

# In Eglisau sprudelt es wieder

In seiner Kindheit war es das beliebteste Süssgetränk. Dann verschwand Vivi Kola vom Markt. **Christian Forrer** liess das Kultgetränk wieder aufleben – mit dem Gespür für die richtige Zeit.

Text **Roland Falk** Fotos **Siggi Bucher**

**S**mart wirkt er, wie einer, der nichts verbockt, was er anpackt. «Wenn ich von einer Idee überzeugt bin, versuche ich sie mit allen Mitteln umzusetzen», sagt Christian Forrer, 39, und lässt mit jungenhaftem Lächeln ahnen, dass er das nie verbissen tut. «Ich mache nur, was mir Lust und Freude bereitet und mich sinnvoll fordert.»

Vor zwei Jahren sorgte der Unternehmer aus Eglisau ZH schweizweit für Beachtung: Er reaktivierte die Marke Vivi Kola und brachte die koffeinhaltige Kultbrause wieder unters Volk, die in seinem Heimatdorf Eglisau erfunden und von 1938 bis 1986 mit Slogans wie «chlöpft uf» verkauft wurde. «Als ich das erste Gütterli in der Hand hielt, war das ein sagenhafter Aufsteller.» Mittlerweile setzt Forrers Kleinbetrieb, der gerade mal zwei Vollzeitstellen umfasst, pro Jahr eine Viertelmillion Fläschchen ab. «Erfreulich für uns, aber ein Witz, wenn man den Ausstoss der Grosskonkurrenten dagegen stellt», sagt der bescheiden gebliebene Marktnovize.

Forrer eröffnete an der Untergass 13 in Eglisau einen Laden, in dem die ganzen Geschäfte abgewickelt werden. «Die Wahl der Adresse ist der Beleg, dass ich nicht an Unglückszahlen glaube.» Die ersten Lieferungen, erinnert sich der Chef, wurden per Veloanhänger bis in die Stadt Zürich gekarrt. Zur Eröffnung des Ladens hatte Forrer, der mit seinem Produkt zuvor «Tran-

erwartet. Der Aufmarsch war aber so immens, dass nach zwei Stunden 2500 Fläschchen verkauft waren. «Zum Glück hatten wir ein volles Palett auf der Strasse, das noch nicht eingeräumt war.»

Vivi Kola ist für Forrer seit Kindsbeinen ein Begriff. Er erinnert sich, dass die frühen Firmenherren jeweils die Tour de Suisse sponserten, weswegen ihr Zischgetränk im Volksmund als Rennfahrer Bier galt. Und selbstverständlich kennt er jedes Detail in der Geschichte der Marke, die vor ihrem Aus erst an Haldengut und dann an Feldschlösschen verkauft worden war. In seiner Schulzeit war Vivi an allen Dorffesten und jedem Seifenkistenrennen das begehrteste Süsswasser. «Meine ersten Rappen habe ich damit verdient, leere Fläschchen abzuräumen und das Depotgeld einzustreichen.»

## Den Publikumsgeschmack getroffen

Vier Jahre wendete Forrer auf, um sich die Rechte an Vivi Kola zu sichern. Zum Teil wurden die gehalten von Feldschlösschen «und einem Zürcher Anwalt, der sich anfänglich gegen mein Ansinnen sträubte». Bis 2008 dauerte das Bemühen, «ein paar tausend Franken» gingen drauf, ein pas-



sender Sirupmischer musste gefunden werden, dann konnte der findige Unternehmer die Produktion starten. Eine Zitterpartie, denn der Eglisauer Abfüllbetrieb der Ostschweizer Thurella AG bedingte sich aus, dass mindestens 23 000 Fläschchen geordert werden müssen. «Es wäre peinlich gewesen, wenn wir den Publikumsgeschmack verfehlt hätten und die ganze Menge in der Kläranlage gelandet wäre.» Das Bängen war unnötig: Nach drei Wochen war der gesamte Vorrat weg.

Der Eglisauer Abfüller schloss kurz nach der Vivi-Neulancierung die Hallen, «aber nicht wegen mir», sagt Forrer und verfällt nochmal in bübisches Lächeln. Seine Firma, für die er schon bei Kurt Aeschbacher und im Ende 2012 eingestellten Cash TV auftreten durfte, arbeitet jetzt mit einem Partner im luzernischen Knutwil zusammen und unterhält ein imposantes Lager bei einem Alpnacher Grossverteiler. Die Nachfrage, sagt der Vivi-Aktivist, ist ungebrochen: «Vom Traditionalisten übers Grosi bis zum linken Vermummten gibts alles in unserer Kundschaft.»

Er komme, sagt Forrer, «keineswegs aus dem Getränke-Klüngel». Als grafisches Jungtalent hatte er einst Seidenkrawatten in Form von Maiskolben und Peperoncini ►►

**«WENN ICH VON EINER IDEE ÜBERZEUGT BIN,**

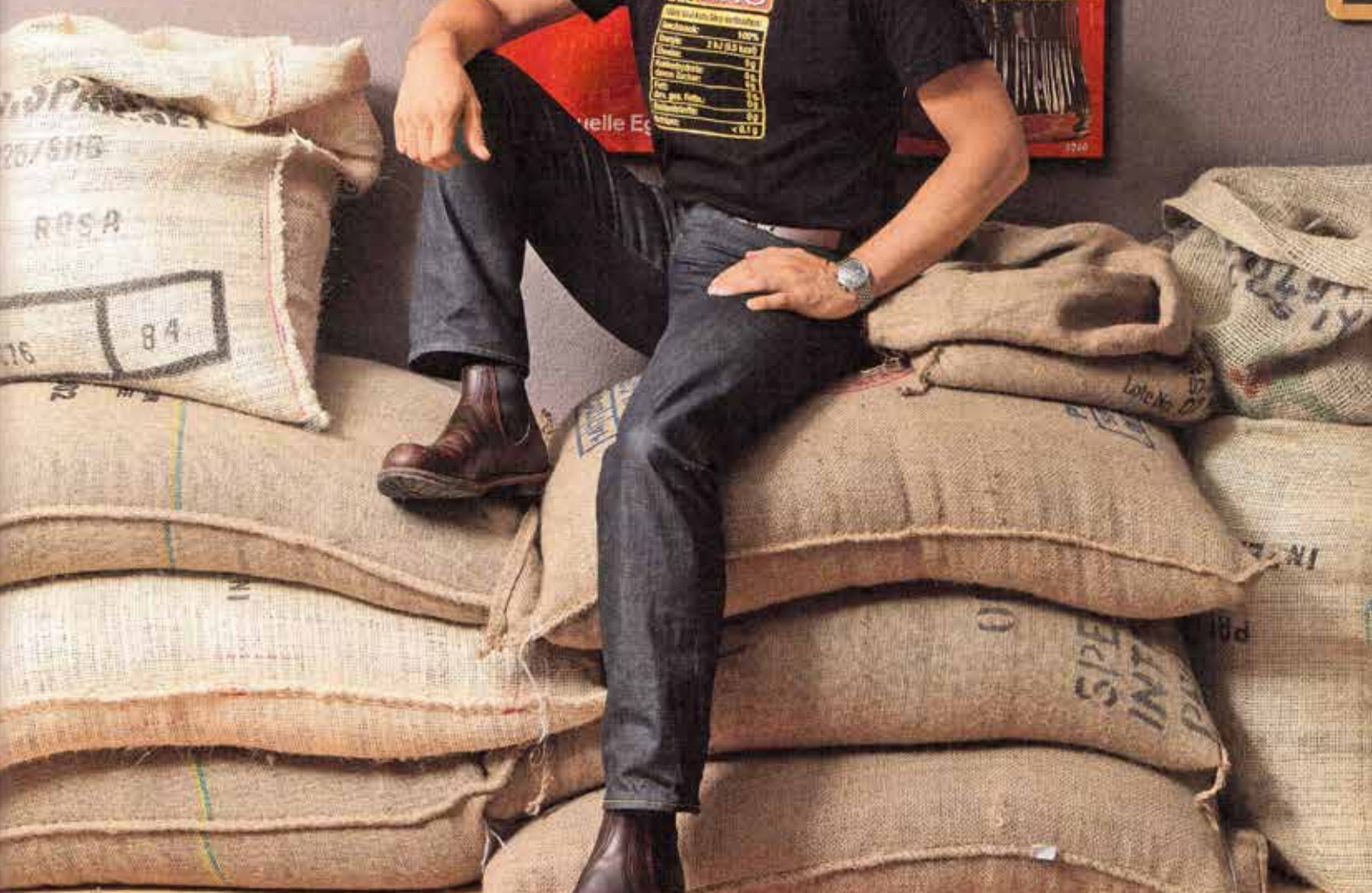
«Vivi Café ist unser zweites Hammerprodukt»: Christian Forrer, 39, auf Säcken mit Kaffeebohnen vor einem alten Vivi-Kola-Plakat. Links das aktuelle Flaschendesign.

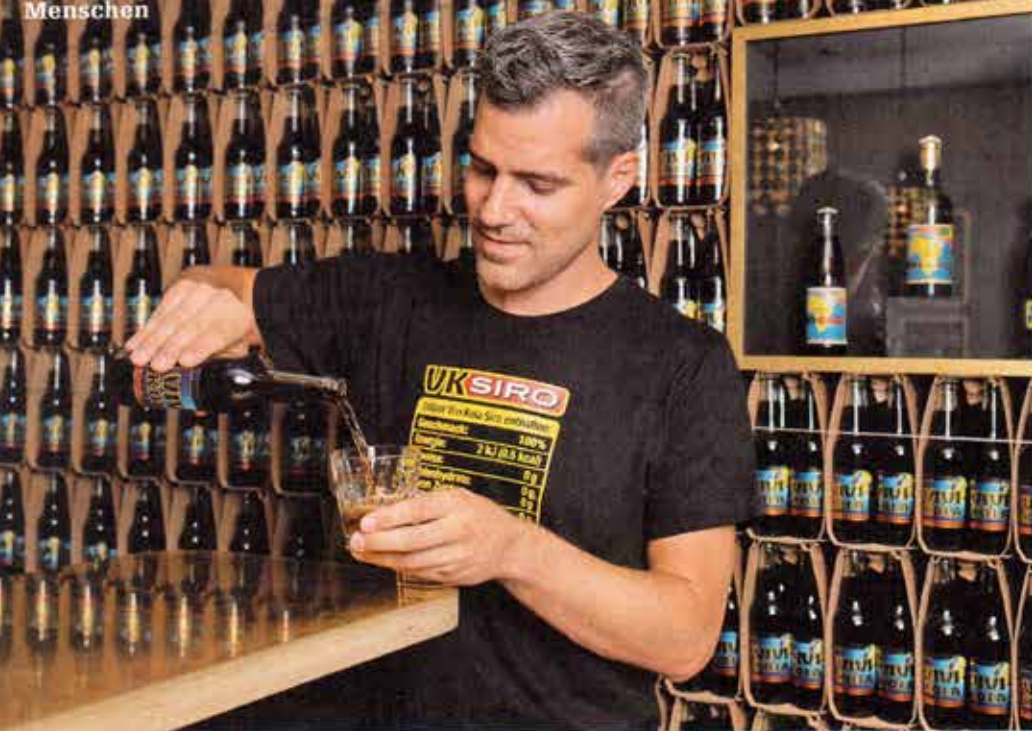
das neue  
**VIVI  
KOLA**



**UKSIRO**

Alle Vivikola-Getränke enthalten:	
Cholesterin	100%
Energie	2 kJ (0,5 kcal)
Glukose	0 g
Schmelzsalz	0 g
Sauerstoff	0 g
Fett	0 g
Chlorid	0 g
Phosphor	0 g
Calcium	< 0,1 g





«Als ich das erste Gütterli in der Hand hielt, war das ein sagenhafter Aufsteller»: Christian Forrer in seinem Laden in Eglisau ZH. Rechts: Das alte Flaschendesign.

entworfen, später arbeitete er in einer Zürcher Werbeagentur «mit Spass und schlechtem Gewissen» für einen Zigaretten-Multi, bevor er sich selbständig machte. «Ich schmiede nie Pläne, bin aber trotzdem alles andere als kopflos.» Mit seinem Lebenspartner, der «im Finanzsektor» arbeitet, verbringt Forrer die Hälfte jedes Jahres in Südafrika. «Um dort gegen Schlangen und Elefanten bestehen zu können, habe ich eine Ranger-Ausbildung absolviert.» Bestanden hat er auch einen Lehrgang als Spurenleser, «da war ich ziemlich schnell

Südafrika flog, stand auch die erste Abfüllung seines Vivi Kola in der Agenda. «Die ersten Kostproben meines Produkts konnte ich erst um 8 aus der Abfüllmaschine nehmen, dabei musste ich um 9 auf dem Flugplatz sein – ein Stress, der ziemlich an den Nerven zerrte.»

Forrers Firma, ein modernes Indiz für Schweizer Unternehmergeist, ist längst ein Mini-Imperium. Nebst Vivi Kola, dessen Renaissance weit über Eglisau hinaus gefeiert wird, verkauft sie auch



wenig ins Anarchistische spielt und höchstens noch von der kasachischen Weltraumbehörde gebraucht wird», scherzt er. Im Angebot finden sich zudem schlicht gearbeitete Taschen und Gürtel aus südafrikanischem Rindsleder. Aus Forrers Zweitheimat kommt auch Vivi Café, «unser zweites Hammer-Produkt». In der Maschine, die ein Spezialist aus Kapstadt montiert hat, werden jede Woche Rohbohnen aus aller Welt geröstet. «Ein echtes Bedürfnis für ein breites Publikum, denn in der Schweiz

## Banago, Nabholz und Co.

**Beliebt, dann** vom Markt verschwunden und später wieder eingeführt – das ist die Geschichte etlicher bekannter Schweizer Markenprodukte. Das Kakao-Pulver Banago, 1927 von der Nago Olten entwickelt und 1971 an Lindt und Sprüngli verkauft, wurde 2000 aus den Regalen genommen und von der Migros 2012 als Klassiker wiederentdeckt. Die Chips-Firma Zweifel lancierte 2010 die Snacketti-Zwiebelringe, deren Produktion 15 Jahre mangels Nachfrage eingestellt war, auf Druck einer Facebook-Gruppe neu. Nabholz war ab 1821 Inbegriff für Trainingsanzüge, ging 1992 ein und ist seit 2011 eine Premiummarke für Herren-Sportkleider.