



**Dr. Hermann Bühlbecker:** Als direkter Nachfahre von Henry Lambertz führt der 58-jährige Diplom-Kaufmann die Geschicke der Aachener Printen- und Schokoladenfabrik Lambertz. Ihm gelang der Ausbau des Traditionshauses zum Weltmarktführer.

# Networker par excellence

Autorin: Bettina Dornberg

Zwar mag es manchem so erscheinen, aber Dr. Hermann Bühlbecker ist weder Printenprinz noch Kekskönig, sondern nachhaltiger Networker. Der Erfolg seiner Aachener Printen- und Schokoladenfabrik Lambertz ist die Bilanz von Investitions- und vorsichtigem Innovationstalent, Ausdauer und außergewöhnlichem Marketing.

Die Geschichte des „Öcher“ Unternehmens beginnt 1688. Bäckermeister Heinrich Lambertz errichtet ein Backhaus am „Markt zu Aachen“ und tauft es „das Haus zur Sonne“ – das Markenzeichen. Er kreiert fortan den ältesten deutschen Markenartikel: die Lambertzsche Printe. Um 1820 gelingt Henry Lambertz, dem IV., die erste Revolution, indem er dem würzigen Teig Zucker beimischt. Die Lambertzsche Kräuterprinte, so wie wir sie heute kennen, ist geboren. Rund 50 Jahre später folgt die zweite süße Revolution: Eine Lambertztochter taucht die Kräuterprinte als erstes Gebäck überhaupt in Schokolade. Das weiter „innovativ vorangetriebene Traditionsprodukt“ füllt nicht nur die Regale der Fachgeschäfte, sondern weckt auch die Sinne der Königshäuser Bayerns, Preußens, Belgiens und der Niederlande.

**Dass sich die 321-jährige regionale Traditionsmarke** jedoch in weniger als 30 Jahren zur Weltmarke entwickelt, hat mit Hermann Bühlbecker und strategischer Revolution zu tun. Der 58-jährige Diplom-Kaufmann und promovierte Betriebswirt ist der direkte Nachfahre von Henry Lambertz in neuer Generation, Alleininhaber und Beiratsvorsitzender der GmbH & Co. KG. Unter seiner Regie avanciert die einstige Printenbackstube am Marktplatz Nr. 7 zum Weltmarktführer für Lebkuchen-, Printen- und Saisongebäck.

**Als der 26-jährige Sohn von Rosemarie Lambertz** – Mutter, Tante und Onkel sind Anteilseigner der Firma – ins Unternehmen einsteigt, ahnt niemand, dass sein Name 26 Jahre später in der Hall of Fame geschrieben steht. Nach Abschluss der Promotion an der Universität Erlangen-Nürnberg stehen ihm Hochschulkarriere oder Diplomatendienst offen, als ihn 1976 „so eine Art Hilferuf“ des Onkels erreicht, wie er es im Gespräch mit der Absatzwirtschaft ausdrückt.

Lambertz ist in Verkaufsverhandlungen und bewegt sich mit 16 Millionen Mark Umsatz und „vielen Schulden an der Existenzgrenze“. Bühlbecker, der seinen ersten Sportwagen – „so einen Triumph Spitfire aus England“ – als Tennisspieler der ersten deutschen Spielklasse mit Trainerstunden verdient, beginnt als Assistent der Geschäftsführung. Kein halbes Jahr später ist er geschäftsführender Gesellschafter.

Seine heute 86-jährige Mutter, die „nach wie vor das Familienunternehmen mit Interesse begleitet“, überträgt ihm ihren Anteil, der, so Bühlbecker „zwar nicht viel wert war, aber schön, weil ich damit eine Gesellschafterfunktion hatte und nicht mehr der kleine Assistent war“. Neffe und Onkel arbeiten einige Jahre zusammen, wobei der Neffe ab 1985 die Anteilsmehrheit besitzt und 1990 einen Beirat mit sich selbst als Beiratsvorsitzenden installiert. Mit seinem Einstieg folgt der Aufstieg in einer Branche, die keine Wachstumsbranche ist.

**Er stellt das Unternehmen auf „total neue Füße“** und betreibt „so richtig Marketing: neues Corporate Design, neue Verpackung, neue Kundenstrukturen“. Dem Saisonartikel fügt er ein Ganzjahresproduktportfolio hinzu, den Nischenartikel holt er an alle Points of Sale und produziert Eigenmarken großer Handelsketten ohne Imageverlust des Premiumprodukts. Heute verfügt Bühlbecker mit Lambertz oder Lambertz mit Bühlbecker über sechs Produktionsstätten in Deutschland und über eine im polnischen Katowice mit insgesamt 3500 Mitarbeitern.

Wie ein Dominostein zum anderen reiht Bühlbecker im Laufe der Jahre 25 Süßwarenfirmen in die Lambertzgruppe ein – darunter so bedeutende wie Haerberlein-Metzger, Kinkartz, Scharschmidt und Weiss. Er „erobert“



**Adel inspiriert:** Auf der Süßwarenmesse ISM im Februar präsentierte Fürstin Gloria von Thurn und Taxis die nach ihr benannten Gebäck- und Lebkuchenmischungen gemeinsam mit Hermann Bühlbecker.

nicht nur Osteuropa, sondern auch Amerika, China und Australien. Im vergangenen Geschäftsjahr nimmt das Team Lambertz/Bühlbecker die Halbe-Milliarde-Euro-Hürde mit einem Gesamtumsatz von 506,8 Millionen Euro.

**Das ist Arbeit, harte Arbeit,** „Knochenarbeit“, wie er sagt. Hermann Bühlbecker kennt es nicht anders. Seine Kindheit ist bereits verplant. Als Grundschüler fährt er zum Tennis-



**Lambertz-Gebäck zum Kassenschlager:** Til Schweigers Kinohit „Keinohrhasen“ führte zu einer witzigen Line-Extension im Sortiment des Aachener Unternehmens.

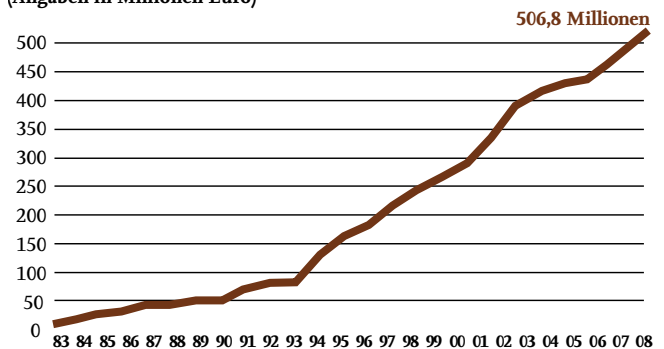
bertz die „Goldene Uhr“, und 1998 ehrt die Lebensmittelwirtschaft Lambertz mit dem „Goldenen Zuckerhut“. Ein Jahr später wird Bühlbecker „Senator e. h.“ des Bundesverbands mittelständischer Wirtschaft (BVMW). Damit jedoch nicht genug: 2002 kürt ihn die Jury von „Frankfurter Allgemeine Zeitung“, „Manager-Magazin“ und Ernst & Young zum Unternehmer des Jahres. Als einziger Deutscher ist er Finalist im Kreis des „World Entrepreneur Of The Year“ 2003.

## »Ich weiß nicht wie Sie das nennen, ob Corporate Social Responsibility oder Charity? Wir sind breit engagiert.«

leistungstraining nach Köln. Auch wenn er „rheinisch-katholisch“ getauft ist, ist bei ihm „eher die evangelische Leistungsethik in die Erziehung eingeflossen“. „Jede Stunde deines Lebens musst du nutzen“, lautet der elterliche Auftrag. Den hat er mehr als erfüllt – erst einmal mit zwei höchsten Auszeichnungen: 1988 verleiht die Süßwarenwirtschaft Lam-

### Umsatzentwicklung 1983/84 bis 2007/08

(Angaben in Millionen Euro)



**Immer größer:** Unter Führung von Dr. Hermann Bühlbecker verzeichnet das Aachener Unternehmen Lambertz stetiges Wachstum.

Darf es noch mehr sein? Ja, es muss, denn er fühlt sich auch für die Branche verantwortlich: Hermann Bühlbecker ist Sprecher der deutschen Gebäckindustrie, stellvertretender Vorsitzender der deutschen Süßwarenindustrie mit einem Umsatz von 14 Milliarden Euro und Mitglied des Europäischen Wirtschaftssenats e.V. (EWS). Er begleitet auf Initiative von „Impulse“ Jungunternehmer und hält Vorlesungen an der internationalen Managementhochschule (ISM) in Dortmund.

Und allen Marketingprofessoren und -lehrbüchern zum Trotz operiert Hermann Bühlbecker mit seiner Dachmarke Lambertz so erfolgreich – „ohne jemals in Werbung investiert zu haben. Gut, wir machen ein bisschen Handlungssprint, klassische Werbung machen wir nicht“.

**Das Sonnenmarkenzeichen** ist beim Endverbraucher bekannt. Auch er ist bekannt – nicht nur, weil er in der einschlägigen Regenbogenpresse auftaucht, sondern ebenso in der seriösen Tages- und Wirtschaftspresse wie in Hörfunk und Fernsehen. Die Mediaauswertung bescheinigt 317 TV-Beiträge im vergangenen Jahr. Wie schafft er das? Indem er neben dem klassischen Eventmarketing – seine legendäre Lambertz



**Gute Bekannte:** Lambertz engagiert sich in der Clinton Global Initiative. Das Bild zeigt den Ex-Präsidenten der USA, Bill Clinton (l.), im Austausch mit Bühlbecker, der unter anderem in Aachen drei Afghanen zu Bäckern ausbildet.



**Schoko & Fashion (v. l.):** Lena Gercke, Cora Schumacher, Sandy Meyer-Wölden und Barbara Meyer präsentieren Keks und Printe statt Glitzer und Gold in der Lambertz Monday Night 2009.

Monday Night zur Internationalen Süßwarenmesse ist alles andere als konventionell – in der Liga erfolgreichen Sportsponsorings mitspielt: Lambertz zeigt Flagge beim CHIO, dem Weltfest des Reitsports, und Bühlbeckers Herz schlägt für das Lambertz Tennisteam Kurhaus Aachen, wie „Hoffenheim im Fußball“, nur schneller: „Da kommt dann so ein ‚Dorfclub‘ aus Aachen mit Rainer Schüttler und anderen Tennisstars und wird ungeschlagen Deutscher Mannschaftsmeister 2008“, schwärmt der Ex-Tennisprofi.

Seine Leidenschaft zeigt sich unter anderem in seiner Redegeschwindigkeit, die etwa der eines Moderators vor einer Torchance für Deutschland gleicht, wenn es um soziales Engagement geht. „Ich weiß nicht, wie Sie das nennen, ob Corporate Social Responsibility oder Charity? Wir sind breit engagiert“: Der Träger des Bundesverdienstkreuzes am Bande und des Kind Awards setzt sich ein. Der Vater von Shiraz, der 13-jährigen Tochter, begleitet das weltweit bekannteste tschechische Model Tereza Maxova bei Besuchen in Prager Kinderheimen und unterstützt die gleichnamige Stiftung. Er unterstützt die Elton John Aids Foundation und ist selbstverständlich Gast bei Elton John's White Tie & Tiara Ball. Er arbeitet als Co-Chairman für „Cinema for Peace“ und bereitet als langjähriges Komiteemitglied unter der Leitung von Sharon Stone die Benefizgala „Cinema against Aids“ anlässlich der Filmfestspiele in Cannes vor.

**Aus Vorbildern werden gute Bekannte.** So auch Bill Clinton, mit dessen Clinton Global Initiative Lambertz seit drei Jahren kooperiert. „Wann kriegen Sie Bill Gates, Warren Buffett, Richard Branson, Carlos Silva, Brad Pitt, Angelina Jolie, André Agassi, Shakira, Muhammad Ali, also viele engagierte Leute zusammen?“ Und natürlich nehmen mehr als 50 Staatschefs teil, die „nicht so ein bisschen Kolloquium halten wie in Davos. Hier wird etwas bewegt“. Ein Commitment, abgestimmt mit dem afghanischen Präsidenten Hamid Karsai und dem deutschen Außenminister Frank-Walter Steinmeier: Lambertz bildet ab

September drei Afghanen im Backhandwerk aus und hilft beim Aufbau einer selbstständigen Existenz im Heimatland. Hermann Bühlbecker ist unverwechselbarer Netzwerker. Er kennt unzählige Prominente aus der Film- und Fernsehzone, aus Mode und Management, aus Königshaus und Adel, aus Politik und Gesellschaft. Und er verbindet sie miteinander. Nicht selten versüßt er ihr Leben mit Lambertz-Leckereien, wenn sich auch nicht jeder so herzlich zu seiner „love of authentic lebkuchen“ bekennt wie der in Nürnbergs Nachbarstadt Fürth geborene Henry Kissinger. Auch im Mai, als Prinz Charles im Deutschen Historischen Museum in Berlin mit dem Deutschen Nachhaltigkeitspreis geehrt wird, verlassen die Gäste den Empfang mit einer gut gefüllten Lambertz-Keksdose statt mit des Prinzen eigenen „Duchy Originals“.

**So versteht sich Dr. Hermann Bühlbecker,** der seit 1992 von einem Geschäftsführertrio operativ unterstützt wird, immer mehr als „Außenminister“ seines Unternehmens. Sein Ziel, „im Sinne des Unternehmens mehr Unabhängigkeit vom Unternehmen zu gewinnen“, ist keine leichte Aufgabe. Das Familienunternehmen und „sozusagen 321 Jahre Weihnachten“ verpflichten: Einen arbeitslosen Nikolaus oder Weihnachtsmann gibt es ebenso wenig wie einen untätigen Lambertz-Sohn. ←



## Aachener Printen- und Schokoladenfabrik Henry Lambertz GmbH & Co. KG

**Gründung und Firmensitz:** 1688 durch Henry Lambertz in Aachen

**Alleininhaber und Beiratsvorsitzender:** Dr. Hermann Bühlbecker

**Geschäftsführer:** Georg Delahaye, Ralf Fritzsche, Hannes Wiczorek

**Produktionsstätten:** Aachen, Erkelenz, Ladbergen, Nürnberg, Ulm, Würselen; Katowice

**Mitarbeiter:** 3500

**Jahresumsatz:** 506,8 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2007/2008 ←