

Ein Stück pure Natur

Das Geschäft mit dem blauen Gold boomt. Kleine Mineralquellen setzen auf Regionalität. Ein Gespräch mit **Gabriela Manser, 47**, innovative und erfolgreiche Geschäftsführerin sowie Hauptaktionärin der Mineralquelle Gontenbad in Gonten AI.

VON URS OSKAR KELLER*

«Pauli cuisine»: Frau Manser, wobei erwischen wir Sie gerade?

Gabriela Manser: Ich komme gerade von einem Mittagessen mit einem Kunden zurück. Er führt drei Hotels und wir haben uns zu einem Brainstorming getroffen. Wie und wo kann die Marke seiner Hotels gefestigt und unterstützt werden, wo setzt er unsere Produkte mit welchem Ziel ein, wo treffen sich die Philosophien? Diese und andere Fragen tauchten auf, echt spannend!

Der Marktleader Henniez ging vor zwei Jahren an Nestlé und Walser wurde längst von Coca-Cola geschluckt. Der Familienbetrieb gab die Selbständigkeit wegen der Konzentration im Detail- und Gastrogrosshandel auf. Haben Sie Ihre Nachfolge schon geregelt?

Viel wichtiger ist mir, im Moment einen guten Job zu machen, so dass es dann in 10 oder 20 Jahren tatsächlich auch etwas weiterzugeben gibt. Unser Verwaltungsrat ist auch in dieser Hinsicht sehr achtsam und wach. Bei längerfristigen strategischen Entscheidungen hat eine mögliche Nachfolge immer auch ein Thema zu sein.

1997 kaufte die zur Fenaco-Gruppe gehörende Pomdor die Elmer Mineralquellen von Feldschlösschen. Im Jahr 1999 übernahm Feldschlösschen seinerseits Passugger. Ist die Unabhängigkeit der Mineralquelle Gontenbad, die Ihnen und rund 40 weiteren AktionärInnen gehört, nicht gefährdet? Gehören Sie eines Tages auch zu einem grossen Konzern oder verkaufen Sie Ihre Quelle lieber der Pop-Queen Madonna?

Ich glaube nicht, dass wir dereinst zu einem grossen Konzern gehören werden. Und ob Madonna etwas vom Mineralwassergeschäft versteht und dazu einen heissen Song kreiert? Wir werden, wenn es soweit ist eine Lösung finden, die vor allem das Weiter-

bestehen der Mineralquelle Gontenbad sichern wird.

Wasser ist ein kostbares Gut. Die Kriege der Zukunft würden darum geführt, meinen Experten. Ausserdem ist teures Mineralwasser zu einem Modegetränk geworden und ist chic. Wie halten Sie es damit?

Es wird auch vom blauen Gold gesprochen. Weltweit ist es tatsächlich so, dass nicht alle Menschen Zugang zu sauberem Trinkwasser haben. Wenn ich einen Blick in die Schweiz werfe, dann haben wir hier rund 20 Quellen, die ihr Mineralwasser verkaufen möchten. Dazu kommen noch mindestens doppelt so viele Importwasser. Wir leben in einem richtigen Wasserschloss. Und hier mit Wasser Geld zu verdienen ist ein arger Verdrängungsmarkt und sehr viel harte Arbeit. Teures Mineralwasser ist sehr subjektiv: Reden Sie von CHF 99.00 pro Liter oder von CHF 5.50 oder von CHF 1.50?

Was ist das Besondere an Ihrer Quelle und an Ihrem Appenzeller Mineralwasser? Ihr Wasser eigne sich aufgrund seiner Mineralisation sehr gut für die natriumarme Ernährung.

Das Besondere ist genau diese Zusammensetzung, die nur hier im Appenzeller Mineralwasser zu finden ist. Das Wasser sprudelt nach etwa 25 Jahren Verweilzeit im Alpsteingebiet und Gontener Hochmoor aus dem Boden. Die KonsumentInnen möchten ein gutes, schmackhaftes Mineralwasser. Und unseres ist sehr dezent, rund, leicht süsslich. Wissen Sie, dass jedes Mineralwasser eigen ist – so wie wir unseren eigenen Fingerabdruck haben? Den gibt es ja auch nicht ein zweites Mal auf der Welt. Und jede Mineralwasserquelle ist immer genau gleich in ihrer Zusammensetzung, sonst ist es kein Mine-

Gabriela Manser

1962 in Gontenbad AI geboren und aufgewachsen, ausgebildete Kindergärtnerin und Atemtherapeutin, übernahm 1999 als jüngstes Mitglied der dritten Generation und als Quereinsteigerin das Familienunternehmen Mineralquelle Gontenbad AG. Ihr Grossvater Josef Schmidiger füllte erstmals 1930 Mineralwasser in Flaschen und verkaufte diese. Die Quelle selbst ist seit 1576 bekannt. Gabriela Manser wurde 2005 in Anerkennung ihrer innovativen Unternehmensführung mit dem Prix Veuve Cliquot ausgezeichnet. Sie lebt mit ihrem Partner in Trogen.

ralwasser mehr. Es kommt genau so aus dem Boden, wie es nachher in der Flasche zur Verfügung steht. Das ist Qualität!

Sie sind einer der kleinsten Mineralwasserproduzenten der Schweiz. Unter Ihrer Führung ist der Personalbestand in den vergangenen zehn Jahren von neun auf 32 Personen gewachsen. Wie ist Ihr Absatz heute in der Gastronomie und wieviele Betriebe beliefern Sie heute in der Schweiz?

Wir sind ausserhalb der Ostschweiz vor allem in der gehobenen Gastronomie vertreten. Wir suchen und finden Nischen, in die unsere Produkte gut passen. Da sich unsere Blütenquell Getränke Flauder, Wonder und Himml sehr gut eignen für alkoholfreie Apéros und Mixgetränke, gibt auch das einen Zugang zu Lounges und Bars. Zahlen zur Marktsituation geben wir keine heraus.

Mit Ihren erfolgreichen Blütenquell-Getränken Flauder und Himml sind Sie bei den Grossverteilern Migros, Coop, Spar, Volg vertreten. Hingegen beliefern Sie weder Lidl noch Aldi.



Bild: zYg

Gabriela Manser, 47, Geschäftsleiterin und Mehrheitsaktionärin der Mineralquelle Gontenbad AG.



Bild: zVg

Einer der Renner aus Gontenbad.

Wollen Sie Ihre Produkte bewusst anders positionieren?

Unsere Strategien für das Appenzell Mineral laut, leise, still und für die Blütenquell-Linie sind komplett verschieden. Das Mineralwasser wird ausschliesslich über Getränkehändler vertrieben. Damit ist es möglich, dass wir für die gehobene Gastronomie eine Spezialität sind und bleiben. Die Blütenquellprodukte Flauder, Wonder und Himml sind im Detailhandel auch erhältlich. Das ist wichtig, damit die KonsumentInnen diese auch bei Bedarf immer finden können und so eine Verbreitung möglich wird. Zu Ihrer Frage nach Aldi und Lidl: Wir sehen uns als Schweizer Spezialität und sehen unsere Partner deshalb auch vor allem bei den Detailisten mit starken Marken.

Ist Mineralwasser aus Gontenbad auch im Ausland zu geniessen?

Nein – bis jetzt noch nirgends.

Discounter graben Mineralquellen das Wasser ab. Seit 2003 ist der Marktanteil von Discountern bei

Mineralwässern von 22 Prozent auf mehr als schätzungsweise 40 Prozent gestiegen. Branchenkenner erwarten fortgesetztes Wachstum zu Lasten traditioneller Mineralwasseranbieter. Wie begegnen Sie dieser Entwicklung?

Wir haben nur eine Existenzberechtigung, wenn wir es schaffen, dass die KonsumentInnen unsere Produkte wirklich wollen und auch kaufen. Wir setzen alles daran. Wir werden nie die günstigsten sein. Hingegen sind wir verlässliche Partner, die versuchen, mit Transparenz und einer Mischung aus traditionellen und zeitgeistigen Werten das Vertrauen der KonsumentInnen zu pflegen und zu erhalten. Dabei ist Qualität auf allen Ebenen für unser Team eine Selbstverständlichkeit. Vielleicht sind wir jene mit dem ansprechendsten Image?

Glauben Sie einfach stark an die Swissness, an die Innovationskraft und Fantasie? Was haben Sie noch alles mit Ihrem Mineralwasser vor?

Ich glaube an uns, an die Arbeit dieses Teams, das bedeutet, dass wir auf Swissness,

Fantasie und Innovationskraft setzen. Wir haben noch vieles mit dem Appenzell Mineral laut, leise und still vor!

Wie sehen Sie aus der Sicht einer klugen Wasserverkäuferin und als neue Präsidentin des Verbandes Schweizerischer Mineralquellen und Soft-Drink-Produzenten (SMS) unsere Zukunft im Hinblick auf Wasser?

Wir haben viel daran zu arbeiten, dass unsere Qualitätsprodukte auch als solche bei den EndverbraucherInnen wahrgenommen werden. Für gute Markenprodukte hat es allemal Platz. In diesem Sinne sehe ich auch die Arbeit als Präsidentin des SMS. Wasser ist nicht einfach Wasser: Mineralwasser ist Qualität und ein Stück pure Natur.

* Urs Oskar Keller ist freier Journalist und Fotograf. Er lebt in Winterthur. www.urs.ok.ch.

«ICH GLAUBE AN UNS, AN DIE ARBEIT DIESES TEAMS, DAS BEDEUTET, DASS WIR AUF SWISSNESS, FANTASIE UND INNOVATIONSKRAFT SETZEN.»

Gabriela Manser, Geschäftsleiterin der Mineralquelle Gontenbad