

Haigerloch und Umgebung



Bei der Fürstenquelle in Bad Imnau herrscht wieder Zuversicht: Die Absatzzahlen gehen wieder leicht nach oben.

Foto: Kost

Erste positive Zeichen sichtbar

Fürstenquelle: Maßnahmen greifen – leichter Aufwärtstrend bei Absatz- und Umsatzzahlen

Von Thomas Kost

Haigerloch-Bad Imnau. Bei der Fürstenquelle schöpft man wieder Zuversicht, denn die in der Krise ergriffenen Maßnahmen scheinen zu greifen. Absatz- und Umsatzzahlen gehen leicht nach oben, so berichten die Geschäftsführer Wolfgang und Jochen Ketterer.

Am Donnerstag gab es nachmittags eine Informationsveranstaltung mit der Belegschaft und dabei informierte die Betriebsführung über die aktuelle Entwicklung im Betrieb. »2009 wird ohne Fragen ein schwieriges Jahr bleiben, aber es gibt nach wochenlangen schlechten Nachrichten auch wieder positive Tendenzen«, erklärt Jochen Ketterer.

Den leichten Aufwärtstrend kann Ketterer auch mit Zah-

len belegen: »Gemessen am März des Vorjahres haben wir ein Umsatz- und Absatzplus von drei Prozent erzielt«.

Ähnliche Zahlen, wenn nicht sogar etwas bessere erwarten Vater und Sohn auch vom April. Und beide gehen davon aus, dass es auch in nächster Zeit so bleibt, denn die Hochsaison für Mineralbrunnenbetriebe über die Sommermonate kommt ja erst noch.

Erleichtert zeigt sich Jochen Ketterer, dass die Auflösung des betriebseigenen Fuhrparks und die damit verbundene Übertragung der Getränkeauslieferung an eine Spedition vor etwa sechs Wochen keine größeren Probleme erzeugt hat: »Die Bedenken, die teilweise geäußert worden waren, haben sich Gott sei Dank nicht bewahrheitet.«

Auch Veränderungen und Ergänzungen im Produktsortiment scheinen zu greifen. Ket-

terer spricht von Gewinnung vieler Neukunden im vergangenen Vierteljahr und einem 50-prozentigem Zuwachs an Kundschaft.

Inzwischen gibt es Mineralwasser aus der preisgünstigen Filippo-Quelle in der 1,5-Liter-Einweg-PET-Flasche. Seit Mittwoch werden nun auch Filippo-Apfelschorle und ACE-Saft in 1,5-Liter-PET-Flaschen abgefüllt. Im Mai soll zudem ein Apfel-Holunderblüten-Mix in der PET-Flasche auf den Markt kommen. Diese Kombination hat sich in jüngster Vergangenheit offenbar zu einem beliebten Getränk entwickelt, das sich die Konsumenten mangels Angebot bisher selbst aus Mineralwasser und Sirup mixten.

Unter dem Stichwort »Regionale Qualitätsoffensive« will der familiengeführte Mineralbrunnenbetrieb künftig seine Marketingmaßnahmen verstärkt auf die Region kon-

zentrieren, auf kurze und umweltfreundliche Transportwege hinweisen und mit Werbeflyer und Treuepass-Aktionen um Kundenvertrauen werben.

Gleichzeitig hat man aber auch einen neuen Abnehmer aus dem überregionalen Geschäft gewonnen. Mit dem Energy-Drink »Taurus« hat die Fürstenquelle sich die Tür bei Coop Kiel geöffnet. Coop Kiel beliefert 280 Märkte in Norddeutschland und hat dort den Stellenwert wie andere namhafte Handelsketten in Süddeutschland.

Im Zusammenhang mit dem kriselnden Nachbarn, der Apollo-Quelle, bestätigt Wolfgang Ketterer, dass die Mineralbrunnen AG der Fürstenquelle den Kauf der Apollo angeboten habe. Man habe aber auf die Offerte verzichtet. »Wir werden uns so ausrichten, dass wir allein am Markt bestehen können«, so Jochen Ketterer.