

# Saucen zum Dippen und Schlemmen

**Markus und Silvia Hänni produzieren in Tägerwilen pro Jahr rund 100 Tonnen Haus-Saucen. Wenn es um die geschmackliche Bereicherung von Gemüse, Fleisch und anderen Nahrungsmitteln geht, so sind Markus und Silvia Hänni die richtige Adresse. Sie stellen ihre Haus-Saucen mit viel Hingabe her.**

**MARTIN BRUNNER.** Vielleicht fehlen zu einem Apéro geschmackvolle Saucen, der Braten vom Grill könnte noch etwas Pfiff ertragen, ein Salat braucht Verfeinerung oder die Geschwellten schmecken mit einer würzigen Sauce besser. Für diese und viele weitere Speisen halten Markus und Silvia Hänni aus Tägerwilen genau die richtigen Ergänzungen bereit, ihre Dipp-Saucen. Warum diese die richtigen und auch die geschmackvollsten sind, begründet Silvia Hänni schmunzelnd: «Wir bereiten alle unsere Produkte mit viel Liebe zu.» Nicht erstaunlich also, dass die Kräuter-, Knoblauch-, Cocktail-, Curry-, Pfeffer-, Paprika- und Saisonal-Saucen (Bärlauch) auf reges Interesse stossen. Ab 1. August kommt neu die Sweet-Chili-Sauce dazu.

## Beginn mit dem Stabmixer

In ihr Saucen-Unternehmen sind die Hännis nach und nach gerutscht. Zusammen führten der gelernte Käser und seine Frau in Mettendorf von 1990 bis 2002 eine Käseerei. «Mit der Einschränkung in der Käseproduktion aber begannen wir uns umzuschauen, wo wir aktiv werden könnten», erzählen sie. «Zudem suchten wir nach einer neuen Möglichkeit, um unsere Kundschaft zum Beispiel an Weihnachten zu beschenken.» In diesem Moment ist Rosmarie Waldvogel, die Mutter von Silvia Hänni, ins Spiel gekommen. Sie arbeitete in einem Restaurant, wo bereits eine sehr gute Salatsauce auf den Tisch kam. «Wir verfeinerten und veränderten sie 1995 leicht und gaben sie als Dipp-Sauce ab», sagen sie. «Bereits kurz nach Weihnachten kamen die ersten Beschenkten und fragten, ob man diese Sauce auch kaufen könne.» So sei eines zum anderen gekommen. «Wir begannen, in unserer Küche mit Becken und Stabmixer die Kräuter-Haus-Sauce zu produzieren.»

## Steigender Absatz

So ist nicht erstaunlich, dass aus dem ehemaligen Geschenk ein professionelles Geschäft wurde. «Wir sahen sehr gute Perspektiven, mit unserem Angebot erfolgreich zu sein», erinnern sie sich.

## Résumé

### 100 tonnes de sauces maison

*Pour accompagner des grillades, des pommes de terre bouillies, des dips de légumes ou affiner des salades, Markus et Silvia Hänni de Tägerwilen proposent un large assortiment de sauces: aux herbes, à l'ail, cocktail, curry, poivre, paprika ou de saison. Dès le 1er août une sauce sweet-chili s'y ajoutera. De 1990 à 2002, Markus, fromager, et son épouse avaient une fromagerie. C'est pour pallier aux restrictions de fabrication et pour offrir un cadeau de Noël à leurs clients que la préparation de sauces a commencé en 1995. En 2002, ils sont devenus professionnels des sauces! Le secret consiste en une préparation d'ingrédients naturels et de beaucoup d'amour: huile de colza suisse, vinaigre aux herbes et oeuf pasteurisé composent la mayonnaise, à quoi s'ajoutent les différents épices. Les portions vont d'un décilitre à cinq litres. L'entreprise est certifiée BRC et les contrôles annuels sont effectués par Swiss TS.*

*La commercialisation a commencé par l'approvisionnement de fromageries et des magasins Volg. Aujourd'hui, les Hänni ravitaillent également les magasins Spar et d'autres détaillants, en passant par différents grossistes. Ainsi les produits sont bien distribués en Suisse alémanique. Sous contrat avec Frifrench GmbH à Stein, les Hänni produisent aussi pour cette société et développent de nouveaux produits. Markus et Silvia Hänni sont toujours à la recherche de nouvelles idées et leurs installations ont encore des capacités disponibles. Une chose est sûre, ils ne produisent rien dont ils ne soient sûrs à cent pour cent. (mb)*



Oberste Priorität hat der Geschmack. Aber die Dipp-Saucen sollen auch möglichst ohne Konservierungsstoffe, Bindemittel, Farbstoffe und Antioxydationsmittel auskommen.

*La première priorité c'est le goût, mais les sauces doivent aussi avoir l'aspect voulu sans conservateur, liant, colorant ou antioxydant.*

Sie erwähnen aber auch, dass sie nicht unter Zeitdruck gewesen seien, im neuen Geschäft sofort Erfolg zu haben. «Wir konnten die Saucen-Produktion neben der Käseerei betreiben und



Markus Hänni bei der Abfüllung der Haus-Sauce. (Bilder: mb)

*Markus Hänni au remplissage des sauces.*

langsam wachsen.» Komme dazu, dass sie über ihr Beziehungsnetz auf die Produkte hätten aufmerksam machen können. Und nicht zuletzt hätten sie eine gute Zeit für solche Ergänzungen zu verschiedenen Speisen erwischt. Der Absatz der Kräutersauce stieg ab 1995 denn auch ständig, bis Markus und Silvia Hänni 2002 nach Tägerwilien zogen und sich seitdem ganz auf die Haus-Saucen konzentrieren. Neue Geschmacksrichtungen kamen dazu.

### Natürliche Zutaten

Geheimnisse um die Produktion der Hänni-Saucen gibt es kaum. «Auf der Etiketle stehen die genauen Bestandteile», sagen Markus und Silvia Hänni lachend. «Jeder könnte sie grundsätzlich nachmachen. Allerdings, den einen oder anderen Kniff müsste man schon kennen.» Doch als wichtigstes Argument erwähnen sie den Geschmack. Tatsächlich schmecken sie fein, abgerundet, wür-

zig und vor allem natürlich. «Wir verwenden möglichst nur natürliche Zutaten, also keine Konservierungsstoffe, keine Bindemittel, keine Antioxydationsmittel, keine Farbstoffe usw.»

### Erfolgreiche Vermarktung

Die Vermarktung pflegen die beiden grundsätzlich selber. «Wir suchten den Weg über Käsefachgeschäfte und Volg-Läden.» Damit hatten sie Erfolg und liefern heute einiges über diesen Kanal. Mittlerweile gehören auch Spar und verschiedene Lebensmittelgeschäfte zu ihren treuen Abnehmern. Die Verteilung erfolgt durch verschiedene Grossisten. Somit sind die Saucen in der ganzen deutschsprachigen Schweiz recht gut vertreten. Zudem arbeiten die beiden mit dem Handelsunternehmen Frifrench GmbH in Stein (AR) zusammen, für das sie auch im Auftragsverhältnis produzieren und neue Produkte entwickeln können. Vieles lief und läuft über die Mund-zu-

Mund-Propaganda, über Publikumsausstellungen und Fachmessen. «Letztendlich sind aber vor allem die Konsumentinnen und Konsumenten unsere besten Werbeträger.»

### Suche nach Neuem

Der Ausbau des Geschäftes ist aber noch nicht beendet. «Wir haben mit unserer Anlage noch freie Kapazitäten, sagen Markus und Silvia Hänni. «Mit der Zeit allerdings könnten wir die Arbeit nicht mehr zu zweit bewältigen.» Eines ist sicher: «Wir schätzen die Selbständigkeit, die Suche nach immer Neuem, das kalkulierte Risiko, auch wenn wir ab und zu Fehlschläge in Kauf nehmen müssen.» So werden sie immer auf der Suche sein, sogar in den Ferien oder auf Reisen, wo sie entdecken wollen, wie ähnliche Produkte anderswo schmecken. Und sie werden weiter nach der Devise arbeiten: «Wovon wir nicht selber 100-prozentig überzeugt sind, kommt nicht in die Produktion.»

### Ausgiebige Kontrollen

Die Hänni-Haus-Saucen bestehen aus Schweizer Rapsöl, dazu kommen Zwiebeln, Kräuternessig und pasteurisierte Eier, wodurch zusammen mit Gewürzen als Grundmasse eine würzige Mayonnaise entsteht. Je nach Sauce wird sie mit Knoblauch, Kräutern, Pfeffer und anderem ergänzt. Portionen von einem Deziliter bis zu fünf Litern sind in der Regel erhältlich. Der ganze Betrieb ist nach dem BRC-Standard (British Retail Consortium) zertifiziert. Die Kontrolle erfolgt jährlich durch die Swiss TS. Weil Markus Hänni immer noch seine Käsecheinummer besitzt, werden sie zudem durch den MIBD überwacht.



### Klein, fein und qualitätsbewusst

Alimenta stellt in einer Sommerserie erfolgreiche mittlere und kleinere Unternehmen aus der Lebensmittelbranche vor.