

# Rundum zufriedene Gesichter

## Feldschlösschen übergibt Passugger am 1. Oktober an Bündner Investoren

**Nun ist es offiziell bestätigt: Feldschlösschen hat die Passugger-Heilquellen an eine Bündner Unternehmergruppe verkauft. Die Verantwortlichen haben gestern in Passugg über die Details des Übernahmecoups informiert.**

● VON DARIO MORANDI

Mit dem Kauf der Anlagen und Markenrechte der Passugger-Heilquellen kämen die grossen Marken Passugger und Allegra zurück in Bündner Hände, sagte Urs Stephan Schmid gestern an einer Medienorientierung in Passugg. Schmid ist der Vertreter einer Bündner Unternehmergruppe, welche die Mineralquellen von der Feldschlösschen Getränke AG übernommen hat (Ausgabe von gestern).

### Übergabe am 1. Oktober

Wer die neuen Hausherrn der Firmenzentrale von Passugger sind, bleibt vorerst im Dunkeln. Laut Schmid stammen alle Investoren aus Graubünden. «Sie werden aber erst nach der offiziellen Gründung der Allegra Passugger Mineralquellen AG an die Öffentlichkeit treten.» Stillschweigen wurde ferner über die Höhe des Verkaufspreises vereinbart. Feldschlösschen übergibt die Passugger-Heilquellen am 1. Oktober an die neuen Eigentümer. Die Firmensitz der Allegra Passugger Mineralquellen AG wird in Passugg installiert. Die elf Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die bisher bei Feldschlösschen beschäftigt waren, werden von der neuen Aktiengesellschaft übernommen. Wie Schmid weiter ausführte, werden vier weitere Stellen in den Bereichen Administration und Verkauf geschaffen.

Er sei froh, dass das Geschäft zu einem guten Abschluss gekommen sei, sagte Feldschlösschen-Chef Thomas Metzger. Dass Passugger wieder in Bündner Besitz sei, eröffne dem Unternehmen eine Option für die Zukunft. Den Verkauf begründete er unter anderem mit der Konzentration auf die beiden nationalen Feldschlösschen-Mineralwassermarken Rhäzünser und Arkina. Es sei nicht mehr möglich «alle Marken unter Dampf zu halten». Und deshalb habe man sich für den Verkauf entschieden. Passugger und Allegra würden aber weiterhin strategische Marken von Feldschlösschen bleiben, versicherte Metzger.

### Vorerst im nationalen Markt

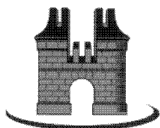
Die Investoren haben sich viel vorgenommen. «Unser Ziel ist es, den Ausstoss der Marken Passugger und Allegra von derzeit zehn Millionen Litern markant zu erhöhen», erklärte Schmid, der als Geschäftsführer amtiert wird. Er und seine Teilhaber sehen den Hauptabsatzmarkt in der Gastronomie und im klassischen Getränkehandel. Und das vorerst auf nationaler Ebene. In einem zweiten Schritt werde aber auch der Export überprüft. Im Detailhandel wollen die neuen Eigentümer aber nicht mitmischen. Schmid: «Da ist der Preiskampf zu gross.»

### Zusammenarbeit vereinbart

Die Märkte in Teilen des Mittellandes sowie in der Ostschweiz werden von Passugg aus bewirtschaftet. Den Rest übernimmt die Feldschlösschen Getränke AG, mit der die Bündner im Sinne eines «tragenden Fundamentes» (Schmid) bereits einen entsprechenden Zusammenarbeitvertrag abgeschlossen haben. Feldschlösschen wird deshalb an der neuen Aktiengesellschaft



Argus Ref 20453227

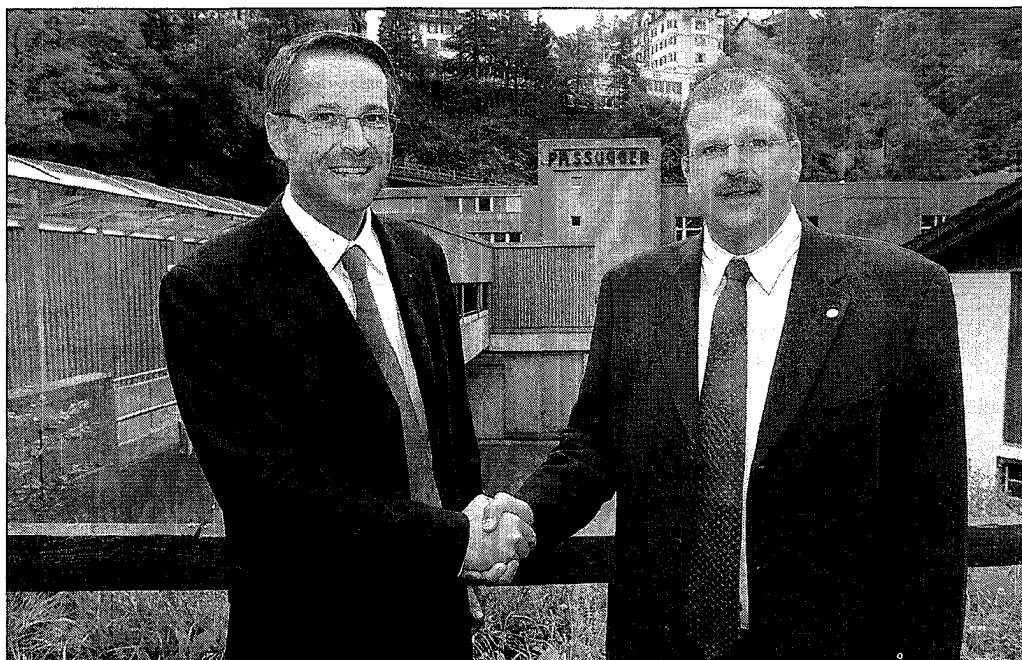


sellschaft eine Minderheitsbeteiligung halten und Einsitz im Verwaltungsrat nehmen.

### Erkennbare Premium-Marken

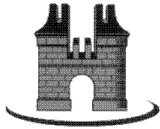
Die Bündner Investoren wollen der Traditionsmarke Passugger denn auch zu neuem Glanz verhelfen. Das werde sicher kein Spaziergang, stellte Schmid klar. Man sei aber zuversichtlich, dass dies gelinge, zumal die finanziellen Mittel primär in Marketing und Verkauf investiert würden. Zudem seien Passugger und Allegra erkennbare Premium-Marken für Gastronomie und Getränkehandel.

#### ► KOMMENTAR



**Handelseinig geworden:** Urs Stephan Schmid von der Allegra Passugger Mineralquellen AG (links) und Feldschlösschen-Chef Thomas Metzger besiegeln vor Ort die Firmenübernahme per Handschlag.

Bild Nadja Simmen



## Mut zum Risiko bewiesen

● VON DARIO MORANDI

**D**ie Mineralwassermarke Passugger, einst so etwas wie der Rolls-Royce unter den Schweizer Mineralwassern, ist wieder in Bündner Besitz. Der geschickt inszenierte Rückkauf der Traditionsmarke aus dem Fundus des Feldschlösschen-Konzerns durch die Teilhaber der Allegra Passugger Mineralquellen AG darf als Musterbeispiel für innovatives Unternehmertum bezeichnet werden. Angesichts eines übersättigten Getränkemarktes, eine Mineralwasserquelle zu übernehmen, zeugt von Mut und einer gehörigen Portion Risikobereitschaft. Ganz offensichtlich gibt es in der Bündner Wirtschaft, allen Unkenrufen zum Trotz, noch Leute, die ein Wagnis eingehen und dafür auch die entsprechenden Mittel bereitstellen. Und das stimmt optimistisch für die Zukunft.

**D**ass Feldschlösschen die Marke einfach so aus der Hand gibt, erstaunt indessen wenig. Der Konzern scheint in den letzten Jahren das Interesse an Passugger etwas verloren zu haben. Zumindest ein Indiz dafür ist, dass

das Mineralwasser aus der Rabiusschlucht bei Werbekampagnen kaum mehr in Erscheinung tritt. Feldschlösschen richtet seine Verkaufsstrategien ganz im Sinne der Mengenausweitung voll auf den Verkauf der beiden anderen volumenstarken Marken Rhäzünser und Arkina aus. Passugger ist so zum fünften Rad am Wagen geworden. Diese Tatsache haben sich die Bündner Investoren offenbar zu Nutze gemacht, um den Schlossherren in Rheinfelden einen Verkauf beliebt zu machen.

**D**er Wiederaufbau der Marke dürfte angesichts des Konkurrenzkampfes auf dem Getränkemarkt aber alles andere als ein Sonntagsspaziergang sei. Die Chance für Passugger, das jahrzehntelang als qualitativ hochstehendes Mineralwasser gepriesen und gekauft wurde, liegt gerade deshalb allein in diesem Marktsegment. Denn billiges Flaschenwasser, das aus dem Ausland in die Schweiz gekarrt wird, gibt es bis zur Genüge. Viele Konsumenten ziehen aber ein richtiges Mineralwasser vor. Und genau damit kann Passugger dienen.

