

# «Pepita ist die deutlich stärkere Marke als Tuca»

Marketingexperte Stefan Vogler ordnet den Streit um die Baselbieter Grapefruit-Limo ein.

Interview: Dimitri Hofer

Pepita hat Konkurrenz erhalten: Die Migros nahm kürzlich das Produkt Tuca ins Sortiment auf, das dem Getränk aus dem Oberbaselbiet stark ähnelt. Das Baselbieter Familienunternehmen Eptinger, das hinter der traditionsreichen Marke steht, betrachtet dies als Angriff (die bz berichtete). Der Zürcher Marketingexperte und Kommunikationsberater Stefan Vogler schätzt die Situation ein.

**Sie stammen aus dem Kanton Zürich. Ist Ihnen Pepita ein Begriff?**

**Stefan Vogler:** Selbstverständlich. Ich bin mit Pepita aufgewachsen. Als Babyboomer kenne ich das Getränk und mochte es in meiner Kindheit sehr. Damals war das Getränk gesamtschweizerisch erhältlich. Für mich handelte es sich bei Pepita immer um ein nationales Produkt. Mit Eptinger habe ich es nicht in Verbindung gebracht.

**Wie beurteilen Sie die heutige Stellung von Pepita?**  
Noch immer hat Pepita für mich das Potenzial, eine wichtige nationale Marke zu sein. Etwas Vergleichbares ist mir nicht bekannt. Es ist das einzige Getränk mit Grapefruit-Geschmack, das man in der Schweiz kennt. Es ist jedoch auch klar, dass die Marketingmittel von Eptinger beschränkter sind als jene der Migros.

**Seit einigen Wochen befindet sich in den Migros-Regalen**

**«Auch hier gilt: Die Nachahmung ist oft schlechter als das Original.»**



**Stefan Vogler**  
Marketingexperte und Dozent

**in der Region Basel nicht nur Pepita, sondern auch das neue Migros-Getränk Tuca. Was fällt Ihnen auf, wenn Sie die beiden Produkte miteinander vergleichen?**

Die Flaschenform ist ähnlich, wobei die schlankere Form von Pepita eleganter ist. Der Flaschendeckel ist bei Pepita grün, bei Tuca ist er rosa. Auf Pepita ist ein Papagei abgebildet, bei Tuca ein Tukan. Ich denke, ein Papagei ist für die Menschen ein sympathischeres Tier als ein Tukan. Pepita ist die deutlich stärkere Marke als Tuca. Der Name Pepita klingt viel schöner als Tuca. Auch hier gilt: Die Nachahmung ist oft schlechter als das Original.

**Bei der Migros heisst es, man habe mit Tuca nicht die Absicht, Pepita zu kopieren.**

Eine Kopie ist es nicht. Tuca ist jedoch eine klare und sehr nahe Anlehnung an Pepita. Ich bin überzeugt: Wenn es Pepita nicht gäbe, gäbe es auch Tuca nicht. Die Migros hat aber die Möglichkeit, Tuca gesamtschweizerisch zu bewerben und zu verkaufen. Vielerorts im Land steht deshalb nur Tuca in den Regalen, Pepita nicht. Die Anlehnung von Tuca an Pepita ist nahe, aber rechtlich erlaubt. Man kann markenrechtlich nichts unternehmen.

**Weshalb nicht?**

Die Marken sind weit voneinander entfernt. Die beiden Namen, die sogenannten Wortmarken, haben nichts miteinander zu tun. Wenn Tuca etwa Pepisa heissen würde, wäre es anders. Die beiden Logos auf den Flaschen, rechtlich spricht man von der Wort-Bild-Marke, sind zwar ähnlich, aber nicht gleich. Die Migros will erneut eine Eigenmarke positionieren, die einem Markenartikel ähnelt. Die Migros macht das, seit es sie gibt. Auch dadurch wurde das Unternehmen gross.

**Wieso macht die Migros das?**

Als die Migros gegründet wurde, verkaufte das Unternehmen bewusst keine Markenartikel. Es bot den Konsumentinnen und Konsumenten günstigere Eigenmarken an. Die Strategie war, eigene Produkte herzustellen. Oft lehnten sich diese schon damals an bekannte Marken an.

Mivella war die Migros-Konkurrenz zu Rivella. Und Migros hat einige Marken, die es geschafft haben, zum Markenartikel zu werden wie zum Beispiel Chocolate Frey.

**Mittlerweile verkauft die Migros aber auch viele Markenprodukte.**

Mit der Zeit merkte das Unternehmen, dass die Kundschaft populäre Produkte wie Coca-Cola oder Zweifel Chips auch in der Migros kaufen möchte. Deshalb wurden sie ebenfalls ins Sortiment aufgenommen. Dieses Vorgehen der Migros ist legitim und gehört zum Geschäft. Die Konsumentinnen können sich für die in der Regel günstigere Eigenmarke oder den Markenartikel im selben Laden entscheiden. Die Migros hofft sicher auch darauf, dass die Pepita-Konsumenten auch Tuca probieren und möglicherweise umsteigen.

**Bei Eptinger ist man nicht erfreut über die neue Konkurrenz. Haben Sie einen Ratschlag für das Baselbieter Unternehmen?**

Das Marketingbudget für Pepita erhöhen und versuchen, das Getränk wieder stärker national zu positionieren. Ich empfehle, die Marke durch mehr Werbung zu stärken. Dass die Migros beide Produkte verkauft, sollte Eptinger erdulden. Ich bin der Ansicht, dass sich Pepita gegen Tuca in denjenigen Filialen, in denen beide Getränke angeboten werden, letztlich durchsetzen wird.



Das Migros-Produkt Tuca konkurrenziert Pepita. Bild: Kenneth Nars

## Immobilienvermittler will Schulhäuser kaufen

Die Gemeinde Duggingen bekommt ein krudes Kaufangebot. Dahinter steht die Zuger Amax Immobilien.

Christian Mensch

Die Zinswende sollte zu denken geben, meint Thilo Hergott, Patron der Zuger Amax Immobilien. Denn sie werde den Immobilienmarkt drastisch verändern. Dies schreibt Hergott an die Gemeinde Duggingen mit dem Angebot, drei ihrer Liegenschaften an der Aescherstrasse zu kaufen. Was die Gemeinde überrascht: Es handelt sich bei den Gebäuden um zwei Schulhäuser sowie um das dörfliche Feuerwehrmagazin.

Die Amax versucht mit immer neuen, aktualitätsgebundenen Argumenten, zu Hausverkäufen zu animieren. Dass sie auch Gemeinden anspricht, scheint dabei neu. Vor zwei Jahren warnte sie Zürcher Hausbesitzer vor einer drohenden Massenarbeitslosigkeit im Zusammenhang mit der Pandemie. In Basel-Stadt war es im Frühjahr das Schreckgespenst des neuen Wohnschutzes, wie diese Zeitung berichtet hat. Das Vorgehen bleibt dabei gleich. Vor

dem Wertverfall sollen die Eigentümer ihr Haus doch verkaufen, so der Rat. Amax sei beauftragt, im Namen der Schwesterfirma Apollon Immobilien ein Angebot zu unterbreiten. Aus Immobilienkreisen ist zu vernehmen, dass das Geschäftsmodell durchaus funktioniere – wenn auch letztlich nicht die Apollon als Käuferin aufträte.

Derzeit werden Hauseigentümer in Baselland angeschrieben. Die Gemeinde Duggingen ist davon ausgegangen, vernehmlich in einen solchen Massenversand gekommen zu sein. Doch dem ist nicht so. Hergott meint auf Anfrage, eine «Sale & Lease-Back Transaktion» biete dem Eigentümer neuen finanziellen Spielraum. Mit dem Ver-

kaufserlös könne die Gemeinde Projekte fördern, die der Allgemeinheit dienlich seien.

Für Gemeindeverwalter Christian Friedli ist allerdings klar: «Das ist eine vollständig krude Idee.» Abgesehen davon, dass es keinen Grund für eine Veräusserung gebe, würden auch erhebliche rechtliche Hindernisse im Weg stehen.

Zum einen sind die Gebäude im Verwaltungsvermögen der Gemeinde und müssten zuerst ins Finanzvermögen transferiert werden, um überhaupt verkauft werden zu können. Zum anderen stehen die Schulhäuser und das Magazin in der Zone für öffentliche Werke und Anlagen (OeWA). Für private Nutzungen sind diese nur sehr eingeschränkt zugänglich. Als Liestal in seiner Zonenordnung eine erweiterte Fremdnutzung zulassen wollte, wurde das Städtchen zuerst von der Regierung und anschliessend auch vom Kantonsgericht zurückgepfiffen.

Hergott lässt sich von Einwänden allerdings nicht schrecken: «Warum sollen die Immobilien von Schulhäusern oder Feuerwehren nicht privaten Investoren gehören dürfen?» An dem Zweck der Liegenschaft ändere sich doch nichts. Er schreibt: «Oder meinen Sie ernsthaft, ich sitze demnächst mit einem Feuerwehrhelm in einer Schulklasse und referiere über Brandschutz?»

## Maskengegnerin taucht nicht auf

**Gericht** Eine Maskenverweigerin hätte sich gestern Dienstag vor dem Baselbieter Strafgericht in Muttens verantworten müssen. Denn: Sie akzeptierte eine Busse von 300 Franken nicht, die sie im April 2021 erhalten hatte, als sie während der Maskenpflicht ohne eine solche in der S-Bahn unterwegs gewesen war, und legte Einsprache ein.

Um 8.15 Uhr, als die Verhandlung um die Maskenbusse beginnen sollte, fehlte von der Frau aber jede Spur. Nach 15 Minuten Wartezeit sagte der Richter die Verhandlung ab – man gehe nach dieser Frist davon aus, dass die Baselbieterin die Einsprache zurückziehe und den Strafbefehl akzeptiere, so schreibe es das Gesetz vor. Damit müsse sie die Busse nun bezahlen.

Die Frau sprach sich während der Pandemie öffentlich gegen die Maskenpflicht aus – besonders bei Kindern. Auch an regionalen Demonstrationen gegen Covid-19-Massnahmen nahm sie teil. Auf Anfrage der bz wollte sie gestern keine Auskunft zum Fall geben. (ksp)



Feuerwehrmagazin (vorne) und Schulhaus (hinten).

Bild: Nicole Nars-Zimmerer