



---

**MARKETING-CLUB BERGISCH LAND E.V.**  
MITGLIED DES DEUTSCHEN MARKETING-VERBANDES  
BERUFSVERBAND DES MARKETING-MANAGEMENTS

**Presse-Information**

Wuppertal, 25.04.2012

**Marketing-Club Bergisch Land: Clubabend in Haan**

**„Es schmeckt einfach besser!“**

**Erfreulich viele Mitglieder und Gäste waren zum abendlichen Treffen des Marketing-Clubs Bergisch Land nach Haan gekommen – ging es doch „nur“ um Wasser. Beim Gastgeber Haaner Felsenquelle erfuhren die Besucher nicht nur eine herzliche Gastfreundschaft, sondern viel Interessantes über Produktion, Produktpalette und Marketingstrategien des Familienunternehmens.**

Gleich zu Beginn nahm sich die Inhaberfamilie Römer Zeit für eine Betriebsführung. Und ihre Gäste staunten über die Sortier- und Reinigungsanlagen, über 22.000 abgefüllte Flaschen in der Stunde und wie aus einer kleinen Plastikampulle eine hochwertige PET-Flasche wird. Überwiegend jedoch und im Gegensatz zu den meisten anderen Mineralwasser-Abfüllern nutzen die Römers Flaschen aus Glas – „Es schmeckt einfach besser“, so Gabriele Römer.

Anschließend stellte Clubmitglied Oliver Frieling, selbst Geschäftsführer eines Getränkegroßhandels und Geschäftspartner der Römers, das Unternehmen vor, das seit 1952 im Besitz der Familie ist. Seit 1909 wird Mineralwasser in Haan abgefüllt, heute verlassen 40 Millionen Flaschen pro Jahr aus sieben Quellen den einzigen Mineralbrunnen des Bergischen Landes, der mit etwa 55 Mitarbeitern rund 250 verschiedene Artikel produziert – von denen etliche an diesem Abend probiert werden durften. Wie aber behauptet sich ein regionales Familienunternehmen auf dem Mineralwassermarkt?

Dieser Markt, so Gabriele und Helmut Römer in ihrem Vortrag, sei ein sehr schwieriger. Denn obwohl der Absatz in den vergangenen Jahrzehnten bis heute explodiert ist, beherrschen nun die Discounter die Hälfte des Marktes mit Preisen von 13 Cent pro Liter – der bei den Luxusmarken auch mal unglaubliche 12 Euro betragen kann. Zurückzuführen sind diese Unterschiede vor allem auf hohe Werbe- und Herstellungskosten, insbesondere bei der Qualität der Flaschen.

Sich selbst sieht man dabei ein wenig wie Asterix und seine Gallier in ihrem Dorf, wobei sie dieses ähnlich erfolgreich verteidigen, was man an den steigenden

MARKETING-CLUB  
BERGISCH LAND E.V.

LEITUNG CLUBSEKRETARIAT:  
GUDRUN JAROSCH

GESCHÄFTSSTELLE:  
BEETHOVENSTR. 18 a  
42115 WUPPERTAL  
TELEFON 0202 / 6 93 94 96  
TELEFAX 0202 / 6 93 94 95

BANKVERBINDUNG:  
STADTSPARKASSE WUPPERTAL  
BLZ 330 500 00  
KONTO-Nr. 960120

STEUER-NR.: 132 5907-0197  
FINANZAMT WUPPERTAL-ELBERFELD

info@mc-bl.de  
WWW.MC-BERGISCHLAND.DE

PRÄSIDENT:  
DIPL. ING. VOK DAMS

GESCHÄFTSFÜHRENDER VORSTAND:  
DR. ANDREAS KLETZANDER

PROGRAMM UND  
ÖFFENTLICHKEITSARBEIT:  
DIPL.BW.DORIS ANDERNACH-SCHRÖDER

MARKETING:  
DIPL. ÖK. SILKE ASBECK

SCHATZMEISTER:  
DIPL. KFM. NORBERT BRENKEN

STRATEGIE/NETWORKING  
Dipl. ÖK. BETTINA HOPPMANN



---

## MARKETING-CLUB BERGISCH LAND E.V.

MITGLIED DES DEUTSCHEN MARKETING-VERBANDES  
BERUFSVERBAND DES MARKETING-MANAGEMENTS

Umsatzzahlen erkennen kann – plus 22 Prozent beispielsweise bei der „Bergischen Waldquelle“. Für den Erfolg ihrer Marken nutzen die Haaner verschiedene Strategien, dabei sind „eine gesunde Risikobereitschaft und vor allem Flexibilität unerlässlich“, betont Helmut Römer. Den Trend des Verbrauchers zu regionalen Produkten hat man schon lange erkannt – 90 Prozent werden in einem Umkreis von nur 50 Kilometern abgesetzt (auch wenn das Haaner Wasser sogar in Kuwait getrunken wird). So kann man die Nähe zu Kunde und Markt nutzen und sich durch regionale Kompetenz und unternehmerische Präsenz profilieren. Daneben werden durch die Entwicklung neuer Produkte entstehende Nischen besetzt oder neue geschaffen, sei es mit der Kreation einer Bügel-Glasflasche im Retro-Look, feinperligem Mineralwasser in der Designerflasche für die gehobene Gastronomie oder den neuartigen Evidenz Vitaminwässern. Mit den Luxusmarken „Duessel Aqua“ und „Köln ist ein Genuss“ hat man sich auch in den rheinischen Metropolen etabliert. Dabei setzt man auch auf einen starken und kompetenten Vertrieb. Mit Verkaufsleiter Torsten Henkels hat man einen von Deutschlands ersten „Wassersommeliers“ in den eigenen Reihen.

Ausgeklügelte Ideen und unternehmerischer Mut also begründen den Erfolg des Familienunternehmens. „Die spinnen, die Römer“, war Asterix' Lieblingssatz. Im Fall der sympathischen Haaner Römer kann davon keine Rede sein. Für ihren authentischen und überzeugenden Vortrag bekamen sie Blumen und natürlich den „Bergischen Hammer“ von Clubpräsident Vok Dams überreicht.

[www.mc-bergisch-land.de](http://www.mc-bergisch-land.de)

**Abdruck kostenlos – Belegexemplar erbeten**

MARKETING-CLUB  
BERGISCH LAND E.V.

LEITUNG CLUBSEKRETARIAT:  
GUDRUN JAROSCH

GESCHÄFTSSTELLE:  
BEETHOVENSTR. 18 a  
42115 WUPPERTAL  
TELEFON 0202 / 6 93 94 96  
TELEFAX 0202 / 6 93 94 95

BANKVERBINDUNG:  
STADTSPARKASSE WUPPERTAL  
BLZ 330 500 00  
KONTO-Nr. 960120

STEUER-NR.: 132 5907-0197  
FINANZAMT WUPPERTAL-ELBERFELD

info@mc-bl.de  
WWW.MC-BERGISCHLAND.DE

PRÄSIDENT:  
DIPL. ING. VOK DAMS

GESCHÄFTSFÜHRENDER VORSTAND:  
DR. ANDREAS KLETZANDER

PROGRAMM UND  
ÖFFENTLICHKEITSARBEIT:  
DIPL.BW.DORIS ANDERNACH-SCHRÖDER

MARKETING:  
DIPL. ÖK. SILKE ASBECK

SCHATZMEISTER:  
DIPL. KFM. NORBERT BRENKEN

STRATEGIE/NETWORKING  
Dipl. ÖK. BETTINA HOPPMANN



---

**MARKETING-CLUB BERGISCH LAND E.V.**  
MITGLIED DES DEUTSCHEN MARKETING-VERBANDES  
BERUFSVERBAND DES MARKETING-MANAGEMENTS

Über den Marketing-Club Bergisch Land:

Der Marketing-Club Bergisch Land, Mitglied des Deutschen Marketingverbandes, ist das Kompetenzzentrum für Marketing im Bergischen Land. Er vertritt mit rund 200 Mitgliedern die Bedeutung des Marketings als Impulsgeber für Wirtschaft und Gesellschaft in der Öffentlichkeit und gegenüber Politik und Institutionen. Vortragsveranstaltungen und Diskussionen, zu denen auch Interessenten und Gäste geladen werden, stehen im Mittelpunkt der Aktivitäten.

Das Clubjahr bietet ein sehr vielfältiges Programm – mit monatlichen Terminen zu außergewöhnlichen Unternehmen und Produkten, mit Bezug zu Tradition und Innovation sowie zu Kultur und Wirtschaft.

Marketing-Club Bergisch Land e.V.  
Beethovenstr. 18 a / 42115 Wuppertal  
Telefon 0202 / 6 93 94 96  
Telefax 0202 / 6 93 94 95  
[www.marketingclub-bergischland.de](http://www.marketingclub-bergischland.de)  
[info@mc-bl.de](mailto:info@mc-bl.de)

Pressekontakt:

Thomas Kappler  
heinrich & kappler – agentur für kommunikation  
Friedrich-Ebert-Str. 85 / 42103 Wuppertal  
Tel. +49 (0) 202 - 2 61 49 67 52  
[pr@mc-bl.de](mailto:pr@mc-bl.de)

MARKETING-CLUB  
BERGISCH LAND E.V.

LEITUNG CLUBSEKRETARIAT:  
GUDRUN JAROSCH

GESCHÄFTSSTELLE:  
BEETHOVENSTR. 18 a  
42115 WUPPERTAL  
TELEFON 0202 / 6 93 94 96  
TELEFAX 0202 / 6 93 94 95

BANKVERBINDUNG:  
STADTSPARKASSE WUPPERTAL  
BLZ 330 500 00  
KONTO-Nr. 960120

STEUER-NR.: 132 5907-0197  
FINANZAMT WUPPERTAL-ELBERFELD

[info@mc-bl.de](mailto:info@mc-bl.de)  
[WWW.MC-BERGISCHLAND.DE](http://WWW.MC-BERGISCHLAND.DE)

PRÄSIDENT:  
DIPL. ING. VOK DAMS

GESCHÄFTSFÜHRENDER VORSTAND:  
DR. ANDREAS KLETZANDER

PROGRAMM UND  
ÖFFENTLICHKEITSARBEIT:  
DIPL.BW.DORIS ANDERNACH-SCHRÖDER

MARKETING:  
DIPL. ÖK. SILKE ASBECK

SCHATZMEISTER:  
DIPL. KFM. NORBERT BRENKEN

STRATEGIE/NETWORKING  
Dipl. ÖK. BETTINA HOPPMANN