



Bilder: HO

Die nachhaltige Strategie der Patiswiss AG sichert die Zukunft des Unternehmens.

«Strompreisentwicklung hat uns stark getroffen»

Patiswiss AG, das börsenkotierte Solothurner Unternehmen, steht für süsse Produkte und grosse Erfolge. Die nachhaltige Strategie des Unternehmens zahlt sich aus. Warum die jährlichen Energiekosten aber dennoch in der Gesamtsumme zu hoch sind, erklärt Stefan Geller, CEO der Patiswiss AG.

Simone Leitner



Stefan Geller,
CEO Patiswiss AG

Die Patiswiss AG ist bei Konsumentinnen und Konsumenten kaum bekannt. Dies, obwohl viele ihre Produkte täglich essen – und schätzen. Das börsenkotierte Solothurner Unternehmen mit Sitz in Gunzgen beliefert Grossverteiler sowie rund 1000 Bäckereien schweizweit mit sogenannten Halbfabrikaten. Also mit Marzipan, Mandelmasse, Giandujamasse, Couverturen oder Pralinécrème. Zudem ist Patiswiss auch auf die Verarbeitung von Mandeln und Nüssen spezialisiert. Seien sie geröstet

oder gewalzt, mit Schokolade überzogen oder karamellisiert. Kurz: Der Mandelgipfel beim Bäcker, die Pralinen in der Konditorei, das Biberli und die Schokoladentafeln beim Grossverteiler – viele dieser Verlockungen sind teilweise von Patiswiss industriell hergestellt. Eine süsse Erfolgsgeschichte. 2021 war, trotz anhaltendem und herausforderndem Umfeld, ein sehr erfolgreiches Jahr für die Patiswiss AG – sie kam gut durch die Pandemie. Alle Kundengruppen zeigten ein bemerkenswertes Wachstum.



Dennoch, in den Covid-sensitiven Bereichen, wie der Gastronomie und dem Abholgrosshandel, konnten die anspruchsvollen Umsatzziele nicht erreicht werden. Einen überdurchschnittlichen Zuwachs verzeichnete das Unternehmen jedoch bei der Industrie und dem Lebensmitteleinzelhandel (LEH), wo der Faktuuraumsatz gegenüber dem Vorjahr auf CHF 18.2 Mio. (+19.1 %) gestiegen ist. Der Nettoerlös von CHF 17.6 Mio. (+18.1 %) entspricht einem Rekordergebnis der letzten Jahre, und mit einem Jahresgewinn von TCHF 425 übertrifft Patiswiss sogar die Geschäftsergebnisse der Vor-Corona-Jahre.

Doch das Unternehmen ruht sich nicht aus: Neue Produkte, wie die vegane Alternative zu Reibkäse Neese Streu'mal und auch das neu lancierte vegane Fondue haben bereits eine grosse Akzeptanz und eine treue Kundschaft gefunden. Für diese Produktlinien konnte Patiswiss namhafte Distribution bei verschiedenen Retailern in der Schweiz gewinnen. Pflanzliche Alternativen zu Milchprodukten sind ein aktueller Megatrend und werden die zukünftige Ernährung der Gesellschaft nachhaltig beeinflussen, betont das Unternehmen in seinem Geschäftsbericht.

Eine erfolgreiche Branche, die eine Menge Strom braucht. Was Stefan Geller, CEO der Patiswiss AG, zur aktuellen Strompreisentwicklung sagt und wie das Unternehmen mit der Situation umgeht, wird im nachfolgenden Gespräch deutlich.

Herr Geller, wie kommt die Patiswiss AG mit den hohen Strompreisen zurecht?

Die Strompreisentwicklung hat uns natürlich sehr stark getroffen und wirkt sich auf unsere Herstellkosten doch erheblich aus. Die Strompreisentwicklung hat nebst weiteren und sehr unterschiedlichen Verteuerungen der eingesetzten Ressourcen dazu geführt, dass wir die Verkaufspreise bei unseren Kunden erhöhen beziehungsweise neu verhandeln mussten.

Aber das Engagement in erneuerbare Energie hat sich für die Patiswiss dennoch ausbezahlt?

Auf jeden Fall. Wir haben im 2021 eine grosse Solaranlage mit gegen 2000 m² Solarzellen realisiert. Die Anlage liefert seither etwa 1/3 unseres jährlichen Strombedarfs und reduziert demzufolge in diesem Umfang auch die laufenden und kostenwirksamen Energiebezüge. Die absoluten Energiekosten haben sich aber

auch mit dieser Investition massiv erhöht beziehungsweise übersteigen in der Gesamtsumme die jährlichen Kosten erheblich.

Mussten Sie im freien Markt teuren Strom kaufen oder haben Sie langfristige Versorgungsverträge?

Unser bisheriger Energielieferant, die eug Elektra Untergäu Genossenschaft, hat uns bereits vor Jahren ein sinnvolles und vorausschauendes Einkaufsmodell in Tranchen vorgeschlagen. Wir beschaffen den Strom in einem Beschaffungspool zusammen mit weiteren Unternehmen in der Region in mehreren Tranchen über ein Jahr im Voraus und können somit das folgende Geschäftsjahr sehr genau budgetieren.

War das Energiemanagement in Ihrem Unternehmen immer ein grosses Thema? Schon vor den exorbitanten Preisanstiegen?

Wir haben schon vor Jahren mit act Cleantech die energetische Ist-Situation analysiert, einen umfassenden Massnahmenkatalog erarbeitet und die Umsetzung schrittweise geplant und bereits realisiert.

Bei uns ist aber auch die Decarbonisierung ein sehr wichtiges Anliegen. Wir haben einige Zeit vor der Energiekrise bereits verschiedene gasbetriebene Technologien elektrifiziert und gleichzeitig in die Eigenproduktion von Solarstrom investiert.

Ist der Kanton Solothurn für Ihr Unternehmen ein guter und vorbildlicher Standort?

Wir sind seit 1982 am jetzigen Standort im Kanton Solothurn, investieren laufend in neue Technologien und planen weiterhin den schrittweisen Ausbau der Unternehmung. Für uns passt der Standort sehr gut. <

