

DAS KUNDEN- UND MITARBEITERMAGAZIN DER HASSIA MINERALQUELLEN

Quellenpost



Kleiner Abdruck macht großen Eindruck

Bad Vilbel produziert jetzt klimaneutral, S. 12/13

MARKEN

Hausmarke hassia bekommt ein neues Outfit

SEITE 05

Öko-Test „sehr gut“ für Elisabethen Quelle, hassia und Rosbacher

SEITE 06

UNTERNEHMEN

Millionenschwere Investitionen in die Zukunft

SEITE 14

1 | 20

„Beherzt angepackt“

Dirk Hinkel
Geschäftsführender Gesellschafter
HassiaGruppe

Sehr geehrte Leserinnen und Leser,

alles anders, alles neu machte nicht der Mai, sondern der März 2020. Auch in Bad Vilbel mussten wir uns ad hoc auf die Herausforderungen der Corona-Krise einstellen. Trotz Lockdown gab es bei uns aber keinen Stillstand: Die anfängliche Bevorratung führte zu einer hohen Getränkeachfrage und einem absatzstarken ersten Quartal. Der Kraftakt, dies zu bewältigen, war mit dem letzten Supersommer zu vergleichen, und das unter deutlich erschwerten Bedingungen.

Der Lockdown hat uns sehr bewusst gemacht, wie wichtig verlässliche Nachbarn und Solidarität sind, dass man sich umeinander kümmert, vor Ort füreinander da ist und Verantwortung in der eigenen Region übernimmt, wie wir es mit HassiaHILFT immer noch sehr gern tun. Wir wünschen uns sehr, dass dieser Zusammenhalt nachhaltig überdauern wird.

Mein aufrichtiger Dank gilt unseren Mitarbeitern, die beherzt mit angepackt haben – auch bei unserer Initiative HassiaHILFT.

Auf das, was wir alle zusammen geleistet haben, können wir sehr stolz sein.

Noch kann niemand vorhersagen, wohin genau die Reise in diesen unsicheren Zeiten gehen wird. Aktuell läuft das Geschäft im Einzel- und Fachhandel nach einer erwarteten Phase der Zurückhaltung wieder erfreulich gut. Die tiefe Krise der Gastronomie hingegen geht nicht spurlos an uns vorüber. Sie ist ein Faktor dafür, dass wir unsere ursprünglichen Jahresziele nicht werden erreichen können.

Aber: Wir haben in den vergangenen Jahren gut gewirtschaftet und gute Entscheidungen für die Zukunft getroffen. Davon profitieren wir jetzt.

So haben sich beispielsweise die Trends zu Regionalität und zu Glasflaschen zuletzt noch einmal verstärkt. In beiden Punkten sind wir als regionales Unternehmen mit heimischen Produkten in umweltfreundlichen Gebinden hervorragend aufgestellt. Und wir sind stark genug, um bewusst auf Kurzarbeit unserer Belegschaft verzichten zu können.

Das, worüber wir in dieser „Quellenpost“ deshalb vor allem berichten wollen, sind unsere ermutigend **positiven Meilensteine** in diesem Jahr: Unsere BIONADE wuchs im ersten Halbjahr, beflügelt durch neue Produkte und eine ansprechende Kampagne. Der Standort Bad Vilbel produziert jetzt klimaneutral und wir haben die modernste Glasabfüllanlage Deutschlands in Betrieb genommen.

Ich wünsche Ihnen viel Spaß bei der Lektüre – und bleiben Sie gesund!

Ihr





Aus dem Inhalt

MARKEN

Neues Booklet erklärt Lebenselixier Wasser

SEITE 04

Elisabethen Quelle lässt Weinschorlen perfekt prickeln

SEITE 07

BIONADE bringt Mate und Ti macht Yoga

SEITE 08/09

UNTERNEHMEN

HassiaHILFT Helfern und Bedürftigen in der Krise

SEITE 10/11

Standort Bad Vilbel ist jetzt klimaneutral

SEITE 12/13

HassiaGruppe investiert 200 Millionen Euro

SEITE 14 – 18

EVENTS | SPONSORING

Hassia bleibt am Ball

SEITE 19

IMPRESSUM

SEITE 20

WASSER:

EIN
GESCHENK
DER
NATUR.

04

Unser Lebenselixier unter der Lupe

Hassia-Booklet erklärt praktisch und anschaulich: Was kann natürliches Mineralwasser?

Von Stiftung Warentest und Öko-Test werden sie regelmäßig gegenübergestellt und getestet: Mineralwasser versus Leitungswasser. Aber was können die unterschiedlichen Wasserarten wirklich?

Das neue Hassia-Booklet „Wasser – ein Geschenk der Natur“ informiert über die Unterschiede und Qualitäten von Leitungswasser, Mineralwasser, Bio-Mineralwasser, Quellwasser und Heilwasser. In einer übersichtlichen Tabelle werden Herkunft, ursprüngliche Reinheit, amtliche Anerkennung sowie Inhaltsstoffe und Qualitätssicherung bewertet. „Gleichzeitig liefert das Booklet wertvolle

Argumente zu den Vorteilen und Vorzügen von natürlichem Mineralwasser allgemein sowie spezifisch zu unseren Marken Hassia, Elisabethen Quelle und Rosbacher“, sagt Nicole Dutta-Körner, Leiterin Markenmanagement Hassia Mineralquellen. Das Booklet kann in gedruckter Form angefordert werden: presse@hassia-gruppe.com.

Zusätzlich werden die Wasser-Booklets dem Getränkehandel zur Verfügung gestellt und auch direkt an Konsumenten ausgegeben, z. B. bei Veranstaltungen oder Ernährungsberatungen durch das Deutsche Institut für Sporternährung.

Neu – und doch vollkommen vertraut

Neuer Auftritt für die Traditionsmarke hassia: mit neuem Logo, neuen Etiketten und in der modernisierten GdB-Poolflasche.

Man wird sie problemlos wiedererkennen – und trotzdem ein ganz anderes Bild von ihr bekommen: Die Marke hassia zeigt sich ab September 2020 nach einem Relaunch lebendiger und jünger denn je. „Mit einer sehr frischen, natürlichen, klaren und selbstbewussten Optik haben wir hassia deutlich modernisiert. Der neue, hochwertige Markenauftritt ist einem Premiummineralwasser angemessen. Dabei bleibt die vertraute Traditionsmarke absolut erkennbar – hassia ist nach wie vor das bewährte Mineralwasser von hier, aus der Region. Der Brunnen auf dem Etikett zeigt den Originalbrunnen aus dem Bad Vilbeler Kurpark und auch das Gründungsjahr 1864 befindet sich ab sofort auf dem Etikett“, erklärt Markenmanagerin Corinna Fuchs.

Natürlich modern

Das Logo und die Flaschenetiketten wurden komplett überarbeitet, um die aktuellen Markenwerte sichtbar zu machen. Sie strahlen nun eine moderne Natürlichkeit aus, verbinden Regionalität und Nachhaltigkeit zur Signatur einer Marke, die seit 2019 klimaneutral ist. „hassia tritt jetzt selbstbewusst und sympathisch als die natürlich grüne Marke auf, die sie wirklich ist, ohne dabei ‚öko‘ zu sein“, so Corinna Fuchs. Die Sorten lassen sich anhand klarer, frischer Farben einfach differenzieren: Ein ruhiges Hellblau (anstelle von Rot) steht nun für STILL, Grün für LEICHT und Dunkelblau für SPRUDEL. Auch die Limonaden und Schorlen von hassia erhalten das neue Design.

Nachhaltig umweltfreundlich

Die neuen Etiketten werden zeitlich mit der modernisierten 0,75-l-Pool-Weißglasflasche der GdB eingeführt. „Das Gesamtpaket ist optisch sehr attraktiv und gleichzeitig nachhaltig. Eine klimaneutrale Produktion, Mehrwegflaschen und kurze Transportwege in der Region stehen für eine hohe Umweltfreundlichkeit.“



05

REGIONAL
KLIMANEUTRAL

Das nachhaltige Engagement – klimaneutrale Marke seit 2019 – bekommt in Form eines grünen Blatts besondere Aufmerksamkeit.

Das Etikett ist auffällig im Wettbewerb und vermittelt durch die „Siegeloptik“ die hervorragende Produktqualität des Premiummineralwassers. Mehr zum neuen N2-Poolgebinde bei Hassia Mineralquellen erfahren Sie auf S. 6.

Gebindeumstellung für den RÖMER BRUNNEN



Der RÖMER BRUNNEN, 1930 erschlossen, sichert Bad Vilbel den Kurort-Status: Das Heilwasser mit einem hohen Gehalt an Natrium, Calcium, Magnesium, Chlorid und Hydrogencarbonat besitzt nachweislich vorbeugende, lindernde und heilende Eigenschaften. Es regt u. a. die Funktion von Magen und Darm an. Seit April gibt es das wertvolle Elixier von Hassia Mineralquellen in der wertigen 1,0-l-Individual-Glasflasche im handlichen 6er-Mehrwegkasten. Das moderne Gebinde hat u. a. Rewe und alldrink bereits von zusätzlichen Listungen überzeugt. Und das Thema Gesundheit, prognostizieren Marktforscher, gewinnt in diesen Zeiten nachhaltig an Bedeutung ...

Mehr wert, mehr Umsatz

Sie stand 50 Jahre in Mamas Küche und in Papas Keller: die 0,7-l-GdB-Perlenglasflasche. Nun wurde sie zur modernen 0,75-l-Weißglasflasche weiterentwickelt. Hassia Mineralquellen hat mit einer umfangreichen Investition seine Mineralwassermarken darauf umgestellt. Das zahlt sich aus: „Der Verbraucher empfindet die neue Poolflasche als sehr wertig und nimmt sie sehr gut an. Wir verzeichnen ein deutliches Absatzplus“, sagt Marc-Oliver Gruppe, Leiter Produktmanagement. Die Weißglasflasche ersetzt auch alle bislang grünen Flaschen der Bad Vilbeler Marken.



06



Medium und Pur sind Spitze!



Öko-Test findet Elisabethen Quelle Medium und Pur sowie Rosbacher Medium und hassia Still „sehr gut“!

Mit diesem Top-Urteil zeichnete das Verbrauchermagazin die vier Mineralwässer in ihren Sommerausgaben in zwei Mineralwassertests aus. Alle vier Produkte erhielten Bestnoten in den Königsdisziplinen „Inhaltsstoffe“ sowie „Ursprüngliche Reinheit“. Darüber hinaus hob Öko-Test die Bio-Qualität sowie die Eignung für Säuglingsnahrung von Elisabethen Quelle hervor. Die drei regionalen Marken konnten überdies im Bereich Verpackung punkten: jeweils in der 0,75-l-Glas-mehrwegflasche. Öko-Test empfiehlt seinen Lesern: „Wenn Sie Wasser von einem Mineralbrunnen aus Ihrer Nähe kaufen, tun Sie etwas für die Umweltbilanz und für die lokale Wirtschaft.“

So wird der Sommer prickelnd frisch



Hassias Wasser-Sommelier Martin Sons erklärt im Interview, was perfekte Weinschorlen ausmacht.

Herr Sons, Sommerzeit ist Schorlenzeit. Was ist die wichtigste Grundregel für richtig gute Weinschorlen?

Weinschorlen müssen richtig prickeln, und das geht nur mit Mineralwässern mit kräftiger Kohlensäure. Stille Wässer machen Schorlen fad, wie abgestanden. Es fehlt dann das Spritzige, Erfrischende, die Aktivität am Gaumen, also das, was man an einer Weinschorle ja so genießt. Auch ein Medium-Mineralwasser reicht da nicht, weil die Kohlensäure sofort mit dem Wein reagiert und die Schorle sonst zu schnell verflacht.

Was muss man sonst noch beachten?

Wenn man dem Aroma des Weines viel Raum geben will, sollte man ein sanft mineralisiertes Mineralwasser mit wenig Eigengeschmack wählen. „Elisabethen Quelle Spritzig“ zum Beispiel ist perfekt, weil es natriumarm und eben sanft mineralisiert ist und einen weichen Geschmack hat. Gleichzeitig lässt der hohe Kohlensäuregehalt die Schorlen schön perlen.

Welche Temperatur bringt eine Weinschorle am besten zur Geltung?

Als typische Sommergetränke sollten sie eine gute Kühlschranktemperatur haben. Dafür müssen sowohl der Wein als auch das Mineralwasser gekühlt sein, am besten etwa 6 bis 7 Grad Celsius. Kälter darf das Mineralwasser nicht werden, weil dann die Kohlensäure gebunden wird und nicht mehr perlt. Eiswürfel verwässern den Geschmack nur. Und Zitronenscheiben sind ein absolutes No-Go, sie machen Aroma und Säure gleichermaßen kaputt.

In welchem Verhältnis mischt man Weinschorlen idealerweise?

Die typische Faustregel lautet zugunsten des Weines, nämlich drei Viertel Wein plus ein Viertel Mineralwasser. Es gibt aber auch viele Leute, die eine 50/50-Mischung bevorzugen oder sogar eine ganz dünne Schorle mit nur einem Viertel Wein. Ein guter Wirt fragt, in welcher Mischung man seine Schorle will – und mit welchem Wein.



Die herrlich ehrliche Bio-Mate

NEU!

Für alle, die natürlich lange durchhalten wollen. Mit BIONADE Mate Pur oder BIONADE Mate Pfirsich, die ab August in der wiederverschließbaren Halbliter-Glasflasche im Markt starten. Genauer gesagt: zunächst in Frankfurt am Main, Freiburg, Hamburg, Köln, Leipzig und Stuttgart.

„In diesem urbanen Umfeld treffen wir Studierende, Gründer und Kreative“, freut sich Marketingleiterin Svenja Lonicer auf den Roll-out. „Denn Mate steht in dieser Kernzielgruppe für belebende Aktivierung – und nur unsere BIONADE Mate bietet im Wettbewerbsvergleich echten Mate-Aufguss und 100 Prozent pflanzliche Bio-Rohstoffe.“ Nicht zu vergessen: Mit nur fünf Gramm Zucker pro 100 Milliliter und ohne künstliche Zusätze folgt auch BIONADE Mate dem Wunsch nach weniger süßen, ehrlichen Bio-Erfrischungsgetränken.

Auch den POS macht die „Neue“ von BIONADE jetzt noch bunter mit impulsbringenden Displays und aufmerksamkeitsstarken Werbemitteln.

Denn auch im Handel sind Erfrischungsgetränke auf Mate-Tee-Basis nicht mehr wegzudenken. Selbst wenn das Segment mit rund 25 Millionen Litern in diesem Absatzkanal noch relativ klein ist, so wächst es prozentual zweistellig – und dabei ist der Gastronomiebereich noch gar nicht eingerechnet. Svenja Lonicer: „Also viel, viel Potenzial für unsere BIONADE Mate – zur Erfrischung, zur Entspannung und natürlichen Belebung zu Hause, bei der Arbeit oder einfach zwischendurch.“

08

Ob klassischer oder fruchtiger Geschmack, ob bei Mate-Fans oder Verwendern aus dem Cola-, Energy- oder Limonadenmarkt: Bei Verbrauchertests im Vorfeld hatte BIONADE Mate Pur und BIONADE Mate Pfirsich weit überdurchschnittliche Bewertungen erhalten. „Ein Signal für hohe Kaufbereitschaft, die wir mit unserem Kommunikationspaket richtig pushen werden“, so Svenja Lonicer. Dazu gehört nicht nur eine eigene Kampagne für BIONADE Mate, die – wie schon die „klassische“ BIONADE Kampagne – mit viel Selbstironie auf allen Kanälen richtig Spaß machen wird.

Ab August
2020





Ab auf die Matte

Festivals und Großveranstaltungen? Ausgefallen. Fachmessen? Abgesagt. Promotions und Samplings? Ausgesetzt. Auch für Ti. Dabei sollte 2020 das Jahr werden, in dem die Menschen unseren Bio-Erfrischungstee bei vielen Gelegenheiten fühlen, anfassen, probieren und deshalb auch kaufen. Und dann? Kam das Coronavirus, das sämtliche Vorhaben, Termine und Planungen durcheinanderbrachte. „Flexibel und mutig haben wir uns darauf eingestellt. Und Mut wird bekanntlich belohnt“, so Brand Manager Christian Rimmler. „Jede Krise ist schließlich auch eine Chance, und die haben wir kreativ genutzt.“

Mit den Ti-Sessions, den digitalen Live-Events mit dem Fokus auf Facebook und YouTube sowie ergänzend auf Instagram. Für alle, die sich gerade in diesen Zeiten einen Ausgleich, ein bewussteres Leben und mehr persönliche Fitness wünschen. Mit überragender Resonanz: Die Ti-Sessions sind das erfolgreichste Content-Format seit dem Marken-Relaunch und haben alle Facebook-Benchmarks um ein Vielfaches geknackt.

Die Neuen von BIONADE und Ti

Warum gibt es BIONADE eigentlich nicht in größeren Flaschen? Und Ti nicht in Glasgebinden? Mit praktischem Schraubverschluss?

Diese Fragen haben nicht nur wir uns gestellt, sondern auch die Handelskunden und Fans unserer Marken. Und weil es bei uns keine Phrasen wie „Das haben wir schon immer so gemacht!“ gibt, stand das Thema „Gebinde“ auf der Agenda.

Gedacht, gemacht, gelungen: BIONADE gibt es jetzt auch in Halbliterflaschen. Natürlich aus Glas und erstmals wiederverschließbar, praktischerweise im handlichen Zehnerkasten. Auch Ti erschließt mit seiner neuen, wiederverschließbaren „Kleinen“ die Zielgruppen. Hinter dieser Dynamik steht vor allem ein Bewusstseins- und Wertewandel der Verbraucher, nicht zuletzt ausgelöst durch die Debatte um Klima- und Umweltschutz. Marketingleiterin Svenja Lonicer: „Nachhaltiges Denken ist Teil der Marken-DNA, und das bleibt es auch.“

Die „Neuen“ von BIONADE und Ti sind der beste Beweis.



Ehrliche Bekenntnisse

Viele Unternehmen kürzen in diesem Jahr ihre Werbebudgets, verschieben oder frieren Kampagnen ein. Und BIONADE? Setzt die erfolgreiche Kampagne unter dem Motto „Weil ehrlich gut.“ mit neuen TV-Spots, Plakatwerbung und einer Digitaloffensive fort. Mit kecken Sprüchen, Selbstironie und Seitenhieben gegen stereotype Hochglanzwerbung. „Eine Budgetkürzung war für uns bei BIONADE kein Thema, um weiteres Wachstumspotenzial zu erschließen“, so Junior Brand Manager Kai Espenschied. „Neue Sorten und Gebinde, starke Vertriebspower und dazu eine Kampagne, die ihre Betrachter auch in Krisen-



zeiten einfach mal zum Schmunzeln bringt – wir gehen unseren Weg konsequent weiter.“ Jetzt, im Hochsommer, ist erstmals auch BIONADE Himbeer-Pflaume auf Plakaten zu sehen. Bisher vorwiegend in Bioläden verfügbar, ist der „heimliche Star“ der BIONADE Familie jetzt bundesweit im Handel.

Hilfe mit Herz und Verstand

HassiaHILFT spendet 1 Mio. Liter Mineralwasser an gemeinnützige Organisationen und Institutionen.

„In schwierigen Zeiten muss man Verantwortung übernehmen. Für uns ist es selbstverständlich, dass wir helfen, wo es am nötigsten ist“, sagt Dirk Hinkel, Geschäftsführender Gesellschafter von Hassia Mineralquellen. Mitte April, zum Höhepunkt der Corona-Krise, hat das Familienunternehmen deshalb die Aktion „HassiaHILFT“ ins Leben gerufen. „Ziel ist es, über diese Initiative bis zu eine Million Liter Mineralwasser an soziale, gemeinnützige Einrichtungen zu spenden. Dazu gehören vor allem Krankenhäuser in unserer Region, Altenpflegeheime sowie die Tafeln in Deutschland.“ Bislang konnten (Stand Redaktionsschluss) gut 200 karitative Einrichtungen und 32 Krankenhäuser mit über 406.000 Liter Mineralwasser versorgt werden.

Teamegeist und Stolz

Möglich gemacht haben das der Teamgeist und das bewundernswerte Engagement der Hassia-Mitarbeiter: „Wir haben dafür ein abteilungsübergreifendes Team gebildet“, erklärt Projektleiterin Svenja Lonicer, in Hauptfunktion verantwortlich für das Marketing von BIONADE und Ti Erfrischungstee. „Service, Logistik und Außendienst übernehmen gemeinsam die Organisation der Lieferungen oder liefern sogar persönlich aus. Das ist auch für uns als Mitarbeiter eine tolle Erfahrung. Nicht nur, weil die Menschen so dankbar für die Spenden sind, sondern weil sich dadurch auch spürbar der Zusammenhalt gestärkt hat. Alle Mitarbeiter sind stolz auf das, was Hassia da leistet.“

Vor Ort statt unterwegs

Besonders für den Außendienst der HassiaGruppe waren die Corona-Wochen eine Zeit neuer Erfahrungen: Da die normalen Fahrten zu den Kunden nicht möglich waren, haben sie vor Ort bei der Produktion, in der Logistik, oder im Labor ausge-

holfen – und bei HassiaHILFT. „Wir haben bewusst entschieden, niemanden auf Kurzarbeit zu setzen, sondern die frei gewordenen Ressourcen auf diese sehr sinnvolle Weise zu nutzen“, so Dirk Hinkel. Die ungewohnten Einblicke in den Alltag der Kollegen haben gleichzeitig das gegenseitige Verständnis und den Respekt für die Arbeit des anderen gesteigert.



„Hier ist Handarbeit gefragt – und weil ich die größten Hände habe, bin ich hier genau richtig!“

Steve Rost



„Die Zusammenarbeit mit den Kollegen geht Hand in Hand. Top!“

Thorsten Reuper



„Die Tätigkeit ist sehr körperbetont, Respekt vor den Kollegen!“

Christopher Schenk



Das HassiaHILFT-Team (v.l.n.r.): Eva-Maria Wechsler, Martin Sons, Svenja Lonicer, Laura von Flemming, Mario Söder.



Das HassiaHILFT-Video mit Dirk Hinkel wurde – ganz ohne Bewerbung – etwa 60.000 Mal angeschaut.



11

Auf Social Media-Kanälen hat die Aktion unter #HassiaHILFT viel Zuspruch und Dank erfahren.



Unter den belieferten Einrichtungen waren u. a. das Deutsche Rote Kreuz Hessen, Tafeln wie „Brot und Salz“ in Fechenheim oder – vermittelt durch den Rosbacher Fußball-Partner Borussia Dortmund – die Tafel in Dortmund.

Hundertprozentig engagiert, hundertprozentig klimaneutral

Nach der Marke hassia ist nun auch der Standort Hassia Mineralquellen klimaneutral. 2020 erhielt das Unternehmen zudem zum fünften Mal das Nachhaltigkeits-Siegel des SGS Institut Fresenius.

Seit 2013 hat Hassia Mineralquellen konsequent daran gearbeitet, die CO₂-Emissionen am Standort Bad Vilbel auf ein Minimum zu reduzieren. „Durch viele kleine und große Maßnahmen, durch stetig optimierte Prozesse und massive Investitionen haben wir es geschafft, unseren standortspezifischen CO₂-Fußabdruck seither zu halbieren“, sagt Dirk Hinkel, Geschäftsführender Gesellschafter. „Alle Emissionen, die sich nicht vermeiden oder reduzieren lassen, gleichen wir durch die Unterstützung von zertifizierten Klimaschutzprojekten aus. Damit produziert Bad Vilbel seit Juni 2020 offiziell klimaneutral.“

Vermeiden, verringern ...

Das bedeutet, dass die Auswirkungen aller Prozesse in Bad Vilbel auf das globale Klima insgesamt neutral bleiben. Bestätigt wird dies von ClimatePartner. Die unabhängigen Umweltexperten berechnen für Unternehmen CO₂-Bilanzen. Zu den Meilensteinen auf diesem Weg gehörten die Umstellung des Standortes auf 100 Prozent Ökostrom aus deutscher Wasserkraft, die ausschließliche Nutzung von energiesparender LED-Beleuchtung, ein Fuhrpark mit Euro-6-Schadstoffnorm und die Erhöhung der Recyclingquote auf über 97 Prozent. Der regionale Verkauf der Produkte und damit vergleichsweise geringe Transportemissionen wirken sich ebenfalls sehr positiv auf die CO₂-Bilanz aus.

WIE WURDE HASSIA MINERALQUELLEN KLIMANEUTRAL?

1. ERMITTELN (CO₂ ABDRUCK)



2. VERMEIDEN



4. KOMPENSIEREN



3. VERRINGERN

MEHR INFORMATIONEN
ERHALTEN SIE UNTER
WWW.HASSIA-HANDELT.DE

... und kompensieren

Für unvermeidbare Emissionen übernimmt Hassia ebenfalls die Verantwortung und unterstützt zwei zertifizierte Klimaschutzprojekte von ClimatePartner, die diese kompensieren können: ein Waldschutzprojekt in Peru und ein Aufforstungsprojekt in Uganda.

Ambitionierte Vision

Hassia wird weiter daran arbeiten, die noch anfallenden CO₂-Emissionen zu verringern. Dazu sollen unter anderem neue Technik wie die hochmoderne Glasmehrweg-Abfüllanlage (s. auch S. 14/15), alternative Kraftstoffe und effizientere Organisationsprozesse beitragen. Perspektivisch sollen nicht nur der Standort, sondern alle vor- und nachgelagerten Aktivitäten von Hassia Mineralquellen klimaneutral gestaltet werden. Für die Hausmarke hassia wurde dies schon 2019 für das gesamte Sortiment erreicht.



Nachhaltige Zukunft

Die Maßnahmen zum Klimaschutz und die Klimaneutralität des Standortes sind ein wesentlicher Bestandteil des umfassenden Nachhaltigkeitsengagements von Hassia Mineralquellen. Dafür steht auch die Zertifizierung als ökologisch und sozial nachhaltiges Unternehmen durch das SGS Institut Fresenius. 2016 hatte Hassia Mineralquellen dieses Siegel erstmals erhalten. Im Mai 2020 wurde der Standort zum fünften Mal daraufhin geprüft und die Zertifizierung bestätigt.

Gemeinsam fürs Klima

Nachhaltigkeit beschränkt sich aber nicht nur auf Hassia Mineralquellen in Bad Vilbel: Auch die anderen Standorte der HassiaGruppe bekennen sich zum Klimaschutz. Sukzessive sollen ab 2021 die ostdeutschen Standorte Lichtenau, Schmalkalden und Bad Doberan als nachhaltige Unternehmen zertifiziert und klimaneutral gestellt werden.

Der Bio-Pionier BIONADE hat für das, was bisher auf Herzblut und Engagement aus Überzeugung basierte, im Mai 2020 erstmals eine klare Vision formuliert:

WIR VON BIONADE WOLLEN IMMER MEHR. MEHR BIENEN, MEHR ARTEN, MEHR VIELFALT. BIS 2030.

In der nächsten Quellenpost erfahren Sie dazu mehr.

Mehr dazu lesen Sie im aktuellen Nachhaltigkeitsbericht 2017/18. Er steht unter www.hassia.com/nachhaltigkeit als PDF-Download bereit. Unter presse@hassia-gruppe.com und Angabe Ihrer Adresse können Sie ihn auch gern als Printausgabe bestellen.

Hochleistung am laufenden Band

Die neue Glasmehrweg-Abfüllanlage von Hassia Mineralquellen ist schneller, sparsamer und smarter.

Mehr Leistung in der Produktion, ein höherer Anteil an stark gefragten Glasgebinden, ausreichend Kapazitäten in der Logistik: Mit diesen Zielen investiert die HassiaGruppe in den nächsten Jahren 200 Millionen Euro in neue Technik und Infrastruktur an ihren Standorten. In Bad Vilbel ging im Rahmen dieses Zukunftsprogramms Anfang des Jahres eine hochmoderne Glasabfüllanlage in Betrieb – die erste digitale Anlage in Deutschland überhaupt.

Mehr Leistung

„Im Vergleich mit unserer bisherigen Glasmehrweganlage schafft die neue fast 40 Prozent mehr Leistung“, sagt Harald Lißfeld, Leiter der Abteilung Investition und Bau. Konkret laufen hier pro Stunde rund 45.000 Füllungen vom Band – knapp 13 pro Sekunde und 900.000 am Tag. Alles geht schneller als bisher, auch, weil die hochautomatisierte Anlage nach Industriestandard 4.0 mit- bzw. vorausdenkt: „Ein Linienmanagementsystem, kurz

LMS, überwacht die Betriebszustände aller Maschinen in der Anlage. Es weiß genau, wie viele Schraubkappen noch da sind oder wie lange der Sirup noch reicht. Das LMS rechnet automatisch aus, wann eine Leergutumstellung erfolgen muss, bestimmt den optimalen Umstellzeitpunkt für eine Maschine und ordert rechtzeitig, was gebraucht wird. Fremd- und Eigenstörungen werden schon erkannt und gemeldet, bevor sie Auswirkungen haben.“ So werden Reaktions- und Umstellzeiten minimiert; die Anlage kann schnell wieder auf volle Leistung hochgefahren werden. „Die Maschinen untereinander so intelligent zu vernetzen, dass sie wirklich harmonisch miteinander im Regelbetrieb funktionieren, war eine große Herausforderung.“

Weniger Verbrauch

Trotz höherer Leistung läuft die Anlage sogar sparsamer: Dank moderner Technik entsteht u. a. weniger Abwärme, Start-Stopp-Automatiken sorgen für abgeschaltete Teile, die gerade nicht im



Die Anlage wurde in Teilen in 140 Lkw-Ladungen plus 50 Tiefladerfahrten nach Bad Vilbel gebracht. Zur Zwischenlagerung musste zeitweilig der städtische Festplatz genutzt werden. Insgesamt nimmt die neue Anlage 4.500 Quadratmeter ein.

Einsatz sind, in der Waschmaschine minimierten optimierte Prozesse das Wasseraufkommen. Pro Füllung werden so 20 Prozent weniger Wasser und 25 Prozent weniger Strom verbraucht. Besonders leise Laufbänder reduzieren die Lautstärke beim Transport der „klirrfreudigen Passagiere“.

Glas gewinnt an Gunst

In erster Linie gehen hier in großen Chargen die 0,75-l-GdB-Poolflaschen in die Füllung. „Möglich sind aber auch die 0,33-l-Longnecks bis hin zur 1,0-l-Glasflasche“, so Harald Lißfeld. Kurz: Gebinde, die dank ihrer Umweltfreundlichkeit seit Jahren unaufhörlich in der Gunst der Verbraucher steigen – und deren Absatz auch weiter wachsen wird. Mit der neuen Superlativanlage ist Hassia dafür bestens gerüstet.



Erfüllendes Neuland

„Es ist Wahnsinn, wenn hier alles läuft wie geplant“, sagt Patricia Schuldeis mit viel Respekt. Die Lebensmitteltechnikerin und Getränkebetriebsmeisterin wurde als Abteilungsleiterin eines 14-köpfigen Teams für die neue Linie eingestellt.

15

Sowohl die hochgradig digitale Technik der modernsten Anlage der ganzen HassiaGruppe als auch die umfassende Personalverantwortung machen der 31-Jährigen viel Spaß, die nach zehn Jahren bei einem internationalen Wettbewerber zur familiären Hassia stieß. Der täglichen Herausforderung steht sie gelassen gegenüber:

„Ich bin sehr pragmatisch, denke mit, packe gern an. Meine Arbeit muss mich erfüllen, nicht nur zum Geldverdienen da sein. Das passt hier sehr gut.“

Nach Feierabend stellt die ambitionierte junge Frau von Stahl und Glas auf ein grünes Kontrastprogramm um: „Ich liebe die Natur, gehe gern wandern, Pilze sammeln und habe mich um einen Schrebergarten beworben.“



Hassia blüht und wächst

Rund um die Zentrale von Hassia Mineralquellen hat sich in den letzten Monaten viel getan – und es wird sich noch einiges mehr tun: Die Außenanlagen der Zentrale wurden nachhaltig verschönert.



16

Grüne Visitenkarte

Nachhaltig, klimaneutral, grün – so ist Hassia Mineralquellen, und das soll man dem Standort auch ansehen. „Die Außenanlagen der Zentrale sind dafür unsere Visitenkarte“, sagt Laura von Flemming, Nachhaltigkeitsbeauftragte. „Deshalb haben wir diesen Bereich inklusive des Großparkplatzes zwischen November 2019 und Juni 2020 neu gestalten lassen.“

Die Vorgaben waren ambitioniert: Ökologisch sinnvoll, naturnah und dabei pflegeleicht sollten die Anlagen werden, wenig Wasser verbrauchen sowie

Parkplatz und Hochregallager optisch einbinden. Dabei sollte möglichst erhalten werden, was schon an Grün vorhanden war. Notwendige Fällungen und Rodungen wurden mit einem Baumgutachter besprochen. Insgesamt wurden am Ende 12.000 Pflanzen und 30 Bäume neu gesetzt – eine Investition für Jahrzehnte blühenden Lebens rund um die Zentrale. Landschaftsarchitektin Andrea Schmitt von „Grünraum Design“ aus Alzenau hat die Wünsche perfekt umgesetzt.





Einer der ersten Entwürfe der Außenansicht ...

Raum für innovatives und zeitgemäßes Arbeiten

Ab dem Frühjahr 2021 wird die Verwaltung in Bad Vilbel um ein weiteres Bürogebäude ergänzt. In das neue, dreigeschossige Gebäude, das von dem Architekturbüro feuerschmitzbäckmann (Offenbach) entworfen wurde, werden Mitarbeiter von BIONADE und Hassia Mineralquellen einziehen.

Das Herzstück des Gebäudes ist sein Innenleben. Entwickelt von den renommierten Innenarchitekten der Ippolito Fleitz Group (Stuttgart), bietet es moderne und für neues Arbeiten bedarfsgerechte Kommunikations- und Arbeitszonen. So wird Raum sowohl für konzentriertes Arbeiten als auch abteilungsübergreifende Projektarbeit geschaffen. Die vielfältigen neuen Möglichkeiten können dann auch von allen Mitarbeitern des Standortes genutzt werden.

Wichtig natürlich auch: Bei Bau und Ausstattung wird besonders auf Energieeffizienz und nachhaltige Materialien geachtet.

Ausführlichere Informationen zu diesem spannenden Projekt folgen in der nächsten Ausgabe.



... und die Baustelle im Hochsommer.

Generationswechsel im Fuhrpark

Der Lkw-Fuhrpark von Hassia Mineralquellen wird in den nächsten zwei Jahren für noch mehr Umweltfreundlichkeit komplett ausgetauscht: auf neue, sparsamere Modelle mit der höchsten Abgasnorm und allen verfügbaren Assistenzsystemen. Vorrangig soll damit der Dieserverbrauch pro gefahrenem Kilometer gesenkt werden.

Die ersten fünf neuen „Brummis“ haben ihren Dienst bereits angetreten. Zwanzig Hassia-Fahrer prüfen jetzt im ausführlichen Praxistest die verschiedenen Typen, Systeme und Fahrgestellvarianten auf ihre jeweiligen Spezifikationen. Unter anderem werden Ladungssicherheit, Hebebühne, Abbiegeassistent, Verbrauch und Service unter die

Lupe genommen. Bewähren sich die neuen Fahrzeuge, folgen 2021 weitere 20 Lkw.

Mit dieser signifikanten Investition geht zur Zukunftssicherung der hauseigenen Logistik auch ein neuer Ausbildungsberuf in Bad Vilbel einher, der 2019 erstmals angeboten wurde: Seit August werden auch Berufskraftfahrer ausgebildet. Sie lernen in drei Jahren, was alles dazugehört, Güter pünktlich und sicher zum Kunden zu bringen. Insgesamt fangen 2020 zehn junge Männer in vier Berufen ihre Ausbildung bei Hassia an. Neben den Kraftfahrern sind das Industriekaufmann (3 Jahre), Fachkraft für Lebensmitteltechnik (3 Jahre) und Mechatroniker (3 Jahre).



Optimierte Infrastruktur

Am 8. Oktober 2018 fiel der Startschuss, rund einhalb Jahre später ist das Großprojekt vollbracht: Die Logistik in Ostheim ist jetzt auch für volumenstarke Perioden noch besser gewappnet. Herzstück dieser Großinvestition ist ein Hallenneubau, an dem vornehmlich heimische Gewerke aus der Rhön beteiligt waren. Im Sinne der Nachhaltigkeit kam heimisches Fichtenholz zum Einsatz. Damit nicht nur das BIONADE-Team von verbesserten Arbeitsbedingungen profitiert, sondern auch die für BIONADE so wichtigen Bienen eine neue Heimat finden, wurden insektenfreundliche Bienenweiden angepflanzt. Hinzu kamen Lindenbäume und Kletterpflanzen wie Hopfen, wilder Wein oder

Ramblerrosen. Das Investitionsvolumen dieses Standortbekenntnisses geht in den sechsstelligen Eurobereich.





Hassia bleibt am Ball!

Mit dem TSV Steinbach und dem VC Wiesbaden gehen die Mineralquellen bis 2021 in die Verlängerung.

Sport-Events werden in der Corona-Krise reihenweise abgesagt oder finden nur mit Einschränkungen statt. Hassia Mineralquellen bleibt in dieser unsicheren Zeit verlässlich an der Seite der gesponserten Vereine.

„Wir sind uns unserer Verantwortung gegenüber unseren Partnern absolut bewusst und stehen mit unseren Verbindungspersonen im engen und vertrauensvollen Austausch, wie wir die Sponsorships und gegenseitigen Leistungen für beide Seiten vorteilhaft kompensieren können“, betont Matthias Jensch, Leiter Sponsoring und Event.

So können zum Beispiel Ticketkontingente in die nächste Spielzeit verlegt werden. „Die Zusammenarbeit ist sehr kooperativ. Ich bin überzeugt, dass wir individuelle Lösungen finden.“

Mit den Fußballern vom TSV Steinbach und den Wiesbadener Volleyballdamen wurden die Verträge aktuell für eine weitere Saison verlängert. Die Versorgung der Teams sowie weiterer Mannschaften des Vereins mit Rosbacher Mineralwasser, ein Kartenkontingent, Hospitality-Leistungen und die exklusiven Ausschankrechte für alkoholfreie Getränke plus Apfelwein sind die tragenden Pfeiler der Vereinbarung.

Mit TV-relevanter Bandenwerbung sowie Sichtbarkeit auf dem Spielfeld als auch mit dem Einsatz von Rosbacher Trinkflaschen am Spielfeldrand zeigt die Marke Präsenz.



„Für die HSG Wetzlar ist es einfach toll, einen Partner wie Hassia Mineralquellen an ihrer Seite zu wissen – in guten Tagen und in Krisenzeiten, wie jetzt. Die Werte, die das Familienunternehmen konsequent vertritt, nämlich Tradition, Heimat und Regionalität sowie soziales Engagement, spiegeln sich auch in der Entscheidung wider, die Wetzlarer Handballer und ihre Fans in dieser Corona-Pandemie nicht allein zu lassen und weiterhin zu allen partnerschaftlichen Zusagen zu stehen. Das ist keine Selbstverständlichkeit, wir wissen das sehr zu schätzen.“

Dafür sprechen wir Familie Hinkel und allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ein großes Dankeschön aus. Eine gelebte Partnerschaft mit Augenmaß für die Situation, Leidenschaft für guten Sport und Herz in der Krise!“

Björn Seipp, Geschäftsführer HSG Wetzlar

Mit Glas liegt man richtig.

Dem Klima zuliebe – hassia Mineralwasser
in der Mehrweg-Glasflasche.

REGIONAL
KLIMANEUTRAL



Impressum

Herausgeber:
Hassia Mineralquellen GmbH & Co. KG
Postfach 11 60, 61101 Bad Vilbel
Tel. (0 61 01) 4 03-0
www.hassia.com
E-Mail: presse@hassia-gruppe.com

Verantwortlich für den Inhalt:
Stefan Müller, Geschäftsführer Marketing
Sibylle Trautmann, Leiterin PR/Öffentlichkeitsarbeit

Text: Kathrin Wittwer – DIE TEXTKONFEKTION; Renate Goergen – UNITED PR

Gestaltung: DAMM & BIERBAUM GmbH,
Hanauer Landstraße 135–137, 60314 Frankfurt am Main, www.damm Bierbaum.de

Bildnachweis: Hassia Mineralquellen, BIONADE, Ti Erfrischungstee; Titel: shutterstock; S. 3 + S. 14:
Dirk Ostermeier; S. 7: Egon Sommer + shutterstock; S. 9: Thomas Neukum; S. 13: gettyimages; S. 17:
Ippolito Fleitz Group; S. 18: Frank Rumpenhorst; S. 19: Björn Franz, Detlef Gottwald, HSG Wetzlar.

Druck: DruckPunkt GmbH, Aschaffenburg, Auflage: 2.000
Gedruckt auf chlorfrei gebleichtem Papier. Erscheinungstermin: September 2020



bizzi



Bad Vilbeler
UrQuelle



BIONADE