

Trauffer und Interlaken

Für die meisten war die Anreise nach Hofstetten bei Brienz vielleicht etwas weit. Aber es hat sich gelohnt: zum einen etwas Neues zu lernen und zum anderen sich mit Kolleginnen und Kollegen austauschen zu können. Fast pünktlich startete die Führung durch die Erlebniswelt der Firma Trauffer.

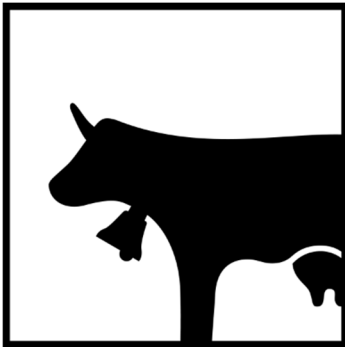


Bild: www.trauffer.ch

Unser Führer Jürg zeigte uns nicht einfach eine Fabrikationshalle, sondern die verschiedenen Produktionsstätten, welche im Dorf Hofstetten verteilt sind.



Natürlich dreht sich bei Trauffer fast alle um die Kuh. Es begann 1938 mit Rosa und Alfred Trauffer nicht mit Kühen, sondern mit Bärenschnitzereien. Geschnitzte Bären in allen Grössen waren damals sehr beliebt und versprachen auch ein entsprechendes Auskommen. Aber mit dem zweiten Weltkrieg änderte sich dies. Trauffers vertrauten darauf, dass Spielzeugtiere weiterhin verlangt waren. Und so schufen sie eine Kollektion an Tieren, mit einer roten Kuh, rot wie die Schweizer Fahne. Die Wechsel sicherte den Bestand des kleinen Familienunternehmens. Die erste Generation wurde von den beiden Söhnen Franz und Kurt Trauffer abgelöst, welche das Sortiment weiterentwickelten und schliesslich die heute bekannte Kuh ins Sortiment nahmen.

Daneben wurde von Kurts Frau Ruth Produkte wie Ställe oder Spielfiguren entwickelt.



Die heutige dritte Generation ist mit Marc Trauffer (der mit den Kühen in den Liedern) am Ruder, seit 2008 als alleiniger Geschäftsführer. Ein schönes Beispiel für die Innovationskraft ist die Anpassung des klassischen Kaninchenstalls an die Anforderungen der modernen Tierhaltung. Hatte es in den alten Kaninchenställen noch einfach vier Plätze, wurde dies auf die Anregung einer Kundin zu einem Stall ohne fixe Aufteilung und mit Auslaufmöglichkeit umgestaltet.

Was braucht es, dass eine Trauffer-Kuh in die heimische Stube kommt? Es sind viele Schritte, bis vom Lindenholzbrett, welches vor der Sägerei lagert, eine Kuh entsteht. Zuerst muss das Lindenholz getrocknet werden, das braucht rund drei Jahre. Dann werden die Bretter in der Sägerei auf Quadrate zugeschnitten. Diese gehen in die Werkstatt nebenan. Mit einem Stempel werden die Umrisse auf dem Holzbrett angebracht. Um Holz zu sparen, jeweils zwei Kühe derart, dass die Beine versetzt gegeneinander sind. Mit feinen Bandsägen werden die Rohlinge erstellt. Bei den nächsten Stationen werden die Kühe in Form gebracht, die Löcher für Schwanz, Hörner und Ohren angebracht. Heimarbeiter bearbeiten die Oberfläche, schwabbeln, um sie ganz glatt zu machen. Von Hand werden die typischen roten Flecken aufgebracht. Danach werden Schwanz, Hörner, Ohren, Halsband mit Glöckchen eingesetzt. All diese Arbeitsgänge erfolgen von Hand. Und damit ist jede Kuh, so ähnlich sie sich auch sind, ein Unikat.

Die Kühe gibt es in unterschiedlichen Grössen, verschiedenen Farben und verschiedenen Formen wie stehend, liegend

oder weidend. Damit lässt sich ein Bauernhof zusammenstellen. Da aber ein Bauernhof nicht nur aus Stall und Kühen besteht, gibt es im Sortiment auch andere Tiere, welche nach dem ähnlichen Muster geschnitzt sind.

Marketingmässig können wir nun auch die Portfolio-Erweiterung von Trauffer ansehen. Ist Trauffer die Kernmarke des Betriebs, gesellten sich in den Jahren 2016 bis 2021 weitere Marken dazu. Sie ergänzen Trauffer auf vielfältig weise. 2016 wurden die Pilgram Biegepuppen aufgenommen. Auch diese werden von Hand und aus einheimischem Holz produziert. 2017 kam die Kiener Spielwaren dazu, 2018 Kynee Design Toys und 2021 dann noch Fuchs Holzschmitzereien.



Da es sich um gänzlich unterschiedliche Spielwaren handelt, kannibalisieren sie sich auch nicht, sondern ergänzen sich. Gemeinsam ist ihnen aber die hohe handwerkliche Fertigung und die Produktion in der Schweiz mit Schweizer Materialien. Nein, Halt! Eine Ausnahme gibt es: Die Glocken für die Kühe werden aus dem Ausland geliefert.

Ins Ausland geliefert werden circa 5 % der Produktion, vor allem nach Deutschland und Japan. Wie viele Artikel dann aber durch Touristen ins Ausland gelangen, ist natürlich unbekannt, es dürfte aber eine beträchtliche Menge sein. Denn eine Trauffer-Kuh steht für swissness und findet in jeder Handtasche oder auf jedem noch so kleinen Bücherbord Platz. Ausser jener Holzkuh, welche vor dem Haupteingang der Erlebniswelt steht. Sie wiegt sage und schreibe 25 Tonnen. Unbekannt ist, wieviel Milch sie gibt.

Ein weiterer Marketingaspekt sind die Logos der verschiedenen Marken aus dem

Hause Trauffer. In einem Quadrat eine prägende Figur als schwarze Silhouette, wie im obigen Foto ersichtlich.

Unter dem Dach von Trauffer ist die Erlebniswelt mit Hotel und Restaurant zu finden. Ursprünglich viel kleiner gedacht, aber auf Anstoss des nahegelegenen Ballenbergs dann in der heutigen Grösse realisiert kann man in der Erlebniswelt die Geschichte des Unternehmens in einer Ausstellung ansehen, Artikel kaufen, sich verpflegen, übernachten, Sitzungen oder Seminare durchführen.

Etwa 200 Mitarbeitende sind für Trauffer tätig. Der Grossteil in der Produktion, dann noch in der Restauration, im Hotel und im Eventbereich. Daneben gibt es für rund 100 Heimarbeiter noch Verdienst.

Ein Element der Unternehmenskultur hat unser Guide Jürg gleich am Anfang vorgestellt: Bei Trauffer ist man per Du. Der kurze Einblick von aussen scheint den Umgang auf Augenhöhe zu bestätigen. Es wäre interessant gewesen, das Thema Unternehmenskultur noch weiter vertiefen zu können, leider fehlte die Zeit dazu.

Noch ein paar Wort zur Nachhaltigkeit. Die Figuren werden nicht verpackt, wenn der Kunde es wünscht, in Seidenpapier eingewickelt. Das Abfallholz wird in einer Fernwärmezentrale verheizt und liefert dem Betrieb und umliegenden Liegenschaften Wärme. Das Holz ist fsc-zertifiziert und kommt aus der Schweiz. Beim Bau der Erlebniswelt wurde viel heimisches Holz verwendet. Viele, aber noch nicht alle, Dachflächen tragen Solarzellen. Auf dem Hauptgebäude in Zusammenarbeit mit solarify, einem Geschäftsmodell, welches Investoren erlaubt, in Solarflächen zu investieren.



Bild:

<https://solarify.ch/portfolio/trauffer-erlebniswelt-hofstetten/>

Pünktlich entliess uns unser Führer Jürg, denn ein Teil der Gruppe musste auf das Postauto, um dann mit dem Schiff auf dem Brienersee nach Interlaken zu gelangen.

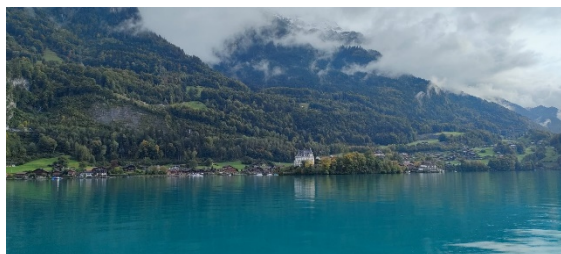


Bild: Monika Bachmann

Natürlich hätten sich alle Sonnenschein und blauen Himmel gewünscht, aber der guten Stimmung tat das trübe Wetter keinen Abbruch.

Der andere Teil der Gruppe jedoch stärkte sich bei einem Kaffee in Rosa's Bistro und Bäckerei.

Beide Gruppen trafen sich dann zu einem feinen Nachtessen im Restaurant WyVa. Wy steht für Wein:



Und die Auswahl ist riesig. Daraus wählten unsere Connaisseurs einen feinen Begleiter zum Nachtessen.

Die Zeit beim Essen wurden für den Austausch genutzt, es gab aber auch viel Lustiges zu erzählen. Zur späten Stunde machten sich die einen Richtung Bett, während andere zurück an einen früheren Ort eines eop-circle-Besuches gingen. Im November 2018 konnten wir einen Blick hinter die Kulissen des legendären Hotels Victoria-Jungfrau werfen. Jetzt wurde der vollendete Service der Bar für einen «Schlummerbecher» in Anspruch genommen.

Die Teilnehmenden blicken auf einen interessanten Nachmittag zurück, welcher mit Trauffer Einblicke in ein besonderes KMU gab.

Ein nächster Termin ist bereits geplant. Wohin uns Jürg Schaad dann entführt, ist noch offen, aber es wird am **13. Juni 2025** sicher wieder spannend und lehrreich werden.

Ein herzliches Dankeschön an Jürg Schaad für die Gelegenheit, Neues kennen zu lernen und einen regen Gedankenaustausch mit Berufskolleginnen und -kollegen pflegen zu dürfen.

Photos (wo nicht anders vermerkt) und Bericht: Marcel Niederer