

«Wenn man zu hoch fliegt, fällt man rasch vom Himmel»

Vor zwölf Jahren hat Gabriela Manser die angeschlagene Mineralquelle Gontenbad von ihrem Vater übernommen. Der Wechsel vom Kindergärtnerin in den Chefessel gelang: Dank cleverem Marketing und feinem Gespür für den Zeitgeist steigerte die Appenzellerin den Getränke-Absatz auf das Siebenfache und wurde zur gefeierten Unternehmerin.

Interview: Mathias Morgenthaler

mathias.morgenthaler@espacemedia.ch

Frau Manser, was ist spannend daran, 15 Millionen Flaschen Mineralwasser und Süssgetränke im Jahr herzustellen?

GABRIELA MANSER: Das macht grosse Freude, sonst würde ich sofort aufhören damit. Ich kann mir keine schönere Tätigkeit vorstellen, als mit Menschen kreativ zu sein und neue Projekte auf die Beine zu stellen. Der Entscheid, die acht Kräuter für die neuen Limonaden hier in der Alpstein-Region anzubauen, war zum Beispiel ein Riesenschritt für unseren kleinen Abfüllbetrieb. Wir arbeiten mit Bauern zusammen, die in Demeter-Qualität produzieren, mussten uns also intensiv mit Anbauverträgen, Bodenbeschaffenheit und dergleichen auseinandersetzen.

Als Sie vor zwölf Jahren als gelernte Kindergärtnerin den elterlichen Traditionsbetrieb übernahmen und umkrepelten, ernteten Sie viel Applaus. Sie waren in Zeitungen, in Illustrierten, am Fernsehen und auf Tagungen enorm präsent. Lässt man Sie heute wieder in Ruhe arbeiten?

Ich erhalte eher mehr Einladungen als in der Anfangsphase – nur hat sich das von der Publikums- auf die Fachebene verschoben. Am Anfang war alles neu und spannend, wir legten eine spektakuläre Pionierphase hin, hauchten einem in die Jahre gekommenen Traditionsbetrieb mit Absatzproblemen neues Leben ein. Heute sind wir in der Professionalisierungsphase. Es geht nicht mehr darum, einfach Wachstum zu bewältigen, sondern wir versuchen, alles noch ein wenig besser zu machen. Dazu gehört auch, dass ich mich selber zurücknehme. Ich brauche Mitarbeiter, die eine solide Ausbildung mitbringen und dadurch die Dinge besser machen, als ich das könnte. Das gibt mir die Möglichkeit, in jenen Dingen besser zu werden, die nur ich tun kann.

Hatten Sie nie genug davon, überall die Vorzeigunternehmerin zu sein?

Natürlich war das manchmal anstrengend. Dass die Firma stark über meine Person wahrgenommen wurde, war aber ein grosser Vorteil – diesen Bekanntheitsgrad hätten wir sonst nie erreichen können. Für mich war es eine permanente Weiterbildung. Wer immer wieder an Tagungen auftritt und sich in Interviews äussert, lernt viel von Kollegen und stellt sich stets neuen Fragen. Ich habe bei all dem Medienrummel nie vergessen, was ich kann und was ich nicht kann. Es ist wichtig, dass man nicht zu hoch fliegt, sonst fällt man rasch vom Himmel.



Gabriela Manser: «Das Glück verlässt uns, damit es uns wieder treffen kann.»

In einem Interview sagten Sie einmal, Sie zählten die Stunden im Büro nicht, aber Sie versuchten, nicht vor 5:30 Uhr aufzustehen. Das klingt, als wäre die Work-Life-Balance in Schieflage geraten.

Work-Life-Balance ist für mich kein brauchbarer Begriff, das Leben funktioniert anders. Natürlich gelingt mir das Abschalten nicht immer. Es gibt so viele Ideen, die ich sofort umsetzen möchte. Ich musste lernen, mir selber einen Rahmen abzustecken, auch einmal erst um acht oder neun Uhr ins Büro zu kommen ohne schlechtes Gewissen. Hilfreich war zudem die Ausbildung zur Atempädagogin. Nach bewusstem Ausatmen erfahren wir, dass irgendwann der nächste Atemzug einsetzt ohne jede Anstrengung. Das ist eine gute Übung in Gelassenheit und Vertrauen. Heute reagiere ich in schwierigen Situationen ruhiger. Ich habe gelernt, dass Glück kein Zustand ist, den man erzwingen kann. Das Glück verlässt uns, damit es uns wieder treffen kann!

Sie verkaufen 15 Millionen Flaschen Mineralwasser und Süssgetränke pro Jahr, erwirtschaften einen zweistelligen Millionenumsatz und arbeiten profitabel. Was machen Sie anders als andere Manager?

Machen wir wirklich viel anders? Wir versuchen, unseren ganz eigenen Weg zu finden. Das kann ich nicht alleine, dazu brauche ich gute Leute um mich. Eine meiner Stärken ist sicher, dass ich ein Gespür für den Zeitgeist habe. Ich unternehme gerne Spaziergänge oder beschäftige mich mit zeitgenössischer Kunst – das hilft mir bei der Entschleunigung und beim Querdenken. Zudem sind wir unverwechselbar durch unsere Verwurzelung im Appenzell – das hilft uns. Und dann waren wir offensichtlich zur richtigen Zeit am richtigen Ort mit den richtigen Ideen. Mir ist Sorgfalt und Achtsamkeit in meinem Wirken wichtig.

Letzten Oktober haben Sie die neueste Kreation aus der Mineralquelle Gontenbad lanciert – ein Cola-Getränk, das mit Stevia gesüsst ist. Wie entwickelt sich die Nachfrage?

Hier in der Region kommt die Cola gut an, der Getränkehandel hat Freude daran. Im Moment ist die goba Cola ein Geheimtipp – das ist auch nicht schlecht. Ob es ein Erfolg wird, wissen wir erst in ein bis zwei Jahren. Es ist nicht einfach, weil es schon viele Cola-Getränke gibt.

Das wussten Sie schon vor der Lancierung. Was hat Sie dazu bewogen, gegen Konzerne wie Coca-Cola, Pepsi oder Red Bull anzutreten?

Wer wartet schon auf ein neues Getränk? Wir denken, dass wir genauso eine Existenzberechtigung haben. Der erste Gedanke war, ein Getränk mit dem natürlichen Süsstoff Stevia zu produzieren. Wir experimentierten mit einer Cola, und der erste Entwurf wurde so fein, dass wir entschieden, ihn so schnell wie möglich auf den Markt zu bringen. Nach nur fünf Monaten Entwicklungszeit waren wir soweit. Hätten wir viel Zeit zum Nachdenken gehabt, hätten wir vielleicht den Mut verloren.

Wie wollen Sie weiter wachsen in diesem gesättigten Markt?

Wir besetzen eine Nische in einem Verdrängungsmarkt und versuchen, diese Nische zu dehnen. In der gehobenen Schweizer Gastronomie sind wir schon gut etabliert. Im Ausland ist der Durchbruch bis jetzt noch nicht gelungen. Deswegen wollen wir in erster Linie durch Innovation in der Schweiz weiter zulegen. Von der Lancierung der neuen Flauder-Produkte Holunderbeeren und Quitten/Rhabarber profitiert zum Beispiel auch das Original Flauder. Und manchmal ist gute Innovation ganz unspektakulär: Weil die Gastronomie schon lange eine Mineralwasserflasche zwischen 50 und 100 cl wünschte, beauftragten wir einen Designer und einen Goldschmied aus Appenzell mit der Gestaltung einer 80-cl-Flasche. Und wir gründeten einen Fonds zur Unterstützung von Wasserprojekten. Jeder, der eine 80-cl-Flasche aus unserer Quelle kauft, engagiert sich mit 5 Rappen für die Verbesserung der weltweiten Wasserversorgung. Sie sehen, es kann enorm spannend und befriedigend sein, Millionen von Wasserflaschen zu verkaufen.

Kontakt und Information:

www.mineralquelle.ch