

Hochwald Sprudel setzt auf Stammkunden

Schwollener Unternehmen fördert Leselust mit Schülerkampagne „Wasserkästen für Bücherkisten“

SCHWOLLEN. Vor einem Jahr hat es bei der Hochwald Sprudel Schupp GmbH in Schwollen (Kreis Birkenfeld) Veränderungen in der Geschäftsführung gegeben: Zu Seniorchef Günter Schupp und dessen Sohn Marco ist mit Sven-Olaf Jensen ein dritter Geschäftsführer hinzugekommen. Jetzt schlägt sich dies auch in neuen Akzenten nieder.

Mit Jensens Eintritt war eine Neuverteilung der Arbeitsbereiche verbunden: Während sich Günter Schupp nun in erster Linie um die strategische Ausrichtung des stetig wachsenden Unternehmens kümmert, ist Marco Schupp schwerpunktmäßig für Verwaltung und Technik zuständig. Um Marketing und Vertrieb kümmert sich der neue Geschäftsführer. Jensen verfügt bereits über viel Erfahrung in der Mineralbrunnenbranche, so war er lange Jahre Marketingdirektor bei Brau- und Brunnen-Mineral-

quellen in Berlin und zuletzt Geschäftsführer eines Mineralwasserunternehmens in Bremen. Der 40-Jährige wohnt in Idar-Oberstein, fährt in seiner Freizeit gern Mountainbike und hat sich in der Region bereits gut eingelebt.

Dass sich nun ein Geschäftsführer auf Marketing und Ver-



Sven-Olaf Jensen (links) und Marco Schupp werben fürs Lesen in den Klassen 3 bis 6.

trieb konzentrieren kann, hat zu einer ungewöhnlichen Kampagne geführt: Bei der Aktion „Wasserkästen für Bücherkisten“ wird gemeinsam mit der Friedrich-Bödecker-Stiftung die Leselust von Schülern der Klassen 3 bis 6 in Rheinland-Pfalz und im Saarland gefördert. Ein Cent pro verkaufter Flasche geht an die Leseaktion. Bildungsministerin Doris Ahnen hat die Schirmherrschaft übernommen. Jensen, der die Idee zur Lesekampagne hatte, bezeichnet Hochwald Sprudel als Branchenvorreiter bei der Technologie- „nun wollen wir dies auch beim Marketing werden.“

Gleichzeitig rückt das Unternehmen mit der Kampagne seine Premiummarke Hochwald Sprudel wieder mehr in den Fokus – diese hat auf dem stark umkämpften Mineralwassermarkt gegenständig wachsende Billiganbieter und Discounter an Bo-

den verloren. Dabei geht es der Schupp GmbH in erster Linie um die angestammte Kundschaft in der Kernregion Rheinland-Pfalz/Saarland, erläutert Marco Schupp: „Es lohnt sich, sich um die bestehenden Kunden zu kümmern. Für sie wollen wir etwas tun“ – die Bildung ihrer Kinder und Enkel fördern.

Hochwald Sprudel beschäftigt rund 250 Mitarbeiter und füllt jährlich etwa 400 Millionen Flaschen ab. Bundesweit ist das Unternehmen derzeit mit einer neuen „Wellness“-Abfüllung am Start: Die „HSQ“-Wässer in verschiedenen Geschmacksrichtungen werden über eine große Drogeriekette vertrieben. Dabei spielt der Brunnen eine seiner Trumpfkarten aus: die aseptische Abfüllanlage. Damit ist es möglich, naturnahe Produkte ohne Konservierungsstoffe herzustellen. Jensen: „ein zunehmend gefragter Markt“. (sc)