

Das 121-jährige Start-up

Die Appenzeller Alpenbitter AG blickt in die Zukunft und darauf, was es für die kommenden Generationen braucht.

Selina Schmid

Hätte Geschäftsführer Pascal Loepfe-Brügger das schlimmste Szenario für die Appenzeller Alpenbitter AG beschreiben müssen, wäre es eine geschlossene Gastronomie im Winter gewesen. Denn das Geschäft mit Spirituosen ist tendenziell saisonal. In der kalten Jahreszeit trinken die Menschen Schnaps, im Sommer leichteren Wein oder Bier. Dazu macht die Gastronomie über 50 Prozent des Geschäfts aus.

Wochen nachdem Loepfe-Brügger im Oktober 2020 seinen neuen Job als Geschäftsführer des Familienunternehmens übernommen hatte, trat dieses Szenario ein. Er sagt: «Die zweite Welle der Coronapandemie und die damalige Situation in der Gastronomie wie auch die Schliessung der für uns sehr wichtigen Skigebiete hat uns hart getroffen.»

Platz für künftige Generationen

Wenn Loepfe-Brügger über zwei Jahre später davon erzählt, lächelt er. Obwohl die Lage unsicher war, nutzte die Firma die Zeit der Pandemie. «Wir haben uns in der Geschäftsleitung das Ziel gesetzt, ohne Kurzarbeit über die Runden zu kommen und dem Staat nicht zur Last zu fallen. Das Ziel haben wir leider nicht ganz erreicht.» Dafür wurden Aufgaben erledigt, für die normalerweise keine Zeit vorhanden gewesen wären.

Beim Aufräumen eines Schopfs fanden die Angestellten Kräuterboxen, welche aussortiert wurden. Loepfe-Brügger, der unter anderem für das Marketing der Appenzeller Alpenbitter AG zuständig ist, sah eine Möglichkeit. Seit 40 Jahren können Gäste die Firma besichtigen, doch die Ausstellung war veraltet. Loepfe-Brügger nennt sie ein «Museum im Museum». Die entdeckten Behälter wurden in die neue Ausstellung integriert. Die «Kräuterwelt» öffnete im August 2021 ihre Türen.



Der Blick aus dem alten Gebäude in die Zukunft: Visiere zeigen, wo dereinst die Erweiterung der Appenzeller Alpenbitter AG gebaut werden soll.

Bild: Selina Schmid

1902 gründete Emil Ebnetter mit seinem Schwager Beat Kölbener die Appenzeller Alpenbitter AG, seit 1916 ist die Firma am Standort an der Weissbadstrasse in Appenzell. Die Gründer zeigten Weitsicht, erzählt Kölbeners Urkel Pascal Loepfe-Brügger. Schon damals sei ihnen klar gewesen, dass Wachstum nur in Richtung des Viadukts der Appenzeller Bahnen sein würde. Also kauften die Gründer die angrenzenden Grundstücke, um den Betrieb dereinst vergrössern zu können.

Eine Visitenkarte für Appenzell

Gerade wurde der 12-Millionen-Franken Erweiterungsbau der Appenzeller Alpenbitter AG bewilligt, welcher aus einem Neubau und einer teilweisen Aufstockung von Gebäuden besteht. Er soll mehr Platz für die Logistik, die Lager und die rund 20 000



Geschäftsführer Pascal Loepfe-Brügger umgeben von den kupfernen Destillierkesseln.

Bild: PD

Gäste pro Jahr bieten und alle Räumlichkeiten der Firma an einem Ort konzentrieren. Für das Gebäude wird Holz verwendet, welches in diesem Winter

im firmeneigenen Wald geschlagen wurde. Das Satteldach soll sich ins Ortsbild einbetten. Loepfe-Brügger sagt: «Der Erweiterungsbau ist vom Viadukt

her gut sichtbar und soll auch eine Visitenkarte für Appenzell sein.» Ganz verbraucht werden die Landreserven nicht. Loepfe-Brügger sagt, dass für künftige Generationen Platz bleibt. Im Unternehmen werden Entscheidungen nicht für die nächsten drei Monate, sondern für die nächsten 25 Jahre getroffen. Loepfe-Brügger spricht von Enkeltauglichkeit, denn das heutige Handeln soll für die nächste und übernächste Generation vorteilhaft sein.

Die Natur gibt den Takt vor

So belassen die Leitungsgenerationen manches unverändert. Der «Alpenbitter» besteht noch immer aus 42 Kräutern. Nur zwei auserwählte Mitglieder der Gründerfamilien kennen das Rezept. Selbst Geschäftsführer Pascal Loepfe-Brügger kennt das Rezept nicht. Wenn mög-

lich, werden Kräuter aus der Umgebung verwendet.

Noch immer gibt die Natur den Takt vor: Wann welches Kraut verarbeitet wird, hängt von dessen Erntesaison ab. So endet derzeit die Enziankampagne. Die Wurzel des Gelben Enzians wird im Herbst geerntet und getrocknet. Etwa bis Ostern muss die Wurzel destilliert werden, damit der beste Geschmack entsteht.

Und noch heute sei die Kernkompetenz des Unternehmens das Kräutermischen, sagt Loepfe-Brügger. Diese Kompetenz führte dazu, dass die Appenzeller Alpenbitter AG in den 80er-Jahren ein Teegeschäft aus Degersheim übernahm. Das Label Crowning's Tea beliefert Spitäler, Heime, Gefängnisse oder die Armee.

Schnell auf Trends reagieren

Trotz der Kontinuität sagt Loepfe-Brügger: «Wir sind ein 121-jähriges Unternehmen mit Start-up Mentalität.» Bei der Appenzeller Alpenbitter AG sind die Angestellten per du, die Hierarchien sind flach. Und wie in einem jungen Unternehmen kann das Unternehmen rasch mit neuen Produkten auf Trends reagieren.

Loepfe-Brügger nennt die zunehmende Apérokultur. Die Appenzeller Antwort auf den Trend sei «Abbacella», eine Auswahl von Aperitif-Getränken, welche sich unkompliziert mischen lassen und mit 11 Prozent relativ wenig Alkohol enthalten.

Oder der Gin 27, welcher 2015 lanciert und mehrfach ausgezeichnet wurde. Das Gin-Sortiment wurde durch zwei weitere Sorten ergänzt, etwa um dem Trend des «Glow-Gin», einer Alternative zu Glühwein, gerecht zu werden. Pascal Loepfe-Brügger sagt: «Wir sind offen für Trends. Aber auch neue Produkte müssen Charakter, Stil und Persönlichkeit haben, wie es auf der Flasche des «Alpenbitters» eingepreist ist.»

Einbruch in Bäckerei

Herisau Am Mittwochmorgen haben sich Einbrecher in die Restaurträume einer Bäckerei eingeschlichen. Die unbekannte Täterschaft entwendete Bargeld im Wert von mehreren hundert Franken. (kpar)

ANZEIGE



NEU | Kantonsrat

WWF legt Beschwerde ein

Innerrhoden Vor kurzem hat die Ständekommission entschieden, den Trampelpfad Langäpli-Löchli-Holzplatz neu ins offizielle Wanderwegnetz aufzunehmen. Der WWF reicht gegen diesen Entscheid gemäss einer Medienmitteilung Beschwerde beim Verwaltungsgericht ein, da bedrohte Wildtiere und sensible Schutzgebiete beeinträchtigt werden. Die Ständekommission ignoriere mit ihrem Entscheid für den Wanderweg die Anliegen von Natur- und Umweltschutz, kritisiert der WWF. Dies obwohl im kantonalen Richtplan, in den Schutzziele der Moorlandschaft Säntis und des eidgenössischen Jagdbanngebiet klar festgehalten sei, dass eine touristische Intensivierung des Gebiets nicht in Frage kommt und besondere Rück-

sicht auf gefährdete Wildtiere genommen werden muss. «Für uns ist es absolut unverständlich, warum der Kanton einerseits viel Geld in die Waldaufwertungen für das Auerwild investiert, und andererseits einen Wanderweg direkt durch den aufgewerteten Lebensraum für diese störungsempfindliche und strenggeschützte Art legen will», wird Mila Yong, Geschäftsführerin des WWF Appenzell, in der Mitteilung zitiert. Die Ständekommission stellt sich auf den Standpunkt, dass es dank der offiziellen Aufnahme des Weges in den Wanderwegnetzplan zu einer Kanalisierung der Besuchenden kommen werde. Was im ersten Moment noch einleuchtend klingen mag, ist nach Ansicht des WWF bei näherer Betrachtung ein Trugschluss. (pd)

ANZEIGE



NEU | Einwohnerrat