

# «Mut alleine reicht nicht aus»

**Daniel Herzog verzichtete mit 22 Jahren auf seine begonnene Bankkarriere und machte sich im Produkthandel selbstständig. Mit der Fürstehütchen-Praline hat er ein eigenes, viel beachtetes Produkt lanciert.**

Mit Daniel Herzog sprach Jana Riedmüller

**Herr Herzog, Sie haben mit 22 Jahren eine mögliche Karriere bei einer Bank aufgegeben, um Ihr eigenes Unternehmen zu gründen. Warum?**

**Daniel Herzog:** Man muss ein bisschen ein Spinner sein. Ich hatte einen wirklich guten Job bei einem guten Arbeitgeber. Es gefiel mir auch sehr gut dort. Mit achtzehn hatte ich das Glück, dass ich mit einem Freund der Familie zu einer grossen Messe nach Asien reisen durfte. Dort entwickelte ich ein gewisses Preisgefühl für Produkte und merkte, dass mit dem Zwischenhandel ein gewisses Geld zu verdienen wäre.

**Und das motivierte Sie zur Selbstständigkeit?**

Ja. Ich habe immer wieder privat Waren importiert und an Freunde und Bekannte verkauft. Irgendwann merkte ich, dass mir das Handeln mit Produkten eigentlich mehr Spass macht, als mein bisheriger Job im Devisenhandel. Nach einem Sprachaufenthalt beschloss ich dann, das Risiko der Selbstständigkeit einzugehen.

**Wie schwer war der Anfang?**

Wenn man als Jungunternehmer anfängt, wird man leider nicht immer für voll genommen. Man weiss auch nicht so genau, wie alles funktioniert und macht Fehler.

**Welche Fehler haben Sie anfangs gemacht?**

Ich war blauäugig und zu lieb. Ich habe zum Teil mit zu wenig Aufschlag kalkuliert und war in Verhandlungen zu kompromissbereit, weil ich einen Auftrag unbedingt wollte und die Gegenpartei das ausnutzte. Solche Sachen passieren am Anfang jedem.

**Das haben Sie offenbar schnell korrigiert.**

Das lernt man recht schnell. Es gibt jene, die versuchen, einen auszunehmen und einem keine Chance geben. Es gibt aber auch solche, die sich sagen, dass man einem jungen Unternehmer eine Chance geben sollte. Meist haben genau diese uns zuerst einen kleinen Auftrag gegeben und als es geklappt hat, das Volumen ausgebaut. So sind wir auch gewachsen. Das ist aber nur möglich, wenn man auch eine perfekte Arbeit abliefern kann.

**Wie kamen Sie auf die Idee, die Fürstehütchen zu lancieren?**

Im Jahr 2002 haben wir aufgrund mehrmaliger Anfragen unserer Kunden festgestellt, dass ein für Liechtenstein repräsentatives Geschenk auf dem Markt fehlt. Wir haben daraufhin verschiedene Freunde und Bekannte aus dem Ausland mit 50 Franken und dem Auftrag, sich ein Souvenir zu kaufen, durch die Vaduzer Fussgängerzone geschickt. Praktisch alle kamen mit leeren Händen zurück. Dies bestärkte uns in unserer Absicht, ein neues Produkt zu entwickeln.

stein repräsentatives Geschenk auf dem Markt fehlt. Wir haben daraufhin verschiedene Freunde und Bekannte aus dem Ausland mit 50 Franken und dem Auftrag, sich ein Souvenir zu kaufen, durch die Vaduzer Fussgängerzone geschickt. Praktisch alle kamen mit leeren Händen zurück. Dies bestärkte uns in unserer Absicht, ein neues Produkt zu entwickeln.

**Pralinen sind nicht Ihr Hauptgeschäft. Sie vertreiben vor allem Bürobedarf.**

Nicht nur. Wir waren zu dieser Zeit auch vermehrt im Bereich der Werbeprodukte tätig. Das passte daher schon sehr gut. Ausserdem war es auch ein ganz persönliches Problem von uns, dass man in Liechtenstein nur wenige repräsentative Mitbringsel kannte.

**Von der Idee bis zur fertigen Praline ist es ein weiter Weg. Wie gingen Sie vor?**

Zuerst haben wir diverse liechtensteinische Confiseure offerieren lassen. Denn ursprünglich wollten wir das Produkt in Liechtenstein produzieren, was jedoch leider nicht möglich war. Die Produktionsmenge, die durchschnittliche Lagerkapazität, die Zwischenlagerung der Halbfabrikate wie auch die Endkonfektionierung nehmen ein Ausmass ein, das durch liechtensteinische Produzenten nicht abgedeckt werden kann.

**Also gingen Sie über die Grenze.**

Das ist richtig. Wir haben diesen Schritt schweren Herzens gemacht. Aber es war die einzige Möglichkeit, diese Produktidee für die Produktion in Grossmengen auch realistisch umzusetzen. Das Produkt erzählt die Geschichte des Liechtensteinischen Fürstehütchen und ist in seiner Form diesem auch nachgebildet. Mit der von uns erworbenen Rezeptur für die Füllung der Pralinen ist es uns gelungen, dem Produkt eine traditionelle liechtensteinische Grundlage zu geben. Wir kombinierten diese Rezeptur mit einem Milchsokoladenmantel. Die Produktion liegt heute in den Händen der alteingesessenen Firma Chocolat Bernrain in Kreuzlingen.

**Haben Sie auch nichtessbare Ideen geprüft?**

Gepüft haben wir verschiedene Sachen, ja. Es sollte aber etwas sein, was man immer wieder schenken kann. Wir wollten keinen Alkohol, damit die Zielgruppe nicht eingeschränkt wird. Deshalb waren Esswaren nahe liegend. Das Produkt muss aber auch zwei Wochen in der Auslage sein können, ohne dass Qualitätsprobleme entstehen. Das sind nur einige der Überlegungen, die schliesslich zur Entscheidung geführt haben.

**Wie kamen Sie auf den Begriff «Fürstehütchen»?**

Das Projekt hiess anfangs «Schlossgeist», damit hätten wir die Möglichkeit gehabt, irgendwann noch einen Schnaps auf den Markt zu bringen. Weil der Ausdruck aber auch etwas Negatives mit sich bringt, suchten wir nach etwas, das von Balzers bis Ruggell für Liechtenstein einzigartig ist. Unser Land zeichnet sich nun mal besonders durch das Schloss Vaduz, das Fürstenhaus und unsere Staatsform aus.

**Mussten Sie sich beim Fürstenhaus dafür den «Segen» holen?**

Die Verwendung des Fürstehütchen ist gesetzlich im Wappengesetz geregelt und somit bewilligungspflichtig. Die Abbildung des Schloss Vaduz und die Verwendung des Wortes «Fürstehütchen» haben zudem einen engen Bezug zum Fürstenhaus. Deshalb war es mir auch wichtig, dass die fürstliche Familie unser Produkt positiv mitgetragen hat. Bei einer Audienz beim Landesfürsten Hans-Adam II. durfte ich die Produktidee vorstellen. Ich war positiv überrascht, wie wohlwollend und unpragmatisch der Landes-



**Daniel Herzog:** «Ich möchte nicht fremdfinanziert werden und möchte die Entscheidungsgewalt weiterhin behalten.»

Bild jr

fürst seine Begeisterung zum Ausdruck brachte.

**War die Bewilligung seitens der Behörden schwieriger?**

Nein, auch nicht. Ich habe mein Produkt bei der Regierung vorstellen können und diese war Feuer und Flamme. Sie haben gesehen, dass das Produkt für Hedaco zwar einen kommerziellen Nutzen hat, aber eine echte Bereicherung für Liechtenstein darstellt.

**Sie sind hier aufgewachsen, aber Schweizer. War das nicht ein Nachteil?**

Ich habe immer gedacht, dass meine Herkunft kritisiert werden könnte. Viele Kunden, die sich politisch engagieren, sagen aber, das Fürstehütchen sei nur deshalb so erfolgreich, weil ich Schweizer und kein Liechtensteiner bin. Als Liechtensteiner ist man oft politisch vorbelastet und die Angriffsfläche ist sicher grösser als bei einem Schweizer.

**Welcher nationale Status liegt Ihnen näher?**

Ich bin ein Fan der Schweizer Fussball-Nationalmannschaft. Aber als die Schweiz gegen Liechtenstein gespielt hat, habe ich mein Schweizer Trikot zu Hause gelassen und die Liechtensteiner unterstützt. Meine Liechtensteiner Freunde sehen mich genau so wie ich mich auch sehe: Als Liechtensteiner.

**Das «Fürstehütchen» wurde ein Erfolg. Haben Sie das so erwartet?**

Meine Erwartungen wurden übertroffen. Wir wollten das Produkt am 15. August 2004 offiziell einführen. Ein, zwei Tage vorher haben wir die ersten Inserate in Zeitungen geschaltet, nachdem wir zuvor jedem Haushalt per Post eine Praline mit einer kleinen Beschreibung zugestellt hatten. Ich war der einzige im Team, der dafür war, das zu tun.

**Im Hochsommer Schokoladen zu verteilen, ist in der Tat ein heikles Unterfangen.**

Das Risiko war enorm hoch. Wir waren auch wirklich kurz davor, die ganze Geschichte abzublauen. Es gab nur ein Datum für den Versand und es war zum Teil über 30 Grad warm. Hätten wir den Versand an einem solchen Hitzetag gemacht, wäre die ganze Post mit Schokolade verschmiert gewesen und die Leute hätten sich über den Idioten geärgert, der ihnen im Sommer Schokolade schickt. Ein Tag vor dem Versand hat dann aber glücklicherweise das Wetter gedreht und es hat zwei Tage geregnet.

**Wie fielen die Reaktionen aus?**

Sehr positiv und zum Teil auch lustig. Es gab tatsächlich Familien, die mit dem Messer die Praline geteilt haben, damit jeder ein Stückchen probieren konnte. Das Feedback war sensationell. Durch diese Aktion waren wir im wahrsten Sinne des Wortes auf einen Schlag in aller Munde.

**Hat sich das auch in rasanten Verkaufszahlen niedergeschlagen?**

Ja, vor allem am Anfang. In den Tagen vor dem offiziellen Einführungstermin sind die Telefonleitungen hier fast zusammengebrochen, die Läden wurden nahezu gestürmt, weil die Leute das Produkt unbedingt kaufen wollten. Wir mussten wesentlich früher als geplant ausliefern, weil der Andrang so gross war. Es ist auch sehr erfreulich, dass wir uns auf diesem hohen Level halten konnten.

**Würden Sie sagen, wer Mut zu neuen Ideen hat, der kommt auch durch?**

Ich denke, Mut alleine reicht sicher nicht. Die Idee muss schon ausgereift sein. Wir haben uns viele Gedanken gemacht und mit den wichtigsten Punkten eine Art Businessplan erstellt. Das Risiko ist natürlich enorm. Man hat sehr hohe Vorlaufkosten, bis man überhaupt ins Bewilligungsverfahren hinein kommt.

**Wie haben Sie die dafür nötigen Gelder aufgebracht?**

Wir haben alles selbst finanziert. Wir hatten etwas Geld gespart und waren

## Facts & Figures

Die Hedaco International AG wurde vor acht Jahren vom damals 22-jährigen Daniel Herzog gegründet und ist vollständig eigenfinanziert. Neben dem Handel mit EDV- und Büromaterial entwickelte und patentierte die Firma die «Liechtensteiner Fürstehütchen» als Gastgeschenk aus Liechtenstein. Das Team um Daniel Herzog ist stets auf der Suche nach innovativen Produkten auf dem Markt. Das Unternehmen beliefert heute Händler in ganz Europa und in Teilen Arabiens. Im Sortiment führt das Unternehmen derzeit etwa 10 000 Artikel.

bereit, es in dieses Projekt zu investieren.

**Wollen Sie noch mehr Produkte selbst entwickeln?**

Auf dem Fürstehütchensektor werden wir sicher noch mehr Produkte kreieren. Da alle Rechte bei uns sind, stehen uns wirklich alle Möglichkeiten offen. Persönlich freut es mich besonders, dass unser Produkt auch bei Kindern und Jugendlichen gut ankommt. Obwohl es eigentlich ein edles Produkt ist. Deshalb möchten wir uns um diese Zielgruppe noch etwas mehr kümmern.

**Was wünschen Sie sich für die Zukunft Ihrer Firma?**

Die Hedaco soll immer ein Handelsbetrieb bleiben. Wachstum ist schon gut und nötig, aber in gesundem Mass und mit einer seriösen Eigenmittelddeckung. Ich möchte nicht fremdfinanziert werden und die Entscheidungsgewalt weiterhin behalten. Meine Vision haben wir mit der Umsetzung der Produktlinie der Fürstehütchen eigentlich schon erreicht: Wir haben eine Produktpalette entwickelt, von der wir nie gedacht hätten, dass sie so gut ankommt und von vielen Menschen in die ganze Welt hinausgetragen wird.

## Kurz gefragt

**Das «Fürstehütchen» ist ...**

... ein Produkt für Menschen, die unser Land mit Stolz und Freude in der Welt repräsentieren.

**Ich wünsche mir für Liechtenstein ...**

... dass man sich gemeinsam bemüht, positive Signale nach aussen abzugeben.

**In unserer Branche sollte man immer ...**

... die ethischen Werte Ehrlichkeit, Pünktlichkeit und Genauigkeit hochhalten.

**An meinem Beruf liebe ich besonders ...**

... dass jeder Tag etwas Neues bringt.

**An mir kritisiert man ...**

... meinen Kleidungsstil.

**An mir schätzt man ...**

... meine ehrliche erfrischende Art.

**Wenn ich morgen frei hätte, würde ich ...**

... arbeiten.

**Mäuschen wäre ich gerne einmal bei ...**

... Spielerverpflichtungen im Fussballbusiness.

**Ich hätte gerne einmal einen Lunch mit ...**

... Bill Gates.

**Der Daniel sagt oft zum Herzog ...**

... gönn dir mal wieder Zeit für Privates.

## Zur Person

Daniel Herzog verlebte die ersten drei Jahre seines Lebens in der Schweiz im Kanton Aargau. Seit 27 Jahren lebt der junge Geschäftsmann in Liechtenstein. Nach einer kaufmännischen Lehre bei der LGT Bank und zweieinhalb weiteren Jahren im Devisengeschäft wagte er mit 22 Jahren den Sprung in die Selbstständigkeit und gründete die Hedaco International AG. Trotz einiger Startschwierigkeiten hat der umtriebige Jungunternehmer nie aufgegeben. In seiner Freizeit treibt der Fussballfan am liebsten Sport und verbringt Zeit mit seiner Frau und Freunden. Sein grösstes Hobby ist und bleibt aber die Arbeit.