

PASSIONIERTER TEAM-LEADER

RUEDI ULMANN IM GESPRÄCH MIT THOMAS TRUTTMANN

Zusammen mit den Händen essen, ohne Besteck, Lehrling neben Direktor. Die Sauce spritzt. Ein kurzer Ärger. Doch die Papierserviette ist schnell über den Tisch geschoben. Ein freundliches Lächeln, ein Dankeschön, ein Scherz, Gelächter. In dieser Atmosphäre findet das Gespräch mit Thomas Truttmann in einem der über 160 Restaurants des grössten Schnellverpflegers der Schweiz statt. Er ist «Vice President Marketing, Communications, Public Affairs & Supply Chain» von «McDonald's Suisse Restaurants Sàrl». Am Vormittag hat hier an der Löwenstrasse in Zürich die Jahresmedienorientierung stattgefunden. Erstmals seit 2005 hat das Schweizer Franchiseunternehmen des globalen Brands einen Umsatzrückgang erlebt, wegen dem starken Franken und vor allem in den Grenzregionen.

Für Thomas Truttmann ist das kein Grund, den Kopf hängen zu lassen, im Gegenteil. «Wir kommunizieren mit Lust und Optimismus», erklärt er. Marketing ist für ihn ein Investment, welches strategisch richtig umgesetzt werden muss. Ein Rückzug oder ein starker Abbau der Werbung kommt für McDonald's, einen der grössten Werbeauftraggeber hierzulande, nicht in Frage. Beim Kreativ-Wettbewerb «Swiss Poster Award 2015» der APG gewann kein anderer Auftraggeber mehr Auszeichnungen. McDonald's räumte gleich alle drei Preise in der Kategorie «Commercial National» ab und holte zudem Gold in der Kategorie «Poster Innovation».

Was steckt hinter diesem Erfolg? Diese Frage hat zur Begegnung mit Thomas Truttmann geführt. Zentral ist für ihn ein starkes Team. Wie wichtig der Team-Spirit ist, erlebte er – nach dem Studium der Betriebswirtschaft in Fribourg – auch an seiner ersten Stelle bei der Coca-Cola AG, dem Schweizer Lizenzgeber für den berühmten Softdrink. Ein prägendes Erlebnis war im europäischen

Innovationsteam von Coca-Cola die Aufgabe, innert 100 Tagen Powerade zu lancieren, ein damals für Europa neuer Sportdrink des Weltkonzerns. Eine eigentlich unmögliche Aufgabe innert dieser kurzen Frist. «Wir hatten es als Ziel und schafften es auch», erinnert sich Truttmann. Solche Erlebnisse prägen und schweissen zusammen – bis heute.

2005 bekam Thomas Truttmann wegen einer Position bei McDonald's Schweiz einen Anruf. Dort kannte man ihn bereits als Lieferantenvertreter aus Coca-Cola- wie auch Unilever-Zeiten. Die Möglichkeit, noch näher am Markt und bei den Kunden etwas zu bewegen, reizte Truttmann. Neue Ideen können in den eigenen Restaurants innert Wochenfrist testweise realisiert und in einer realen Situation überprüft werden. Abgesehen vom Brand und einer Reihe von Kernprodukten agiert McDonald's Schweiz dabei völlig unabhängig von der Konzernmutter, auch in der Kommunikation. «Das bedeutet für uns und unsere Partneragenturen, dass wir für einen weltweiten Brand hier in der Schweiz selber Werbung machen können, ohne Zwang zur Adaption irgendwelcher stupiden internationalen Kampagnen,» erklärt Truttmann. Für ein erfolgreiches Wirken sieht er seine Aufgabe darin, das beste Umfeld zu schaffen. Im Vordergrund stehen Professionalität, Vertrauen, Sicherheit und Offenheit im

Team und auch gegenüber Partneragenturen. Dazu kommen Passion und Geschwindigkeit.

Der Passion versucht Truttmann in gezielten Treffen mit spannenden Personen aus unterschiedlichsten Bereichen auf den Grund zu gehen. So durfte er etwa den Spitzenkoch Philipp Rochat erleben oder auch mal einen Bühnenbildner, von dem er einiges über Raumeffekte gelernt hat. Truttmanns Passion spürt man im Gespräch und auch beim gemeinsamen Essen. Er freut sich für sein Team und den Lieferanten

Ospelt über das ehrlich gemeinte Kompliment für den überarbeiteten Pulled Pork Burger, der mit vier Stunden lang gegartem Fleisch von der Schweinsschulter gefüllt ist. Damit setzt McDonald's Schweiz auch im Produktangebot ein weiteres innovatives Zeichen. ■



Name: Thomas Truttmann
Jahrgang: 1971
Firma: McDonald's Schweiz
Funktion: Vice President Marketing, Kommunikation, Public Affairs & Supply Chain
Familie: verheiratet, ein Sohn
Hobbys: Ausdauersport in der Natur, Kochen und Lesen