



Die nächste Generation wächst schon heran – Hans Etter im Kreis seiner Familie im Reifekeller „Höllgrotte“ mit ihrem Single Malt Whisky JOHNETT.

## GUT KIRSCHEN ... trinken!

*Als die HKSÖL gegründet wurde, brannte die Familie Etter schon seit 50 Jahren ihren Kirsch.*

**E**tter hat in den letzten 150 Jahren eine Marke für ein hochklassiges Qualitätsprodukt geschaffen und den Namen der Marke weit über die Schweiz hinausgetragen. Das Kernprodukt ist noch immer der Kirsch – ein Fruchtbrand aus den besten Kirschen der Schweiz. Im Gespräch mit HKSÖL-Präsident Heinz Felsner erzählt Hans Etter, Präsident des Verwaltungsrats der Etter Söhne AG in Zug, für hub über Tradition und Erneuerung.

**hub:** Was macht den Kirsch so herausragend?

**Hans Etter:** Die höchste Qualität des Destillats erfordert bestimmte Sorten der Brennkirsche. Wir kennen in der Schweiz 800 Sorten Kirschen! Unser Kanton Zug und seine Nachbarkantone haben sich seit Langem auf die Züchtung der besten Brennkirschen konzentriert. Basel hat hervorragende Tafelkirschen. Mittlerweile sind in der Schweiz 62 Sorten Brennkirschen für das Qualitätslabel Zuger Kirsch AOP zugelassen.

Wichtig ist, dass bei der Verarbeitung die Kerne unverletzt bleiben – dann geben sie dem Kirsch im Umwandlungsprozess

von Fruchtzucker zu Alkohol den unverwechselbaren zarten Mandelgeschmack. Entscheidend für die Qualität ist der Reifungsprozess von mindestens zwei Jahren und das „Blending“ der sorgfältig gewonnenen Destillate – das „Vermählen“ zur schönen Einheit“.

**hub:** Ihre Tochter Eveline Galliker-Etter und Ihr Schwiegersohn Gabriel führen heute das Unternehmen Etter. Was waren die grössten Veränderungen in den letzten Jahrzehnten?

**Etter:** „Kirsche bleibt Kirsche“, sie muss sorgfältig ausgewählt werden. Der Prozess der Aufbereitung, Umwandlung und Destillation muss auf dem höchstmöglichen Qualitätsniveau gehalten werden – das alles war schon früher so. Was sich fundamental geändert hat, ist das Marketing: Früher war der Wert auf die Marke des Produkts konzentriert, seit etwa 15 Jahren sind es die Handelsmarken, welche an Bedeutung zugenommen haben. Das Marketing der Fruchtbrände ist ähnlich dem von Wein. Die Kaufentscheidung ist stark emotionalisiert – erfolgreiches Marketing muss das abbilden!

Dazu ist auch die Entwicklung der digitalen Vertriebswege gekommen, und die Erweiterung des Produktportfolios rund um den Kirsch und andere Obstsorten.

**hub:** Wie ist es Ihnen bei der Übergabe ergangen?

**Etter:** Tochter und Schwiegersohn sind schon lange mit mir im Unternehmen tätig gewesen, haben sich dort kennengelernt und sind ein Paar geworden. Ich hatte Vertrauen, dass es gut gehen wird. Aber zwei Jahre musste ich manchmal hart mit mir kämpfen, NICHTS zu sagen! Beide wissen, was es braucht, an der Spitze zu bleiben: Produkte nachhaltig bester Qualität, die vom Markt gewünscht werden, und die dazu erforderliche konsequente Führung des Unternehmens – um den Bestand auch für nächste Generationen zu sichern! Und die fünfte wächst schon heran ...

**hub:** Herzlichen Dank für dieses Gespräch und wir wünschen dem Unternehmen Etter das Allerbeste für die Zukunft!

[www.etter-distillerie.ch](http://www.etter-distillerie.ch)