

Kulinarisches Erbe verpflichtet

Die Firma Gazosa Monti hat sich der Nachhaltigkeit verpflichtet und produziert klimaschonend. Dies soll beim internationalen Vertrieb mit selbstständigen Lizenznehmern nicht anders sein, birgt aber Herausforderungen. Swiss Distribution hat bei Gazosa Monti nachgefragt.

*Das Interview wurde von Melanie Käser, Geschäftsführerin von Swiss Distribution, geführt. Als Rechtsanwältin befasst sie sich tagtäglich mit rechtlichen Fragen rund um integrierte Vertriebssysteme.

Von **Melanie Käser***

MELANIE KÄSER Wer steckt hinter Gazosa Monti?

ROBERTO C. FEUSI Firma und Marke sind im Besitz der Tessiner Gründerfamilie Monti-Feusi, von Team-Mitgliedern und einigen «Gazosaistas», die nach 75 Jahren Produktionspause an eine neue Ära glaubten. 30 Jahre haben wir als Grosshändler verschiedene Gazosas über die Alpen zu uns geholt und weiter in die Schweiz verteilt. Je beliebiger und künstlicher aber die Limonaden wurden, desto mehr investierten wir in die Wiederbelebung unserer Gazosa. Daraus entstand die Gazosa Monti AG in Alpnach und der Rampenladen in Zürich.

Was macht das authentische Original Gazosa Monti einzigartig? Das ursprüngliche Getränk – damals schon mit lokaler Rohstoffverwendung – wird neu bei uns regional abgefüllt und in einem eingegrenzten Radius möglichst klimaschonend vertrieben. Unsere Bio-zertifizierte Gazosa ist somit lokal und übrigens ebenfalls vegan, halal und kosher. Bei



Die spritzige, farbenfrohe Limonade Gazosa Monti riecht nach Sommerferien im Tessin.

uns ist sie nur in Mehrwegbügelflaschen aus Glas erhältlich. Haltbar gemacht wird sie durch Pasteurisierung. Belastender Alpen transit, künstliche Farbstoffe und Konservierungsmittel sind bei uns nicht zu finden.

Was denken Sie über Nachahmer, die Ihr Produkt kopieren?

Kopien sind für uns Treiber, unsere eigene Qualität immer wieder zu reflektieren. Aber es lag an uns, dass wir erst nach rund 75 Jahren die alten Werte hervorgeholt haben. Heute sind wir die einzige Bio-zertifizierte Gazosa mit lokaler Produktion und somit quasi neuer/alter Gazosa-Pionier. Die regionale Herstellung öffnet neue Marktsegmente. Die südlichen Limonaden können dieses Manko nur über tiefere

Bilder: zVg



Roberto C. Feusi bei der Arbeit.

Roberto C. Feusi

ist in Zürich aufgewachsen. Das kulinarische Erbe seines Urgrossvaters Bartolomeo Monti prägte Roberto, der in Magliaso TI aufwuchs. Seit den 90er-Jahren ist Feusi als Unternehmer im Food & Beverage-Bereich aktiv.

weltschonenden Verpackungen stattfinden. Die Lizenzen werden an lokal verankerte Partner vergeben.

Mit welchen Herausforderungen sehen Sie sich im internationalen Vertrieb konfrontiert? Was ist anders im Vergleich zur Schweiz?

Gazosa Monti wird in der Schweiz nur in Mehrwegbügelflaschen aus Glas angeboten. Lizenznehmer sind bei der Wahl etwas freier, wenngleich wir kein PET oder andere umweltschädlichen Einheiten sehen wollen. Dies kann je nach Region zu kulturellen Herausforderungen führen. Als kleines KMU wird die Durchsetzung unserer Vorgaben sicher anspruchsvoll sein.

Was müssen Ihre Vertriebsnehmer für Eigenschaften mitbringen?

Die Abfüller/Lizenzhalter müssen einerseits Infrastrukturen wie Pasteurierung und Biozertifizierung halten/garantieren sowie auch von Beginn an investitionsfähig sein, da der Aufbau oder die Umsetzung einer klima- und ressourcenschonenden Kreislaufwirtschaft eine Anfangsinvestition in Gebindeeinheiten (Mehrweg oder zu 100% recycelbar) kapitalintensiv ist. Ob die Einheiten in einem Markt mit Pfandsystem oder ohne angeboten werden, ist dabei ein Treiber der Gazosa-Monti-DNA. Der Kapitalbedarf ist durch die Grösse des Vertriebsgebiets bestimmt, aber mindestens im sechsstelligen Bereich. Interessanterweise ist die Lizenzabgabe an uns (da erfolgsabhängig pro Einheit/Flasche) die kleinste Hürde bei der Finanzierung und Umsetzung.

Welchen Stellenwert hat Nachhaltigkeit für Gazosa Monti?

Nachhaltigkeit ist das Thema unserer Zeit. Ohne dieses Engagement würde unsere Gazosa beliebig. Nachhaltigkeit gehörte schon immer zur DNA von Gazosa Monti. Gazosa Monti ist als kulinarisches Erbe eine Lebensart.

«**Nachhaltigkeit ist das Thema unserer Zeit. Ohne dieses Engagement würde unsere Gazosa beliebig.**»

Preise kompensieren. Da es keinen eigentlichen «Gazosa-Berg» gibt, ist die regionale Produktion überall umsetzbar und dadurch dieses kulinarische Erbe zukunftsgerecht ausgerichtet.

Wie werden Ihre Produkte vertrieben? Gazosa Monti wird aktuell in der Deutschschweiz angeboten. Vertriebspunkte sind Getränkehändler/-märkte, Bioläden und Direktabholer. Für die Ostschweiz, das Tessin und die Romandie werden Partner gesucht. Abfüllungen sind im Aufbau. Noch in diesem Jahr bieten wir die Lizenzabfüllung in der EU und weltweit an. Die Herstellung soll beim Lizenznehmer mit lokalen Biorohstoffen und den Original-Biofarb- und -aromastoffen aus Gemüse und Obst in möglichst um-