

Shorley: Der Liebling der Migros-Kunden

Süssmost war 1928 das erste Produkt aus der Migros-Eigenproduktion. Noch heute ist Apfelsaft im Sortiment wichtig: Die Kunden der Migros Ostschweiz haben Shorley der Mosterei Möhl zum beliebtesten AdR-Produkt gewählt.

Seit Januar 2013 haben insgesamt 30 000 Kundinnen und Kunden am AdR-Lieblingsprodukt-Wettbewerb der Migros Ostschweiz teilgenommen und ihrem Favoriten die Stimme abgegeben. Zum beliebtesten Produkt wurde mit 23 Prozent aller Stimmen Shorley der Mosterei Möhl in Arbon gewählt. Der natürliche Durstlöcher mit 60 Prozent Schweizer Apfelsaft und 40 Prozent Passugger Mineralwasser hat die Freilandeier der Produzenten Rolf Inauen aus Haslen und Stephan Beutter aus Wilen-Gottshaus sowie die Olma-Bratwurst der Gemperli Ernst Sutter AG in St.Gallen auf den zweiten respektive dritten Rang verwiesen.

Süssmost: Erstes Produkt der Migros-Eigenproduktion

Mit Shorley wurde ein Lieblingsprodukt erkoren, das zur Migros passt, denn der Süssmostverkauf hat in der Geschichte der Migros einen ganz speziellen Stellenwert: Süssmost war 1928 das erste Produkt, das die Migros selbst produziert hat. Migros-Gründer Gottlieb Duttweiler kaufte 1928 die vor dem Bankrott stehende Alkoholfreie Weine und Konservenfabrik AG Meilen. Mit der Fabrik übernahm Duttweiler auch das lebensreformerische Engagement der Gründer: Sie wollten mit Süssmost den übermässigen Konsum von billigem Branntwein und Obstler bekämpfen. Nach seinem Motto «Mässige Preise – grosser Umsatz» kurbelte Duttweiler den Absatz von Süssmost an: Er halbierte den Preis, verkaufte die Flaschen nur noch im Dreierpack und wandelte drei Verkaufswagen in Getränkeautos um. Ausgerüstet mit einem Signalhorn, tourten die Wagen durch Zürich und leerten in kurzer Zeit die vollen Lager in Meilen. Das Getränk eroberte so neue Käuferschichten, der Konsum stieg nachweislich an.

Shorley bringt Aufschwung für die ganze Branche

Etwas Ähnliches geschaff – nämlich den Apfelsaftkonsum angekurbelt – hat die Mosterei Möhl 2000 mit der Lancierung von Shorley. Weil die Produktpalette mit gesüssten Wassern, Eistee und anderen Softgetränken immer breiter wurde, erhielt Apfelsaft bis in die 1990er-Jahre immer weniger Beachtung der



Das Lieblingsprodukt der Migros-Ostschweiz-Kundschaft: Shorley der Mosterei Möhl in Arbon.

Konsumenten. Ernst Möhl, der das gleichnamige Familienunternehmen seit 1975 leitet, erkannte, warum: Süssmost litt unter einem Imageproblem, galt als etwas Altmodisches. So brachte er im Jahr 2000 Shorley auf den Markt. Diese Apfelschorle entsprach nicht nur wegen ihres pfiffigen Namens und der modernen Etikette dem Bedürfnis der Kundschaft, sondern auch, weil es sich um ein leichtes, natürliches Getränk handelt. Heute ist Shorley nicht nur das beliebteste Möhl-Produkt, sondern auch das Lieblingsprodukt der Ostschweizer Migros-Kunden.

Text: Natalie Brägger

Die AdR-Liebliche

Rund 30 000 Kunden haben am «Aus der Region. Für die Region.»-Wettbewerb der Migros Ostschweiz teilgenommen und ihr liebstes AdR-Produkt gewählt. Mit 23 Prozent aller Stimmen zum absoluten Liebling erkoren wurde Shorley der Mosterei Möhl in Arbon. Das Getränk setzte sich gegen die Freilandeier von Rolf Inauen aus Haslen und Stephan Beutter aus Wilen-Gottshaus sowie gegen die Olma-Bratwurst der Gemperli Ernst Sutter AG in St.Gallen durch.



«Shorley entspricht einem Bedürfnis der Konsumenten»

Ernst Möhl leitet die Mosterei Mööhl seit 1975 und hat im Jahr 2000 Shorley lanciert. Im Interview gibt er Auskunft über die Gründe der Beliebtheit dieses Getränks.

Ernst Möhl, wissen Sie, was Sie mit Gottlieb Duttweiler gemeinsam haben?

Nein, das habe ich mir jetzt noch nie überlegt.

Dann verrate ich es Ihnen: Gottlieb Duttweiler produzierte ebenfalls Süssmost. 1928 kaufte er die Alkoholfreie Weine und Konservenfabrik AG Meilen, Süssmost war das erste Produkt der Migros-Eigenindustrie.

Davon habe ich schon gehört, dann sind wir also beide Moster.

Die Kundinnen und Kunden haben Shorley zum beliebtesten AdR-Produkt der Migros Ostschweiz gewählt. Was bedeutet Ihnen diese Auszeichnung?

Es ist eine Bestätigung für die gute Qualität unseres Produkts und für ein gutes Marketing. Die Auszeichnung freut mich sehr.

Im Vergleich zu anderen AdR-Produkten wie beispielsweise der Olma-Bratwurst ist das im Jahr 2000 lancierte Getränk Shorley relativ jung. Wie können Sie sich den schnellen und grossen Erfolg erklären?

Shorley entspricht einem Bedürfnis der Konsumenten. Es ist ein leichtes, völlig natürliches Getränk ohne Zusatzstoffe. Zudem ist die Mosterei Möhl regional stark verankert, und wir geniessen ein grosses Vertrauen.

Nach 13 Jahren Erfolg kann man nicht mehr sagen, dass Shorley ein Trend ist. Hat sich das Produkt etabliert?

Genau, Shorley hat dem ganzen Produktbereich Apfelschorle einen Aufschwung gebracht. Dieses Produkt wird langfristig Bestand haben. Starke Marken, die vorangehen, sind wichtig.

Die Mosterei Möhl ist bekannt für innovative Produkte. Dürfen wir uns bald auf den nächsten Hit aus Arbon freuen?

Es ist nicht einfach, ein Produkt zu entwerfen, das sich auf dem Markt tatsächlich durchsetzen kann. Mit Shorley im Jahr 2000 und dem alkoholfreien Saft 2005 haben wir das geschafft. Als Familienunternehmen befassen wir uns 365 Tage im Jahr mit dem Mosten, dabei machen wir uns natürlich auch ständig Gedanken über neue Produkte.