

# Quellenpost

## Frohes Fest und alles Gute für 2016!

### UNTERNEHMEN

*Neuigkeiten aus dem  
Hassia-Qualitätsmanagement*

SEITE 08

### EVENTS | SPONSORING

*Wieder ein Stück renaturierte  
Nidda in Bad Vilbel*

SEITE 11

### GASTRONOMIE

*DEHOGA Hessen:  
Roadshow „Gasthaus trifft Rathaus“  
und 25 Jahre Hessen à la carte*

SEITE 14

# „Gesundheit ist das wertvollste Geschenk überhaupt“

Dirk Hinkel  
Geschäftsführender Gesellschafter  
HassiaGruppe

02

Man kann Vertrauen schenken, ein Lächeln oder Aufmerksamkeit. Um den Lebensunterhalt zu sichern, benötigen viele Menschen aber zuallererst finanzielle Hilfe oder Sachspenden. Das Christliche Zentrum Frankfurt zum Beispiel engagiert sich mit der Lebensmittelausgabe Brot & Salz für bedürftige Mitbürger im östlichen Teil der Mainmetropole. Hassia gab in diesem Jahr wieder Paletten voller Getränke an Helfer in der Not für Menschen in Frankfurt und an anderen Orten dieser Welt sowie für Flüchtlinge ab.

Gespendet hatten auch zahlreiche Gratulanten anlässlich unseres Firmenjubiläums 2014, in diesem Fall für die Fortsetzung der Nidda-Renaturierung in Bad Vilbel. Diese Spendensumme haben wir verdoppelt und vor wenigen Wochen gut angelegt – in Buchten und Flachzonen an einem Uferabschnitt zwischen Römerbrunnen und Dottenfelderhof. Auch an dieser Stelle nochmals herzlichen Dank an alle Unterstützer!

Ein neuer Abschnitt im Leben begann in diesem Oktober für Reinhard Popiolek, unseren Verkaufsleiter Innendienst, der auch den meisten unserer Handelspartner persönlich bekannt sein dürfte. Er verabschiedete sich nach 47 Berufsjahren in den

Ruhestand – mehr als 30 davon war er bei Hassia tätig und zuvor bei der Chattia Quelle, die wir 1984 übernommen hatten. Wir bedanken uns noch einmal ganz herzlich für seine Treue und wünschen Herrn Popiolek alles Gute für die Zukunft! Die haben unsere Azubis noch vor sich. Dass beim Lernen der Spaß nicht zu kurz kommen muss, bewies der Keltertag, an dem sie sämtliche Arbeitsschritte zwischen Streuobstwiese und Saftbox kennenlernten. Diesen besonderen Azubi-Tag soll es künftig jedes Jahr geben.

Ich freue mich nun auf die Feiertage im Kreis der Familie und mit Freunden. Das Bild im Hintergrund dieses Editorials zeigt übrigens das Kartenmotiv für unsere Weihnachtspost. Es stammt aus dem Grußkarten-Shop der Deutschen Krebshilfe, denn statt selbst Karten produzieren zu lassen, haben wir in diesem Jahr diese gemeinnützige Organisation unterstützt. Sie macht bewusst: Gesundheit ist das wertvollste Geschenk überhaupt. In diesem Sinne wünsche ich Ihnen fröhliche Weihnachten und ein gesundes neues Jahr!

Ihr





## Inhaltsverzeichnis

03

### MARKEN

*Interview: Uwe Schröder vom Institut für Sporternährung zu Elisabethen Vitamin Quelle*

SEITE 04

### UNTERNEHMEN

*25 Jahre deutsche Einheit: Ein F.A.Z.-Artikel über Hassia und die Lichtenauer Mineralquellen*

SEITE 06

*Neuigkeiten aus dem Hassia-Qualitätsmanagement: Erweiterte Struktur und neue Hightech*

SEITE 08

*Ein besonderer Tag für die Azubis*

SEITE 10

### EVENTS | SPONSORING

*Wieder ein Stück renaturierte Nidda in Bad Vilbel*

SEITE 11

*Aufschlag für Rosbacher im Hessischen Tennis-Verband*

SEITE 13

### GASTRONOMIE

*Der DEHOGA Hessen mit „Gasthaus trifft Rathaus“*

SEITE 14

*Neu: Hassia ist Partner der Chaîne des Rôtisseurs / LIZ auf der Gastro Vision 2016*

SEITE 15

### NEWTICKER, IMPRESSUM

SEITE 16

# INTERVIEW

Die Sorten von Elisabethen Vitamin Quelle – zum Beispiel mit Orange-Lemon-Geschmack – tragen mit ihren 7 wertvollen Vitaminen gerade in der Erkältungszeit zur Stärkung der Abwehrkräfte bei. Uwe Schröder vom Institut für Sporternährung e. V. in Bad Nauheim, das Hassia in der Produktentwicklung berät, beantwortet einige Fragen zu der Marke mit dem Plus fürs Wohlbefinden.



Diplom-Ökotrophologe Uwe Schröder

**Wie sinnvoll ist das Produkt, Herr Schröder?**

**Uwe Schröder:** Die enthaltenen Vitamine gehören zu den sogenannten wasserlöslichen Vitaminen. B-Vitamine wie B6 sind direkt am Energiestoffwechsel beteiligt, werden aber mit Ausnahme von B12 kaum im Körper gespeichert. Eine regelmäßige Zufuhr ist deshalb anzuraten.

**Wer profitiert besonders davon?**

Elisabethen Vitamin Quelle liefert Energie, ist aber kalorienarm und ergänzt bei allen, die temporär

oder regelmäßig auf eine geringe Energiezufuhr achten, sinnvoll die Versorgung mit wichtigen Vitaminen. Es profitieren daher alle, die sich bei ihrer optimalen Versorgung mit einzelnen oder mehreren Vitaminen nicht sicher sein können, etwa aufgrund eines speziellen Ernährungsverhaltens wie einer Diät.

**Dient Elisabethen Vitamin Quelle einer ausgewogenen Ernährung?**

Eine ausgewogene Ernährung zeichnet sich durch viele unterschiedliche, hochwertige Lebensmittel aus. Nur so wird die notwendige Nährstoffdichte erreicht, also die Menge eines Mikronährstoffes wie zum Beispiel eines Vitamins pro Kalorie des Lebensmittels. Oft wird die notwendige, regelmäßige Zufuhr *aller* Vitamine nicht erreicht. Zum Beispiel tragen Folsäure und Vitamin C zur Verminderung von Müdigkeit und Erschöpfung sowie zu normalen Funktionen des Immunsystems bei. Elisabethen Vitamin Quelle kann hier Nährstofflücken kalorienarm ausgleichen.

**Warum tut der Genuss gut, was ist das Plus fürs Wohlbefinden?**

Das Produkt basiert auf dem natürlichen, natriumarmen Mineralwasser der Elisabethen Quelle, ist frei von Süßstoffen und enthält gerade die richtige Menge an Energie zur Unterstützung mentaler und leichter körperlicher Aktivitäten. Das macht es zu einem zeitgemäßen Erfrischungsgetränk, empfehlenswert für viele Verbraucher. Bereits zwei Gläser decken die empfohlene Tagesmenge der 7 Vitamine auf eine einfache, angenehme Art.



# Zum Glück gibt's hassia.

## Würfeln & jubeln beim großen Gewinnspiel!

Mit dem Original aus Hessen macht Würfeln richtig Laune. „Jeder Teilnehmer sieht sofort, ob und was er gewonnen hat“, sagt Markenmanager Daniel Krämling. „Für den Hauptpreis bleibt es dann spannend bis zum Schluss.“

Und der war Mitte November: Nach zehn Aktionswochen wurde der Hauptgewinn verlost – ein Opel Corsa Edition. Glücksbringer für das Onlinegewinnspiel waren Codes auf den Flaschenetiketten aller Mineralwassersorten der Marke hassia im Glas- und PET-Mehrweggebinde.

Beim ersten hassia-Glückswürfelspiel im Jubiläumsjahr 2014 machten knapp 200.000 Teilnehmer mit. In diesem Jahr waren es deutlich mehr, etwa die Hälfte spielte an mobilen Endgeräten mit. „Es ist die Kombination aus Spiel und Sofortgewinn, die unsere Glückswürfel-Promotion so attraktiv macht“, ist Daniel Krämling überzeugt. „Fortsetzung folgt!“



05

## bizzl on Tour

Auf der bizzl-Sommertour ging es vor Verbrauchermärkten oder in Freibädern wieder um Goldschätze, Geschicklichkeit und Gewinne. Alle hatten jede Menge Spaß beim Buddeln im Sandkasten, an der Touchwall oder beim Basketball-Freiwurf. „Am bizzl-Tourkalender für 2016 arbeiten wir noch“, sagt Daniel Krämling. „Wo genau wir mit welchen Aktionen im nächsten Jahr Station machen, steht noch nicht endgültig fest, aber mit großer Wahrscheinlichkeit verlängern wir den Aktionszeitraum.“ [www.bizzl.de](http://www.bizzl.de)



Selbst Bad Vilbels amtierende Quellenkönigin Michelle I. begab sich am Rewe Family Day in der Quellenstadt auf die Suche nach dem bizzl-Goldschatz

# Frankfurter Allgemeine

## ZEITUNG FÜR DEUTSCHLAND

Geschichten von hüben und drüben: 25 Jahre deutsche Einheit

# Sprudelnde Landschaften

Sie kamen aus Hessen. Heute sind sie auch Sachsen. Eine kleine Einheits-Geschichte – aus den Quellen der Mineralwasser-Branche

BAD VILBEL, im September. Der Student verlor sein Herz an den Osten – der gestandene Unternehmer schwärmt auch 25 Jahre später noch von den schönen Landschaften in der ehemaligen DDR. Und er schwärmt von den Menschen, von ihrer Herzlichkeit und Offenheit. Damit widerspricht er, gerade in diesen Zeiten, so ziemlich jedem „Ossi“-Klischee. Und er weiß, wovon er redet. Denn Dirk Hinkel wurde von seinem Vater nach 1990 in den Osten entsandt, um für die Hassia-Mineralquellen aus Bad Vilbel in der Nähe von Chemnitz einen modernen Brunnenbetrieb aufzubauen.

Für einen, der in Kalifornien und London studiert hatte, liegt es nicht nahe, für längere Zeit nach Niederlichtenau zu gehen. Aber es war für Dirk Hinkel offenbar nicht nur familiäre Pflicht, aus der großen weiten Welt in die sächsische Provinz einzutauchen. Unternehmerischer Ernst („Wir haben da eine Summe investiert, die einem damaligen Jahresumsatz entsprach“) und Abenteuerlust kamen zusammen. Die Entsandten aus Bad Vilbel wohnten bei Privatleuten. „Anfangs haben

wir sogar im Betrieb geschlafen.“ Besonders abenteuerlich sei die Kommunikation per Telefon gewesen. Aber die Offenheit der Menschen habe für vieles entschädigt.

Wie kommt ein Familienunternehmen aus dem Rhein-Main-Gebiet auf die Idee, im tiefsten Sachsen zu investieren? „Als die Mauer gefallen war, hat ein Mitarbeiter unseres Außendienstes meinen Vater davon überzeugt“, sagt Hinkel. Und Vater Günter hörte auf den Mitarbeiter, der aus Ostdeutschland stammte. Familiäre Kontakte in die DDR hatte es schon vor der Wende gegeben. Die für Hassia geographisch naheliegende Lösung Thüringen schlug aber fehl. Dann wurden die Hinkels auf die Schloss-Brauerei Chemnitz aufmerksam, die auch ein kleines nichtalkoholisches Sortiment im Angebot hatte.

Ungefähr an diesem Punkt der Geschichte beginnen Dirk Hinkels Augen zu glänzen, obwohl er damals noch gar nicht der Entscheider war. Im Osten hätten die Menschen nicht so klar zwischen den Herrschaften mit weißem Kragen und den Arbeitern unterschieden – dem

jungen Mann aus dem Westen gefiel das. Im Grundsatz sei das bis heute so. Auch deshalb sagt Hinkel: „Da schlägt mein Herz. Ich freue mich immer, wenn ich dort bin.“

In Lichtenau arbeiten heute 200 Menschen bei Hassia. Wobei das so niemand sagen würde, denn die Lichtenauer Mineralquellen präsentieren sich als „von hier“. Das tut dem Absatz gut, denn die ungebremsste Begeisterung für alles Westliche aus der Wendezeit ist längst verflogen. Heute ist die Marke Lichtenauer in ganz Ostdeutschland Marktführer. Und Dirk Hinkel sagt lächelnd, bei den Menschen im Osten habe sich in den vergangenen zweieinhalb Jahrzehnten der Eindruck verfestigt, „dass es diese Marke immer schon gegeben hat“. Dabei war es eine Neugründung.

Zwei Quellen sprudelten schon vor der Wende. Deren Kapazität hätte aber auf Dauer nicht für einen nachhaltigen Betrieb ausgereicht. Deshalb wurden schon bald nach der Unternehmensgründung neue Quellen erbohrt. Auch sonst musste so ziemlich alles neu gemacht werden. „Technisch war der alte Be-

trieb zwei bis drei Generationen hinter unserem damaligen Stand zurück“, berichtet Hinkel. Die Maschinen seien bis zu 40 Jahre alt gewesen. Die Entscheidung für den Standort Lichtenau fiel im Frühjahr 1990. Baubeginn war dann im Herbst. Und schon im Juli 1991 lief die Produktion an.

Fast könnte man daran zweifeln, dass er über ein durchbürokratisiertes Land spricht – noch dazu, wo es die „Wessis“ anfangs noch mit der DDR-Bürokratie zu tun hatten. Da gab es Institutionen, die man im Westen so gar nicht kannte. „Am Anfang mussten wir zum Amt für Preise gehen und die Preise für unsere Produkte abholen.“ Trotz allem sei es meist „sehr unbürokratisch“ zugegangen. Einmal sogar so unbürokratisch, dass die Vilbeler ein Grundstück gleich zweimal kauften. Das habe sich dann aber schnell geklärt.

Obwohl die Hinkels mit offenen Armen empfangen wur-

den, war nicht alles eitel Sonnenschein. Die alte Belegschaft (etwa 300 Personen) wurde schnell auf 50 verkleinert. Das schuf Unruhe. Aber diejenigen, die bleiben durften, „haben nicht groß gefragt, die haben einfach gemacht“. Aufgefallen, so Hinkel, sei ihm von Anfang an das im Vergleich zum Westen so ganz andere Frauenbild im Osten. Der Anteil weiblicher Beschäftigter war viel höher. Andererseits gebe es bis heute ein stärker obrigkeitlich geprägtes Denken. Und im Gegensatz zum Stammsitz des Unternehmens in Bad Vilbel, wo Mitarbeiter aus 21 Nationen tätig sind, gebe es in Lichtenau bis heute nur Deutsche.

Der Erfolg der Investition stand nach einem Jahr in Frage. Der Umsatz ließ sehr zu wünschen übrig. Aber nach Überwindung dieser Durststrecke nach drei Jahren ging es aufwärts. „Es hätte nicht schiefgehen dürfen“, sagt Hinkel. Nach den wilden

Anfangsjahren wirkte der künftige Geschäftsführer des Gesamtunternehmens nach 1995 für einige Jahre als Verkaufsleiter hauptamtlich in Sachsen. Das Engagement war ein Erfolg: „Ohne die neuen Bundesländer hätten wir hier in der Zentrale ein Stockwerk weniger.“

Menschlich lässt Hinkel sowieso nichts auf seine Sachsen kommen. Zum Ende des Gesprächs geht er zum Telefon und wählt die Lichtenauer Nummer. Aus dem Lautsprecher hallt die helle Stimme der Frau in der dortigen Telefonzentrale, die ihrem Chef mit unverkennbarem Zungenschlag fröhlich über das Wetter in Sachsen und andere Kleinigkeiten berichtet. Die Einheit Deutschlands soll auch ein Vierteljahrhundert nach dem staatsrechtlichen Vollzug nicht vollendet sein? Auf zwischenmenschlicher Ebene scheint es zumindest zwischen Hessen und Sachsen ganz gut zu funktionieren.

*Der Artikel von Peter Sturm mit den Fotos von Dieter Rüchel erschien am 1. Oktober 2015 in der F.A.Z., Deutschland und die Welt (Politik), auf Seite 9. © Alle Rechte vorbehalten. Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH, Frankfurt. Zur Verfügung gestellt vom Frankfurter Allgemeine Archiv.*



Der Chef: Geschäftsführer Dirk Hinkel



Die Flaschen: Hassia-Abfüllanlage in Bad Vilbel



*Von Hassia in einen Getränkegroßkonzern und zurück zu Hassia: Lebensmittelchemikerin Beate Janko-Meinhard leitet seit 2015 das Qualitätsmanagement der HassiaGruppe*

08

# Erweiterte Struktur und neue Hightech

**Neue, miteinander vernetzte Analysegeräte beschleunigen die Auswertung von vielen Tausend Messwerten pro Tag, und das vor Kurzem eingeweihte Technikum erlaubt eigene Testreihen – von der Ausmischung der Zutaten bis zur Abfüllung. Hassia hat das Qualitätsmanagement technisch ausgebaut und organisatorisch neu justiert.**

„Das Technikum macht uns ein Stück unabhängiger“, bringt Beate Janko-Meinhard die Vorzüge auf den Punkt. „Zum Beispiel von Lieferanten, weil wir jetzt Zutaten wie Vitamine oder Fruchtkonzentrate für Limonaden selbst austesten und so neue Geschmacksrichtungen exklusiv für uns entwickeln können. Außerdem gibt es mehr Spielraum, um Verpackungsmaterial oder Ideen für Produktinnovationen auszuprobieren. Eine Mini-Anlage für kleine Füllchargen macht's möglich.“

Die staatlich geprüfte Lebensmittelchemikerin leitet das Qualitätsmanagement für die gesamte HassiaGruppe und ist begeistert von der erweiterten Laborausstattung in Bad Vilbel. Ganz beson-

ders vom Forcierraum, der so heißt, weil dort die Licht- und Temperaturverhältnisse dem Lebensmitteleinzelhandel nachempfunden und sogar in entsprechenden Geräten unter forcierten Bedingungen simuliert werden. „Wir beobachten, wie sich ein Produkt je nach Intensität und Dauer von äußeren Einwirkungen bis zum Ablauf seiner Mindesthaltbarkeit verhält“, erklärt Beate Janko-Meinhard. „Damit schließen wir die Lücke zwischen Labor- und Praxisbedingungen am Point of Sale.“

## **Einheitlicher Rahmen für die HassiaGruppe**

Im Laufe dieses Jahres richtete Hassia das Qualitätsmanagement nach internationalen Food-Standards aus. Es bildet einen Rahmen, der für alle Standorte

der HassiaGruppe verbindlich ist, und umfasst die gesamte Lieferkette, von der Auswahl der Rohstoffe über die Abfüllung bis zur Marktkontrolle. Gleichzeitig wurde den Tochterfirmen mehr Eigenverantwortlichkeit in der Ausgestaltung der Vorgaben übertragen, die in das Qualitätsmanagement eingebettet sind. Damit aber die Voraussetzungen künftig einheitlich sind, wird die Hard- und Software der neuen Bad Vilbeler Analysegeräte auch in den anderen Standortlaboren installiert. Die Vorbereitungen laufen bereits.

„Die rechtlichen und technischen Anforderungen an Lebensmittelproduzenten sind enorm gestiegen“, sagt

Beate Janko-Meinhard. „Da bringe ich zusätzliche Erfahrungen und neue Ideen für ihre Bewältigung aus meiner Zeit in einem Konzern mit.“ Denn nach rund 20 Jahren bei Hassia hatte sie den Entschluss gefasst, in ein internationales Getränkeunternehmen zu wechseln. Anfang 2015 kehrte sie an ihren früheren Arbeitsplatz zurück. Bereits nach dem Studium in Frankfurt am Main interessierte sie sich mehr für die Entwicklung und Qualitätssicherung als für die Kontrolle fertiger Produkte wie in der üblichen Laufbahn der amtlichen Lebensmittelüberwachung. In ihrem beruflichen Selbstverständnis sieht sie sich als Verteidigerin von Verbraucherinteressen und hält sich mit einem passenden Hobby fit: dem Fechten.

## Interne Auditoren und ein neuer Azubi

Das Qualitätsmanagement wird nicht nur von externen Prüfern wie dem SGS Institut Fresenius kontrolliert, das mindestens alle zwei Wochen die Mineralwässer ab Quelle und die fertigen Hassia-Produkte überprüft. Auch Hassia-Mitarbeiter aus unterschiedlichen Abteilungen nehmen regelmäßig die Arbeits- und Verfahrensanweisungen unter die Lupe. Sie wurden zu internen Auditoren ausgebildet, die ihre Erfahrungen aus der täglichen Arbeit für die Weiterentwicklung von Standards einbringen.

Weil Nachwuchskräfte schwer zu finden sind, die neben den chemisch-technischen auch die sensorischen und mikrobiologischen Kenntnisse für die Qualitätssicherung in der Lebensmittelproduktion mitbringen, nahm Hassia in diesem Jahr erstmals das Berufsbild Chemielaborant ins Ausbildungsprogramm auf. Christine Aspermaier, die das Technikum leitet, hatte sich dafür an der IHK Gießen-Friedberg zur Ausbilderin qualifiziert und begleitet nun ihren ersten Azubi auf diesem Bildungsweg.



*Der angehende Chemielaborant Maximilian Farr bei der Bestimmung des Saftgehaltes in einem bizzl-Erfrischungsgetränk*

# Ein besonderer Ausbildungstag



**Inzwischen haben sie ihre jeweiligen Arbeitsbereiche kennengelernt und einen Keltertag erlebt: Acht junge Männer begannen im Sommer mit ihrer Ausbildung bei Hassia Mineralquellen.**

Sie werden Fachkraft für Lagerlogistik, Fachkraft für Lebensmitteltechnik oder Industriekaufmann. Ein Azubi erlernt im Bereich Qualitätsmanagement den Beruf des Chemielaboranten – eine Ausbildung, die Hassia zum ersten Mal anbietet. Neu ist auch der Azubi-Tag, den es künftig jedes Jahr geben soll: Ende September lernten die „Neuen“ gemeinsam mit den anderen Azubis sämtliche Schritte der Saftproduktion kennen.

*Großes Azubi-Treffen in Bad Vilbel:  
Die „Neuen“ aus der gesamten HassiaGruppe*

## Vom Apfel bis zum Saft

10

Wie der Fruchtsaft als Basisbestandteil unserer Schorlen hergestellt wird, erkundeten 13 Azubis mit vier Ausbildern. Morgens begann der Keltertag auf einer Hassia-eigenen Streuobstwiese. Mit Gummistiefeln, Eimern und Obstsäcken ausgestattet, stellten wir uns der Ernte – erst die Äpfel von den Bäumen schüttern, dann auflesen.

Nach zwei Stunden ging es mit der Ausbeute von 650 Kilo Äpfeln zur Hobbykelterei des Hassia-Mitarbeiters Thomas Böhm in Maintal. Herr Böhm war auf die Ausbilder zugegangen, um die Azubis einmal selbst aus Äpfeln einen guten „Süßen“ machen zu lassen. Er begleitete jeden Verarbeitungsschritt in seiner Kelterei. Am Ende des Tages konnte jeder Maische erzeugen, daraus den Saft pressen und den Saft sowohl kalt als auch pasteurisiert abfüllen. Obwohl aus Zeitgründen nicht alle Äpfel gekeltert wurden, waren alle mit dem



*Drei von 13: Leon Neumann, Patrick Müller und Christian Spengler (v. l.) am Azubi-Tag*

Arbeitsergebnis sehr zufrieden – 350 Liter abgefüllter Apfelsaft, der einfach nur prima schmeckt. Die Azubis gaben in der Abschlussbesprechung ein klares Feedback: „I like“ – Daumen nach oben, mit der Bitte um Wiederholung. Ja, das können wir ... Nachdem wir gesehen haben, wie gut der Keltertag funktioniert hat, wie viel Spaß wir hatten und wie leicht das Lernen und Verstehen in der Praxis ist, werden wir uns im nächsten Jahr sogar noch mehr wagen. Unser Ziel 2016: weitere Obstsorten zu Saft verarbeiten und in Zusammenarbeit mit dem kürzlich am Standort Bad Vilbel geschaffenen Technikum ein eigenes Getränk kreieren. Wie wäre es mit Apfel-Birne- oder doch eher einer Orangen-Birne-Quittenlimonade? Lassen wir uns überraschen.

*Text:  
Alexandra Keitel, Assistentin der Geschäftsführung  
Technik/i-Logistik und Organisatorin des Azubi-Tags*

# Zurück zur Natur an der Nidda

Die Erdarbeiten und die Einsaat der Flächen sind inzwischen abgeschlossen, ab dem Frühjahr kann sich die Natur aus eigenen Kräften einen weiteren Uferabschnitt der Nidda zurückerobern.



*Beginn der naturnahen  
Umgestaltung: Pressetermin an  
der Nidda im September mit  
(v. l.) Bad Vilbels Bürgermeister  
Dr. Thomas Stöhr, Dirk und  
Günter Hinkel von Hassia,  
Martin von Mackensen von den  
Geschäftsführenden Gesell-  
schaftern des Dottenfelderhofes,  
Projektleiter Gottfried Lehr vom  
Büro für Gewässerökologie und  
Harald Lütkenhaus-Kopp von  
der Oberen Wasserbehörde*

11

Für diese Renaturierungsmaßnahme löste Hassia im Herbst die Spenden von Gratulanten aus dem Jubiläumsjahr 2014 ein und verdoppelte sie auf 80.000 Euro. Auf der Uferseite zwischen dem Römerbrunnen und dem Dottenfelderhof am nördlichen Stadtrand von Bad Vilbel wurden auf einer Länge von etwa 300 Metern Flachzonen, Buchten, Flussschleifen und eine kleine Insel angelegt. Jetzt kann sich hier neuer Lebensraum für Vögel, Insekten, Fische und ein Erholungsort für die Menschen entwickeln, der gleichzeitig dem Hochwasserschutz dient. Das Büro für Gewässerökologie in Bad Vilbel und die Gerty Strohm Stiftung mit Sitz in Frankfurt/Main brachten ihre langjährige Erfahrung im Naturschutz dafür ein.

Vor Jahrzehnten war die Nidda, die am Hoherodskopf im Hohen Vogelsberg entspringt und bei Frankfurt-Höchst in den Main mündet, vor allem in der Wetterau kanalartig begradigt worden. „Diese Niddaufer wieder naturnah zu gestalten, liegt uns seit vielen Jahren am Herzen“, sagt Hassia-Seniorchef Günter Hinkel. Wie prächtig sich solche Projekte entwickeln, sieht man in Bad Vilbel zum Beispiel flussaufwärts zwischen der Rathausbrücke und dem Römerbrunnen, wo das Flussufer 1989 mit Unterstützung von Hassia & Luise anlässlich des 125-jährigen Bestehens von Hassia renaturiert wurde. Auf diese Initiative folgten weitere, umfangreiche Maßnahmen der Städte Frankfurt und Bad Vilbel. Die Gerty Strohm Stiftung finanzierte insbesondere in den vergangenen zwei Jahren weitreichende Renaturierungen im Bad Vilbeler Stadtteil Dortelweil. Der aktuelle, in Verbindung mit dem Hassia-Jubiläum 2014 umgestaltete Uferabschnitt verlängert flussaufwärts jenen von 1989 sowie einen weiteren, daran anschließenden auf etwa einen Kilometer.

# Brot & Salz und noch viel mehr

An vier Tagen in der Woche sind Helfer mit einem Transporter zu Supermärkten, zum Frischezentrum Frankfurt sowie zu Großhändlern im Frankfurter Osten unterwegs, sammeln Lebensmittelspenden ein und bringen sie in die Salzschlirfer Straße im Gewerbegebiet von Fechenheim.

Dort, im Gebäude des Christlichen Zentrums Frankfurt e.V. (CZF), übernimmt ein eingespieltes Team die Waren. Sie werden in Augenschein genommen, sortiert und für die Lebensmittelausgabe unter dem Motto Brot & Salz in Tüten gepackt – für Menschen in den östlichen Frankfurter Stadtteilen, die wenig zum Leben haben. Einmal in der Woche können sie sich entweder im CZF oder in Räumen der katholischen Kirchengemeinde von Alt-Fechenheim für einen symbolischen Betrag mit frischen Produkten und Haltbarem wie Nudeln oder Konserven versorgen.

„Manche Helfer unterstützen die Lebensmittelausgabe seit der Gründung vor bald zehn Jahren“, sagt Inge Wüstefeld. Als Bereichsleiterin für soziale Dienste des CZF, einer evangelischen Freikirche, ist sie auch für Brot & Salz zuständig. „Es ist ein Gemeinschaftsprojekt mit anderen Partnern, für das wir die Organisation übernommen haben.“

Getragen wird es ausschließlich durch Spenden von Lebensmitteln und Geld, um den Transporter, die Stromkosten oder Anschaffungen finanzieren zu können, zum Beispiel für das Bistro. „Wir öffnen es zur Lebensmittelausgabe“, erklärt Inge Wüstefeld, „und wir sehen, dass es sich zu einem festen Treffpunkt entwickelt hat. Menschen jeden Alters und mit völlig unterschiedlichen Lebensläufen reden miteinander, bieten selbst Hilfe an oder freuen sich einfach, mal unter Leute zu kommen.“ Denn der Mensch braucht doch mehr als Brot und Salz. [www.czf.de](http://www.czf.de)



*Inge Wüstefeld, Bereichsleiterin für soziale Dienste des CZF*



*Mitglieder des Helferteams beim Vorbereiten der nächsten Lebensmittelausgabe*

Das CZF kann sich seit 2011 auf Getränkespenden von Hassia verlassen. In diesem Jahr waren es rund sieben voll bepackte Paletten. Während Brot & Salz in Frankfurt hilft, organisiert der Verein Luftfahrt ohne Grenzen/Wings Of Help (LOG) Soforthilfe für Menschen in Not auf der ganzen Welt und zählt Hassia seit einigen Jahren zum Kreis seiner zuverlässigen Spender: Unter den Hilfsgütern, die 2015 am Frankfurter Flughafen verladen wurden, waren 65 Paletten mit Mineralwasser und anderen Getränken. Und 90.000 Flaschen Mineralwasser gingen in Kooperation mit LOG nach Worms zur Unterstützung der Wormser Tafel und für die Flüchtlingshilfe.

# Löwenstarkes Doppel

Die Damen-Mannschaft des Tennisclub Bad Vilbel e. V. holte sich im Sommer den hessischen Meisterpokal und stieg in die Regionalliga Süd-West, die dritthöchste Spielklasse in Deutschland, auf. Der Rosbacher Löwe landet in der Tennissaison 2016 ebenfalls Aufschläge in Serie: Er prangt nicht nur auf den Balldosen, sondern auch auf den Bällen des Hessischen Tennis-Verbandes (HTV).



Für Dirk Hinkel ist das ein doppelter Anlass zum Jubeln – in seiner Funktion als 1. Vorsitzender des TC Bad Vilbel und als Hassia-Chef. „Der TC Bad Vilbel ist Mitglied im HTV, der sich zur Turniersaison 2014/2015 erstmals für einen eigenen offiziellen Wettspielball entschieden hatte“, erklärt der Tennisfan, der als Student selbst in der hessischen Oberliga spielte. „Hassia sponsert den HTV seit Jahren, und ab der kommenden Saison ist auf dem Official HTV-Ball und auf der Balldose das Rosbacher-Logo zu sehen.“ Hessens Wappen-Löwe bekommt also Gesellschaft. Als sportlicher HTV-Partner unterstützt Rosbacher unter anderem die Aktion „Deutschland spielt Tennis“. [www.rosbacher.de](http://www.rosbacher.de), [www.tc-bad-vilbel.de](http://www.tc-bad-vilbel.de)



Die Damen des TC Bad Vilbel mit ihrer Mannschaftsführerin Masha Vietmeier (links), den Trainern Larry Cooper und Tobias Schade (2. von links und rechts) und Vereinspräsident Dirk Hinkel

13

## Rosbacher: Eine starke Markenpräsenz



„Rosbacher ist aktuell eine der erfolgreichsten Marken der HassiaGruppe. Ein wichtiger Grund hierfür ist die Tatsache, dass Rosbacher von den Konsumenten bei unterschiedlichen Anlässen sehr positiv erlebt wird. Bei der Lufthansa, in der ARD-Sportschau, in Sportarenen, bei großen und kleinen Laufveranstaltungen und vielen weiteren Events. Mit dem Engagement im Tennis kommen 2016 alle hessischen Tennisspieler, die an Medenspielen – den Tennis-Saisonspielen – teilnehmen, aktiv mit unserer Marke in Kontakt. Beste Voraussetzungen, um neue Verbraucher für Rosbacher zu gewinnen.“

Ullrich Schweitzer, Geschäftsführer Marketing

# „Es gibt tolle Beispiele für authentische, hessische Gastronomie“

**Restaurants, Gemeinschaftsverpflegungen, Discotheken, Take-aways – die Mitglieder im Deutschen Hotel- und Gastronomieverband DEHOGA bilden den Querschnitt der Branche ab. Eine Kategorie liegt dem hessischen Landesverband derzeit besonders am Herzen: das Landgasthaus.**

Es droht auszusterben. „In den letzten Jahren haben in Hessen 1.800 Gasthäuser zugemacht“, sagt Julius Wagner. Der Jurist ist seit 2009 Hauptgeschäftsführer des DEHOGA Hessen in Wiesbaden. „Oft sind es Familienbetriebe, manche mit einer Tradition von 200, 300 Jahren, aber es gibt keinen Nachfolger. Wenn die Wirte aus Altersgründen aufhören, schließt das Gasthaus. Ein Kulturgut verschwindet.“ Obwohl es gute Konzepte für die ländliche Gastronomie und eine neue Betreibergeneration gebe, scheitere die Übergabe häufig auch am hohen Investitionsbedarf für die Modernisierung und den Brandschutz. Hinzu komme der Wettbewerb mit Bürgerhäusern und Vereinen, die eigene Feste veranstalten.

Die aktuelle Roadshow „Gasthaus trifft Rathaus“ möchte für diese Situation sensibilisieren. Nach der diesjährigen Tour durch Nordhessen wird sie 2016 im südlichen Landesteil fortgesetzt. „Die Resonanz ist bei Kommunalpolitikern wie lokalen Gastronomen außerordentlich gut. Sie bestätigen: Die Kampagne hat einen Nerv getroffen“, so Wagner, der in Kassel geboren und in Herborn aufgewachsen ist. „Die Bürgermeister sehen ja selbst, dass mit dem Gasthaussterben das soziale Leben im Dorf verarmt und die Wirtschaftskraft leidet. Jetzt spricht man miteinander und lotet Chancen aus.“

## Gastlichkeit braucht Partner

Hassia Mineralquellen ist unter den langjährigen Partnern und Fördermitgliedern des DEHOGA Hessen. Sie unterstützen ihn finanziell und beratend, etwa im Impulskreis pro Gastgewerbe. Gemeinsam

mit Partnern gründete der Landesverband die Kooperation Hessen à la carte und etablierte ein neues Markenzeichen für Gastlichkeit. In diesem Jahr wurde sein

25-jähriges Bestehen gefeiert. Für den gleichnamigen Restaurantführer ist Hassia als Werbepartner mit der Marke Elisabethen Quelle im Boot. Nicht zuletzt dank des Erfolgs von Hessen à la carte ist Julius Wagner, der als Schüler und Student in der Gastronomie gejobbt hat, davon überzeugt: „Wer gute, regionaltypische Küche anbietet, glaubwürdig, mit Produkten heimischer Erzeuger aus nachvollziehbarer Lieferkette, der macht künftig das Rennen auf dem Land. Es gibt tolle Beispiele für authentische, hessische Gastronomie.“ Wenn er selbst einen Betrieb eröffnen würde, dann ein Restaurant. Mit einigen Gästezimmern. Und einer Bar.

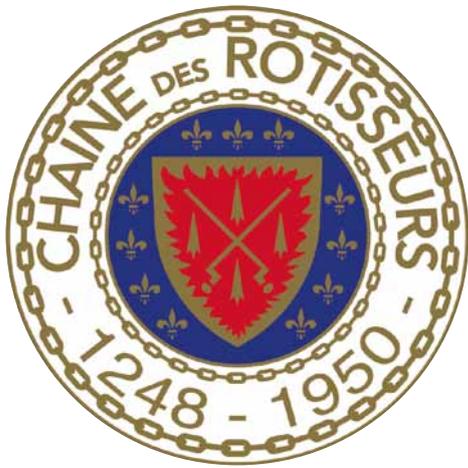


*Beim Großen Gourmet Preis (GGP) Anfang November im Grandhotel Hessischer Hof, Frankfurt: (von links) Julius Wagner (DEHOGA Hessen) mit dem Sieger des GGP Hessen Christian Eckhardt (Villa Rothschild Kempinski, Königstein) und Michael Hock (Verkaufsleiter Außer-Haus-Markt HassiaGruppe)*

## Der DEHOGA Hessen ...

... vertritt die Interessen von rund 4.500 Mitgliedern, was etwa einem Drittel der hessischen Gastronomie- und Hotelbetriebe entspricht. Im Bundesverband nimmt er damit den Rang eines starken mittelgroßen Landesverbandes ein. Zum Neujahrsempfang in Frankfurt am 26. Januar 2016 im Grandhotel Hessischer Hof sind Verbandsmitglieder, DEHOGA-Partner und Freunde herzlich eingeladen. Hassia wird LIZ, die Exklusivmarke für die Spitzengastronomie, präsentieren. [www.dehoga-hessen.de](http://www.dehoga-hessen.de)

# Exquisite Kette



Hassia Mineralquellen ist seit Oktober Partner der Chaîne des Rôtisseurs in Deutschland. „Auf hochwertigen Veranstaltungen der Chaîne präsentieren wir uns zukünftig mit unseren Marken Elisabethen Quelle und LIZ, dem Mineralwasser für die Topgastronomie“, verrät Dirk Hinkel, Geschäftsführender Gesellschafter HassiaGruppe. Die Geschichte der Chaîne des Rôtisseurs reicht zurück bis in das Jahr 1248, zur Gilde der Gänsebrater. Aus ihr gingen die Spießbrater oder Rôtisseurs hervor, deren Zunft bis zur Französischen Revolution existierte. 1950 wurde sie in Paris als Confrérie de la Chaîne des Rôtisseurs zu neuem Leben erweckt. Seit der Wiedergründung entwickelte sie sich zu einer internationalen Gesellschaft für exquisite Kochkunst, feine Weine und Tischkultur, die heute weltweit etwa 25.000 Mitglieder zählt. Aus den Events wie Dinners und Degustationen ragen die jährlichen Wettbewerbe zur Förderung junger Köche und Sommeliers heraus. Die deutsche Chaîne oder Kette wurde 1958 als Bailliage National d'Allemagne in Bad Soden am Taunus geschmiedet. [www.chaine.de](http://www.chaine.de)

# LIZ in Hamburg

15

Entscheider aus Hotellerie, Gastronomie und Catering treffen sich von 11. bis 15. März 2016 wieder im Hamburger Empire Riverside Hotel auf der Gastro Vision. Für die Aussteller hochwertiger Produkte, Food-Services oder Einrichtungen ist der „innovative Branchentreff für Visionäre“ ein besonderer Rahmen, mit Interessenten ins Gespräch zu kommen. „Eine Gastro-Fachmesse in einem Hotel als Gastgeber – schon das Konzept hebt sich von anderen Messen ab“, sagt Michael Hock, Verkaufsleiter Außer-Haus-Markt HassiaGruppe. „Wir präsentieren uns mit LIZ zum ersten Mal auf der Gastro Vision, die zeitgleich zur Internorga stattfindet.“ Im vergangenen Jahr kamen über 130 Aussteller in das Lifestyle- und Designhotel am Hamburger Hafen. Mit ihrer neuen Gastro Vision Roadshow schaffen die Veranstalter bereits vor dem Messetermin kleine, feine Netzwerkforen in anderen Städten. Unter den Gastgebern in diesem Jahr war zum Beispiel die Genussakademie Medienhaus in Frankfurt am Main. [www.gastro-vision.com](http://www.gastro-vision.com)



# Newsticker

**MIT DEM SPIRIDON-SILVESTERLAUF** geht am 31. Dezember 2015 der diesjährige Rosbacher Main-Lauf-Cup in den Endspurt. Start und Ziel ist die Wintersporthalle an der Commerzbank-Arena in Frankfurt am Main. Nachmeldungen sind noch bis zu einer Stunde vor dem Start möglich. Die Gesamtsieger aller Altersklassen 2015 werden am 22. Januar 2016 in den Römerhallen des Frankfurter Römers geehrt. Im neuen Jahr startet die beliebte regionale Laufsportserie mit Titelsponsor Rosbacher wieder mit dem Frankfurter Lufthansa Halbmarathon im März. [www.spiridon-silvesterlauf.de](http://www.spiridon-silvesterlauf.de), [www.main-lauf-cup.de](http://www.main-lauf-cup.de)

**DER „EISSPASS“ IM KURPARK** von Bad Vilbel ist wieder ein glattes Vergnügen. Noch bis zum 10. Januar 2016 drehen Schlittschuhläufer ihre Runden auf der Kunsteisbahn. Oder man trifft sich zum Eisstockschießen und anschließend in der zünftigen Almhütte. Hassia Mineralquellen sponsert den Eisspaß zum dritten Mal. Öffnungszeiten und weitere Infos gibt es unter [www.eisspass-badvilbel.de](http://www.eisspass-badvilbel.de).

16

**„VIELFALT ZÄHLT!** Eine Expedition durch die Biodiversität“ heißt eine Wanderausstellung der Deutschen Forschungsgemeinschaft, die von 19. Februar bis Sommer 2016 im Frankfurter Senckenberg-Museum zu sehen sein wird. Die multimediale und interaktive Schau macht erlebbar, welche Bedeutung die Vielfalt der Pflanzen, Tiere oder Mikroorganismen in den unterschiedlichen Lebensräumen auf der Erde für den Menschen hat. [www.senckenberg.de](http://www.senckenberg.de)

**WELCHES WASSER PASST ZU WEM?** Antworten auf Fragen wie diese zum Thema Mineralwasser gibt der Hassia-Unternehmensfilm, der zum Ausklang jeder Betriebsbesichtigung im Besucherzentrum zu sehen ist. Interessante Einblicke in die Arbeit hinter der Kamera zeigen die Szenen vom Making-of der aktuellen Werbekampagne für Rosbacher. Bei Hassia reinschauen lohnt sich immer. Für Besucherführungen kann man sich auch online unter [www.hassia.com](http://www.hassia.com) anmelden.

## 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. 6/7: F.A.Z./Peter Sturm, S. 10: Azubi-Tag und S. 13: Infokasten

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

Bildnachweis: Hassia Mineralquellen; Titel: shutterstock; S. 4: Institut für Sporternährung e. V.; S. 7: Dieter Rüchel; S. 8/9, 12 + 13: Eugen Sommer; S. 11: Büro für Gewässerökologie Gottfried Lehr (großes Foto); S. 13: Hikmet Temizer (Teamfoto); S. 15: Gastro Vision

Druck: DruckPunkt GmbH, Aschaffenburg, Auflage: 2.000  
Gedruckt auf chlorfrei gebleichtem Papier. Erscheinungstermin: Dezember 2015

