

«Beim Online-Shop sehen wir noch Wachstumspotenzial»

Modernisiert Die Stricker Mühle in Grabs ist eine der letzten ihrer Art. Weil das auch eine Chance sein kann, investierten die Inhaber über eine Million Franken. Wie der Traditionsbetrieb überlebt und wachsen will, darüber sprechen David Stricker als Mitinhaber und sein Sohn Martin Stricker.

MIT MARTIN UND DAVID STRICKER
SPRACH DOROTHEA ALBER

Herr David Stricker, ich habe gehört, dass der Chef selbst auch mal mit dem Lastwagen zu den Kunden fährt und ausliefert?

David Stricker: Zuerst muss ich das Wort «Chef» richtigstellen. Die Firma Stricker & Cie AG ist seit 1879 in Familienbesitz, wurde aber bereits 1463 im Grabser Urbar, eine Art Grundbuch, erwähnt. Heute gehört dieses Unternehmen zu gleichen Teilen den Familien Stricker und Gantenbein-Stricker. Unser Unternehmen beschäftigt insgesamt 14 Personen, davon ein Müller-Lehrling, welche sich durch Teamfähigkeit und Vielseitigkeit auszeichnen. Und ja, wenn nötig liefern Martin und ich auch selbst aus.

Sie beide haben etwas anderes gelernt als den Beruf Müller. Warum?

David Stricker: Da feststand, dass ich später den Finanzbereich übernehmen sollte, absolvierte ich eine KV-Lehre bei einer Bank. Nach Abschluss meiner Ausbildung arbeitete ich in der Produktion und Administration in einer anderen Mühle, bis ich schliesslich meine Arbeit in unserem Familienunternehmen 1983 begann.

Martin Stricker, Sie haben ein Universitätsstudium absolviert und Pharmazie sowie Epidemiologie studiert. Sie wollten also eigentlich einen anderen Weg einschlagen?

Martin Stricker: Anfangs ja. Als Student sass ich in den Semesterferien selbst hinter dem Lenkrad unserer Lastwagen und habe ausgeliefert. So erhielt ich



«Um im Einzelhandel weiter wachsen zu können, stehen weitere Investitionen an.»

Martin Stricker, Mitarbeiter, Nachfolger der Stricker-Linie

Einblick in unser Unternehmen, was mir persönlich sehr viel bedeutet hat. Meine heutige Tätigkeit gefällt mir sehr gut und ergibt für mich eine grosse Sinnhaftigkeit: Nahrung gehört zu den Grundbedürfnissen von Mensch und Tier.

Sie stehen als Nachfolger der Stricker-Linie im Gespräch und sollten die Mühle eines Tages übernehmen. Angesichts des Umfeldes keine einfache Entscheidung für die Zukunft. Warum wollen Sie dies dennoch?

Martin Stricker: Ja, es ist tatsächlich ein schwieriges Umfeld, aber ist es für mich auch eine Herzensangelegenheit. Unsere Familie betreibt die Mühle bereits seit 1879. Für mich ist Tradition und Kultur wichtig. Hier habe ich beides, inklusive einer emotionalen Bindung. Es ist nicht nur Arbeit, sondern auch ein kulturelles Gut, welches es zu erhalten gilt. Unsere Maschinen sind zum Teil über ein halbes Jahrhundert alt und werden so heute gar nicht mehr gebaut,

aber sie sind qualitativ sehr gut und in einem wandrefreiem Zustand. So enthalten unsere Walzenstühle, auf denen das Getreide zu

Mehl vermahlen wird, noch seltene Porzellan-Walzen. Durch diese verläuft der Mahlvorgang sehr schonend und bei tiefen Temperaturen, wodurch wichtige Inhaltsstoffe im Mehl geschont werden. Grundsätzlich gibt es in jeder Marktsituation Chancen, die es zu nutzen gilt. Dabei ist es wichtig, die eigenen Stärken und Vorteile zu kennen und zu vermarkten.

Ist es vielleicht auch eine Chance, dass Sie eine der wenigen Mühlen in der Region betreiben?

Martin Stricker: Ja, das ist ein Punkt. Ein zweiter ist sicher, dass wir einfache Strukturen mit direkten Kommunikationswegen haben. Wir sind sehr kundennah und gehen direkt zu den Kunden. Unser Kundenkontakt ist sehr persönlich. Zudem produzieren wir alle Produkte mit erneuerbarer Energie – sprich Wasserkraft.

Dem stehen Massenkonsum und Globalisierung gegenüber: Kennen Konsumenten oft die Vielfalt gar nicht, die es vor der eigenen Haustür gibt?

David Stricker: Ja, zum Teil. Oft kennen die Konsumenten nur einige wenige Produkte von uns, und wissen nicht, dass unser Unternehmen sowohl ein breites Sortiment an Mehl für die menschliche Ernährung, als auch Tierfutter für alle Nutztiere produziert. Zudem betreiben wir Handel mit Hunde- und Katzenfutter, und stellen selber Strom mittels Wasserkraft her. Was viele nicht wissen: Alle unsere Produkte können in unserem Mühleladen erworben werden.

Martin Stricker: 2012 ging unsere Webseite strickermuehle.ch online und vor zwei Jahren haben wir unseren Online-Shop mehlundfutter.ch gestartet. Dadurch sind wir insgesamt bekannter geworden.

Ein Grossteil des Brotes wird heute über Migros und Coop verkauft. Dadurch schliessen in der Ostschweiz jährlich an die 50 Bäckereien pro Jahr ihre Türen.

David Stricker: Unsere Kunden sind industrielle und gewerbliche Bäckereien, landwirtschaftliche Betriebe, der Detailhandel und Privat-Kunden. In der Mülerei-Branche herrscht ein reiner Verdrängungsmarkt. Die Schweiz ist gegenüber dem Ausland noch durch Importbeschränkungen abgesichert, das ist ein Vorteil für alle Schweizer Mühlen. Zum heutigen Zeitpunkt kann niemand aus unserer Branche abschätzen, was passiert, wenn sich das ändern sollte.

Der Absatz der Industrie steigt stetig – lässt sich so das rückläufige Geschäft mit den gewerblichen Bäckereien kompensieren?

David Stricker: Jede Mühle versucht natürlich seine Kunden zu halten und Neukunden zu akquirieren. Wenn Bäckereien schliessen, dann konzentriert sich der Markt auf eine geringere Anzahl potentieller Abnehmer. Unsere Devise lautet: Kundenzufriedenheit durch hohe Produkt-Qualität und persönlichen Kundenkontakt.

Der Einzelhandel steht nicht im Fokus? David Stricker: Uns ist jeder einzelne Kunde wichtig! Das bedingt aber auch,

STECKBRIEF

Name: David Stricker
Funktion: Mitinhaber
Jahrgang: 1962
Karriere: Während seiner KV-Lehre war David Stricker bei einer Bank tätig. Er ist 1983 in das Familienunternehmen eingetreten.

Name: Martin Stricker
Funktion: Beratung und Verkauf
Jahrgang: 1983
Karriere: Er studierte an der ETH Pharmazeutische Wissenschaften und anschliessend Biomedizinische Wissenschaften an der Universität Utrecht (NL) mit Schwerpunkt Epidemiologie. Seit 2012 ist er im Familienbetrieb tätig.

Das Unternehmen: Die Mühle am Grabser Bach ist seit 1879 in Familienbesitz, wurde aber bereits 1463 im Grabser Urbar, eine Art Grundbuch, erwähnt. Oberhalb der Mühle waren früher zwei Sägewerke, die – wie die Mühle auch – durch Wasserräder angetrieben wurden. Im 20. Jahrhundert machten diese den Getreide-Silos Platz, welche ab 1935 zur Aufnahme von Pflichtlager gebaut wurden. Einst gab es in Grabs sieben Mühlen. Die Stricker Mühle ist die einzige, welche noch in Betrieb ist.



das wir vielseitig aufgestellt sein müssen und effizient arbeiten können. Hierfür sind stetig Investitionen notwendig. Zum Beispiel wurde die Mühle anfangs mit einem Wasserrad angetrieben, welches 1941 durch eine Turbine und einen 20-Kilowattstunden-Generator ersetzt wurde. Seit 1995 ist eine neue Turbine und ein Generator mit 300 Kilowattstunden in Betrieb. Diese produzieren genügend Strom, um den gesamten firmeninternen Energiebedarf zu decken. Alle unsere Produkte werden somit mit erneuerbarer Energie hergestellt. Ein Beitrag unsererseits zur Nachhaltigkeit und in die Zukunft.

Sie haben dieses Jahr auch einiges in die Mühle investiert?



David Stricker: Ja, es standen einige Erneuerungen in der Weizen- und Futtermühle an. Die Plansichter, der komplette Rohrbau, die Steuerung und vieles mehr wurden erneuert. Zudem haben wir unseren Fuhrpark erweitert.

Sie möchten über die Ostschweiz und Liechtenstein hinaus wachsen. Wie machen Sie das?

David Stricker: Wir beliefern bereits Kunden im Rheintal und Toggenburg, in Appenzell und Graubünden, in der Linthebene, in Teilen Thurgaus sowie im Fürstentum Liechtenstein. In unserer Region haben wir seit Generationen treue Kunden. Dafür sind wir sehr dankbar. Mehl in Kleinpackungen ist bei einigen regionalen Detaillisten erhältlich. Gerne würden wir noch weitere Supermärkte, auch solche, die weiter weg sind, als Kunden gewinnen. Im Online-Shop sehen wir ebenfalls Wachstumspotenzial.

Martin Stricker: Auch führen immer mehr landwirtschaftliche Betriebe einen eigenen Hofladen, in denen unsere Produkte angeboten werden.

Was sind die Hürden im Einzelhandel – ist das Listing zu teuer?

Martin Stricker: Um im Klein-Pack-Bereich weiter wachsen zu können, stehen in naher Zukunft Investitionen in eine automatische Verpackungsanlage an.

Wie läuft der Online-Shop bis jetzt?

Martin Stricker: Wenn man das gesamte Unternehmen betrachtet, dann ist das Online-Geschäft ein kleineres Segment. Wir sehen im Online-Shop aber durchaus Wachstumspotenzial. Im Kilo-Pack-Bereich hatten wir in den letzten 5 Jahren ein Wachstum von 50 Prozent. Unser Mehl ist sehr beliebt und qualitativ sehr gut. Anstatt grosser Werbung setzen wir aber auf ein langsames und nachhaltiges Wachstum – zum Beispiel indem Neukunden über Empfehlungen zu uns kommen.

Das alles ohne grosses Marketing-Budget oder besser gesagt: Gibt es denn überhaupt ein Budget dafür?

Martin Stricker: Wir sind ein KMU-Betrieb und haben andere Firmenstrukturen als vielleicht Gross-Konzerne. Werbemittel setzen wir aus diesem Grund nur ganz gezielt ein. So sind wir unter anderem auf Facebook, Twitter und Google Plus vertreten, und versenden regelmässig Newsletter.

Wie haben Sie den Online-Shop realisiert?

David Stricker: Es steckte viel Aufbauarbeit im Online-Shop. Neben der Webseitengestaltung war die Logistik eine grosse Herausforderung – denn Mehl und Futter haben Gewicht. Schlussendlich haben wir eine gute Lösung gefunden. Wir versenden Pakete von maximal 30 kg per Post. Alle Bestellungen über 150 kg werden auf Paletten zum Kunden transportiert.

Was würden Sie sich vom Konsumenten wünschen? Dass er mehr regionale Produkte kauft, anstatt auf den Preis zu achten?

David Stricker: In den letzten Jahren haben wir beobachtet, dass in Bezug zur Regionalität bereits ein Umdenken stattgefunden hat. Dennoch konzentriert sich der Konsum vermehrt auf die Grossverteiler. Ich würde mir wünschen, dass die Konsumenten ihren Weg wieder öfter in ihre Dorfbäckerei finden würden – damit Vielfalt, Kreativität und Liebe zu einem besonderen Handwerk nicht verloren geht. Dasselbe wünsche ich mir für die Landwirtschaft: Dass die Bauern einen angemessenen und fairen Preis für ihre Produkte erhalten.

Martin Stricker: Ich würde mir eine stärkere Wertschätzung für Nahrungsmittel wünschen, und dass sich Konsumenten mehr bewusst werden, was hinter der Produktion von Lebensmitteln steckt. Es bedarf die Arbeit vieler Menschen, um «unser täglich Brot» auf den Tisch zu bringen. Regional Einkaufen erachte ich als wichtig – die einheimische Produktion von Nahrungsmitteln schafft nicht nur Arbeitsplätze, sondern liefert auch einen wichtigen Beitrag zur nationalen Ernährungssicherheit.