

Möhl entstaubt Produktnamen

ARBON. Nach erfolgreichen Neulancierungen im Getränkemarkt (Shorley, Swizly) arbeitet die Mosterei Möhl am Produktdesign: So wird aus der verstaubten Marke «Arbona» «fifty fifty». Die Getränkehändler freut's.

MAX EICHENBERGER

Die Kranzschwinger Manuel Struppler und Andy Büsser krallen die gegnerischen Jutehosen. Im Sägemehlring, der ad hoc zwischen Getränkemarkt und dem neuen Abfüllerei-Gebäude eingerichtet worden ist, liefern sich die beiden «Bösen» einen Schaukampf. 300 Getränkehändler werden an den beiden letzten Tagen Zeugen des unentschiedenen Ausgangs.

Exklusiv am Schwingfest

In zweierlei Hinsicht soll das ein Symbol sein, sagt Ernst Möhl, neben seinem Bruder Markus Mitinhaber des Stachener Familienunternehmens, das jährlich 30 Millionen Franken Umsatz macht und Händler bis Basel und Bünden beliefert. So wird Möhl beim Eidgenössischen Schwingfest im August 2010 alleiniger Saftlieferant und dazu Kranz-Sponsor sein. Verträge sind unter Dach.

«fifty fifty» statt «Arbona»

Dass jeder der Schwinger den Gang zu 50 Prozent gewonnen hat, ist kein Zufall und hat mit der Neulancierung eines Produkts zu tun, das in Stachen schon seit sechzig Jahren hergestellt wird: aus «Arbona», dem frischen Mix aus Süssmost und Orangenlimonade, wurde nämlich über Nacht «fifty fifty». «Der bisherige Name hat früher lokal Sinn gemacht. In Winterthur und Sargans sagt er hingegen nicht viel», begründet Möhl den neuzeitlicheren, piffigeren Produktebrand.

Frischer Auftritt am Markt

Mit dem «Shorley» und «Swizly» hat sich Möhl zuvor schon erfolgreich mit frischen Marktauftritten für seine Neukreationen an eine gesundheitsbewusste, sportliche Klientel gewandt.

Seit 1975, damals hatte ein Konkurrent eine Produktebereinigung vorgenommen, ist der Name nicht mehr geschützt. Entstanden sei er allerdings davon unabhängig an einem Workshop der Bieler Jugendmarketing-Agentur «Brainstore» mit 30 Jugendlichen.

Produktdesign pflegen

Von Corinne Kappeler und ihrem Atelier «PackThis» stammt die grafische Gestaltung mitsamt Etikette.

Die Partnerfirma der «Agentur Vitamin 2» von Jan Hasler, Sohn von Seelitho-Mitbegründer Köbi Hasler, ist wie Möhl in Stachen ansässig: im Seelitho-Gebäude – der Kreis ist fast so eng wie die Schwinger-Kampfstätte.

Typisch ostschweizerisch

Der Name «Arbona», 1957 entstanden nach einem Markenstreit, ist Geschichte.

«fifty fifty»: das sind weiter 50 Prozent Apfelsaft und 10 Prozent Orangenlimonade – «ein typisches Ostschweizer Produkt», so Ernst Möhl, wie es bei anderen Herstellern unter «Hornetta», «Gastora» oder «Orano» firmiert. Neu bietet Möhl das Fruchtgetränk – neben dem Glas – in der Eineinhalb- und Halbliter-PET-Flasche an. «Wir erhoffen uns jetzt auch ausserhalb des Oberthurgaus einen Umsatzschub», so Ernst Möhl.

Mitten in der Kampagne

Sein Betrieb steht derzeit mitten in der Mostobst-Verwertungskampagne: «Rund einen Drittel der erwarteten durchschnittlichen Menge haben wir bereits vermostet.» Rund 150 Obstbauern liefern in Stachen direkt an. Damit deckt Möhl ungefähr zwei Drittel des Bedarfs. Den Rest bezieht er vom Handel. Als eine der Massnahmen zur Rohstoffsicherung hat Möhl nach den grossen Feuerbrand-bedingten Ausfällen von 2007 Anbauverträge mit 15 Landwirten abgeschlossen.

Sorten aus Ostdeutschland

Auf 27 Hektaren sind Feuerbrand-tolerante Sorten aus Ostdeutschland angebaut worden. «Diese Sorten – Remo, Reandra, Revena – brauchen wenig Behandlung, was vor dreissig Jahren in der ehemaligen DDR wichtig war, und sind qualitativ ganz hervorragend.»



Schwingfest-Sponsor Möhl verpasst einem alten Klassiker einen neuen Namen: Markus und Ernst Möhl mit ihrem «fifty fifty».

Bild: Max Eichenberger