HANDEL

QUELLEN-LEHNIG

Sprudel auf Ehrenwort

Es war ein schlechtes Wasserjahr", so beurteilt der Eschweger Mineralwasserfabrikant Wolfgang Lehnig, 53, das vergangene Jahr, „allein der kalte Dezember hat mich ein paar Millionen gekostet."

Dennoch ist Lehnig, der seit einigen Jahren den westdeutschen Mineralwassermarkt zum Sprudeln und die Konkurrenz zum Schäumen bringt, mit seinem Geschäftserfolg im Jahre 1961 zufrieden. Trotz des Kälteeinbruchs gelang es ihm, den Umsatz von Naturbrunnen, Heilquellen, Limonaden und Bier von 60 Millionen Mark auf 70 Millionen Mark zu steigern.

Seine Idee war es, der Hausfrau den Einkauf schwerer Flaschenbatterien beim Kaufmann zu ersparen, indem er die Ware über ein eigenes „Transportkommando" direkt in die Häuser schickt. Er nannte seinen neuen Geschäftszweig gefühlvoll „Getränke-Heimdienst".

Von 34 bundesdeutschen Lehnig-Filialen aus starten jeden Morgen 2700 Tourenfahrer über Land. Die knallrot lackierten Fahrzeuge sind mit meterhohen Lettern durchlaufend numeriert.

Der Eschweger Fabrikant profitiert von dem Wunsch der Bundesbürger, zugleich mit den Konsumgütern auch Service einzukaufen. Dabei mag nicht zuletzt die Tatsache eine Rolle spielen, daß Lehnigs Getränke-Heimdienst den Kunden das Gefühl einer Vorzugsbehandlung suggeriert, wie sie für gewöhnlich nur jener Frau Doktor zuteil wird, die sich ihren täglichen Haushaltsbedarf vom Commis bringen läßt.

Mehr als 1,5 Millionen Haushalte sind bereits in Lehnigs Kartei als feste Kunden registriert. Seine Fahrzeuge halten vor strohgedeckten Katen im äußersten Ostfriesland wie vor eleganten Villen im Taunus. Das Transportkommando bringt die Flaschen völlig unverbindlich ins Haus, ohne dafür gleich Geld zu fordern. Alle zwei bis drei Wochen ergänzen dann die Tourenfahrer die Familienvorräte. Bezahlen müssen die Kunden jedoch lediglich für jene Flaschen, die in der Zwischenzeit geleert wurden.

Quellen-Lehnig liefert Fruchtlimonade und Mineralwasser zum Einheitspreis von 40 Pfennig je Flasche, wobei er überdies noch auf das leidige Pfandgeld verzichtet. Der Fabrikant gibt seinen Kunden gewissermaßen Sprudel auf Ehrenwort.



Mineralwasser-Fabrikant **Lehnig**
Bei 100 000 Kunden ...

Tatsächlich stimmte die Wasserkasse stets, und gerade der Verzicht auf das Pfand übt auf die Kunden einen merkwürdigen Reiz aus. Allein das bei den Wasserabonnenten deponierte Leergut — rund 50 Millionen Flaschen samt Kästen — hat einen Wert von über 20 Millionen Mark. Lehnig: „Mineralwassertrinker sind anständige Menschen."

Weniger erfreuliche Erfahrungen machte der Erfinder des pfandfreien Heimdienstes mit den Biertrinkern, die er anfänglich ebenfalls nach seinem Wasserprinzip versorgte. Schon nach wenigen Monaten mußte er den Gerstensaft schleunigst von seinem Lieferprogramm streichen: „Die machten die Pullen leer; versetzten die Flaschen im Laden um die Ecke, schoben die Kisten in den Ofen und bezahlten dann nicht."

Erst vor Jahresfrist nahm Lehnig seinen Biervertrieb nach längerer Pause wieder auf, läßt jedoch seither die Alkoholkonsumenten sicherheitshalber gleich bei der Anlieferung bar bezahlen.

Bei seiner praktischen Verkaufspsychologie kommen Wolfgang Lehnig Kenntnisse zustatten, die er sich in manchen anderen Berufen erwerben konnte. Lehnig war nacheinander Student der Berliner Handelshochschule, Restaurant-Empfangschef, Leihbücherei-Unternehmer, Lotterie-Einnehmer, Strickwoliehändler, Hersteller von kunstgewerblichen Artikeln und Keramikplatten-Fabrikant. Nach dem Zusammenbruch im Jahre 1945 stellte er aus Gasmasken-Bändern Sockenhalter her.

Die Währungsreform trieb den Sockenhalterfabrikanten, der in seiner Freizeit gern Cello spielt, in den Ruin. Außer der eigenen Haut rettete Lehnig nur noch zwei Lastwagen aus dem finanziellen Zusammenbruch.

Mit diesem Rest seines Kapitals und der ihm eigenen Flexibilität wandte sich Lehnig endlich der Sprudelbranche zu. Er hatte gelesen, daß in Schweden „sagenhafte Mengen" Mineralwasser getrunken werden, und was im hohen Norden möglich sei, meinte er, müsse auch hier zu bewerkstelligen sein.

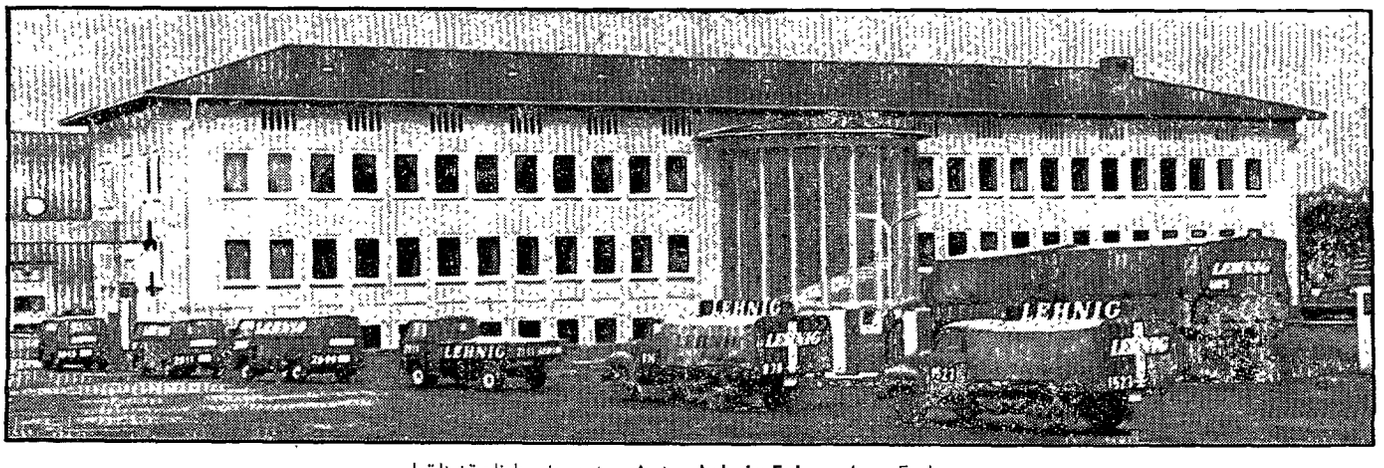
In Wirklichkeit hing der große Mineralwasser-Durst der Schweden lediglich mit den Eigenarten des schwedischen Prohibitionsgesetzes zusammen. Laut Gesetz mußten die Gäste in schwedischen Lokalen zu jedem Schnaps eine Flasche Mineralwasser mit in Kauf nehmen. Heute weiß Wolfgang Lehnig: „Das Wasser haben die natürlich ausgekippt."

In Unkenntnis der schwedischen Alkoholsitten verschaffte sich Lehnig die Vertretung von 16 westdeutschen Heilwasserquellen, die er zum handelsüblichen Preis an bundesdeutschen Haustüren feilhielt. Das Geschäft gedieh nicht. Lehnig: „Es war eine Tragödie."

Zum Rückzug aus dem schlechten Geschäft war es indes für ihn zu spät: Im Umkreis von 150 Kilometern rund um Göttingen lagerten 20 000 Kisten bei der Kundschaft; er konnte das Leergut nicht einsammeln lassen, da ihm das Geld für Löhne fehlte. Umgekehrt konnte Lehnig auf die leeren Flaschen auch nicht verzichten, da er über kein weiteres Vermögen verfügte.

Die Not mobilisierte die Phantasie des fliegenden Händlers. Nach ausgedehnten Befragungen seiner Vertreter und Verkaufsfahrer stellte Lehnig alle Kundenwünsche zusammen, um herauszufinden, unter welchen Voraussetzungen ihm die Kundschaft mehr Ware als vordem abnehmen würde. Obenan auf der Liste stand der Wunsch, kein Pfand mehr bezahlen zu müssen.

Lehnig ging auf diesen Wunsch ein. Sodann entfernte er alle grünen Flaschen aus seinem Programm. Von den Kunden war beanstandet worden:



... hält täglich ein rotes Auto: **Lehnig-Fuhrpark** in Eschwege



„Da sieht man nicht, was drin ist." Als ein weiteres Ärgernis hatte sich die Verwendung sogenannter Kronenkorken erwiesen. War nämlich die Flasche einmal angebrochen, so konnte man sie nicht mehr ordentlich verschließen, und der Rest des Getränks wurde schal. Lehnig lieferte fortan nur noch Flaschen mit Patenthebelverschluß; die veränderte Darbietung seiner Getränke brachte die Wende.

Seine ersten Heimdienstkunden leerten im Jahre 1952 pro Haushalt zwölf Kisten Nauheimer Löwenquelle. Schwierig war allein die Vorfinanzierung der Flaschen und Kisten, die Lehnig den Kunden wunschgemäß auf Kredit hinstellte. Lehnig: „Weil ich kein Geld hatte, habe ich drei Jahre gebraucht, bis die ersten 100 Autos liefen." Inzwischen sind es 2700, die von 100 Automechanikern gewartet werden. Entsprechend stark stiegen die Umsätze: von 500 000 Mark im Jahre 1953 auf 70 Millionen 1961.

Aus drei eigenen Naturbrunnen und Heilquellen sprudelt heute der Rohstoff in Lehnigs Heimdienstflaschen. Die Bad. Nauheimer Löwenquelle und den berühmten 1200 Jahre alten Brunnen von Staatlich Selters in Niederselters im Taunus hat er vom Land Hessen langfristig gepachtet. Den Brunnen des Heilbades Kripp am Rhein kaufte er.

Mit dem reichlich fließenden Mineralwasser stellt der Händler auch Limonade seiner Hausmarke „Quick" her. Die 40-Pfennig-Limonade wurde sein großer Verkaufserfolg. Lehnig füllt sie in seinen 26 Limonadewerken ab, die täglich den Saft von 80 Tonnen Orangen und Zitronen aus eigenen Destillerien in Messina und Göttingen verarbeiten.

Lehnigs Erfolg lockte Nachahmer auf den Plan. Alle zusammen erreichen jedoch kaum jenen Marktanteil von 14 Prozent, den der Eschweger seit Jahr und Tag hält. Sein bedeutendster Konkurrent ist Kurt Vorlop („Vorlo-Getränke GmbH") in Salzgitter, der jetzt von seinem Wohnsitz im Tessin aus die neue Geschäftsform in die Schweiz und nach Italien exportiert.

Wasserhändler Lehnig ist stolz darauf, daß „beinahe 90 Prozent meiner Kunden freiwillig gekommen" sind, während die Konkurrenz gelegentlich mit harten Werbemethoden „Kisten setzte". Lehnig erzielt seine Umsätze vornehmlich auf dem flachen Land, während Vorlop die Heimdienstmärkte in den Großstädten beherrscht.

Im Jahr 1960 begann Lehnigs Heimdienstgeschäft zu stagnieren. Die Bilanz wurde erst durch Bier wieder schön, als er es erneut in sein Verkaufsprogramm aufnahm. Heute kauft er 16 Brauereien die „Spitze" ihrer Erzeugung ab.

In diesem Jahr hat Quellen-Lehnig sein Sortiment nochmals erweitert. Er bietet 16 Sorten Spirituosen aller Art, darunter Marken wie Mampe sowie eigene Handelsmarken, an. Jede Spirituose, einerlei ob Whisky, Branntwein oder Likör, offeriert er zum Einheitspreis von 8,75 Mark. Drei Sorten Sekt kosten einheitlich 5,50 Mark einschließlich Sektsteuer, französischer Burgunder und Rosé sowie ein deutscher Weißwein 2,90 Mark. Die Kaffeesorten „Lehnig blau" und „Lehnig rot" runden das Angebot ab.

Dem herkömmlichen Einzelhandel fühlt sich Wolfgang Lehnig weit voraus. Er meint: „Ich bin dem Verbraucher näher als alle anderen, ich besuche praktisch jeden Tag über 100 000 Kunden."