

# Hinter den Kulissen von Saftläden

Perger und Eckes-Granini: Zwei Getränkeproduzenten über Tradition und Kundennähe

**Berg** – Christian Kalinke drängt es nach eigenen Worten „zur Ursuppe zurück“: Bei der 67. Auflage der „Berg-Spektiven“ war er mit seinen Gesprächspartnern Johannes von Perger und Thomas Hinderer in den frisch umgebauten Gasthof Die Post zurückgekehrt, wo die Veranstaltungsreihe als MTV-Stammtisch vor zehn Jahren ihren Anfang nahm. „Rückkehr des Hofladens“ lautete die Vorgabe für den Breitbrunner Produzenten der „Perger Säfte“, zu „Tradition im Wandel“ wurde anschließend der Vorstandsvorsitzende der Eckes-Granini-Gruppe befragt.

Gastgeber Kalinke gelang es „hinter die Kulissen eines kleinen und großen Saftladens“ zu schauen: Johannes von Perger (49) durfte als „Local He-

ro“ (Kalinke) über „breite Geschmackserlebnisse“ philosophieren und all jenen Mut machen, die in der Schule nicht unbedingt die fleißigsten sind: „Ich war der Skandal in der Familie, Hauptschulabschluss mit nicht mal guten Noten“, beichtete der mit rund 1,4 Millionen Euro Jahresumsatz inzwischen höchst erfolgreiche Familienunternehmer. Perger hatte 1986 vom Vater einen Kleinbetrieb übernommen, der schon seit 1956 Direktvermarkter war. Der Wareneinsatz mache etwas mehr als die Hälfte des Verkaufspreises aus – Zukäufe aus dem Freiburger Raum seien für die ausgefeilten Saftmischungen längst unerlässlich: „Perger steht für Lebensfreude und Geschmacksqualität, nicht nur für Gesundheit“, sagt der heutige Chef,

der von sich sagt, er laufe „auf hohen Drehzahlen, habe ein relativ konservatives Familienbild“ und sei „ein kreativ Verrückter“. Zwar mache er nicht jeden Trend mit, aber mit dem Modegetränk „Hugo“ habe die Holunderblüten-Verarbeitung deutlich zugenommen und „uns schöne Umsätze beschert“.

Der aus Schwäbisch-Gmünd stammende Thomas Hinderer (54) erzielt mit dem aus Familienstrukturen erwachsenen Eckes-Granini bei 1600 Mitarbeitern in zwölf Ländern insgesamt 900 Millionen Euro Jahresumsatz, in Deutschland hält die Gruppe einen Marktanteil von zehn Prozent. Hinderer hat vor zehn Tagen erst den italienischen Saft-Produzenten „Pago“ ins Firmen-Portfolio ge-

holt, um den dortigen Markt zu erschließen – und schwärmt dennoch von einer überschaubaren, human geprägten Unternehmenskultur: „Ich liebe es, kaufmännischer Angestellter zu sein und mit Menschen umzugehen.“ Der Selfmademan, Fußballfan und ehemalige Bandmusiker sieht sich selbst als leidenschaftlichen „Markenartikler“ und zählt es zu seinen Prinzipien, „dem Kunden aufs Maul bzw. in den Einkaufswagen zu schauen“ – dies sei die beste Marktforschung. Auch ein großer „Saftladen“ sollte es sich also leisten können, an der Spitze einen Mann zu haben, der noch die alte Schule zitiert: „Wenn du Kaviar essen willst, musst du Hering verkaufen.“ Auch so kann „Tradition im Wandel“ aussehen. ty