



# 325 JAHRE SÜSSE INNOVATION

*Lambertz feiert – seit 35 Jahren prägt Hermann Bühlbecker die Marke*

**P**rinten gehören zu seinem Leben. Aachener Printen. Von Lambertz natürlich. Erst gestern habe er eine Printe gegessen, erzählt Dr. Hermann Bühlbecker. Und bei jedem Bissen schmeckt die Erinnerung süß mit. Vor 325 Jahren fing alles an, am 15. September 1688 eröffnete das Backhaus am Aachener Markt. 1831 erfand Johann Lambertz die Kräuterprinte, 1860 gründete Henry Lambertz die Dampfschokoladenfabrik. Eine unendliche Geschichte. Bis heute. Denn auch wenn Printen nur noch sieben Prozent des Umsatzes ausmachen, sind sie wichtig, „weil sie unsere Historie und Identität dokumentieren“, erklärt Dr. Bühlbecker.

Dass man mit einem saisonalen Produkt nicht überlebensfähig sei, erkannte er bereits bei seinem Einstieg ins Unternehmen 1978, hatte mit 27 Jahren den Mut, die Spezialisierung zu durchbrechen. Heute ist Lambertz ein internationaler Süßwarenkonzern mit 25 Firmen, 3500 Mitarbeitern und umfangreichem Produkt-Portfolio. „Die Innovationskraft der Marke muss unerschöpflich sein“, weiß Bühlbecker. Die Hälfte des 500-Millionen-Euro-Umsatzes erzielt er so mit Produkten, die vor 20 Jahren noch nicht im Sortiment waren.

Dennoch, Lambertz ist und bleibt ein Familienunternehmen. Und der beste Markenbotschafter ist der Unternehmer selbst! *Content-Marketing* heißt seine Strategie: „Wir kreieren Geschichten rund ums Unternehmen“, erklärt der Honorarkonsul der Elfenbeinküste, dessen weltweites Netzwerk legendär ist. Auch für soziale Anliegen nutzt er es, will der Gesellschaft etwas zurückgeben. So jettet der Printen-Promi von einer Gala zur nächsten, besucht häufig die sechs Produktionsstandorte in Deutschland, Polen und den USA: „Drei Viertel meiner Arbeitszeit bin ich unterwegs.“ Mit Tennis hält sich der ehemalige Profi dafür fit, freut sich, dass *sein* Lambertz-Team des TK Kurhaus gerade den fünften Meistertitel erkämpfte. Zu Hause in Aachen! Für Hermann Bühlbecker ist hier die Heimat. Ein Herzensgefühl, zu dem für den größten Hersteller von Aachener Printen auch immer wieder eine solche gehört: „Zum 325. Jubiläum haben wir eine *Henry Lambertz Premium Printe* entwickelt“, verrät der markante Mann, der die Marke seit 35 Jahren erfolgreich führt – und prägt. Happy Birthday, Lambertz!

cf

**325 Jahre Lambertz, umschreiben Sie das Jubiläum in einem Satz.** Das Geheimnis der ewigen Innovation!

**35 Jahre sind Sie Alleininhaber des Gebäckkonzerns: Woran erinnern Sie sich gern? Worauf hätten Sie lieber verzichtet?**

Schön waren zum Beispiel der erste Großauftrag einer Kette des deutschen Lebensmitteleinzelhandels oder der Kauf der Firma Weiss, die Übernahmen von Haeberlein-Metzger und Kinkartz. Auf den Brand in unserer Firma im Jahre 1978, bei dem die Hälfte der Aachener Fabrik zerstört wurde, hätte ich gut verzichten können.

**Wie wichtig ist der Standort Aachen für Ihr Unternehmen?**

1688 wurde die Firma am Aachener Markt gegründet, Aachener Printen sind eine geschützte Herkunftsbezeichnung. Schon aus diesen Gründen hat der Standort eine ganz besondere Bedeutung.

**Was zeichnet Aachen für Sie persönlich vor anderen Städten aus?**

Die Tradition von Aachen als *Secunda Roma* und die Internationalität im Dreiländereck, insbesondere die Nähe einerseits zu Köln und Düsseldorf und andererseits zu Brüssel und Paris.

**Welchen Rat würden Sie der Stadt geben, um im Wettbewerb der Metropolen mitzuhalten?**

Sich auf ihre Stärken zu besinnen und diese immer zu betonen. Als Stadt Karls des Großen, mit dem Karlspreis, dem Reitturnier, aber auch den Hochschulen und der Lage als westlichste Großstadt Deutschlands, hat Aachen viel zu bieten.

**Wo sehen Sie...**

**... die Stadt Aachen in zehn Jahren?**

Auf ähnlichem Niveau wie heute.

**... die Marke Lambertz?**

Vielleicht noch etwas internationaler.

**... und sich selbst?**

Im Beirat der Firma Lambertz.