

# Quellenpost



## Hassia handelt – heute für morgen

### MARKEN

Die gesamte Produktrange der Marke hassia ist jetzt vegan

SEITE 05

### UNTERNEHMEN

Nachhaltig: Hassia Mineralquellen mit erfolgreicher Zertifizierung ökologischer und sozialer Kriterien

SEITE 08

### EVENTS | SPONSORING

Herzlichen Glückwunsch zur 30. Spielzeit der Bad Vilbeler Burgfestspiele

SEITE 14

# „Nachhaltigkeit ist das neue Premium“

Dirk Hinkel  
Geschäftsführender Gesellschafter  
HassiaGruppe

02

Wie kann sich Hassia nachhaltig weiterentwickeln? Das ist die Kernfrage, die wir uns zu Beginn unseres Nachhaltigkeitsprojektes gestellt haben. Inzwischen haben wir Strukturen und Abläufe geändert, einen Verhaltenskodex für uns und unsere Lieferantenpartner verabschiedet, Entscheidungen für ein klimaneutrales Sortiment getroffen. Ein bedeutendes Etappenziel war die Erstzertifizierung von Hassia Mineralquellen nach sozialen und ökologischen Kriterien durch das SGS Institut Fresenius im vergangenen Jahr und das neue Qualitätssiegel, das wir Mitte April offiziell vorstellten. Nachhaltigkeit ist das neue Premium. Die aktuelle Quellenpost dreht sich daher vor allem um dieses Thema.

Auch das papierlose Lieferscheinverfahren spielt hier mit hinein. Die Anforderungen unserer Absatzmittler sind jedoch unterschiedlich. Deshalb bieten wir sowohl den rein elektronischen Weg via E-Mail oder Fax als auch weiterhin den Lieferschein auf Papier an – vom Fahrer vor Ort ausgedruckt, und zwar übersichtlich im DIN-A4-Format statt auf Quittungsrolle wie bisher. Dafür haben wir alle Lkws, auch die von Spediteuren, mit Druckern ausgestattet. Außerdem kündigen wir jetzt auf Wunsch das genaue Zeitfenster für den Wareneingang an. Kunden haben für dieses Lieferavis ab 1 Stunde im Voraus ihre E-Mail-Adresse bei uns hinterlegt.

Zwischendurch gibt es dann auch Ergebnisse, mit denen man einfach beschenkt wird. Mit einem Platz unter den „TOP 100“ der Studie „Beliebteste Familienunternehmen 2015“ in Deutschland zum Beispiel: Für diese repräsentative Studie hatte die Kölner ServiceValue GmbH in Kooperation mit Deutschland Test, einer Marke des Magazins Focus-Money, Endverbraucher zu 220 ausgewählten Firmen befragt. Wir haben uns sehr gefreut, dass wir mit unserem hessischen Familienunternehmen im Ranking unter die ersten 100 kamen.

In dieser Ausgabe informieren wir Sie selbstverständlich auch über unsere Neuprodukte, wir stellen die aktuelle Rosbacher-Sammelaktion vor und wir gratulieren den Bad Vilbeler Burgfestspielen zur 30. Spielzeit.

Ihnen wünsche ich nun eine angenehme Lesezeit und eine erfolgreiche Sommersaison!

Ihr



Titelbild:

Marta Schlichting und Sebastian Rau (Zweiter v. l.) vom SGS Institut Fresenius bei der symbolischen Siegelvergabe an Hassia-Chef Dirk Hinkel, Michael Schmidt und Ullrich Schweitzer, Hassia-Geschäftsführer Technik beziehungsweise Marketing



## Aus dem Inhalt

<b>MARKEN</b>	<i>Neue bizzl Premium-Limonade und handliche 4er-Packs</i>	SEITE 04
	<i>Erfrischend vegan – jetzt auch alle Produkte der Marke hassia</i>	SEITE 05
	<i>Aktuelle Rosbacher-Aktion: Hol' dir das Fan-Shirt – acht Teams aus dem Spitzensport sind dabei</i>	SEITE 06
<b>UNTERNEHMEN</b>	<i>Mit neuem Siegel setzt Hassia Mineralquellen den i-Punkt auf die Zertifizierung von Kriterien für Nachhaltigkeit/ Interview mit Sebastian Rau, SGS Institut Fresenius</i>	SEITE 08
<b>DAS STICHWORT</b>	<i>Nachhaltigkeit</i>	SEITE 12
<b>GASTRONOMIE</b>	<i>Die Naunheimer Mühle in Wetzlar mit neuem Gartenhaus</i>	SEITE 13
<b>EVENTS   SPONSORING</b>	<i>30. Spielzeit Bad Vilbeler Burgfestspiele: Hassia verlost Karten</i>	SEITE 14
	<i>Ausstellung in Marburg ehrt Formel-1-Legende Michael Schumacher</i>	SEITE 15
<b>NEWSTICKER, IMPRESSUM</b>		SEITE 16

# Neues von bizzl



Limonaden vom Feinsten: **bizzl Premium Feine Johannisbeere** ergänzt seit April die erfolgreiche Kategorie der Premium-Limonaden mit den Produkten Feine Zitrone und Feine Orange. Auch die beerige Neue hat den extra hohen Fruchtgehalt, ist frei von Farb- und Konservierungsstoffen und zu 100 Prozent vegan. Gebinde: 6 x 0,75 Liter, Glas-Mehrweg

Die **bizzl-Premium-Produkte** gibt es vorübergehend im Aktionszeitraum von Mai bis Juli 2016 auch im handlichen 4er-Pack – sortenrein in der 0,25-Liter-Glasflasche. Am Point of Sale machen die fruchtigen Vier im bizzl-bunten Verkaufsdisplay auf sich aufmerksam.

Ab Juni lacht dann zusätzlich eine neue Limonade der kiss-Range auf der Zunge: **bizzl pink grapefruit kiss** kommt im 12 x 1,0 Liter-PET-Mehrweggebinde auf den Markt.

Außerdem lädt bizzl bis Ende September wieder zu Mitmach-Aktionen bei ausgewählten Händlern ein – zum Segwayfahren beispielsweise, oder zum Spielen am einarmigen Banditen.



# Erfrischend vegan

Untersuchungen der Gesellschaft für Konsumgüterforschung belegen: Glaubwürdigkeit, Transparenz und Nachhaltigkeit gehören zu den aktuellen Bedürfnissen der Verbraucher. Dabei werden Ernährungsstile wie vegetarisch, vegan oder der bewusste Verzicht auf bestimmte Lebensmittel immer mehr zu Lebenseinstellungen. In Deutschland verzichten knapp neun Millionen Menschen auf tierische Produkte, entweder teilweise oder ganz. Das Lebensmittelrecht erlaubt Gelatine vom Schwein für die Klärung von Fruchtsaft. Aus einem naturtrüben wird so ein klarer Apfelsaft. Eine Kennzeichnungspflicht gibt es nicht dafür.

Ein veganes Produkt darf jedoch auch im Herstellungsprozess und bei der Verpackung keine Zutaten oder Hilfsstoffe tierischen Ursprungs – beispielsweise Kasein im Etikettenklebstoff – enthalten. Für die Sortimentsentwicklung hat sich die Marke hassia neu aufgestellt und folgt diesen veganen Prinzipien: stattdessen wird jetzt Erbsenprotein für die Klärung von Saft für die Schorlen genutzt. „Damit gehen wir einen Schritt weiter, und wir haben unsere hassia-Schorlen und -Erfrischungsgetränke nach den Richtlinien des Deutschen Vegetarierbundes zertifizieren lassen, erkennbar am Vegan-Label auf dem Etikett“, wie Marc-Oliver Gruppe, Leiter Produktmanagement, erläutert. „Damit ist hassia die erste Getränkemarkte in Deutschland, deren Produktrange komplett vegan ist.“



**VEGAN**





# Mit acht Topteams auf der Gewinnerseite

Seit dem 1. Mai heißt es wieder Rosbacher kaufen, Kassenbelege einsenden und garantiert gewinnen – dieses Mal ein Fan-Shirt vom Lieblingsverein aus dem regionalen Spitzensport.



*Passt! Die Hassia-Azubis haben die Fan-Shirts schon mal anprobiert*

Und das sind die Partner der neuen Rosbacher-Gewinnaktion: Eintracht Frankfurt, FSV Frankfurt, 1. FSV Mainz 05, Kickers Offenbach, Löwen Frankfurt, Fraport Skyliners, HSG Wetzlar und Tennisklub Grün-Weiß Mannheim.

Wer die Kassenbons für 6 Kästen Rosbacher – egal, welcher Produktvariante – einschickt, bekommt per E-Mail einen Gutscheincode für den extra eingerichteten Webshop. „Dort kann man sich zum Shirt auch gleich den Fanspruch des Lieblingsvereins als Aufdruck aussuchen“, erklärt Hassia-Werbeleiter Michael Bergmann. „Immer wieder SGE“ für das Eintracht-Shirt zum Beispiel. Oder man textet selbst etwas, maximal 25 Zeichen

lang und mit einem Inhalt, der dem Fairplay entspricht.

Die Aktion endet am 31. Juli, Einsendeschluss für die Kaufbelege ist der 31. August 2016. PoS-Material, Großflächenplakate, Printanzeigen und Funkspots, soziale Medien und die Vereine selbst machen auf die neue Gewinnaktion aufmerksam. [www.rosbacher.de/fan-shirt](http://www.rosbacher.de/fan-shirt)



„Mit der TV-Bande und dem exklusiven Eckballpresenting ist Rosbacher unser sichtbarer Partner in der Commerzbank-Arena. Darüber hinaus verbinden uns viele individuelle Aktivitäten, z. B. für die Eintracht Frankfurt Fußballschule oder das Spieltagscamp für Erwachsene.“ Jutta Kamolz, Leiterin Marketing Eintracht Frankfurt Fußball AG

„Die T-Shirt-Aktion ist kreativ und modern – wie das gesamte Marketing von Rosbacher. Sie spricht Sportler und Fans in gleicher Weise an. Wir lieben Rosbacher.“ Alex Kurucz, Marketingbeauftragter, Tennisklub Grün-Weiß Mannheim



„Profisport lebt von nachhaltigen Engagements, und Rosbacher trägt seit Jahren dazu bei, dass die Löwen-Spieler ihr Bestes geben können und es Hassia-Produkte in den Businessbereichen gibt.“ Andreas Stracke, Gesellschafter & CMO, Löwen Frankfurt

„Rosbacher ist für uns ein toller und wertvoller Partner. Wir sind stolz auf diese unkomplizierte Partnerschaft. Die Aktion ist originell und gelungen.“ Dag Heydecker, Geschäftsführer Vertrieb, 1. FSV Mainz 05



„Das ist eine sehr gelungene Aktion. Sie steht für die große Verbundenheit von Rosbacher mit dem Sport. Wir freuen uns, dass wir unseren starken und langjährigen Partner dabei unterstützen können.“ Sebastian Kunkel, Marketing, FSV Frankfurt

# Neuer Auftritt für Elisabethen Quelle

Die Marken-Website von Elisabethen Quelle ist zurzeit eine Baustelle – natürlich nur im Hintergrund: Das Design wird aufgefrischt, die Darstellung für Nutzer mobiler Endgeräte verbessert und die Inhalte werden aktualisiert. „Wir rücken die Mehrwerte der Marke stärker in den Mittelpunkt und ordnen die Informationen auch nach bestimmten Zielgruppen“, wie Markenmanagerin Vanessa Ginsberg verrät. „Für Mütter von Kleinkindern



beispielsweise ist es besonders interessant, warum unsere Elisabethen Quelle für die Zubereitung von Babynahrung geeignet ist.“ Ein wichtiges Thema ist selbstverständlich die jüngste Zertifizierung nach Kriterien für soziale und ökologische Nachhaltigkeit und die Bio-Qualität des Produktes. Der neue Webauftritt soll im Juni online gehen. Das ist aber nicht alles: Auch die Plakatmotive werden überarbeitet, und es werden neue Funkspots produziert. [www.elisabethen.de](http://www.elisabethen.de)



Zum Glück gibt's hassia.

07

## Die hassia-Glückswürfel rrrrrrollen wieder!

**In der neuen Auflage dreht sich das beliebte Onlinegewinnspiel um sommerliche Sofortgewinne: Seit Anfang April gibt es vom Barbecue-Besteck bis zum Gartenmöbel-Set tolle Grillprämien zu gewinnen.**

Die neue Spielrunde läuft noch bis zum 5. Juni 2016. „Zum Schluss verlosen wir dieses Mal drei Landmann-Gasgrillwagen aus Edelstahl als Hauptpreise für die ganze Familie“, sagt Markenmanager Daniel Krämling. „Die Premiumausstattung macht ihn zu einem echten Highlight für die Grillsaison.“

Die Glückscodes fürs Mitspielen unter [www.hassia-sprudel.de](http://www.hassia-sprudel.de) stehen auf den Flaschenetiketten aller Mineralwassersorten der Marke hassia im Glas- und PET-Mehrweggebinde.

Für den virtuellen Würfelspaß 2015 hatten sich knapp 9.000 Teilnehmer registriert, die mehr als 200.000 Mal mitwürfelten. Eine deutliche Steigerung im Vergleich zur schon sehr erfolgreichen Aktion des Vorjahres.



*Schöne Bescherung? Und ob! Kurz vor Weihnachten kam der Hauptgewinner 2015 zur Schlüsselübergabe für seinen sportlichen Opel Corsa Edition ins Autohaus Bad Vilbel. Wolfgang Roth heißt der Glückspilz aus Nidderau, hier auf der Fahrerseite mit Daniel Krämling (re./Mitte) und Michael Bergmann von Hassia. Links im Bild ist Roths Ehefrau Brigitte mit Christian Kuhn vom Autohaus (Mitte) und Erik Kochner von der Adam Opel AG zu sehen*



- ✓ Premiummineralwasser in Bio-Qualität
- ✓ natriumarm
- ✓ soziale & ökologische Nachhaltigkeit

Infos unter:  
[hassia-sprudel.de/SGS](http://hassia-sprudel.de/SGS)  
[rosbacher.de/SGS](http://rosbacher.de/SGS)  
[elisabethen.de/SGS](http://elisabethen.de/SGS)  
[bad-vilbeler-urquelle.de/SGS](http://bad-vilbeler-urquelle.de/SGS)

# Hassia handelt – heute für morgen

Mitte April setzte die offizielle Vergabe des Qualitätssiegels mit der Auslobung „Premiummineralwasser“ sowie „soziale und ökologische Nachhaltigkeit“ den i-Punkt auf die erfolgreiche Zertifizierung durch das SGS Institut Fresenius, Taunusstein. Sie ist ein bedeutender Schritt auf dem Weg der nachhaltigen Weiterentwicklung von Hassia Mineralquellen.

„Der Zertifizierungsprozess markiert ein neues Zeitalter für Hassia und für unser Hauptprodukt Mineralwasser“, sagt Hassia-Chef Dirk Hinkel. „Unsere Kernmarken erfüllen, unabhängig vom Kohlensäuregehalt und Gebinde, die Anforderungen an ein Premiummineralwasser mit Bio-Qualität von SGS Institut Fresenius.“ Wer mehr dazu erfahren möchte, kann sich auf den Websites der Hassia-Marken wie etwa [www.rosbacher.de/SGS](http://www.rosbacher.de/SGS) und unter [www.sgs-qualitaetssiegel.de](http://www.sgs-qualitaetssiegel.de) informieren.

Premiummineralwasser mit Bio-Qualität zeichnet sich durch einen deutlich erweiterten Umfang der regelmäßigen Qualitätskontrollen und durch Anforderungen aus, die mehrheitlich strenger sind als die

gesetzlich vorgeschriebenen. Darüber hinaus werden alle Prozesse und Strukturen des abfüllenden Betriebes einem umfassenden Prüfverfahren der nachhaltigen Unternehmensführung unterzogen. (Siehe auch Interview auf Seite 10.)

Das neue Qualitätssiegel auf den Etiketten für Bad Vilbeler UrQuelle, Elisabethen Quelle, hassia und Rosbacher ist eine gute Orientierungshilfe für die Verbraucher: Sie sehen auf einen Blick, dass sie ein qualitativ einwandfreies, nachhaltig hergestelltes Produkt kaufen und welche besondere Mineralisierung es hat, ob es also beispielsweise natriumarm oder calcium- und magnesiumhaltig ist. Auf dem Siegel für die natriumarme Elisabethen Quelle wird



auch die Bio-Qualität ausgelobt. Damit ist dieses Mineralwasser das erste in Deutschland, das sowohl für die Zubereitung von Babynahrung geeignet ist als auch eine zertifizierte Bio-Qualität ausweist.

### Drei Säulen und eine neue Stabstelle

Mitte 2012 hatte Hassia begonnen, die Strukturen und Abläufe in sämtlichen Betriebsbereichen unter die Lupe zu nehmen und sich auf die Zertifizierung vorzubereiten. Dabei orientierte man sich unter anderem am Deutschen Nachhaltigkeitskodex, der auf eine Initiative der Bundesregierung zurückgeht, und definierte drei Bereiche für Nachhaltigkeit (NH):

- **Ökonomie** = nachhaltige Wertschöpfung, Qualität, seriöse Geschäftsbedingungen und Verbraucherschutz
- **Ökologie** = verantwortungsvoller Umgang mit den Ressourcen, umweltschonende Technologien und Herstellung der Produkte sowie eine Klimabilanz
- **Soziales** = gute und sichere Arbeitsbedingungen, Gesundheit und gesellschaftliche Verantwortung

„Wir sehen diese Bereiche als gleichwertig an, denn für Investitionen in nachhaltige Entwicklung braucht man den wirtschaftlichen Erfolg. Als Familienunternehmen denken wir dabei in Generationen, nicht in Quartalsergebnissen wie ein Großkonzern“, betont Dirk Hinkel.

Ziele und Maßnahmen wurden ausgearbeitet und eine Stabstelle für die erste NH-Beauftragte bei Hassia Mineralquellen eingerichtet: Laura von Flemming bildet gemeinsam mit den NH-Ansprechpartnern der Fachabteilungen das NH-Koordinierungsteam und berichtet an das NH-Kernteam in der Geschäftsführung, das die strategische Ausrichtung und Ziele vorgibt. Für die Personalentwicklung und den Aufbau eines ganzheitlichen Gesundheitsmanagements wurde mit Olga Kühnbach eine weitere neue Mitarbeiterin eingestellt. Ein großer Schritt war die Umstellung auf Ökostrom Anfang 2015, nachdem bereits der Lkw-Fuhrpark erneuert und die Staplerflotte auf Fahrzeuge mit Elektroantrieb umgestellt worden war.

### Weichenstellung für ein klimaneutrales Unternehmen

Die Checkliste für die Zertifizierung sozialer und ökologischer Nachhaltigkeit – und für das jährliche Audit – durch das SGS Institut Fresenius umfasst 97 Kriterien. Zu den sozialen Prüfkriterien zählen Aspekte wie Arbeitssicherheit und Chancengleich-

heit. Auch ein sozial nachhaltiger Rohwareneinkauf oder das soziale Engagement außerhalb des Unternehmens spielen eine Rolle. Ökologische Kriterien betreffen unter anderem die Klimabilanz, das Energie- und Ressourcenmanagement sowie die Logistik. Der Zertifizierungsprozess umfasst außerdem die regelmäßige Produktprüfung, Audits in der Produktionsstätte sowie ein Zulassungs- und Bewertungssystem für Lieferanten.



09

*Bewegung tut gut – wie hier am betrieblichen Gesundheitstag 2015. Jetzt können die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter das ganze Jahr über im neuen Fitness-Center von Hassia trainieren*

„Der Aufwand hat sich gelohnt“, sagt Hassia-Marketingchef Ullrich Schweitzer. „Das neue Qualitätssiegel und konkrete Zahlen sprechen für sich.“ Etwa die Ausstoßmenge von CO<sub>2</sub>: Die reduzierte sich 2015 um 5.000 Tonnen. Oder die Restmüllmenge, die 2015 im Vergleich zum Vorjahr um mehr als 20 Prozent geringer war. Dass etwas gleich bleiben und nachhaltig sein kann, zeigt die Mehrwegquote: Die ist bei Hassia in Bad Vilbel mit 91 Prozent weiterhin sehr viel höher als der Branchendurchschnitt für alkoholfreie Getränke, sowohl in Hessen als auch in Deutschland (2015: 34,2 bzw. 23,8 Prozent; Quelle: GfK Nürnberg). Hinzu kommen die sozialen Verbesserungen mit mehr Angeboten für die berufliche Weiterbildung von Mitarbeitern oder durch das neue Fitness-Center auf circa 200 Quadratmetern für die Belegschaft. Es wurde im April auf dem Gelände des ehemaligen Hastrunk- und Werbemittelagers eingeweiht. Ullrich Schweitzer: „Verbesserungsbedarf wird es weiterhin in allen Bereichen geben, doch wir haben uns von Anfang an auf eine Politik der kleinen Schritte eingestellt.“

# INTERVIEW

**Die Hassia Mineralquellen tragen das Qualitätssiegel vom SGS Institut Fresenius. Mineralwasserexperte Sebastian Rau leitet bei dem bekannten Prüfunternehmen die dafür erforderlichen Produktkontrollen. Im Interview erläutert er, was ein Premiummineralwasser auszeichnet und warum hassia, Rosbacher, Bad Vilbeler UrQuelle und Elisabethen Quelle diese Auszeichnung verdienen.**



*Mineralwasserexperte Sebastian Rau, SGS Institut Fresenius, Taunusstein*

## **Was macht ein Mineralwasser zu einem Premiummineralwasser mit Bio-Qualität?**

**Sebastian Rau:** SGS Institut Fresenius prüft zahlreiche Mineralwässer in Deutschland und weltweit gemäß den strengen Vorgaben der Mineral- und Tafelwasserverordnung. Ein Premiummineralwasser muss diesen hohen gesetzlichen Qualitätsanspruch noch übertreffen. Erstens sind zusätzliche Anforderungen für das Produkt und seine Verpackung festgelegt. Zweitens muss der Hersteller hohe Qualitätsstandards bei Abfüllung und Auslieferung nachweisen. Drittens werden regelmäßige Kontrollen von Produkten durchgeführt, die wir selber ohne Wissen des

Herstellers im Markt einkaufen. Und viertens sind Aspekte der sozialen und ökologischen Nachhaltigkeit ausschlaggebend für die Vergabe unseres Qualitätssiegels für „Premiummineralwasser mit Bio-Qualität“.

## **Welche Kriterien legen Sie für die Bewertung der Bio-Qualität genau zu Grunde?**

**Sebastian Rau:** Ein Mineralwasser muss nicht nur natürlich, sondern auch mikrobiologisch und chemisch rein sein. Für ein Premiummineralwasser mit Bio-Qualität stellen wir das fest, indem wir deutlich strenger und regelmäßiger untersuchen als es die Mineral- und Tafelwasserverordnung vorschreibt. Außerdem wird das Premiummineralwasser einem speziellen Screening auf Rückstände und Schadstoffe unterzogen, für deren Untersuchung bislang noch keine gesetzlichen Anforderungen bestehen. Neben diesen qualitativen Aspekten schauen wir uns auch die Produktions- und Lieferbedingungen an. Wir kontrollieren, ob am Abfüllort Hygienestandards eingehalten und Maßnahmen zum Quellenschutz ergriffen werden. Zusätzlich muss der herstellende Mineralbrunnen in einem Audit beweisen, dass er sozial und ökologisch nachhaltig wirtschaftet. Nur Mineralbrunnen, die all diese Anforderungen erfüllen können, dürfen ein von SGS Institut Fresenius ausgezeichnetes „Premiummineralwasser“ vertreiben. Die Hassia Mineralquellen haben sich diese Auszeichnung also hart erarbeitet.

## **Welche Schwerpunkte setzen Sie bei der Nachhaltigkeitsprüfung?**

**Sebastian Rau:** Insgesamt prüfen wir den Herstellungsprozess der Mineralwassermarken hassia, Rosbacher, Bad Vilbeler UrQuelle und Elisabethen Quelle auf 97 Kriterien für soziale und ökologische Nachhaltigkeit. Die HassiaGruppe muss uns zum Beispiel regelmäßig nachweisen, dass sie die Emission von Treibhausgasen Schritt für Schritt verringert oder ihr Konzept für die Nachhaltigkeit von Transport und Logistik umsetzt. Das sind aber nur einige der Aspekte. Bei der Überprüfung geht es vor allem darum, dass uns ein Mineralbrunnen nachweisen kann, dass er seine Verantwortung für Umwelt und Gesellschaft ganz besonders ernst nimmt. Mineralwasserquellen müssen geschützt bleiben. Ein Hersteller muss deshalb intensiv daran mitarbeiten, langfristig die Ressourcen auch für nachfolgende Generationen zu schonen.

http://nachhaltigkeit-hassia.tumblr.com

Nachhaltigkeit bei uns

Hier berichtet das Hassia Nachhaltigkeitsteam über die Initiativen und das Engagement des Unternehmens

**Hassia weicht Fitness- und Kommunikationscenter für Mitarbeiter ein**

Der Hassia-Chef Dirk Hinkel liebt es sich nicht nur zu bewegen und trainierte gleich mit „Prävention ist der beste Gesundheitsschutz“, sagte Dirk Hinkel vorher zur Begrüßung. „Als Arbeitgeber helfen wir mit unserem neuen Sportangebot einen Beitrag dafür, dass jeder Mitarbeiter vor dem Arbeitsbeginn, in der Pause oder nach Feierabend etwas für die Fitness tun kann.“ Das Fitness-Center steht den Mitarbeitern montags bis freitags von 5 bis 23 Uhr zur Verfügung.

Das Fitness-Center soll auch ein Treffpunkt sein, ein Kommunikationszentrum, wo sich Kollegen aus ganz unterschiedlichen Arbeitsbereichen kennenlernen können. Denn schließlich ist ein gutes Miteinander genauso wichtig für Motivation und Wohlbefinden wie ausgiebige Bewegung, Kraft aufbauen, die Körperhaltung verbessern, etwas schlanker werden – es gibt viele gute Gründe dafür, regelmäßig Sport zu treiben. Das Kurs-Angebot mit Workshops, Seminars und Fortbildungsmöglichkeiten richtet sich nach den Interessen der Mitarbeiter, die in der Planungphase befragt worden waren.

Ganzheitliches Gesundheitsmanagement

Hassia-Chef Dirk Hinkel (rechts) und Hassia-Betriebsratsvorsitzender Thorsten Kurzen (links) machen sich fit!

Apr. 16, 2014

**INSTITUT FRESENIUS**  
regelmäßige Qualitätskontrollen

✓ soziale & ökologische Nachhaltigkeit

**Nachhaltig zertifiziert**

Nachhaltigkeits-Audit war heißt das eigentlich? Wie genau passiert das? Und wie kommt sich ein Unternehmen auf eine solche Prüfung vor?

Genau das, was wir Ihnen hier ein bisschen näher bringen. Zu diesem ist ein Audit in etwa gleichzusetzen mit einer Prüfung, bei der bestimmte Daten, Sachverhalte, Dokumente, Prozesse, etc. überprüft werden.

## „Nachhaltigkeit bei uns“

Unter diesem Titel ging vor Kurzem ein Weblog von Hassia online, den die Mitglieder des Koordinierungsteams für Nachhaltigkeit (NH) schreiben.

„Wir sind zehn Kollegen aus allen Betriebsbereichen im NH-Koordinierungsteam“, erklärt Laura von Flemming, die NH-Beauftragte bei Hassia Mineralquellen. Es wird von Mitarbeitern aus Marketing und Produktmanagement, Produktion und Logistik, Einkauf und Vertrieb, Personalwesen, Verwaltung und Controlling gebildet. Fester Bestandteil ihrer Aufgaben ist es, sich regelmäßig über die geplanten oder bereits umgesetzten Maßnahmen für ein nachhaltiges Unternehmen auszutauschen. „Im Weblog halten wir jetzt auch die Öffentlichkeit auf dem Laufenden“, sagt die NH-Beauftragte. „Außerdem stellen wir uns nach und nach selbst vor.“ Der Weblog wird unter der Adresse [www.hassia.com/nachhaltigkeit](http://www.hassia.com/nachhaltigkeit) geführt.

## Bestandsaufnahme und Kompass

Hassia Mineralquellen veröffentlichte unter [www.deutscher-nachhaltigkeitskodex.de](http://www.deutscher-nachhaltigkeitskodex.de) die erste Entsprechenserklärung für das Jahr 2013 und aktualisierte sie für 2014. Mit dem Nachhaltigkeitsbericht 2015 setzt Hassia die chronologische Berichterstattung mit Informationen zu Grundlagen, Ergebnissen und Zielen fort. Dieser erste gedruckte NH-Bericht befindet sich kurz vor der Fertigstellung, wird unter [www.hassia.com](http://www.hassia.com) auch als Download verfügbar sein und jährlich auf den neuen Stand gebracht.



# Nachhaltigkeit

Einige Hassia-Vertriebsmitarbeiter fassen zusammen, welchen Stellenwert das Thema Nachhaltigkeit für ihre Kunden aus Handel und Gastronomie hat.



## **Karsten Scholz, Nationaler Key Account Manager LEH Hassia Mineralquellen**

Große Lebensmittelhändler engagieren sich publikumswirksam mit eigenen Nachhaltigkeitskampagnen. Wir versuchen, das Thema in die gemeinsame Endverbraucherkommunikation einzubinden, und rücken in diesem Jahr z. B. die Mehrwegaktion „1 Kasten = 1 Baum“ auch auf Handzetteln in den Fokus. Gewünscht wird immer wieder ein besonderer Produktmehrwert. Den bieten wir durch unser vielfältiges Sortiment und mit Mineralwässern, die jetzt nach sozialen und ökologischen Kriterien zertifiziert sind.

## **Beate Platt, Gebietsleiterin Einzelhandel**

Im Zusammenhang mit nachhaltigen Themen entwickelt sich das Verbraucherinteresse an veganen Lebensmitteln auffallend dynamisch. Da etabliert sich ein Qualitätsmerkmal, an dem sich nicht nur Vegetarier oder Veganer orientieren. Der Handel greift das unter anderem mit Sonderplatzierungen auf. Unsere bizzl Premium-Limonaden überzeugen den Handel durch ihre vegane Auslobung im Glasgebinde und haben damit ein Alleinstellungsmerkmal.



12



## **Thomas Pulst, Verkaufsleiter Gastronomie**

Gemeinsam mit einer heimischen Brauerei hatten wir 2013 für die Hassia-Tochter Wilhelmsthaler Mineralbrunnen in Calden bei Kassel das Projekt „Stark für Nordhessen“ ins Leben gerufen. An diese Aktion erinnern sich die Verbraucher heute noch. Dass Caldener die Wassermarke auf dem Hessentag 2015 in Hofgeismar war, kam gut an. Produkte aus der Region für die Region sind auch auf Festen sehr gefragt. Aus meiner Erfahrung ist das heute auch Veranstaltern und Kommunen bewusst.

## **Kai Koppermann, Gebietsleiter Gastronomie**

Für meine Kunden sind die regionale Nähe ihrer Lieferanten und der persönliche Kontakt sehr wichtig. Das ist traditionell so. Im Zusammenhang mit der aktuellen Bedeutung von Nachhaltigkeit sprechen sie vor allem zwei Punkte an: Nachhaltiger Einkauf heißt, heimische Firmen zu unterstützen und damit Arbeitsplätze zu sichern, und durch relativ kurze Lieferwege die Umwelt zu entlasten.



## **Michael Hock, Vertriebsleiter Hassia Mineralquellen**

Deutschlandweit aktive Caterer verlangen zertifizierte, fair und nachhaltig produzierte Produkte. Diese finden gleichermaßen Anklang und Nachfrage in der Gemeinschaftsverpflegung, etwa in Krankenhäusern oder Großkantinen, und sind für die Caterer ein Wettbewerbsvorteil.

# Eine Mühle mit vier Sternen

**Zu jeder Mühle gehört ein Garten und zur „Naunheimer Mühle“ in Wetzlar jetzt auch ein Gartenhaus: Im April eröffnete Mühlen-Chef Klaus Gütlich den jüngsten Erweiterungsbau für sein Landhotel an der Lahn.**

„Das neue Gartenhaus hat zehn Zimmer, einen Konferenzraum und einen kleinen Fitnessraum“, schildert Gütlich die Ausstattung des Neubaus, für den er ein Nachbargrundstück erwerben konnte. Das ursprüngliche Gelände hatte der gelernte Koch, Restaurantfachmann und Hotelkaufmann vor bald zwanzig Jahren gekauft und dann schrittweise modernisiert und erweitert. „Im ehemaligen Mühlenhaus mit den schweren Deckenbalken haben wir das Restaurant Lahnmühle eingerichtet. Später kamen Wirtschaftstrakte und neue Gebäude mit Wintergarten und Sälen für größere Gesellschaften oder Tagungen dazu.“

Jeder Restaurantbereich hat ein besonderes Flair. Auf der Terrasse und im Garten ist man der gemächlich dahinfließenden Lahn besonders nah und genießt den frei-

en Blick ins Grüne. Insgesamt bietet das Ensemble mehr als 230 Plätze. Die Leitung des Vier-Sterne-Hotels mit nunmehr über 40 Zimmern, fast 70 Betten und 5 Räumen für Veranstaltungen teilt sich Klaus Gütlich mit Geschäftsführer Peter Schönberg. Für die regional geprägte Küche legen sie großen Wert auf saisonale Frische mit Spargel, Kräutern oder Salaten. Auch Wild aus heimischer Jagd zählt zu den Spezialitäten des Hauses. Dass die „Naunheimer Mühle“ ein Mitgliedsbetrieb der ersten Stunde von Hessen à la carte ist, kommt nicht von ungefähr: Klaus Gütlich war Gründungsmitglied dieser Kooperation des DEHOGA Hessen, für den er sich viele Jahre als Vorstandsmitglied engagierte. Heute ist er im Vorstand des Fördervereins.

[www.naunheimer-muehle.de](http://www.naunheimer-muehle.de)



*Klaus Gütlich, Chef der Naunheimer Mühle*

## Kirschrot und prickelnd

bizzl cherry kiss ist unser Saisonprodukt 2016 für einen fruchtig-frischen Sommer. Es ist in der Glasmehrwegflasche à 0,25 Liter erhältlich so lange der Vorrat reicht.



# Vorhang auf für die 30. Spielzeit

**Dramen, Komödien, Musicals, Inszenierungen für Kinder: Mit dieser Vielfalt ziehen die Bad Vilbeler Burgfestspiele jeden Sommer ein Riesenpublikum an.**

„Programmvielfalt und ständige Weiterentwicklung der Festspiele selbst sind die Erfolgsrezepte“, sagt Claus-Günther Kunzmann, seit 1999 Intendant der Burgfestspiele. „Unser theaterpädagogisches Konzept mit den Angeboten für Kinder und Jugendliche ist ein gutes Beispiel dafür.“ Die Zuschauerzahlen stiegen immer weiter auf heute mehr als 100.000 Besucher – ein Spitzenwert in der hessischen Sommertheaterszene.

Seit dem 7. Mai bis zum 11. September 2016 bringen die Theatermacher wieder eine interessante Mischung auf die Bühnen im Hof und Theaterkeller der Burgruine. Für die 30. Spielzeit haben sie u. a. „Evita“ und „Die 39 Stufen“, „Der Name der Rose“ und „Jim Knopf“ ausgesucht. Für das Catering sorgt die „Alte Mühle“, das Restaurant in direkter Nähe. Es gibt kleine Gerichte und Snacks, aber auch mehrgängige Menüs auf Vorbestellung für Geburtstagsgesellschaften oder Kundenevents. „Wir gestalten einen schönen Abend für die Gäste“, bringt Kunzmann diese außergewöhnliche Verbindung von Theater und Gastlichkeit auf den Punkt.

Die Bühnenkunst in der Burg geht auf die Initiative des früheren Bürgermeisters Günter Biber zurück. Zu den Sponsoren zählte bald auch Hassia Mineralquellen. Etwa zehn Jahre nach der ersten Spielzeit erfolgte 1999 die Gründung des Fördervereins, für dessen Vorsitz Dirk Hinkel gewählt wurde. Der heutige Hassia-Chef wollte für dieses Amt eigentlich nur zwei Jahre zur Verfügung stehen ... und gab es Anfang 2016 ab. Dirk Hinkel ist aber weiterhin im Kuratorium der Burgfestspiele aktiv. Hauptaufgabe des Fördervereins ist die strukturelle Verbesserung der

Spielstätte. So konnten im Laufe der Zeit der Burghof neu gepflastert, die Bestuhlung erneuert und die Bühnentechnik ausgebaut werden.

Hinter und auf den Kulissen sind über 200 Mitwirkende beteiligt, die sich um alle Belange des Theaterbetriebs kümmern. Bereits wenige Wochen nach dem Schlussapplaus beginnt für sie die nächste Saison: Die Stücke werden ausgewählt, und ab November stellen sich die ersten Schauspieler und Sänger vor. Und wie sieht Claus-Günther Kunzmann seine Rolle als Intendant? „Sie ist spannend. Auch nach so vielen Jahren.“ [www.kultur-bad-vilbel.de](http://www.kultur-bad-vilbel.de)

14

## Herzlichen Glückwunsch und toi, toi, toi!

Hassia gratuliert zum runden Geburtstag und setzt die Bad Vilbeler Burgfestspiele mit Bad Vilbeler UrQuelle in Szene – auf den Rückenetiketten der Produktvariante Medium, in Anzeigen und Funkspots. **Als Zugabe gibt's außerdem die Verlosung von 5 x 2 Karten für das Rockmusical „Der kleine Horrorladen“ für die Vorstellung am 1. Juli 2016 um 19.15 Uhr** – eine Stunde früher als sonst. Einfach eine E-Mail mit dem Betreff „Burgfestspiele“ an [sibylle.trautmann@hassia-gruppe.com](mailto:sibylle.trautmann@hassia-gruppe.com) schicken. Einsendeschluss ist der 31. Mai 2016. Die Gewinner werden aus den ausgedruckten E-Mails gezogen.



# Hommage an eine Formel-1-Legende

**Für diesen Boxenstopp darf man sich Zeit lassen: Eine Ausstellung in Marburg ehrt Michael Schumacher mit vielen Exponaten aus der Formel-1-Welt und aus seinem Privatbesitz.**



„Zur Eröffnung waren auch seine Familie und seine Sprecherin Sabine Kehm gekommen, das waren bewegende Momente“, sagt Hassia-Chef Dirk Hinkel, der zum Kreis der geladenen Teilnehmer gehörte. Zu den Highlights der sehenswerten Schau „Michael Schumacher – Der Rekordweltmeister“ zählen Originalrennwagen und eingespielte O-Töne aus der Karriere des erfolgreichsten Fahrers der Formel-1-Geschichte. Mit dieser Ausstellung im Dr. Reinfried Pohl-Zentrum ehrt die Deutsche Vermögensberatung ihren langjährigen Sponsoringpartner, der seit seinem Skiunfall im Dezember 2013 von der Öffentlichkeit abgeschirmt ist. Seine Fans haben nun zwei Jahre lang Gelegenheit, in die Rennsportwelt der Formel-1-Legende einzutauchen. Der Eintritt ist frei. [www.schumacher-ausstellung.de](http://www.schumacher-ausstellung.de)

**BERG  
MÄH  
WIESEN**

**NÄHE**  
*ist gut*

## Nähe ist gut ... für den Vogelsberg

Das Bergwiesenfest am 12. Juni in Crainfeld ist der Auftakt für die neue Aktion der Initiative „Nähe ist gut“. Es wird ein bunter Familientag mit Bauernmarkt, Infoständen, Wanderungen und vielem mehr. Wiesen sind in der Vogelsbergregion die natürliche Futterquelle für Insekten, Vögel und für Nutztiere. In den kommenden Jahren unterstützen die vier hessischen Nähe-ist-gut-Initiatoren Licher Privatbrauerei, Rewe/Region Mitte, Schwäbchen Molkerei und Hassia unterschiedliche Kooperationspartner dabei, diese jahrhundertealte Kulturlandschaft sozial, ökologisch und wirtschaftlich zu stärken. [www.naehe-ist-gut.de](http://www.naehe-ist-gut.de)

# Newsticker

**DAS QUELLENFEST IN BAD VILBEL** vom 12. bis 16. Mai 2016 verwandelt den Kurpark über Pfungsten in eine grüne Bühne. Im Programm steht auch wieder die „Quellen-Rallye“ unter der Regie von Hassia für Kinder von 8 bis 16 Jahren. Auf dem Römerbrunnenfest, das Hassia zum traditionellen Abschluss am Pfingstmontag ausrichtet, stehen Spiel und Spaß für die ganze Familie sowie die Krönung der neuen Quellenkönigin im Mittelpunkt. [www.stadtmarketing-bad-vilbel.de](http://www.stadtmarketing-bad-vilbel.de)

**HERBORN – SO BUNT IST DAS LEBEN**, ganz besonders auf dem 56. Hessentag vom 20. bis 29. Mai 2016! Das schöne Fachwerkstädtchen an der Dill ist bereits zum zweiten Mal der Gastgeber für das große Landesfest. Hassia ist als exklusiver Lieferant alkoholfreier Getränke und das siebte Mal in Folge dabei. Die Beach Lounge von bizzl ist tagsüber ein beliebter Treff zum Chillen und abends zum Partymachen. Außerdem gibt's in Kooperation mit dem Hessischen Rundfunk eine hr Lounge, powered by Indian Summer. [www.hessentag2016.de](http://www.hessentag2016.de)

**BEIM J.P. MORGAN CORPORATE CHALLENGE** in Frankfurt am 15. Juni 2016 wird der Schweiß in Strömen fließen – und das erfrischende Rosbacher mit dem 2:1-Ideal von Calcium zu Magnesium. Als Sponsor der ersten Stunde für den JPMCC in der Mainmetropole versorgt Rosbacher die Teilnehmer vor und während des Laufs mit Zigtausend Flaschen Mineralwasser für den wohltuenden Ausgleich von Wasser- und Mineralstoffverlust. [www.jpmscc.de](http://www.jpmscc.de)

**DER OLYMPIASTÜTZPUNKT HESSEN** fördert hessische Sporttalente, damit sie sich für die Teilnahme an olympischen Spielen qualifizieren können. In diesem Jahr ist ein Hessen-Team auf dem Weg nach Rio de Janeiro zur Sommerolympiade vom 5. bis 21. August 2016. Und Hassia lädt zu jährlichen Benefiz-Golfturnieren ein: Die gesammelten Spenden kommen dem Olympiastützpunkt Hessen sowie „Basketball macht Schule“ zugute. [www.osph.de](http://www.osph.de)

**DAS GROSSE OPEN-AIR-KONZERT** des hr-Sinfonieorchesters unter der Leitung von Andrés Orozco-Estrada lädt am 17. August 2016 wieder zum Klassikgenuss auf die Weseler Werft in Frankfurt ein – präsentiert von Elisabethen Quelle, Eintritt frei! Als einer der Hauptsponsoren setzt die Marke aus dem Hause Hassia den erfrischenden Trinkgenuss aufs Programm. [www.hr-online.de](http://www.hr-online.de)

16

## Impressum

Herausgeber:

Hassia Mineralquellen GmbH & Co. KG  
Postfach 11 60, 61101 Bad Vilbel  
Tel. (0 61 01) 4 03-0, Fax (0 61 01) 7 14-0  
[quellenpost@hassia-gruppe.com](mailto:quellenpost@hassia-gruppe.com)

Verantwortlich für den Inhalt:

Ullrich Schweitzer, Geschäftsführer Marketing  
Sibylle Trautmann, Leiterin PR/Öffentlichkeitsarbeit

Redaktion: Sibylle Trautmann, Text: Barbara Kwacsik – BK Text & Konzeption, Aschaffenburg, außer S. 11: SGS Germany GmbH, S. 6 + 12: Statements

Gestaltung: DAMM & BIERBAUM GmbH,  
Hanauer Landstraße 135–137, 60314 Frankfurt am Main  
[www.damm Bierbaum.de](http://www.damm Bierbaum.de)

Bildnachweis: Hassia Mineralquellen; Titel + S. 7: Eugen Sommer;  
S. 10: Melanie Bauer Photodesign; S. 13: Naunheimer Mühle/Charlie Dombrow (oben),  
Silke Liebig-Braunholz (Porträt), Shutterstock (unten); S. 14: Burgfestspiele Bad Vilbel;  
S. 15: DVAG – Deutsche Vermögensberatung

Druck: DruckPunkt GmbH, Aschaffenburg, Auflage: 2.000  
Gedruckt auf chlorfrei gebleichtem Papier. Erscheinungstermin: Mai 2016

