

# Mit Appenzeller-Effekt zum Erfolg

Die Ausnahmeerscheinung  
Flauder – oder wie ein Getränk  
die Schweiz im Sturm erobert.  
Den Appenzellern sei Dank!

Von **Angela Barandun, Gontenbad**

Die Migros ist begeistert. Erst seit drei Monaten verkauft sie Flauder in der ganzen Schweiz. Doch das Holunderblüten-Melissen-Gemisch der kleinen Appenzeller Mineralquelle Goba wird ihr praktisch aus den Regalen gerissen. Zahlen will die Migros zwar keine nennen, aber man sei «extrem zufrieden».

Dass es das Blütenwasser ins nationale Sortiment des grössten Detailhändlers geschafft hat, ist eine kleine Sensation. 2003 startete das Getränk als regionales Produkt in der Migros Ostschweiz. Der Schritt in den nationalen Katalog ist eigentlich unüblich. «Wir haben eine Ausnahme gemacht, weil Flauder so extrem gut gelaufen ist», so die Migros. Und auch bei Coop wird das neue Trend-Getränk seit kurzem verkauft – vorerst allerdings nur in der Ostschweiz.

Damit ist klar: Vier Jahre nachdem die erste Flasche den Appenzeller Weiler Gontenbad verlassen hat, ist Flauder eine der erfolgreichsten Neulancierungen geworden. Während die meisten Produkte erst durch intensive Werbung ins Bewusstsein der Kunden katapultiert werden, wurden den Detailhändlern die Gestelle von Beginn weg geplündert. Die Nachfrage nach Flauder war da, bevor es das Produkt überhaupt zu kaufen gab.

Wem aber verdankt Flauder diese Bekanntheit? Seinem Herkunftskanton und dessen Bewohnern, glaubt Urs Fueglistaller, Professor für KMU an der Uni St. Gallen und selbst Appenzeller. «Im Appenzellerland gibt es einen ausgeprägten Gemeinschaftssinn, eine starke Identifikation mit allem, was aus der Region kommt und mit ihr zu tun hat», erklärt Fueglistaller. Die Appenzeller, das sei ein ganz eigener Schlag Menschen, mit einer zünftigen Portion Eigen- und Stahrsinn.

**Aus dem Kofferraum exportiert**

Diese Appenzeller Eigentümlichkeit war es wohl, die den Grundstein für den Erfolg legte. Und zwar nicht mit Wünschelruten, Rosenquarzen und anderem Aberglauben, der der Region gerne nachsagt wird, sondern viel handfester: «Die Appenzeller sind einfach wahnsinnig treue Kunden», sagt Gabriela Manser, Chefin der Goba, der Mineralquelle Gontenbad, die Flauder entwickelt hat.

«Anfangs haben wir jedem Kunden gratis eine Flasche Flauder auf den Harass gelegt», so Manser. Einmal auf den Geschmack gebracht, verwandelten sich viele Appenzeller in Flauder-Aktivistinnen. Sie fingen an, Flauder auf privater Basis hasrasenweise zu exportieren. «Die Appenzeller füllten ihre Kofferräume, um sie ennet den Kantonsgrenzen als Gastgeschenk bei Freunden und Verwandten wieder auszuladen», erinnert sich Manser.

Kein Wunder, findet Fueglistaller: «Die Getränke der Goba sind ein selbst gemachtes Stück Heimat. Man ist stolz darauf und portiert dieses Gefühl – das ist wunderbare Mundpropaganda.» Darum wird auch in seinem Institut an der Uni St. Gallen nur noch Goba-Wasser ausgeschrieben.

**Wie Flauder, so Quöllfrisch**

Aber die Appenzeller wissen nicht nur ein ganzes Land mit ihrem neuen Lieblingsgetränk zu unterwandern. Sie verstehen es auch, dem Produkt das gewisse Etwas zu verleihen, eine gewisse Aura. «Das Appenzellerland eignet sich wunderbar als Werbe- und Sympathieträger. Es ist authentisch, ehrlich und innovativ», so KMU-Spezialist Fueglistaller.

Flauder ist nicht das erste Produkt aus der Region, das sich den Appenzeller-Effekt zu Nutze macht. Auch andere lokale Firmen haben es so zu überregionaler Bekanntheit gebracht. So ist etwa die Brauerei Locher heute die einzige Brauerei im Appenzellerland und eine der letzten regionalen Brauereien der Schweiz. Die Cousins Raphael und Karl Locher haben sich in den letzten Jahren vor allem mit Spezialbieren wie Quöllfrisch



und Vollmondbier einen Namen gemacht. Im schrumpfenden Biermarkt legte Locher-Bier stetig zu.

Wie Flauder bei Migros wurde Quöllfrisch bei Coop zuerst in der Ostschweiz, später gesamtschweizerisch verkauft. Neben dem Bier sind es vor allem der Appenzeller Käse und der Appenzeller Alpenbitter, die vom Kantonsimage profitieren. «Die Innerrhoder Unternehmerinnen und Unternehmer überzeugen mit ih-

rer natürlichen Art», sagt Fueglistaller. «Man nimmt ihnen ab, dass sie es aus Freude und nicht nur wegen des Geldes tun.»

Zum Beispiel Gabriela Manser. Die 44-jährige Ex-Kindergärtnerin übernahm 1999 nach langem Zögern die Mineralquelle von ihren Eltern und leitet sie heute in dritter Generation. Sie erneuerte die Marke, überarbeitete das Sortiment und landete mit der Entwicklung von Flauder einen Knüller. In den sechs Jahren vervierfachte sie den Umsatz. 2005 wurde sie Unternehmerin des Jahres und taucht seither immer wieder in den Medien auf.

#### «Geschmäcker verändern sich»

Der Appenzeller-Effekt lässt sich aber nicht beliebig multiplizieren. Er beruht ja gerade auf der Kleinräumigkeit und der Region. Darin lauert die Gefahr, denn in Gontenbad kann nicht genug Flauder für die ganze Schweiz abgefüllt werden. «Für die Migros schweizweit zu produzieren, wäre ein zu grosses Klumpenrisiko gewesen», erklärt Manser. Darum produziert die Migros seit Mai Flauder in Lizenz.

«Das ist gefährlich fürs Image, denn wenn man auch in Genf Flauder kaufen kann, verliert das Produkt seine Exklusivität», warnt Fueglistaller. Auch die Tatsache, dass das Appenzeller Blütenwasser für die Migros mit Ausnahme der Ostschweiz nicht mehr im Appenzell hergestellt wird, sei störend. Wenn Flauder seine Aura verliert, dann ist es nicht mehr als ein Getränk mit Holunderblüten- und Melissen-Geschmack. Eines, wie es auch Adelbodner seit letztem Jahr unter dem Namen Fiesta produziert.

Aber auch Manser ist sich bewusst, dass der Erfolg nicht ewig währt. Nach Flauder hat sie es mit zwei neuen Geschmacksrichtungen versucht. Denn: «Geschmäcker verändern sich. In den Sechzigerjahren war es Himbo, heute ist

es Flauder, morgen wird es etwas anderes sein», weiss die Chefin. «Wir können nur hoffen, dass wir dann mit dem richtigen Produkt bereitstehen.»

#### STICHWORT

### Mineralquelle Gontenbad

Gontenbad ist schon seit 1576 für sein Wasser bekannt – damals noch als Kur- und Badeort. 1930 wird das Wasser zum ersten Mal in Flaschen abgefüllt. Seither ist die Mineralquelle, wohl eine der kleinsten der Schweiz, in Familienhand. Abgefüllt werden Wasser, Citro, Orange, Grapefruit, Himbo und Bergamotte sowie neu auch die Blütenwasser Flauder, Wonder und Himml. Das Unternehmen brennt aber auch Schnaps und führt einen Getränkehandel. Seit seiner Einführung 2002 hat das Holunderblüten-Melissen-Gemisch Flauder für einen Quantensprung im Betrieb gesorgt. Vor sechs Jahren lag der Umsatz noch bei 2,5 Millionen Franken. Inzwischen erreicht er 10 Millionen und wächst im zweistelligen Prozentbereich. Im letzten Jahr wurden in Gontenbad mit zuletzt 24 Mitarbeitenden 12 Millionen Falschen abgefüllt, davon rund 3,5 Millionen Flaschen Flauder. (aba)



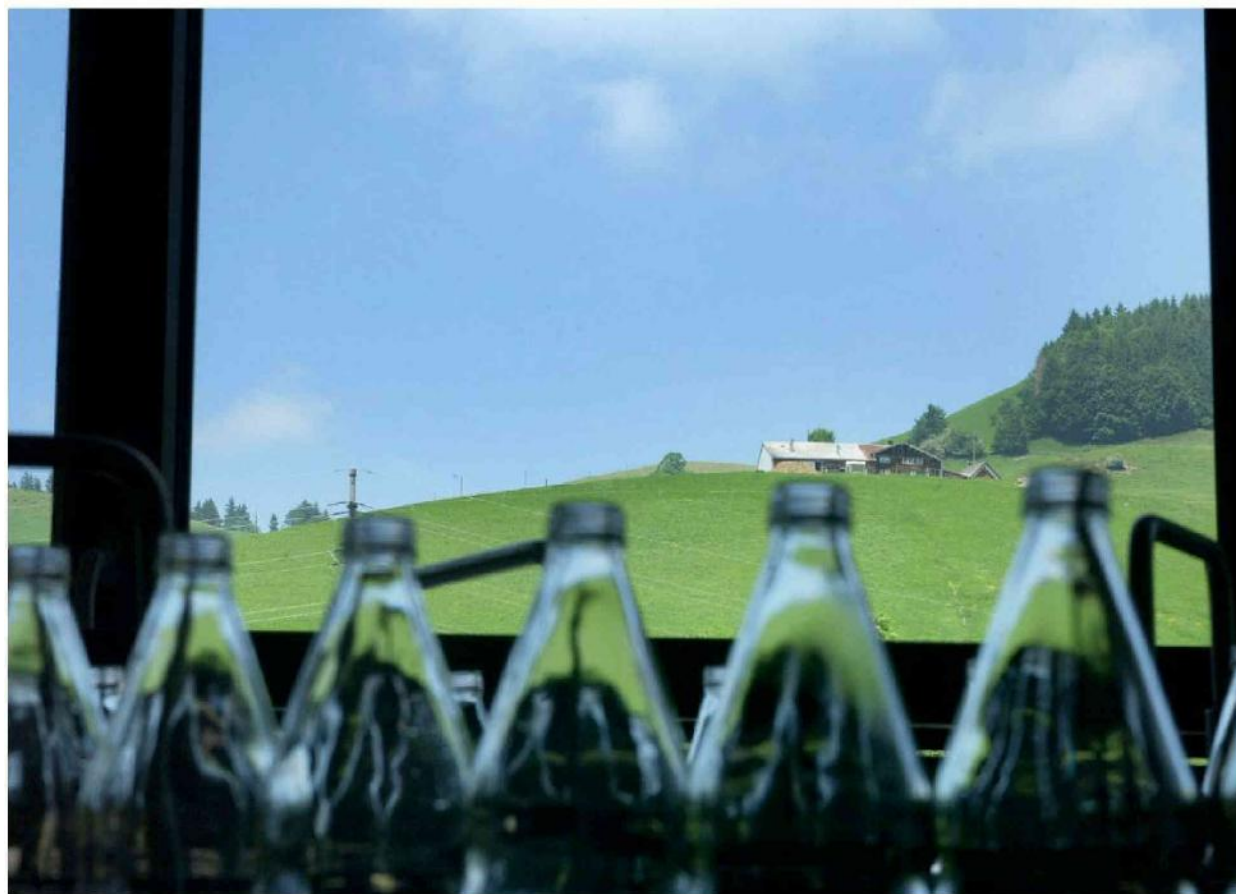


BILD REGINA KÜENE/KEystone

**In Gontenbad** wird heile Welt in Flaschen abgefüllt – Sicht aus der Produktionsanlage der Mineralquelle Goba.