

Passugger will sich klar als Premium-Marke positionieren

Passugger positioniert sich als Nummer eins im Mineralwasserhandel und strebt dabei eine klare Führung in den Bereichen Qualität, Image und Service an. Das sagte CEO Urs Schmid am 1. Passugger Forum vom Mittwochabend.

Von Denise Alig

Passugg. – Die Allegra Passugger Mineralquellen AG (APM) strebt die Position 1 im Schweizer Mineralwasserhandel an. Das heisst aber nicht, dass es APM mengenmässig mit den grossen Produzenten Valser und Henniez aufnehmen will, die heute mit rund 135 Millionen Litern pro Jahr 13-mal mehr Wasser absetzen als Passugger. Vielmehr will man als Kleiner gross werden. «Wichtig sind uns Qualitätsbewusstsein, die Nähe zu den Kunden und unsere Andersartigkeit», erklärte Urs Schmid, CEO und Delegierter des Verwaltungsrates, am Mittwochabend in Passugg.

Die APM ist seit einem Jahr wieder in Bündner Händen, nachdem der Betrieb Feldschlösschen, einem Unternehmen der Carlsberg Breweries, gehört hatte. Die Bündner Besitzer sind Peter Andreoli, Gerhard Brunner, Hanspeter Lebrument, Jürg Riedi und Urs Schmid. Noch bis Ende 2008 ist zudem Feldschlösschen-Finanzchef Thomas Metzger als Vertreter der Minderheitsaktionärin im Verwaltungsrat.

Qualitätspreispolitik weiterführen
«Passugger Nr. 1» – mit diesem Werbeslogan hatte das Unternehmen laut Schmid schon in den Siebzigerjahren geworben. Entsprechend nahe liegend war es, auf den bewährten Claim zurückzugreifen. Die bereits mit einschlägigen Inseraten eingeleitete Neupositionierung von Passugger als Premium-Marke hat gemäss Schmid die Konsequenz, dass «die heutige Preisstruktur beibehalten, beziehungsweise eine restriktive Aktionspolitik betrieben wird». Oder anders gesagt: Passugger distanziert sich be-



Grosse Ziele für die Zukunft: CEO Urs Schmid erklärt, warum sich Passugger bewusst von den Billig-Mineralwassern distanzieren will.

Bild Peter de Jong

wusst von den Billig-Mineralwassern im Discountsegment.

Wasser bringt gute Rendite

Dass Passugger mit der Positionierung als Nummer 1 «auf dem richtigen Weg» ist, bestätigte am Mittwoch das Beratungsunternehmen Fuhrer & Hotz AG aus Baar (Zug). So haben die Unternehmensberater im Auftrag von Passugger bei der Gastronomie und im Getränkehandel eine exklusive Befragung durchgeführt. Resultat: Bei den Abnehmern gefragt sind Qualität, Logistik, Innovation und Vertrauen. «Nur Marken, die sich von anderen durch Mehrwert, durch eine klare Positionierung und durch eine starke Leader-Funktion in ihrem Bereich differenzieren, werden in Zukunft Erfolg haben», sagte Martin Hotz am

Passugger Forum. Ob eine Marke nun im Luxus- oder im Discountbereich angesiedelt sei, spiele keine Rolle.

Weiter hat die Befragung ergeben, «dass Mineralwasser eine sehr gute Rendite generiert und – abgesehen vom Wein – die Umsatzmässig wichtigste Warengruppe im Getränkehandel darstellt», wie Hotz weiter sagte. Ein weiteres Ergebnis ist, dass Gastronomie und Handel Schweizer Mineralwasser bevorzugen.

Wachstumsstrategie in der Schweiz

APM, das sich weiterhin ganz auf den Schweizer Markt konzentrieren will, hat sich für das nächste Jahr die Ziele gesetzt, «sein Image weiter zu stärken, sein Vertrauen im Getränkehandel weiter aufzubauen und in allen Kernregionen der Deutschschweiz

und in Graubünden zu wachsen». In der Westschweiz und dem Tessin heisst die Losung «Auf- und Ausbau», wie Schmid weiter erklärte.

Wie man zur Nummer 1 aufsteigen kann, erörterte den Anwesenden in der Folge Hanspeter Danuser, Direktor des Kur- und Verkehrsvereins St. Moritz. Für humoristische Einlagen sorgte zwischendurch Kabarettist Flurin Caviezel mit Ausschnitten aus seinem neuen Programm.

Das von 100 Getränkehändlern aus der ganzen Schweiz besuchte Passugger Forum vom Mittwochabend war die erste Ausgabe einer neuen Plattform für Kunden. Das Forum dient dem Austausch von branchenrelevanten Informationen und der Kontaktpflege. Es soll im nächsten Jahr wieder stattfinden.

AM RANDE

Schweizer Biertrinker des Jahres

Von Stefan Bisculm

Statistiken sind in der Regel trocken. Die folgende ist es nicht. Pro Kopf trinken Herr und Frau Schweizer 56,4 Liter Bier im Jahr, 1,7 Prozent mehr als im Vorjahr. Das wäre dieser Zeitung eigentlich nicht mehr als eine Randnotiz wert, wäre da nicht der gestrige Titel der Nachrichtenagentur AP zu der Bierstatistik: «Die Bündner sind die Geeichtesten». Genaue Zahlen zu dieser Behauptung? Fehlanzeige. Grund: Seit rund zwölf Jahren werden gar keine Zahlen mehr nach Kantonen erhoben. Die Feststellung, dass die Bündner Schweizer Meister im Biertrinken sind, ist also nur ein Erfahrungswert, wie Konrad Studerus, seines Zeichens Direktor des Schweizer Brauerei-Verbands, der «Südostschweiz» auf Anfrage erklärt. Beim Biertrinken gilt demnach: Einmal Meister, immer Meister. Oder: Ist der Ruf erst einmal ruiniert ...

Fakt aber ist, dass der Bündner Bierkonsum in der letzten distriktweise erhobenen Bierstatistik (94/95) mit 81,4 Litern pro Kopf und Leber rund 30 Prozent über dem schweizerischen Durchschnitt lag. Ein solcher statistischer Kantersieg verlangt nach einer Ursachenforschung. Am naheliegendsten ist es, den Grund beim heimischen Bier zu suchen. Calanda Bräu – das ist landauf, landab ja hinlänglich bekannt – braut das beste Schweizer Bier, folglich trinken die Bündner auch am meisten Gerstensaft. Ein weiterer Grund liegt wohl in der Bodenständigkeit der einheimischen Bevölkerung. Während sich im freudlosen, mondanen Zürich das Opernpublikum nach der Vorführung mit einem Fingerhut Prosecco belauert, wird hierzulande nach der erfolgreichen Premierevorstellung des Dorftheaters mächtig gebechert.

Beide Gründe sind zwar plausibel, dennoch sind sie höchstens die halbe Wahrheit. Die wirkliche Ursache, weshalb der Titel «Schweizer Biertrinker des Jahres» Jahr für Jahr nach Graubünden vergeben wird, sind – Achtung – die Deutschen. Der Schweizer Brauerei-Verband vermutet nämlich, dass die vielen Gäste aus dem Norden den Bündnern in den Ferien reichlich Bier wegtrinken. Deutschland ist darin immerhin Vize-Europameister (116 Liter pro Kopf), hinter den Tschechen (160 Liter) und vor Österreich (109 Liter). Ein Grund mehr also, die Deutschen hierzulande willkommen zu heissen.

Wenn nun nämlich, wie im neuesten Strategiepapier von Graubünden Ferien kürzlich angekündigt, vermehrt Asiaten (bekanntlich keine grossen Trinker) nach Graubünden gelockt werden sollen, könnte die Bündner Siegesserie schon bald einmal abreißen. In diesem Sinne: Prost auf die feuchtfrohlichen Gäste – und Statistiken.

LEUTE

Ivo Caminada aus Chur hat vor kurzem die Prüfung zum eidgenössisch diplomierten technischen Kaufmann erfolgreich bestanden.

Alessio Rampa aus Thusis hat kürzlich den Bachelor of Arts HSG in Betriebswirtschaftslehre an der Universität in St. Gallen erworben.

IMPRESSUM

DIE SÜDOSTSCHWEIZ

Unabhängige schweizerische Tageszeitung mit Regionalausgaben in den Kantonen Graubünden, Glarus, St. Gallen und Schwyz.

Verleger: Hanspeter Lebrument
Direktor: Andrea Masüger
Redaktionsleitung: Andrea Masüger (Chefredaktor), Pieder Caminada, René Mehrmann (Stv. Chefredaktoren), Hansruedi Camenisch (Sport), Gisela Fempffel (Überregionales), Rolf Hösli (Redaktionen Glarus und Gaster/See), Philipp Wyss.
Verlag: Südostschweiz Presse AG, Chur.
Abo- und Zustellservice: Kasernenstrasse 1, 7007 Chur, Telefon 0844 226 226, E-Mail abo@suedostschweiz.ch.
Anzeigen: Südostschweiz Publicitas AG und Publicitas AG.

Erscheint siebenmal wöchentlich.
Gesamtauflage: 139 568 Exemplare.

Adresse: Die Südostschweiz, Commercialstrasse 22, 7007 Chur, Telefon 081 255 50 50, Fax 081 255 51 02.
E-Mail: Regionalredaktion: redaktion-gr@suedostschweiz.ch; Redaktion Inland, Ausland: zentralredaktion@suedostschweiz.ch; Redaktion Bild: redaktion-bild@suedostschweiz.ch; Redaktion Kultur: kultur@suedostschweiz.ch; Redaktion Sport: redaktion-sport@suedostschweiz.ch; Redaktion Wirtschaft: wirtschaft@suedostschweiz.ch.
Ein ausführliches Impressum erscheint in der Samstagsausgabe.

Startschuss für eine neue Wohn- und Ferienresidenz in Trin

In Trin Mulin entstehen in den nächsten Monaten 13 Eigentumswohnungen und 14 Mietwohnungen. Am Mittwoch war Spatenstich für die vier Neubauten.

Trin. – Gleich für zwei neue Siedlungen fand gestern in Trin im Beisein von Gemeindepräsident Hans Telli, der beiden Bauherrschaften sowie der Architekten und des Bauunternehmens der Spatenstich statt. Im Gebiet Ruegna in Trin Mulin entstehen auf zwei nebeneinander liegenden Grundstücken die beiden Wohn- und Ferienresidenzen Ruegna und Signina. Bei der Überbauung mit Sicht auf die Signina-Gruppe und die Mulinerebene mit je zwei vierstöckigen Wohnbauten sowie Tiefgaragen handelt es sich aber – trotzdem sie nebeneinander stehen – um zwei verschiedene Objekte mit eigenen Bauherrschaften.

Die westlich gelegene Siedlung Ruegna umfasst in zwei Häusern 13 Eigentumswohnungen mit einem grosszügigen Raumangebot (bis 170 Quadratmeter). Sechs Wohnungen sind bereits verkauft. Die Bauherrschaft hat die Bauunternehmung J. Erni AG,



Optimistisch: Die an der Wohn- und Ferienresidenz beteiligten Personen gehen den Spatenstich gemeinsam an.

Bild Jakob Menolfi

Flims, welche beide Siedlungen auch erstellen wird.

Die östlich gelegene Siedlung Signina umfasst 14 Mietwohnungen, ebenfalls in zwei Häusern. Die Bauherrschaft hat hier die Orgent Immobilien GmbH in Weisslingen (Zürich), wel-

che mit preisgünstigen Wohnungen vor allem Einheimische und Feriengäste zum Umzug nach Trin animieren möchte. Der Bezug der ersten Wohneinheiten erfolgt im Frühjahr 2007, die Fertigstellung der ganzen Siedlung ist für 2008 geplant. (meno)