *Euer Sortiment ist mit 52 Sandwiches für einen Zweimannbetrieb riesig. Seht ihr keine Gefahr, euch oder die Kundschaft mit dem übergrossen Angebot zu überfordern?*
Sicherlich ist es auch bei uns so, dass wir 80 Prozent unseres Umsatzes mit

lediglich rund 20 Prozent des Sortiments erwirtschaften. Dabei ist der Schinkenzipf ganz klar unser Spitzenreiter. Doch jedes Sandwich, das wir im Sortiment haben wird mindestens einmal wöchentlich bestellt und produziert. An den regelmässigen Besprechungen passen wir unsere Produktpalette laufend an.

«D'REGION»: *Wie sehen die nächsten Meilensteine der Sandwichkönige aus? Ist eine Expansion geplant?*

Die Möglichkeit, zu wachsen besteht. Doch wollen wir die Liebe zum Detail weiterhin pflegen, so können wir eine Produktionsmenge von nächtlich 1000 bis 1500 Sandwiches nicht überschreiten. Eine Expansion können wir uns aber dahingehend vorstellen, dass wir das gleiche Konzept in einem anderen Liefergebiet umsetzen. Momentan arbeiten wir an der Idee von Sandwichautomaten, die wir täglich frisch bestücken. Diese Idee soll in naher Zukunft umgesetzt werden. Dabei wird die grösste Schwierigkeit sein, den Kunden davon zu überzeugen, dass auch ein Automaten-sandwich frisch sein kann.

nwb