



INTERVIEW



„Es ist das Leben, das Dich mit Härte formt“ Wolfgang Lehner, CEO Lecon Group

© 15 05 2016 wrl - GALERIES LECONTE MAGAZIN | galeriesleconte.at

GLM: Theresia Hauer erfand 1850 die Rezeptur für die Lipizzaner® Torte und die Lipizzaner® Kugel, außerdem legte sie den Grundstein für das Familienunternehmen, dem Sie heute vorstehen. Wenn Sie spekulieren müssten, was denken

Sie warum konnte sich diese Erste Produkt Ihres Hauses Torte so lange am Markt halten?

WRL: Es kommt auf die Antriebskraft gleich am Beginn eines Unternehmens an. Technische Herausforderungen und

innovative Lösungen sind da die besten Triebfedern für dauerhafte Spannkraft im Unternehmen.

Es ist ganz einfach: gute Produkte müssen sich in extremen Situationen bewähren. Heute unterzieht man sie üblicherweise hohen physikalischen Belastungen unter Labor-Bedingungen, um jedem nur erdenklichen negativen Einfluss zugunsten bester Qualität entgegenwirken zu können.

Für die Gastronomin und Pâtisseriesière Theresia Hauer waren es die Reiseambitionen ihres Schwiegersohnes, Karl Graf Leiningen, die sie zu einer unverwüstlichen Rezeptur mit höchstmöglicher Halbarkeit auch unter grossen Hitzebelastungen, bei gleichzeitiger Saftigkeit der Torte herausforderten. Als Diplomat und Ägyptologe brach er zu mehreren Expeditionsreisen auf, um v.a. an der Ausgrabung der Spinx teilzunehmen. Zunächst brachte er bekannte übliche Schokoladetorten aus Wien als Geschenke für die Ägyptischen Behörden mit. Leider sind diese Torten auf Mehl-Basis hergestellt und trockneten schon während der fast einwöchigen Reise weitgehend aus und enttäuschten so als Geschenke. Zur Lösung dieses Problems entwickelte Theresia Hauer ein Tortenrezept ohne jeglichen Einsatz von Mehl, ersetzte es durch fein geriebene Mandeln, die die Saftigkeit speichern können, und stellte damit Torten her, die mindestens 4 Wochen saftig frisch bleiben.

An den Mahlwerken des aufkeimenden Industriezeitalters interessiert, nutzte sie diese regelmässig zur Herstellung von Kakaopulver aus Kakaobohnen. Als sie den Mahlvorgang einmal zu lang durchführte, und das Kakaopulver unbeabsichtigt weiter verpresst wurde, trat Kakaobutter aus – eine Substanz, die man bis dahin noch nicht kannte. Sie experimentierte damit weiter und wurde eine Pionierin der weissen Schokolade, eine wahre Sensation Mitte des 19. Jahrhunderts. Nebeneffekt war der um etwa 8 Grad höhere Schmelzpunkt gegenüber bekannter dunkler Schokoladeglasur. Ein weiter Vorteil gegenüber den Torten der Wiener Mitbewerber zugunsten längerer Reisefähigkeit der Lipizzaner® Torte.

Damit konnte Karl Leiningen in Ägypten mit perfekt frischen, saftigen Torten beeindrucken. Das sind die heute international bekannten Lipizzaner® Torten: mindestens 4 Wochen saftig frisch und zertifiziert glutenfrei. Bis heute entscheidende Vorteile für den täglich weltweiten Vertrieb. Etwa 85% unserer Tagesproduktion von ca. 1000 Torten gehen in den Export direkt an Endverbraucher.

In Verbindung mit unserer von USA bis China international registrierten Marke Lipizzaner® zur Unterstreichung des Alleinstellungsmerkmals, ist die Lipizzaner® Torte erfolgreiche Verkörperung höchster kulinarischer Qualität made in Vienna.

Mit den Lipizzaner® Kugeln war es übrigens 1850 eine vergleichbare technische Herausforderung, die zu dieser

Innovation führte. Heisse Sommer veranlassten Theresia Hauer dazu, die bei Pralinen riskante Komponente Nougat in den Kern zu versetzen und mit einer Schicht temperaturresistenten, feinsten Marzipans zu ummanteln. Darüber folgte eine äussere Schicht weisse Schokolade. 40 Jahre vor der ersten Mozartkugel war die heute mit unserer Marke Lipizzaner® verbundene Marzipan-Schokolade-Kugel geboren! Sie ist im Unterschied zu Mozartkugeln auch bei hohen Sommertemperaturen erfolgreich im internationalen Handel, mindestens 1 Jahr haltbar und das mit dem im Wesentlichen ursprünglichen Rezept bei einer Tagesproduktion bis zu 200.000 Stück.

Die Produktion war 1850 in der Wiener Josefstadt. 1875 eröffnete Theresia Hauer ihre Stadtfiliale am Stephansplatz. 1895 folgten eine Filiale in München und eine weitere in London, wo sie auch Queen Victoria beliefern durfte. Eine sehr erfolgreiche und innovative Frau ihrer Zeit.

GLM: Warum wurde der Name Lipizzaner® als Markenname übernommen? Hat das irgendeine Bedeutung?

WRL: Es geht um die Unterstreichung des Alleinstellungsmerkmals durch eine international registrierte Marke. Anders kann heute kein erfolgreiches Marketing mehr betrieben werden. Die Wortmarke Lipizzaner® wurde am 1954 erstmals beim Österreichischen Patentamt für die Küberle Kommanditgesellschaft in für Kakao, Schokolade, Schokoladewaren, Zuckerwaren, Back- und Konditorwaren registriert. 1964 gingen diese Markenrechte auf die F. Ludwig Hofbauer Schokolade- und Zuckerwarenfabrik über. 1972 wurden die Markenrechte von der Schweizer Lindt & Sprüngli AG übernommen. 1999 gingen diese ältesten registrierten Markenrechte LIPIZZANER durch Übereinkunft mit der Lindt & Sprüngli AG in die beim Österreichischen Patentamt 1999 registrierten Österreichischen sowie in die internationalen Markenrechte LIPIZZANER unserer Lecon Technische Konstruktionen und -Design GmbH über.

Die Marke steht heute für über 400 Waren und Dienstleistungen im Food- und Non-Food-Bereich im alleinigen Eigentum unserer Unternehmensgruppe. Sie unterstreicht unserer Anspruch nach qualitativer Exzellenz, Tradition und Avant Garde.

GLM: Was veranlasste Sie dazu das „Konstruktionsbüro“ wieder anzufeuern, als Sie dem Unternehmen beitraten?

WRL: Es ergab sich sofort aus der damals aktuellen Aufgabenstellung. Das Konstruktionsbüro ist seit jeher die Ideenschmiede unserer Produktionszweige. Kein Lecon®

Produkt ohne technischen Neuheitsanspruch! Kein Lecon® Design ohne funktionalen Hintergrund.

Von Theresia Hauers innovativen Ansätzen in der Patisserie und der Pionierarbeit an der weissen Schokolade 1850 haben wir schon gesprochen. Es kamen dann noch andere Familienzweige und deren völlig unterschiedliche Unternehmen hinzu.

Theresia Hauers Bruder Wilhelm betrieb einen Marmor-Steinbruch und belieferte ab 1875 als Steinmetz einige Baustellen der Wiener Ringstrassenzeit, wie Rathaus, Universität und Parlament mit seinen Produkten. In seinem Betrieb bestand ein Planungsbüro für Sägevorrichtungen und Architektur.

Dann gab es die Josefstädter Trachtenschneiderei Karl Lorenz, in die Theresia Hauers Tochter Anna einheiratete.

Da war der Fahrzeugpionier Laurenz Schmid, einer meiner Urgrossväter. Er begann im beginnenden Industriezeitalter um 1890 zunächst als Nähmaschinen- und Fahrradhändler, erkannte bald das Potential des Motorrad- und Fahrzeughandels mit Generalimport von Moto Guzzi, Lancia, Bugatti und betrieb eine Werkstätte in Wien 1, Bartensteingasse, sowie ein Konstruktionsbüro für Fahrzeugbau. Hier entstanden in den 1920er und 1930er Jahren viele Rennwagen und Rennmaschinen, die in Bergrennen dieser Zeit, insbesondere am Salzburger Gaisberg und Wiener Exelberg mit Laurenz Schmid's Sohn Karl, meinem Grossvater, als Pilot erfolgreich waren. U.a. ist er auch der Konstrukteur der Dämpfungsscheibe zur Verminderung der Lenkvibration im Auftrag seines Kunden Graf Hardy, mit der er auf Anhieb Rennen gewann.

Ende der 1950er Jahre eröffnete meine Mutter, Annemarie Lehner, Ur-Enkelin von Theresia Hauer, das Innenarchitektur-Büro Ännimore™. Sie entwarf innovative Gesamtausstattungen für Wohn- und Geschäftshäuser mit zahlreichen Publikationen in den Architekturzeitschriften der 60er, 70er und 80er Jahre. Als Designerin entwarf sie u.a. Textilien, Tapeten, Teppiche, Mode und Brillenfassungen für bekannte Hersteller.

Als ich 1988 nach dem frühen Tod meines Vaters, Robert Lehner, in das Unternehmen eintrat, war meine erste Herausforderung die Schaffung der technischen Produktionsvoraussetzungen von 50 Badezimmer Nasszellen für ein Kreuzfahrtschiff, die laut den Plänen von Annemarie Lehner mit grossformatigen, leichtgewichtigen, daher dünnen Natursteinplatten vertäfelt werden sollten. Mangels Zulieferern folgten 1988 bis 1992 meine ersten 3 Verfahrens-, Anlagen- und Produktpatente unserer Projekte Marble-House™ und Ringstrassenmarmor®, 1992-94 gefolgt von den modularen Bausstoffsystemen Stonewall™ mit 4 weiteren Patenten in Österreich, Deutschland und den USA.

Aus dem erworbenen technischen Know-How im Bereich Verbundwerkstoffe, folgten ab 1994 6 patentierte Skikonstruktionen der Leconte® - Lecon Technische Konstruktionen und -Design GmbH. Die bisher erfolgreichste, eine hoch vibrations- und torsionsstabile extrem laufruhige Konstruktion, die rein äusserlich an ihren zwei erhabenen, im Querschnitt B-förmigen Wölbungen in Längsrichtung erkennbar ist - eine der erfolgreichsten Ski-Konstruktionen der letzten Jahrzehnte.

Ab 1995 beschäftigen wir uns bei Leconte® mit den aerodynamischen Fahrzeugkonstruktionen Airtronic™ v.a. für Rennwagen. Mit den durchströmten „doppelten Unterböden“ System Airtronic™ wurden unzählige Rennsiege erzielt, ebenso mit den Airtronic™ „Doppel-Diffusoren“.

1993 entwickelten und patentierten wir aus Anlass der damaligen Rennunfälle ein Head and Neck Protection System für Rennhelme, das heute in allen Rennserien vorgeschrieben ist.

Ab 1994 bringen wir unter unserer Marke McEyewear® Brillenkollektionen mit unverwechselbarer Formensprache heraus. Erfolgreich sind die Kollktionen Treasury®, PennySpecs® und Changer® Teil des Konstruktionsbüros ist die Marken-Muster- und Patentabteilung.

Bis heute verfügen wir über ca. 50 Patente und 15 Eigenmarken. Eine davon ist Lipizzaner® und die dazugehörigen Geschäftsfelder.

GLM: Sie haben eine sehr große Produktvielfalt.

WRL: Ja, sie ist das Resultat unserer hauseigenen Ressourcen aus thematisch in unterschiedlichen Zweigen gewachsenen Traditionen und daraus resultierenden technischen Querverbindungen. Eines ist immer konstant als unverzichtbarer gemeinsamer Nenner geblieben: der Anspruch nach Innovation, erkennbarer Alleinstellung am Markt und höchstmöglicher Qualität.

GLM: Wollten Sie schon immer in das Familienunternehmen eintreten, oder war es Ihre Pflicht die Familientradition fortzusetzen?

WRL: Ich habe nach meiner Matura 1980 an der Universität Wien Rechtswissenschaften und als Zweitstudium Theater-, Film und Medienwissenschaften studiert. Mein Ziel war es Anwalt zu werden mit den Spezialgebieten Immaterialgüterrecht (Marken-, Muster-, Patent-, Urheberrecht) und „Bühnenrecht“.

Der frühe Tod meines Vaters 1984 veranlasste mich in das Familienunternehmen einzutreten. Doch wie jede Generation

zuvor, habe ich es nach und nach in Richtung meiner Schwerpunkte umstrukturiert. Und das war oft gar nicht einfach. Es bestand sicher keine Verpflichtung dazu in die Firma einzutreten. Ich hätte meinen ursprünglichen Weg auch weiterverfolgen können. Doch irgendwie waren für mich damals die Herausforderungen und die gestalterisch vielfältigen Möglichkeiten im Unternehmen verlockend.

GLM: Haben Sie irgendwelche kleinen Veränderungen oder Verbesserungen an der Rezeptur der Lipizzaner® Torte vorgenommen?

WRL: Never change a winning product! Die Lipizzaner® Torte ist und bleibt in ihrer Rezeptur unverändert. Darauf verlassen sich auch unsere Kunden, die unsere Konstanz in Tradition und Qualität schätzen. Weitere und neue Produkte im Patisserie- und Confiserie-Bereich entwickeln wir im nach 165 Jahren wieder aufgelegten Geschäftsbereich „Theresia Hauer – Feine Patisserie Wien 1850“. Damit schliesst sich der Kreis. Wir setzen hier dem Innovationsgeist unserer Gründerin ein lebendiges Denkmal.

GLM: Worauf liegt Ihr Fokus heute, Torten oder einem Ihrer vielen anderen Produkte?

WRL: Die Geschäftsfelder bestehen parallel zueinander gleichwertig. Sicher ist jedoch das Tagesgeschäft im Bereich Lipizzaner® Torten und Lipizzaner® Kugeln vom Aufwand her dominant. Hier den Freiraum für die weiteren Geschäftsbereiche offen und dynamisch zu halten ist meine tägliche Management-Herausforderung. Doch, wie bereits gesagt, es sind die gewachsenen Querverbindungen unter unseren Geschäftsbereichen, die uns immer wieder neue Produkte schaffen lassen und sehr oft für uns überraschend neue Wege in Design, Produktion und Handel eröffnen.

So haben sich aus Synergieeffekten für das Produkt Lipizzaner® Bräu erst kürzlich völlig neue Vertriebswege ergeben. Und im Bereich Lipizzaner® Cosmetics stehen gerade zwei weitere Duftnoten zur Produktions-Entscheidung an. Das ist spannend. Jeden Tag!

GLM: Da Sie auch global agieren ist meine nächste Frage, in welche Winkel der Erde verkaufen Sie Ihre Waren?

WRL: Lipizzaner® ist sicher unsere von der Streuung her erfolgreichste Marke. Lipizzaner® Produkte sind heute von USA und Kanada, Europa, Asien bis Australien im Handel über unsere

Vertriebspartner und ab Werk direkt an Endverbraucher im täglichen Versand, insbesondere Lipizzaner® Torten.

GLM: Was planen Sie für die Zukunft des Unternehmens in Bezug auf Verkaufsstrategie etc.?

Seit den 1990er Jahren war im Bereich Lipizzaner® Kugel der Vertrieb über Lebensmittelketten, in welchen wir gelistet sind, wichtig, um breite Verfügbarkeit zu ermöglichen.

Seit 2000 fahren wir parallel mit eingenen Lipizzaner® Shops eine weitere Schiene. Neben dem Werksshop wurde im „Alten Cacao Comptoir“ die Filiale Lipizzaner® Josefstadt eröffnet. 2004 eröffneten wir eine weitere Filiale in St. Wolfgang am Wolfgangsee. 2005 folgte mit Lipizzaner® am Stephansplatz die Wiedereröffnung der Stadtfiliale von Theresia Hauer aus 1875. Aus dieser Erfahrung entwickelten wir ein international vervielfältigbares modulares Konzept für Lipizzaner® Shops. Darin liegt bereits kurz- und mittelfristig die Zukunft dieses Geschäftsbereiches. Kürzlich las ich in der Kronenzeitung in einem Artikel von Hans Janitschek, dass wir beabsichtigten eine Filiale in Manhattan zu eröffnen. Ich habe nichts dagegen einzuwenden, es passt in unsere Strategie.

GLM: Zurückblickend, hätten Sie die Wahl, würden Sie das Unternehmen noch einmal übernehmen?

Eine vielversprechende Ski-Rennläuferin, die nach einem schweren Sturz ihre noch junge Karriere beenden musste, sagte einmal zu mir: „Es ist das Leben, das Dich mit Härte formt“. Das gilt für Unternehmen natürlich ebenso.

In den letzten 30 Jahren ist in technischer, wirtschaftlicher und politischer Hinsicht kein Stein am anderen geblieben. Es war ein schwieriger Weg eine Unternehmensgruppe durch diese sich verändernden instabilen Zeiten und Märkte zu führen. Ein Prozess laufend notwendiger Umstrukturierung und Hinterfragung jeder einzelnen kreativen, produktiven und vertrieblichen Komponente. Doch so ging es allen Unternehmen, die schon vorher da waren und diese Umbrüche irgendwie überleben wollten.

Dieser Prozess permanenter Erneuerung auf der Basis unseres Grundanspruchs nach Tradition und Avant Garde bringt uns auch nach 166 Jahren am Puls der Zeit ständig weiter. Es gibt keine Asche, die wir anbeten. Es ist das Feuer, das wir im Unternehmen und gegenüber unseren Kunden täglich weitertragen, und das von unserem ersten Produkt an, der Lipizzaner® Torte, die das Paradebeispiel für unsere Grundwerte darstellt.

Die Antwort ist daher: Ja! Es hat trotz vieler, angesichts der unternehmerischen Herausforderungen und oft sorgenreicher Abschnitte, sehr viel Freude gemacht, Lösungen zu finden und daran zu wachsen. Gestalten zu dürfen, sich Aufgaben selbst zu definieren, daran zu glauben, mit Entschlossenheit das Ziel nicht aus den Augen zu lassen, d´ran zu bleiben, seinen ganzen Mut in die Waagschale zu werfen, all das ohne Sicherheitsnetz, weil es heute für nichts mehr Garantien ewigen Fortbestands gibt, und in der Summe mit dem Geleisteten zufrieden zu sein, weil man ungeachtet des Ergebnisses, das oft auch recht bescheiden sein mag, alles nur Mögliche gegeben hat, ist ein Geschenk, erst recht, wenn man es sich selbst macht!