

## cgull® Interview

Christian Gull, Gründer von cgull® Mineralwasser, hat eine Vision: Sein Mineralwasser soll bei Jung und Alt zum Lifestyleprodukt avancieren. Zudem will er sozioökologische Projekte fördern. Ein Gespräch mit dem engagierten Jungunternehmer.

### ***Christian Gull, als Unternehmer und Gründer lassen auch Sie sich von einer Vision leiten, die sich in einer Marke ausdrückt. Wofür steht die Marke cgull®?***

cgull® leitet sich von seagull ab, also von Seemöve – für mich das Sinnbild schlechthin für Freiheit, Eleganz und Stärke. Mit dem ersten Buchstaben meines Vornamens erhält die Marke einen persönlichen Touch und liest sich im Englischen genau gleich: c-gull.

### ***Und welche Vision drückt sich darin aus?***

Als typische Vertreterin ihrer Art lässt sich die Seemöve nicht getrennt vom Element Wasser denken. Und hier setzt auch die Vision an: Wasser steht für Leben – für jede Art von Leben. Das ist zwar allgemein bekannt, aber damit gehen wir genauso selbstverständlich um wie beim Kauf von Trinkwasser im Supermarkt – es gibt immer welches zu kaufen. Da teilt Wasser das gleiche Schicksal all jener Dinge, die immer und überall verfügbar sind und gerade deshalb kaum mehr bewusst wahrgenommen werden. Mit cgull® treten wir an, Trinkwasser gebührend in den Fokus zu rücken.

### ***Mit anderen Worten: Ihr verkauft Trinkwasser***

Wir vertreiben gesundes, mit Kohlensäure versetztes Quellwasser, das mehr als nur beiläufig den Durst löscht, sondern gleichzeitig den bewussten Bezug zu diesem lebenswichtigen und kostbaren Element fördert. Wasser ist in praktisch allen Lebensbereichen so wichtig und ist – speziell bei jüngeren Menschen – oft zu wenig cool. Deshalb haben wir unser Produkt vollständig auf Lifestyle getrimmt: Vom Inhalt über die Dose bis hin zur Trinkmenge.

### ***Woher bezieht ihr das Wasser?***

Das Mineralwasser stammt aus der Frankenmarkter Quelle und trägt die Bezeichnung «Natürliches Mineralwasser mit Kohlensäure versetzt».

### ***Und warum aus Österreich?***

Um Wasser mit Mineralwasser bezeichnen zu dürfen, muss die Quelle direkt bei der Abfüllanlage stehen. Diese Konstellation ist derzeit nur in Österreich zu finden. Auch für normales Leitungswasser, also für Soda, konnten wir keinen geeigneten Abfüller finden. Es ist lediglich eine Frage der Zeit, bis wir das Wasser direkt aus der Schweiz beziehen.

### ***Ihr wollt cgull® auch in Bars und Clubs vertreiben. Das scheint ein ziemlich schwieriges Unterfangen zu sein.***

Auf den ersten Blick, ja. Immerhin besucht man Bars und Clubs, um möglichst ausgelassen das Leben zu feiern. Doch der zweite Blick offenbart etwas völlig anderes. Man mag den Jungen nachsagen was man will, aber sie leben so einiges

vor, wovon frühere Generationen bestenfalls noch fachsimpelten. Stichworte wie Gesundheit, Ernährung, Tier-, Pflanzen- und Klimaschutz sind für sie längst keine Phrasen mehr. Die aktuellen Bar- und Clubbesucher bilden ein sehr bewusstes und in vielerlei Hinsicht affines Publikum. Mit cgull® sprechen wir genau sie an.

### ***Und wie schafft das cgull®?***

Wie gesagt, eine Aufklärungskampagne ist gar nicht nötig, denn dieses Publikum ist bereits sensibilisiert für das Thema Wasser. Es geht deshalb vielmehr darum, Trinkwasser in der Art und Weise anzubieten, wie es der Einstellung und den Bedürfnissen dieses Publikums entspricht. Gereicht wird das kostbare Gut in stylischen Dosen, als konsumfreundliche Portion (2.5dl). cgull® bietet so eine optimale Ergänzung oder Alternative zu Drinks und Süssgetränken.

### ***Das lässt sich gut nachvollziehen, aber macht eine Aludose nicht einiges davon zunichte?***

Wenn es nach uns ginge, würden wir gerne auf ein anderes Material ausweichen. Aber momentan ist Aluminium der bestmögliche Kompromiss zwischen Plastik, Glas und Tetrapack: Plastik findet den Weg in die Natur und was das bedeutet, sehen wir beispielsweise auf den Weltmeeren. Glas ist schwer, sperrig und weniger für kleine Trinkmengen geeignet – mit ein Grund, weshalb in Bars und Clubs unhandliche Literflaschen ausgegeben werden. Sobald sich eine für das Projekt passende Alternative zu Aluminium bietet, werden wir umsteigen.

### ***Das Lebenselixier Wasser mit Lifestyle, so könnte also cgull® aufgefasst werden. Steckt noch mehr dahinter?***

Wir vermarkten und vertreiben mehr als nur ein Lifestyle-Mineralwasser. Wir vermarkten und vertreiben damit zugleich ein Herzensanliegen: Sauberes Trinkwasser für alle. So heisst auch die Mission der Schweizer Stiftung St. Martin, die sich transparent und engagiert für den Brunnenbau in Kamerun einsetzt. Pro Dose spenden wir 10 Rappen und unterstützen damit, was ein wesentlicher Bestandteil der Vision von cgull® ist. Die Website lautet übrigens [www.martinstiftung.ch](http://www.martinstiftung.ch)

### ***Worte und Taten für ein Element, auf das auch weltweit niemand verzichten kann und auch nicht sollte. Was ist auch noch Teil der Vision von cgull®, was noch unerwähnt geblieben ist?***

Da gäbe es tatsächlich noch etwas zu erwähnen, nämlich unser Sponsoring der Elektromobilität. Wir konzentrieren uns ausschliesslich auf Sportarten, die mit elektrischer Energie, Wind- oder Muskelkraft ausgeführt werden. Es ist beeindruckend, was auf diesem Gebiet geleistet wird und gänzlich offen, was uns da noch erwartet.

## **Kurzporträt Christian Gull**

Nach seiner Ausbildung zum Automechaniker startete Christian Gull 2003 mit ersten Webprojekten. Er widmete sich diversen Online-Tätigkeiten; von Cartoons über SEO bis hin zu Apps. Doch mit der Zeit fehlte ihm der tiefere Sinn bei der Arbeit. Er hatte

genug davon, dem schnellen Geld hinterherzujagen, und fragte sich, was er als bereits Vermögender am liebsten tun würde. Aus der Antwort wuchs eine Vision: Eine coole Marke erschaffen und diese mit einer sinnvollen Mission verbinden. So entstand cgull® – ein Projekt, mit dem sich Christian Gull vollumfänglich identifizieren kann.

**Weitere Fragen bitte an:** [mail@cgull.ch](mailto:mail@cgull.ch)