



Medienmitteilung

## **„2. PASSUGGER Forum“ ergründet Konsequenzen der Internationalisierung**

**2 Jahre nach der Rückführung der beiden Bündner Traditionsmarken ALLEGRA und PASSUGGER in einheimische Hände, ist die Allegra Passugger Mineralquellen AG auf dem richtigen Weg. Das 2. PASSUGGER Forum zeigt die zunehmende Internationalisierung auf und beleuchtet die Chancen für unabhängige Schweizer Unternehmungen. Die Schlüssel zum Erfolg heissen: klare Positionierung, Einzigartigkeit, Qualität und Mehrwert.**

Über 100 Getränkehändler aus der ganzen Schweiz trafen sich am vergangenen Mittwoch, zum 2. PASSUGGER Forum in Passugg. Die Veranstaltung, die vor einem Jahr erfolgreich lanciert wurde bietet den Besuchern aus dem Getränkehandel eine Plattform für den persönlichen Austausch und informiert zur aktuellen Entwicklung auf dem Markt. Die Teilnehmer erfuhren von Martin Hotz, Mitinhaber der etablierten Beratungsunternehmen Fuhrer & Hotz AG in Baar, dass der Erfolg von ausländischen Grossverteilern wie Aldi und Lidl bereits heute bestätigt werden kann. Erste Resultate zeigen 62% Wiederkäufer auf – alles zufriedene Kunden, die auch in Zukunft beim Billiganbieter aus dem Nachbarland Einkäufe tätigen werden. Das alleine reicht den zwei Giganten nicht, sie werden künftig auch ein Stück des Schweizer Mineralwassermarktes für sich beanspruchen.

### **Polarisierung als Chance nutzen**

„Die Polarisierung der Märkte ist stark zunehmend und die Plätze im Discount-Bereich sind belegt“, erklärt Martin Hotz weiter. Aldi, Lidl, H&M, IKEA - und wie sie alle heissen, werden die grossen Sieger in dieser Kategorie sein. „Egal, denn eine Leaderposition kann auch in einem anderen Bereich belegt werden“ ist Martin Hotz überzeugt. Und so heisst seine Devise: „Ausbrechen aus dem zunehmenden Preiskampf“. Gerade Kleine und Unabhängige können die Entwicklung im Markt für sich nutzen, solange die Positionierung klar ist, Geradlinigkeit und Einzigartigkeit angestrebt werden.

### **Richtige Positionierung**

Urs Schmid von Allegra Passugger Mineralquellen AG scheint seine Aufgabe bis jetzt richtig gelöst zu haben. Im wichtigen Heimmarkt Graubünden wachsen die Marktanteile seit der Rückführung der beiden Traditionsmarken ungebremst. Der CEO und Mitinhaber des Bündner Unternehmens stellt in seinem Rück- und Ausblick die klare

Positionierung der Marken ALLEGRA und PASSUGGER in den Vordergrund. „Als Premium-Marke hatten wir von Anfang an den Anspruch die Nr. 1 der Schweizer Mineralwässer zu sein und dabei eine klare Führung betreffend Qualität, Image und Service einzunehmen.“ so Schmid zu seinen Gästen. Urs Schmid ist sich durchaus bewusst, dass in Zukunft noch viel Arbeit auf die junge Unternehmung wartet. An Ideen mangelt es nicht. So wurde am 2. PASSUGGER Forum die neue Aufmachung der Marke ALLEGRA präsentiert. Der visuelle Auftritt von ALLEGRA nähert sich bewusst an PASSUGGER an. Nun ist auch optisch klar ersichtlich, dass die beiden Mineralwässer aus demselben Haus stammen. Bekanntlich sei man zu zweit stärker und könne von den gegenseitigen Stärken nur profitieren. Die Markteinführung des „neuen“ ALLEGRA wird im Verlauf der nächsten zwei Monate erfolgen.

### **„Nur tun, was man kann“**

Zum Glück ist Erfolg trotz immer härter werdendem Markt möglich. Ein Beispiel dafür ist die Firma Zimmerli Textil AG. Mitinhaber und Geschäftsführer, Walter Borner, präsentierte in seinem Referat die Erfolgsgeschichte dieser Schweizer Unternehmung. Er ist überzeugt, dass jeder seine Chance hat, solange er sich treu bleibt und auf seine Stärken baut. Der „Entrepreneur of the Year 2006“ weiss wovon er spricht. Er hat es geschafft, die Firma innert 3 Jahren auf höchstes Niveau zu bringen. Zimmerli ist heute weltweite Nr. 1 im Bereich Luxus-Herrenwäsche und damit in 55 Ländern vertreten. „Wir tun nur das, was wir können.“ betont er in seinem Referat. Diese Strategie scheint richtig zu sein, denn nicht nur Hollywood-Grössen wie Mel Gibson, Denzel Washington und Will Smith schwören auf die edlen Teile aus der Schweiz

### **Fortsetzung 2007**

Unterbrochen wurden die 3 Referate durch ein humorvolles Intermezzo. Der Bündner Kabarettist Rolf Schmid sorgte mit seinen Pointen für viel Gelächter und für eine heitere Auflockerung. Im Anschluss an das 2. Passugger Forum hatten die Gäste die Möglichkeit, den Betrieb von Allegra Passugger Mineralquellen AG zu besichtigen und kennen zu lernen. Am Abend stand das gediegene Nachtessen im Jugendstilsaal des Kurhotels ganz im Zeichen des Dialogs. Gesprächsstoff für angeregte Diskussionen gab es nach dem informativen Nachmittag genügend.

Passugg, 31. Oktober 2007

Weitere Informationen: Urs Schmid, CEO/Mitinhaber Allegra Passugger Mineralquellen AG, 7062 Passugg, Tel. 081'256'50'50 / 079'233'40'40, [urs.schmid@passugger.ch](mailto:urs.schmid@passugger.ch)

Sowie: Felicia Montalta, Product Manager Allegra Passugger Mineralquellen AG, 7062 Passugg, Tel. 081'256'50'50 / 079'233'40'40, [felicia.montalta@passugger.ch](mailto:felicia.montalta@passugger.ch)