

**ZWEIFEL CHIPS** – Christoph Zweifel ist seit zwei Jahren CEO der Zweifel Pomy Chips AG. Mit dem Lebensmitteltechnologien hat erstmals seit 29 Jahren wieder ein Familienmitglied die Position als CEO bei der Zweifel Pomy-Chips AG eingenommen.

## «Mein Chips-Regal ist niemals leer»

**Standpunkt:** Herr Zweifel, wenn man «Zweifel Chips» googelt, findet man vor allem zweierlei: Erfolgsmeldungen und liebevolle Elogien auf Ihre Chips. Fangen wir mit dem Erfolg an. 2019 und 2020 waren Rekordjahre, wie war 2021?

**Christoph Zweifel:** Die pandemiebedingten Verschiebungen in unseren Absatzkanälen haben sich 2021 gegenüber 2020 abgeschwächt. Der Out-of-home-Bereich litt jedoch noch immer stark, was insbesondere unser Frisch-Service zu spüren bekam. Der wettermässig gesehene katastrophale Sommer verleitete die Leute zu weniger Grillanlässen, was wir ebenfalls zu spüren bekamen. Die Fussball-EM konnte in diesem Bereich immerhin ein wenig entgegenwirken. Das äusserst schlechte Wetter hatte vor allem grossen Einfluss auf unsere Rohstoffe. Gerade bei den Kartoffeln, die wir, wenn immer möglich, zu 100 Prozent aus der Schweiz beziehen, werden wir dies zu spüren bekommen und rechnen daher mit einer Fehlmenge von bis zu 30 Prozent. Trotz all dieser widrigen Umstände können wir wiederum von einem sehr guten Jahr mit tollem Resultat sprechen. In diesem Zusammenhang ein grosses Lob und Dank an unsere Chips-Expertinnen und -Experten, die mit Begeisterung dafür sorgen, dass wir als Unternehmen auch in schwierigeren Zeiten so gut funktionieren.

**«NUR MIT DEM BESTEN ROHMATERIAL KANN DAS BESTE VEREDELTE PRODUKT HERGESTELLT WERDEN. AUFGRUND UNSERER HOHEN QUALITÄTSANSPRÜCHE AN UNSERE PRODUKTE, SIND AUCH UNSERE ANFORDERUNGEN AN DIE QUALITÄTSANSPRÜCHE DER KARTOFFELN ENTSPRECHEND HOCH.»**

2019 wurde Zweifel in einer Umfrage des Schweizerischen Markenartikelverbands zur vertrauenswürdigsten Marke des Landes gewählt. Und mit Ihren Produkten gehören Sie zum schweizerischen Kulturgut. Was löst das bei Ihnen aus?

Dies ist eine grosse Ehre für uns, und wir sind sehr stolz auf diese Auszeichnung. Für die Mitarbeitenden ist dies zudem eine schöne Bestätigung für unser tägliches Tun im Sinne des Unternehmens und der Familie Zweifel. Der Dank dafür gilt jedoch insbesondere auch den Konsumentinnen und Konsumenten für ihr Vertrauen in unsere Marke.

Sie sind nun seit bald zwei Jahren CEO von Zweifel. Wie lautet Ihr Fazit?

Ich bin verdankenswerterweise fundiert und mit viel Weitsicht in die neue Funktion eingearbeitet worden. Mit einem starken Führungsteam sind wir bestmöglich aufgestellt, und ich bin mit dem bisher Erreichten sehr zufrieden. Nichtsdestotrotz habe ich nach wie vor viel Ehrfurcht vor dieser Verantwortung und lerne noch immer dazu. Die

Weichen sind aufgrund der neu aufgestellten Strategie gestellt und ich blicke zuversichtlich in die Zukunft.

*Es war immer wieder zu lesen, dass Zweifel die Kartoffeln nur bei Produzenten bezieht, die man auch persönlich kennt. Gilt das immer noch?*

Zu unseren rund 250 Schweizer Bauern, von denen wir unsere Kartoffeln beziehen, pflegen wir gute Beziehungen – auch wenn es uns nicht möglich ist, alle persönlich zu kennen. Die Namen der Bauern und die Ortschaft werden im Sinne der Transparenz oben rechts auf der Verpackung vermerkt. Die für uns tätigen Bauern sind stolz, für uns Kartoffeln anbauen zu dürfen und freuen sich, wenn sie ihren eigenen Namen auf einer Packung entdecken.

*Welche Voraussetzungen muss ein Produzent erfüllen, um Zweifel beliefern zu können?*

Nur mit dem besten Rohmaterial kann das beste veredelte Produkt hergestellt werden. Aufgrund unserer hohen Qualitätsansprüche an unsere Produkte, sind auch unsere Anforderungen an die Qualitätsansprüche bezogen auf Stärkegehalt, Kalibrierung, tiefen Zuckergehalt usw. der Kartoffeln entsprechend hoch.

*Auf dem Heimmarkt Schweiz ist Zweifel unbestritten die Nummer 1. Nur im Ausland hat es nie geklappt. Ist das Thema «Ausland» ad acta gelegt?*

Da muss ich widersprechen: Im grenznahen Ausland (vor allem in Deutschland und Österreich) sind wir seit mehreren Jahren erfolgreich präsent und stetig wachsend. Im Rahmen der neuen Strategie bleibt das Ausland auch weiterhin in unserem Fokus.

*Zweifel ist ein Familienunternehmen. Sie sind CEO, im Verwaltungsrat sitzen Bruder, Schwester und Cousins. Geschäft und Privatleben sind da sehr nahe beieinander. Wie geht die Familie mit dieser Konstellation um?*

Diese Konstellation funktioniert sehr gut, da auch gewisse Regeln eingehalten werden müssen. Im Verwaltungsrat nehmen neben den Familienmitgliedern auch externe Personen Einsitz. Im Zentrum steht aber immer das Business, wobei es oft zu harten, aber fairen Diskussionen kommen kann. Das Private wird aussen vorgelassen. Im äussersten Fall steht uns der externe Verwaltungsratspräsident zudem als «Mentor» zur Verfügung.

*Wir kommen nicht drum rum, über die Paprika-Chips zu sprechen. Das Rezept der Gewürzmischung ist geheim, der Hersteller auch. Wie gut ist das Geheimnis – gerade in Zeiten von Social Media – gehütet?*

Das Rezept ist tatsächlich seit jeher unverändert und nur wenige Personen kennen es. Wir sehen da kein Problem, ob mit oder ohne Social Media.

**«ICH WÜRD MICH NATÜRLICH GERNE VON FRÜHMORGENS BIS SPÄTABENDS NUR VON UNSEREN CHIPS ERNÄHREN. DAS WÄRE DANN WOHL ABER EINE ETWAS ZU EINSEITIGE ERNÄHRUNG.»**

*Die Paprika-Chips machen mehr als 40 Prozent des Umsatzes aus. Welches sind die anderen Produkte, die in der Hitparade ganz vorne sind?*

Innerhalb des Bereichs Chips sind die «Original Nature Chips» nach wie vor ungeschlagen. An zweiter Stelle kommen die «Original Nature Chips», gefolgt von «Wave Inferno». Nimmt man die Snacks noch hinzu, liegt auch unsere Linie VAYA sehr weit vorne.

*Sie führen immer wieder neue Snacks und neue Geschmacksrichtungen ein. Wie und wo entstehen all diese Innovationen?*

Uns ist es wichtig, mit dem Puls der Zeit mitzugehen und Trends so früh wie möglich aufzunehmen und zu verfolgen. Unsere Ideen sind vielfältig und die «Innovationspipeline» entsprechend voll. Um immer wieder neue Geschmacksrichtungen abdecken zu können, lassen wir uns über unterschiedliche Kanäle inspirieren – zum Beispiel durch Messebesuche im Ausland, durch Beobachten des Marktes oder durch Gespräche mit unserer Kundschaft sowie Konsumentinnen und Konsumenten. Unser Unternehmenswert «Pioniergeist» spielt dabei eine zentrale Rolle. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dürfen und sollen auch jederzeit Ideen einbringen.

*Wie lange dauert es von der Idee bis zur Markteinführung?*

Dieser Prozess darf tatsächlich nicht unterschätzt werden, da unzählige Faktoren abgeklärt, evaluiert und getestet werden müssen, bis ein Produkt reif für den Markt ist. Wir gehen ungefähr von 12 bis 18 Monaten aus. Für das Jahr 2023 haben wir also bereits alle Neuheiten definiert.

*Sie haben selber Lebensmitteltechnologie studiert. Welches ist das Produkt, das Sie auf dem Wunschzettel haben und liebend gerne entwickeln würden?*

Ich würde sehr gerne eine süsse Variante Chips auf den Markt bringen, zum Beispiel mit dem Flavour Marshmallow.

*Wie ist das im Alltag, wenn man ein Zweifel ist? Bestimmen die Chips immer und überall Ihr Leben?*

Ich würde mich natürlich gerne von frühmorgens bis spätabends nur von unseren Chips ernähren. Das wäre dann wohl aber eine etwas zu einseitige Ernährung. Aber mein Chips-Konsum ist definitiv höher als beim Durchschnittsbürger. Denn Chips

konsumiere ich ziemlich jeden Tag, sei es, um neue Produkte zu degustieren, um mich von der Qualität zu überzeugen oder einfach bei einem Apéro. Die Apéro-Kultur lebe ich nicht nur privat, sondern auch im Geschäft. Und zu Hause kann ich mich von meinem Vorrat bestens ein paar Tage verpflegen – mein Chips-Regal ist niemals leer.

*Zum Schluss noch die obligate «Wunderfritz»-Frage: Welche Chips sind bei Ihnen neben der TV-Fernbedienung in der Stube?*

Ich bin ein grosser Fan unserer KEZZ-Linie, wobei ich speziell Barbeque und Paprika mag. Den ultraknusprigen Biss dieser Linie finde ich sensationell. Aber wie oben erwähnt: zu Hause gehen die Chips nie aus und ich mag die Abwechslung unserer grossen Vielfalt.

Interview: Patrick Herr



Sein Chips-Konsum sei «definitiv höher als beim Durchschnittsbürger», sagt Christoph Zweifel, CEO der Zweifel Pomy-Chips AG.

Bild: zVg

### ZUR PERSON

**Christoph Zweifel** (52) ist seit Mai 2020 CEO der Zweifel Pomy-Chips AG. Zuvor war er ab 2015 Leiter Marketing und Sales und Mitglied der Geschäftsleitung. Er ist der Sohn von **Hansheinrich Zweifel**, dem Mitgründer und ersten Geschäftsführer des Familienunternehmens. Christoph Zweifel kommt aus der Lebensmittelbranche (Dr. sc. tech. ETH) und war nach 9,5 Jahren bei Unilever fünf Jahre bei der Aryzta AG in der Geschäftsleitung. Mit Christoph Zweifel nahm 2020 erstmals seit 29 Jahren wieder ein Familienmitglied die Position als CEO bei der Zweifel Pomy-Chips AG ein. Das Schweizer Unternehmen ist seit den Anfängen und bis heute in Familienbesitz. Die knusprigen Chips wurden 1958 erstmals unter der Marke Zweifel lanciert. Heute sind über 400 Chips-Expertinnen und -Experten für die beliebten Chips und Snacks im Einsatz.

[www.zweifel.ch](http://www.zweifel.ch)