

# Verjüngungskur für Kultgetränk

Das Schoko-Malz-Getränk Heliomalt verschwand in den vergangenen Jahrzehnten aus den Regalen der Detailhändler und aus den Köpfen der Schweizer Kundschaft. Ein junges Luzerner Team will Heliomalt nun mit neuer Verpackung wieder zu alter Grösse zurückführen.

Meret Häuselmann

Als die Marke Heliomalt 1929 in Zofingen entstand, war die Welt noch eine andere. Weder Aromat, noch Rivella oder Rucola waren in den Regalen der Detailhändler zu finden – und selbst das Schweizer Urgestein Migros, 1925 von Gottlieb Duttweiler gegründet, fand erst 1930 den Weg in die Zentralschweiz.

Ebendiese Migros, mit der Eigenmarke Eimalzin auch direkte Konkurrentin von Heliomalt, hilft dem in den vergangenen Jahren in Vergessenheit geratenen Malzgetränk nun, vor allem auch jüngere Kundinnen und Kunden abzuholen. So zumindest der Plan des jungen, rund zehnköpfigen Teams um die Luzerner Mario Meier und Malik Amrein, die die Traditionsmarke Heliomalt vor drei Jahren übernommen und den Auftritt des Produkts komplett überarbeitet haben.

Ab sofort ist Heliomalt im Sortiment der Migros-Tochter Galaxus zu finden. Durch die Listung beim Onlinehändler erhoffen sich Amrein und Meier, alte und neue Kunden auf sich aufmerksam zu machen. «Das Ziel ist, dass die Leute sehen, dass es uns noch gibt», sagt Meier. «Viele Leute haben gar nicht mehr gewusst, dass es Heliomalt gibt.»

## Es braucht auch neue Produktlinien

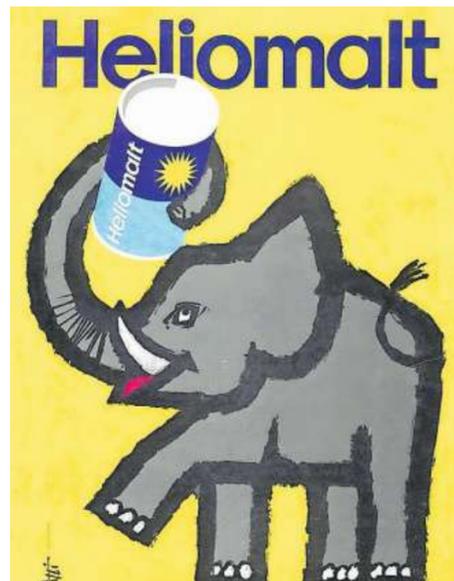
Marke und Rezeptur wurden dem damaligen Hersteller abgekauft, um Heliomalt vor einem Verkauf ins Ausland zu bewahren. «Wir sind mit dem Produkt aufgewachsen, bereits unsere Eltern und Grosseltern kannten Heliomalt. Als wir erfahren haben, dass die Marke zum Verkauf steht, haben wir uns zusammengetan, um die Produktion in der Schweiz zu behalten», erklärt Meier. Wie viel das Team in den vergange-

nen Jahren in die Marke investiert hat, wollen die beiden Unternehmer nicht verraten. Aber: «Es ist ein riesiges Investment», so Meier. Gleichzeitig habe man in ein Produkt investiert, das schon eine gewisse Absatzmenge hatte – «so mussten wir nicht bei null anfangen.»

Die «Swissness» ist gemäss den beiden Unternehmern denn auch ein wichtiges Merkmal im Markt. Der grosse Konkurrent Ovomaltine wird vom Tochterunternehmen eines britischen Konzerns hergestellt. «Das ist ein riesiger Konzern», gibt Amrein zu, «da müssen wir uns differenzieren. Wir haben ganz klar ein Schweizer Produkt.» Trotzdem ist Ovomaltine auch ein Vorbild für die Luzerner. Das Ziel sei, beim Angebot ebenso in die Breite zu gehen wie die Konkurrenz und eine möglichst grosse Produktpalette anbieten zu können. So erklärt Amrein: «An einem einzigen Beutel Schokopulver verdient man nicht viel. Das Basisprodukt ist wichtig, auch für unsere treue, bestehende Kundschaft. Aber wir brauchen auch ganz neue Produktlinien.»

## «Schmeckt stärker nach Schokolade»

Für die bestehende Kundschaft habe man auch die Rezeptur gleich belassen. Aber: «Es schmeckt jetzt etwas stärker nach Schokolade», gibt Amrein zu. Dies sei einerseits dem Wechsel der Produktionsstätte geschuldet, andererseits durch die Umstellung von Palm- auf Rapsöl. Der neue Geschmack komme aber vor allem bei Jüngeren besser an, erklärt Amrein. Und die ältere Kundschaft? «Wir haben gutes Feedback erhalten. Einige vermissen den starken Malzgeschmack des alten Produkts. Aber wenn man etwas verändert, verliert man immer einige Kunden und gewinnt dafür neue dazu.» Man



Im Uhrzeigersinn von oben links: Der neue Heliomalt-Beutel, der neue «Heliomant», der alte Elefant von Celestino Piatti aus dem Jahr 1954 sowie eine Dose von 1988.

Bilder: zvg

haben sich beim Design der neuen Verpackung auch aus Rücksicht auf die älteren Kundinnen und Kunden zurückgehalten. «Wir hatten ganz verrückte Designs», erklärt Amrein lachend. «Aber das wäre zu viel gewesen

– wir haben sonst schon genug geändert.» Tatsächlich ist nicht nur der Beutel neu, auch das Motto erhielt einen Neuanstrich. Neu lautet es «Achtung... Fertig...Energie». Man wolle damit alle Altersgruppen an-

sprechen, erklärt Meier: «Energie braucht es im Arbeitsalltag, beim Sport, im Kindergarten und auch im Pflegeheim – einfach überall. Und genauso wollen wir Heliomalt allen näherbringen.» Geschehen soll dies

unter anderem durch den «Heliomant». In den 1950er-Jahren vom Grafiker Celestino Piatti entworfen, schmückte das berühmte Markenzeichen jahrzehntlang den Luzerner Kreuzstutz. Mit diesem hat der neue Heliomant nicht mehr viel zu tun. Bekleidet mit Shirt, Fliege und Propellerhut soll dieser zum Sprachrohr der neuen Marke werden.

## Auch in Apotheken und Drogerien erhältlich

Allen Wechsellern zum Trotz wird Heliomalt wie anhin auch in Apotheken und Drogerien erhältlich sein. Gleichzeitig sind sich die Unternehmer – auch wegen ihrem Rebranding – sicher, es bald wieder in die Regale der grossen Detailhändler zu schaffen. Meier: «Im Herbst wird entschieden, welche Produkte in den Handel kommen. Jetzt kommen wir als Marke völlig neu daher, das ist definitiv eine Chance für uns.» Auch sonst sei die Jahreszeit für den Relaunch optimal: Der Winter biete sich an, um für das neue alte Heissgetränk zu werben.

Wo sehen die beiden ihr Produkt in fünf, in zehn Jahren? «Wir haben uns nicht das Ziel gesetzt, in zehn Jahren 20 Prozent Marktanteil zu haben. Das sind wir nicht», so Amrein. «Aber wir wollen der Konkurrenz schon zeigen, dass sie nicht die Einzigen im Markt sind.» Und Meier ergänzt: «Auf dem Markt ist alles möglich, man muss einfach den Mut haben, etwas zu probieren. Ich pokere und sage, in vier Jahren haben wir sieben bis acht verschiedene Produkte im Angebot.»

Das erste neue Produkt soll bereits im ersten Quartal 2024 erscheinen. Noch befindet sich ihr veganes Schoko-Malz-Pulver in der Testphase, trotzdem sind Meier und Amrein überzeugt: «Mit Heliomalt können wir den Markt aufmischen.»

## Neun Start-ups ausgewählt

**Gesundheit** Kürzlich sind Start-ups aus dem Pflegebereich für den «Future of Health Grant» ausgewählt worden. Dabei handelt es sich um ein Programm, das Innovationen im Bereich der digitalen Gesundheit vorantreiben will. Gegründet wurde es von der CSS und der EPFL. Das Programm hat neun Start-ups ausgewählt, die eine finanzielle Unterstützung von 10'000 bis 90'000 Franken erhalten:

– Allians Allergy Allergix: digitale Lösung, um Patienten vor Arzneimittelallergien zu schützen (Genf).

– Novo Vitae: Plattform für präventive psychische Gesundheit (Zürich).

– ClearSky: Edge-AI-Assistent, der vertrauliche Patienteninteraktionen in verwertbare Informationen umwandelt (EPFL).

– Seneca Project: Lösungen, mit denen Pflegefachpersonen ihre Arbeit organisieren und Patienten und deren pflegende Angehörige wirksam unterstützen können (Steinhausen).

– QuantActions: Lösung zur Erkennung subtiler kognitiver Veränderungen (Zürich).

– Tune Insight: Lösung für die sichere Zusammenarbeit an vertraulichen Daten mit anderen Unternehmen (Lausanne).

– Neuria: Therapien mit Videospiel zur Verbesserung von Verhaltensweisen (Freiburg).

– Mynerva: Gerät mit Sensoren zur Schmerz- und Sturzreduktion bei Diabetikern (Zürich).

– Ylah: App zur Fortsetzung einer Psychotherapie zwischen zwei Sitzungen (Bern).

## Anlagefonds

### Erklärung Anlagefonds

#### Konditionen bei der Ausgabe und Rücknahme von Anteilen:

- keine Ausgabe- und Rücknahmegebühren zugunsten des Fonds (Ausgabe erfolgt zum Inventarwert).
- Ausgabe- und Rücknahmegebühren zugunsten der Fondsleitung und/oder des Vertriebskanals (kann bei gleichem Fonds je nach Vertriebskanal unterschiedlich sein).
- Transaktionsgebühr zugunsten des Fonds (Beitrag zur Deckung der Spesen bei der Anlage neu zuzufliessender Mittel).
- Kombination von 2) und 3).
- Besondere Bedingungen bei der Ausgabe von Anteilen.

#### Die zweite, kursiv gedruckte Ziffer verweist auf die Konditionen bei der Rücknahme von Anteilen:

- Keine Rücknahme- und Ausgabegebühren zugunsten des Fonds (Rücknahme erfolgt zum Inventarwert).
- Rücknahme- und Ausgabegebühren zugunsten der Fondsleitung und/oder des Vertriebskanals (kann bei gleichem Fonds je nach Vertriebskanal unterschiedlich sein).
- Transaktionsgebühr zugunsten des Fonds (Beitrag zur Deckung der Spesen beim Verkauf von Anlagen).
- Kombination von 2) und 3).
- Besondere Bedingungen bei der Rücknahme von Anteilen.

#### Besonderheiten:

- a) wöchentliche Bewertung, b) monatliche Bewertung, c) quartalsweise Bewertung, d) keine regelmäßige Ausgabe und Rücknahme von Anteilen, e) Vortagespreis, f) frühere Bewertung, g) Ausgabe von Anteilen vorübergehend eingestellt, h) Ausgabe und Rücknahme von Anteilen vorübergehend eingestellt, i) Preisindikation, j) in Liquidation, x) nach Ertrags- und/oder Kursgewinnausschüttung

Sponsor

SWISS EXCHANGE  
www.slx-swiss-exchange.com

### Bezeichnung Währung Ind. Wert ± 2023

<b>Luzerner Kantonalbank</b>	0844 822 811	www.lukb.ch
------------------------------	--------------	-------------

#### Strategiefonds

LUKB Expert-Ertrag	CHF 2/1 e	139.30	0.9
LUKB Expert-Zuwachs	CHF 2/1 e	194.20	1.7
LUKB Expert-Wachstum	CHF 2/1 e	104.30	2.6

#### Aktiefonds

LUKB Expert-TopGlobal	CHF 2/1 e	227.10	14.0
LUKB Expert-TopSwiss -P-	CHF 2/1 e	156.00	9.1
LUKB Expert-Aktien Schweiz -P-	CHF 2/1 e	123.20	4.7
LUKB Expert-Teil	CHF 2/1 e	117.50	3.2
LUKB Expert-Aktien Euroland -P-	EUR 2/1 e	111.30	8.9
LUKB Expert-Aktien Euroland S/M	EUR 2/1 e	122.70	5.6
LUKB Expert-Aktien Nordamerika -P-	USD 2/1 e	160.00	11.8
LUKB Expert-Aktien Ausland -P-	CHF 2/1 e	106.90	5.8

#### Vorsorgefonds

LUKB Expert-Vorsorge 25-E-	CHF 2/1 e	104.50	4.0
LUKB Expert-Vorsorge 45-E-	CHF 2/1 e	162.80	5.5
LUKB Expert-Vorsorge 75-E-	CHF 2/1 e	126.00	7.6
LUKB Expert-Vorsorge 100-E-	CHF 2/1 e	94.00	9.5

#### Obligationenfonds

LUKB Expert-Obligationen CHF -P-	CHF 2/1 e	91.90	2.2
----------------------------------	-----------	-------	-----

#### Übrige Fonds

LUKB Expert-Global Conv. Bd Fd -P-	CHF 2/1 e	97.50	2.1
------------------------------------	-----------	-------	-----

**Zuger Kantonalbank** 041 709 11 11  
www.zugerkb.ch

#### Aktiefonds

ZugerKB Aktien ESG Schweiz (CHF) A	CHF 2/1 e	127.81	7.4
ZugerKB Aktien ESG Europa (EUR) A	EUR 2/1 e	121.59	6.8
ZugerKB Aktien ESG USA (USD) A	USD 2/1 e	165.24	11.9

#### Anlagestrategiefonds

ZugerKB Ausgewogen (CHF) B	CHF 2/1 e	110.72	1.1
ZugerKB Dynamisch (CHF) B	CHF 2/1 e	109.16	2.0
ZugerKB Konservativ (CHF) B	CHF 2/1 e	96.26	-0.3

#### Vorsorgefonds

ZugerKB Ausgewogen (CHF) BV	CHF 2/1 e	103.08	1.1
ZugerKB Dynamisch (CHF) BV	CHF 2/1 e	111.96	2.0
ZugerKB Konservativ (CHF) BV	CHF 2/1 e	94.14	-0.3

**Schwyz Kantonalbank** www.szkb.ch/fonds

#### Strategiefonds

SZKB Strategiefonds Zinsertrag Plus A	CHF 2/1 e	94.76	2.5
SZKB Strategiefonds Einkommen A	CHF 2/1 e	99.11	3.4
SZKB Strategiefonds Ausgewogen A	CHF 2/1 e	112.78	5.1
SZKB Strategiefonds Wachstum A	CHF 2/1 e	126.26	7.8

#### Ethikfonds

SZKB Ethikfonds Einkommen A	CHF 2/1 e	97.77	1.6
SZKB Ethikfonds Ausgewogen A	CHF 2/1 e	109.20	2.2
SZKB Ethikfonds Wachstum A	CHF 2/1 e	88.68	3.1
SZKB Ethikfonds Kapitalgewinn A	CHF 2/1 e	113.78	4.4

#### Obligationenfonds

SZKB Obligationenfonds CHF A	CHF 2/1 e	91.33	3.4
------------------------------	-----------	-------	-----

ANZEIGE

### Aktien- und Dividendenfonds

SZKB Aktienfonds Schweiz A	CHF 2/1 e	110.38	3.9
SZKB Dividendenfonds Schweiz Plus A	CHF 2/1 e	93.17	4.5

SZKB Indexanlagen Ausgewogen A	CHF 2/1 e	94.92	3.5
SZKB Indexanlagen Wachstum A	CHF 2/1 e	88.86	4.9
SZKB Indexanlagen Kapitalgewinn A	CHF 2/1 e	109.78	6.1

### Indexanlagen

SZKB Indexanlagen Ausgewogen A	CHF 2/1 e	94.92	3.5
SZKB Indexanlagen Wachstum A	CHF 2/1 e	88.86	4.9
SZKB Indexanlagen Kapitalgewinn A	CHF 2/1 e	109.78	6.1

### Vermögensverwaltungsfonds

CS (CH) Int. & Div. Focus Yld CHF UB	CHF 2/1 e	95.78	-1.1
CS (CH) Int. & Div. Focus Bal CHF UB	CHF 2/1 e	108.02	-0.2
CS (CH) Int. & Div. Focus Growth CHF UB	CHF 2/1 e	121.47	0.6
CS (CH) Privilege 20 CHF UB	CHF 1/1 e	100.73	2.4
CS (CH) Privilege 45 CHF UB	CHF 2/1 e	117.06	2.4
CS (CH) Privilege 35 CHF UB	CHF 1/1 e	102.17	1.8
CS (CH) Privilege 75 CHF UB	CHF 1/1 e	106.20	3.6
CS (Lux) Global High Income USD UB	USD 1/1 e	181.05	3.0
CS (Lux) Portfolio Fund Yld CHF UB	CHF 2/1 e	100.35	0.7
CS (Lux) Portfolio Fund Bal CHF UB	CHF 2/1 e	110.25	1.7
CS (Lux) Portfolio Fund Growth CHF UB	CHF 2/1 e	122.61	2.7
CS (Lux) Sys Index Fund Yld CHF UB	CHF 2/1 e	100.94	0.4
CS (Lux) Sys Index Fund Bal CHF UB	CHF 2/1 e	111.99	1.6
CS (Lux) Sys Index Fund Growth CHF UB	CHF 2/1 e	124.71	3.1

Fondseinträge können bei CH Regionalmedien AG, 041 429 52 52 oder inserate-izmedien@chmedia.ch disponiert werden.

Kursquelle

**Infront**  
Kurse ohne Gewähr