



Patrizia Meyer

«Qualitätsarbeit ist unsere Marketingstrategie. Es ist die beste.»

Ein Gespräch mit Patrizia Meyer

Frau Meyer, Sie waren und sind als Familienmitglied und Verwaltungsratsmitglied selber die Einzige, die nicht im Betrieb tätig ist.

Das stimmt, ich habe eine ganz andere Berufsausbildung hinter mir als mein Bruder Alex. Während der Berufsfindung hatte ich auch nie Pläne, in das Geschäft einzusteigen.

Erzählen Sie uns doch etwas davon.

Nach der Matur am Gymnasium Muttenz habe ich die Hotelfachschule in Luzern absolviert. Vor und während dieser Ausbildung hatte ich die Möglichkeit, in vielen verschiedenen Hotellerie- und Gastronomiebetrieben zu arbeiten. Ich konnte in jegliche Bereiche hineinschnuppern: Von der Küche bis zum Sales & Marketing-Bereich war alles dabei. Heute bin ich stellvertretende Personalleiterin in einem grossen Gastronomieunternehmen in Basel. Zusätzlich erfolgte im Jahr 2013 noch eine Weiterbildung zur Personalfachfrau mit eidgenössischem Fachausweis.

Können Sie sich vorstellen, später ins Geschäft einzutreten?

Eine Personalfachfrau wird natürlich auch in unserem Geschäft gebraucht, jedoch gilt nach wie vor meine Leidenschaft der Hotellerie und Gastronomie. Ich sage aber niemals nie; eventuell könnte diese Option zu einem späteren Zeitpunkt ganz interessant werden. Immerhin bin ich im Verwaltungsrat unserer Firma, und da es eine Familien AG ist, geht es auch familiär zu und her. Das lässt sich nicht 1 zu 1 mit einer «richtigen» Aktiengesellschaft vergleichen. Wir erfüllen

selbstverständlich alle gesetzlichen Bestimmungen und Vorschriften, aber wir arbeiten doch eher auf einer einfacheren Ebene. Mein Vater ist zwar der VR-Präsident, aber er lässt meinen Bruder Alex nach seinem Gutdünken walten und gibt ihm viele Freiheiten. Neben uns Dreien ist natürlich auch noch Paul Löliger im Verwaltungsrat.

Aber Sie kennen den Betrieb ja auch schon seit der Kindheit, nicht wahr?

Ich war immer sehr gerne in der Gärtnerei, und habe viele schöne Kindheitserinnerungen daran. Wir hatten lange Zeit Kaninchen, die in der Gärtnerei untergebracht waren und die natürlich versorgt und gepflegt werden mussten. Zudem half ich oft meinen Eltern, am Wochenende Gemüse zu ernten oder Beeren zu pflücken. Wir hatten in der Gärtnerei auch genug Platz um herumzutollen oder einfach Kind zu sein. Die Faszination für Maschinen und Traktoren hatte aber nur mein Bruder; ich war in dieser Hinsicht typisch Mädchen!

Ihr Bruder hat ab 2009 von einer grossen Umstrukturierung gesprochen. Haben Sie das auch miterlebt?

Ja, als nach Onkel Edi auch noch Paul Löliger den Betrieb verlassen hatte, war das ein grosser Verlust. Alex versuchte diese Lücke aufzufangen und auszugleichen. Das ist ihm bis jetzt sehr gut gelungen, auch dank des ausgeschiedenen Paul Löliger selbst, der die Übergabe an Alex sehr gut organisiert und vorbereitet hatte. Zudem haben wir, im Gegensatz zu mir mit der riesigen Fluktuation in der Gastronomie, viele langjährige und erfahrene Angestellte. So kann sich Alex mehrheitlich auf das Kerngeschäft konzentrieren.

Wie sehen Sie als quasi Aussenstehende die Wesensmerkmale Ihres Familienbetriebs?

Wir haben starke Wurzeln. Nochmals muss ich unsere

zuverlässigen Mitarbeiter erwähnen und, was sicher auch schon genannt wurde, der langjährige treue Kundenstamm.

Diese Kundennähe zieht sich tatsächlich durch alle Gespräche hindurch.

Wir bemühen uns ständig um unsere Kunden, gehen auf sie ein und suchen in gemeinsamen Gesprächen die beste Lösung. Anders gesagt: Wir machen nur Qualitätsarbeit. Neben den sehr geschätzten älteren Kunden müssen wir natürlich auch die jüngeren Generationen ansprechen. Trotzdem betreiben wir nur sporadisch Marketing, was für mich doch sehr bemerkenswert ist, wenn ich es mit der Hotellerie- und Gastronomiebranche vergleiche.

Sie scheinen das auch nicht nötig zu haben.

Wir sind eine alteingesessene, bekannte und traditionelle Firma, die in Pratteln verankert ist. Aber wir haben auch viele Kunden in der Region. Viele erreichen uns über die Mund-zu-Mund Propaganda, zudem haben wir ein sehr gutes Image. Bei uns hat man die Gewissheit, dass immer ausgezeichnete Arbeit geleistet wird, denn wir legen auf Qualität höchsten Wert. Mit anderen Worten könnte man auch sagen: «Das ist unsere Marketing-Strategie. Es ist die beste.»

Somit können Sie ohne Sorgen und mit Freude das 100-Jahr-Jubiläum feiern und bereits die nächsten Schritte in eine erfolgreiche Zukunft planen?

Davon bin ich überzeugt. Auch wenn es nie ohne Sorgen geht, so werden wir unsere Werte und unsere Markenzeichen weiterpflegen. Auch in der vierten Generation. Das können Alex und ich allen unseren Kunden versprechen. Wir bleiben der solide und allem Neuen aufgeschlossene Familienbetrieb, der wir immer waren.

Frau Meyer, ich möchte Ihnen und stellvertretend für die vier anderen Gesprächspartner für diese interessanten Ausführungen und Meinungen herzlich danken.

