

# Von Weggis in die ganze Welt

**Thermoplan** Die Erfolgsgeschichte des Weggiser Kaffeemaschinen-Herstellers Thermoplan könnte schöner nicht geschrieben sein. Denn das KMU stellt immer wieder unter Beweis: Auch ganz grosse Unternehmerträume können wahr werden.

Andrea Decker

Müsste man ein typisch neuzeitliches und doch schon kultiges Lifestyle-Produkt aus dem Food & Beverage-Bereich nennen, würde das Folgende wohl weit oben auf der Liste der meistgenannten rangieren: Weisser Pappbecher mit grüner Aufschrift, der eigene Name von Hand vermerkt, gefüllt mit Kaffee in allen Variationen – so sind Caffè Latte, Frappuccino, Caramel Macchiato wortwörtlich in aller Munde. Und dem Genussmittel scheinen keine Grenzen gesetzt. Denn Coffee-to-go ist spätestens seit den 90er-Jahren massentauglich und geschätzter Wegbegleiter vieler. So ist Starbucks auch aus kaum einer Stadt der Welt mehr wegzudenken. Dass ausgerechnet im beschaulichen Weggis mit der Herstellung von professionellen Kaffeemaschinen dafür gesorgt wird, dass das Lieblingsgetränk vieler Menschen beim US-Kaffeegeganten in rauen Mengen fliesst, erstaunt doch immer wieder. Adrian Steiner, CEO der Thermoplan AG: «Wir sind zwar mit unserem Unternehmen in Weggis daheim und doch überall dort auf der Welt zu Hause, wo Schweizer Qualität international Vertrauen und Wertschätzung geniesst. Die Voraussetzungen dafür könnten bei uns dank qualifiziertem Personal, einer stabilen Wirtschaft und einer hervorragenden Infrastruktur nicht besser sein.» Der Schweizer Vollautomat steht auch nicht zuletzt deshalb rund um den Globus in jeder Starbucks-Filiale. In Anbetracht dessen erstaunt es kaum, dass der Exportanteil bei über 97 Prozent liegt.



Adrian Steiner, CEO und Verwaltungsrat der sehr schweizerischen und doch kosmopolitischen Thermoplan AG in Weggis.

Bild: Andrea Decker

## Zuerst war die Milch

Doch zurück zu den Anfängen: Kaffee war nicht immer das Kerngeschäft von Thermoplan-Gründer und Visionär Domenic Steiner und seiner Frau Esther, die 1974 die Basis für ein – man darf es ruhig so nennen – Imperium geschaffen hatten. Dabei fing alles so «unspektakulär» an: mit der Milch nämlich, genauer mit Schlagrahm. Als Domenic Steiner 1977 die Messe für Gastrobetriebe Igeho besuchte, vernahm er wiederholt, dass vor allem die zu grossen, zu teuren und etwas unhygienischen Schlagrahmautomaten für heisse Köpfe bei den Gastromomen sorgten. Ganz der Unternehmer, beschloss Steiner, ein handlicheres und hygienischeres Gerät zu entwickeln und zu produzieren, das über die darauffolgenden Jahre zum Bestseller in über 30 Ländern avancierte. Auf den Schlagrahm

«Jedem genau den Kaffee, den er mag. So individuell wie die Bedürfnisse der Kaffeegeniesser sind auch die Funktionen eines flexiblen Kaffeevollautomaten.»

Adrian Steiner  
CEO Thermoplan

folgte dann 1991 der Milchschaum (für den damals aufkommenden Cappuccino), der die Kettenreaktion erst so richtig in Gang setzte. 1995 gelang dank dem kompakten, modular konstruierten und formschönen Kaffeevollautomaten Black & White der Durchbruch.

## Es geschah im Juni 1999

Was der 16. Juni 1999 in der Geschichte des damals 38-köpfigen Kleinunternehmens auslöste, damit hätte wohl niemand gerechnet. Eine schweizerisch-amerikanische Erfolgscombo nimmt mit der alles verändernden Vertragsunterzeichnung so richtig Fahrt auf. Inhalt der Vereinbarung: Die Coffee House Company Starbucks beauftragt Thermoplan exklusiv mit der Entwicklung und Ferti-

gung eines Kaffeevollautomaten, der die traditionellen Espressomaschinen von Starbucks ablösen sollte. Der Deal des Milliardenunternehmens mit dem Zentralschweizer Kleinbetrieb war besiegelt. Und spätestens zu dem Zeitpunkt war der Weg zur Kaffeemaschinen-Weltmarktführerschaft im B2B-Bereich gebnet.

## Innovation als Prämisse

«Kaffeegetränke mit cremigem und doch standfestem Milchschaum haben nicht nur unsere Welt verändert, sondern sorgen von Europa bis Australien für reissenden Absatz», sagt Thermoplan-Chef Adrian Steiner. Der Erfolg hat Thermoplan jedoch einzig betreffend Finanz- und Innovationskraft verändert.

Den bodenständigen und doch weltweiten Werten ist Thermoplan stets treu geblieben. «Was unser Gedankengut und unser Leitbild betrifft, sind wir typisch schweizerisch und unglaublich stolz auf unsere Heimat.» Das darf das in der Zentralschweiz verwurzelte Familienunternehmen auch sein. Mehr als 80 Prozent der für die Produktion benötigten Komponenten werden in der Schweiz beschafft.

Der «hidden Champion», wie Thermoplan in Fachkreisen oft genannt wird, beschäftigt heute mehr als 280 Mitarbeitende, von denen über 20 Prozent täglich an Innovationen und neuen Konzepten arbeiten. Koffeinschub hin oder her: Allen gemeinsam sind der unbändige Tatendrang und die Leidenschaft, mit Thermoplan auf Platz 1 zu bleiben.

## Jörg Lienert



«Beeindruckend, wie das KMU aus Weggis die grössten Marktplayer als Partner gewonnen hat – mit hochentwickelten Produkten, besten Dienstleistungen sowie einer einzigartigen Innovationskultur, die von einem begeisterten Team tagtäglich gelebt wird!»  
**Markus Theiler, Geschäftsführer Jörg Lienert AG**

**JÖRG LIENERT**  
SELEKTION VON FACH- UND FÜHRUNGSKRÄFTEN

## PricewaterhouseCoopers



«Thermoplan ist ein wahrer Swiss Champion. Mit der stetigen Optimierung und Innovation zu Gunsten der Kunden hebt sich Thermoplan im Markt klar ab. Adrian Steiner schafft es als Führungspersönlichkeit, die Unternehmung gestärkt aus Krisen zu führen.»  
**Norbert Kühnis, Leiter Familienunternehmen und KMU**

**pwc**

## Luzerner Kantonalbank



«Als Technologieführer hat sich Thermoplan weltweit eine starke Stellung erarbeitet und starke Partnerschaften aufgebaut. Ein Erfolgsrezept? Die Firma beschäftigt in Weggis rund einen Fünftel der Belegschaft in der Forschung und Entwicklung und produziert auch dort.»  
**Daniel Salzmann, CEO**

**Luzerner Kantonalbank**

## Balmer-Etienne



«Thermoplan ist die gelebte Begeisterung für vollautomatische Kaffeemaschinen in der Gastronomie – von Weggis für die ganze Welt!»

**Andreas Glanzmann, Partner und VR-Präsident**

**balmeretienne**

## Luzerner Zeitung



«Die Zuverlässigkeit der hochproduktiven Kaffeemaschinen ist der Schlüssel des Erfolgs und der Grund dafür, dass die Produktion nach wie vor in der Schweiz erfolgt. Ein Erfolgsmodell mit Potenzial.»

**Jürg Weber, Leiter Regionalmedien**

**Luzerner Zeitung**

## Grand Casino Luzern



«Die Innovationskraft und die Leidenschaft, Probleme für die Kunden zu lösen, haben mich bei Thermoplan tief beeindruckt. Ein herausragendes Vorbild für jedes Schweizer Unternehmen mit Pioniergeist.»

**Wolfgang Bliem, CEO**

**GRAND CASINO LUZERN**