

«Mineralwasser ist ein Rappengeschäft»

Wachstumspotenzial Dank dem guten Gespür von Oscar J. Schwenk blieb die Mineralquelle Bad Knutwil vor 14 Jahren in lokaler Hand. Seit der Übernahme hat sich der Absatz mehr als verdoppelt und soll in den kommenden Jahren weiter wachsen.

Marcel Habegger

Das Wasser sprudelt in der kleinen Parkanlage hinter der Mineralquelle Bad Knutwil AG sehr regelmässig an die Oberfläche. Das macht es bereits seit dem Jahr 1461. Egal ob winterliche Temperaturen herrschen, eine Trockenperiode im Sommer oder eine Regenperiode: Das Mineralwasser sprudelt immer in derselben Menge bei 11 Grad aus 21 Metern Tiefe aus dem Quellbrunnen. Wenn es hier ankommt, war es bereits fünf Jahre unterwegs und hat sich auf dieser Reise seinen Charakter geschliffen. Der Ursprung der Quelle wird beim Reussgletscher vermutet.

Oscar J. Schwenk verhinderte mit der Übernahme im Jahr 2010, dass die Quelle in ausländische Hände überging. Der damalige Verwaltungsratspräsident des Flugzeugherstellers Pilatus war davon überzeugt, dass eine solche Perle wie die Mineralquelle Bad Knutwil in lokalen Händen bleiben muss. «Er ist durch das ganze Unternehmen gelaufen, war vom Personal und vom Produkt überzeugt und hat die Firma, ohne eine grosse Analyse durchzuführen, übernommen», erzählt Stefan Suter, der selbst im Jahr 2012 von Rivella zum Knutwiler Mineralwasser kam.

Die eigene berufliche Zukunft hinterfragt

Nach dem überraschenden Tod von Oscar J. Schwenk im letzten Sommer musste sich das Unternehmen neu formieren. Ab September werden sich Stefan Suter und Linda Schwenk, die Tochter von Oscar J. Schwenk, die bisher für das Marketing zuständig war, die Geschäftsleitung teilen. Dies unter anderem auch, weil Stefan Suter neben seinem neuen Amt als Verwaltungsratspräsident im operativen Geschäft etwas kürzertreten will und ab Herbst Gemeindeammann seiner Heimatgemeinde Eschenbach wird. Neben Linda Schwenk als Vertreterin der Inhaberfamilie werden Andreas Hug und Jérôme Zbinden den Verwaltungsrat ergänzen. «In solchen Schicksalsmomenten macht man sich auch selbst Gedanken über die Zukunft, die Führung eines anderen Unternehmens kam für mich nicht infrage, die neue Kombi-



Linda Schwenk und Stefan Suter an der Quelle des Knutwiler Mineralwassers. Ab September werden sie sich die Geschäftsleitung teilen, und Stefan Suter steht als Verwaltungsratspräsident zusätzlich an der Spitze der Firma. Bild: Marcel Habegger

nation ist die ideale Lösung für mich», so Stefan Suter zu seinen zukünftigen Aufgaben. Auch für Linda Schwenk ist die Geschäftsführung ein nächster Karriereschritt. Stefan Suter, der Strategie, Linda Schwenk, die Marketingspezialistin und die Wassersommelière: ein Gespann, das bereits seit zwölf Jahren erfolgreich zusammenarbeitet.

Mit Sympathie, Qualität, Vertrauen und Regionalität wollen die Verantwortlichen bei den Kunden punkten. Doch der Markt ist anspruchsvoll. «Wir bewegen uns in einem dynamischen Verdrängungsmarkt, das heisst, wir müssen einen Konkurrenten verdrängen, um einen Kunden zu gewinnen», erklärt Suter. Dabei haben Schweizer Herstel-

ler von Mineralwasser auch gegen den Import zu kämpfen. Gegen 50 Prozent der Mineralwässer werden aktuell importiert. In Zeiten, in denen das Thema Nachhaltigkeit so gross geschrieben wird, ist dies für Suter und Schwenk kaum nachvollziehbar. «Wir liefern unser Mineralwasser bewusst nur rund 70 Kilometer von unserem Sitz entfernt, damit das Wasser, das auf natürliche Weise an die Oberfläche kommt, nicht Hunderte von Kilometern mit dem LKW zurücklegt», sagt Linda Schwenk.

Bei allen Roh- und Packstoffen wird wenn möglich auf einheimische Lieferanten gesetzt. Bei den PET-Flaschen setzt Knutwiler ausschliesslich auf Schweizer Rezyklat, daher liegt der An-

teil nicht bei 100 Prozent. «Muss ein ökologischeres Produkt eine viel grössere Distanz zurücklegen als ein lokales Produkt, macht dies für uns nicht wirklich Sinn», erklärt die 39-Jährige.

Ende März hat das Unternehmen ein Redesign präsentiert, um die Marke noch besser auf den Kunden auszurichten. Trotz des harten Marktes ist es Knutwiler die letzten Jahre gelungen, jährlich durchschnittlich 10 Prozent zu wachsen. Seit Stefan Suter und Linda Schwenk mit im Boot sind, konnte der Umsatz mehr als verdoppelt werden. Im Jahr 2010 zählte das Unternehmen 17 Mitarbeitende, heute sind es deren 50.

Die Margen sind beim Mineralwasser aber sehr knapp. «Das Mineralwas-

ser ist ein Rappengeschäft. Da muss man gut rechnen können, um mit Wasser Geld zu verdienen», erklärt der 48-jährige Stefan Suter. Etwas anders sieht es bei den aromatisierten Mineralwässern wie dem bekannten Schnitzwasser von Knutwiler aus. Hier erlaubt der Markt eine grössere Wertschöpfung. Bei den aromatisierten kalorienarmen Mineralwässern mit Kohlensäure ist Knutwiler gar Marktleader in der gesamten Deutschschweiz. Beim Mineralwasser kann sich das Unternehmen in der Zentralschweiz an der Spitze halten, schweizweit beträgt der Marktanteil beim Mineralwasser 2 bis 3 Prozent. Die Vision wäre in den nächsten Jahren, den Absatz um weitere 50 Prozent zu steigern.

Idealtemperatur liegt bei über 30 Grad

In den Sommermonaten ist der Wasserkonsum rund doppelt so hoch wie im Winter. Entsprechend sehnen sich Suter und Schwenk warme Temperaturen herbei. «Für uns sind die Monate Mai und Juni sehr wichtig, weil dann viele Veranstaltungen stattfinden und dies für uns ein wichtiger Absatzkanal ist», erklärt Linda Schwenk. Ihre Wunschtemperatur liegt bei über 30 Grad. Dann trinken die meisten Leute nur noch Wasser, bei 25 Grad werden auch noch viele Softdrinks oder Bier konsumiert. Der Trend bewegt sich klar in Richtung stilles Mineralwasser. «Das stille Wasser wird also noch natürlicher wahrgenommen», sieht der Geschäftsführer den Grund für die Entwicklung.

Anzeichen dafür, dass aus der Quelle in den nächsten Jahrzehnten weniger Wasser sprudeln könnte, gibt es aktuell keine. Ein neues Produkt soll gemäss Linda Schwenk im Jahr 2025 auf den Markt kommen.

Wirtschaftstisch

Viermal jährlich treffen sich die Teilnehmenden des «Wirtschaftstisches» zum Business-Lunch im Restaurant Olivo in Luzern. Als wechselnder Gast ist jeweils eine Führungskraft eines spannenden KMU aus der Region eingeladen.

Jörg Lienert AG



Eine Unternehmensgeschichte mit Herz: Knutwiler brilliert seit jeher am kompetitiven Markt. Mit verwurzelten Werten, getragen von Persönlichkeiten. Ein Team, das der Quelle treu bleibt und mit Innovation voranschreitet.

Tobias Lienert,
Geschäftsführender Inhaber

JÖRG LIENERT

Pricewaterhouse-Coopers



In einem kompetitiven Markt ist die Mineralquelle Knutwiler eine echte Perle der Zentralschweiz, und die nachhaltige Zielsetzung wird durch Stefan Suter und Linda Schwenk eindrucksvoll vor- gelebt.

Florian Fischer, stv. Leiter
Steuern und Recht Luzern

pwc

Luzerner Kantonalbank



Ihre Getränke «aus dem Herzen der Schweiz» haben die Herzen der Konsumenten erobert: Knutwiler behauptet sich sehr erfolgreich dank einer innovativen Produktpalette und erfrischender Markenführung.

Daniel Salzmann,
CEO

Luzerner
Kantonalbank

Balmer-Etienne



Knutwiler überzeugt durch seine erfrischende Qualität und natürliche Reinheit. Linda Schwenk und Stefan Suter leiten das Unternehmen mit Leidenschaft und Authentizität. Ihre Vision schafft Vertrauen!

Urs Matter,
CEO

Balmer
Etienne

Luzerner Zeitung



Knutwiler gehört inzwischen zu unserem Alltag. Es ist beeindruckend, wie Linda Schwenk und Stefan Suter ihre nachhaltige Wachstumsstrategie erfolgreich umsetzen.

Bettina Schibli,
Leiterin regionales Marketing

Luzerner
Zeitung

Grand Casino Luzern



Die Mineralquelle Knutwiler nutzt das Naturprodukt Wasser seit Jahrhunderten und schafft mit einem hervorragenden Teamgeist und durch Produktvarianten Mehrwerte.

Wolfgang Bliem,
CEO

GRAND
CASINO LUZERN