

Newsticker

DIE BERUFLICHE ORIENTIERUNG steht im Mittelpunkt zweier Veranstaltungen in Frankfurt, auf denen Hassia das Ausbildungsprogramm im Unternehmen vorstellt: Die Stuzubi am 9. September 2017 im Casinogebäude der Goethe-Universität richtet sich an Realschüler, Abiturienten und Fachabiturienten. Während Hassia an dieser Infobörse auf dem Campus zum ersten Mal teilnimmt, bietet der Brunnenbetrieb auf der „ausbildungsmesse-ffm“ am 29. September 2017 im Brandschutzzentrum der Frankfurter Berufsfeuerwehr zum wiederholten Mal jungen Leuten die Möglichkeit, sich aus erster Hand über den Einstieg ins Berufsleben bei Hassia zu informieren. www.stuzubi.de, www.ausbildungsmesse-ffm.de

DER ROSBACHER BIKE-CHALLENGE 2017 geht nach den Wettkämpfen in Gilserberg, Siedelsbrunn, Lohr-Wombach, Schotten und Wiesbaden am 24. September mit dem Dünsberg Bike Marathon ins Finale, veranstaltet vom AMC Rodheim-Bieber e. V. In der Rennserie mit Titelsponsor Rosbacher können Hobby- und Lizenzbiker in sieben Altersklassen Punkte für die Gesamtwertung mit Preisverleihung sammeln – mittlerweile im sechsten Jahr. Mehr Info gibt es hier: www.rosbacher.de

BEIM MAINOVA FRANKFURT MARATHON am 29. Oktober 2017 wird geschwitzt – und laufend Rosbacher eingeschenkt. Sportler schätzen dieses wertvolle Naturprodukt, weil es den Calcium- und Magnesiumverlust über den Schweiß im idealen 2:1-Verhältnis der beiden Mineralstoffe wieder ausgleicht. Zum 36. Marathonlauf in der Mainmetropole kommen Läufer aus aller Welt, im vergangenen Jahr waren es gut 27.000. Ausdauer bringt auch das Logistikteam von Hassia mit, das die Versorgung mit Rosbacher an den Verpflegungsstationen gewährleistet, vom Start bis zum Finish. Vor wenigen Wochen wurde die seit Jahrzehnten bestehende Frankfurter Marathon-Partnerschaft um weitere drei Jahre verlängert. www.frankfurt-marathon.com

KICKERS OFFENBACH und Premium-Partner Rosbacher gehen bis zur Saison 2018/2019 in die Verlängerung. In den kommenden zwei Jahren ist Rosbacher weiterhin der exklusive Lieferant von alkoholfreien Erfrischungsgetränken für die Fußballmannschaft, ihre mitfiebernden Fans und die Gäste im VIP-Bereich sowie auf den Rängen im Sparda-Bank-Hessen-Stadion am Bieberer Berg. www.ofc.de

16

Quellenpost

Ein erfrischender Empfang



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
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. 2
Gestaltung: DAMM & BIERBAUM GmbH,
Hanauer Landstraße 135–137, 60314 Frankfurt am Main
www.dammwierbaum.de
Bildnachweis: Hassia Mineralquellen; Titel + S. 7: Eugen Sommer; S. 4 Ad&Vision;
S. 6 oben: „Zum Bären“; S. 8: Shutterstock (bearbeitet); S. 12: Dieter Roosen;
S. 14: Tim Wegner (oben), Grafik: Nähe ist gut; S. 15 oben+Mitte: BigCityBeats
Druck: DruckPunkt GmbH, Aschaffenburg, Auflage: 2.000
Gedruckt auf chlorfrei gebleichtem Papier. Erscheinungstermin: August 2017



MARKEN	<i>Elisabethen Quelle verlost Koch-Events für Genießer</i>	SEITE 04
	<i>Die nächste Klima-Aktion von hassia startet im Oktober</i>	SEITE 05
GASTRONOMIE	<i>Einkehren „Zum Bären“ in Frankfurt-Höchst</i>	SEITE 06
UNTERNEHMEN	<i>Nachhaltige Etappensiege</i>	SEITE 07
	<i>Fülltime-Job für pure Erfrischung</i>	SEITE 12



2 | 17

„Ich bin der Ansicht, dass Verbraucher sich eigenverantwortlich informieren und selbst entscheiden müssen, was für sie die richtige Getränkewahl ist.“

Dirk Hinkel
Geschäftsführender Gesellschafter
HassiaGruppe

Sehr geehrte Leserinnen und Leser,

in den vergangenen Wochen war Zucker wieder ein viel diskutiertes Thema in zahlreichen Medien. Übermäßiger Zuckerkonsum ist ungesund, keine Frage. Ich bin der Ansicht, dass Verbraucher sich eigenverantwortlich informieren und selbst entscheiden müssen, was für sie die richtige Getränkewahl ist. Ergänzend zur Deklaration auf den Etiketten, bietet Hassia auf allen Markenseiten im Internet detaillierte Informationen zu jedem Produkt hinsichtlich Zusatzstoffen oder der Eignung für bestimmte Ernährungsformen an. Das ermöglicht dem Konsumenten, bewusst zwischen zuckergesüßten, kalorienarmen oder zuckerfreien Erfrischungen zu wählen. Unser Getränkesortiment ist über alle Marken so vielfältig, da findet jeder Verbraucher das richtige Produkt für sich.

Mit diesem differenzierten Produktangebot nehmen wir unsere gesellschaftliche Verantwortung in dieser Frage in vollem Umfang wahr.

Die Anpassung bestehender Rezepturen an sich ändernde Verbraucherwünsche oder neue Getränke-rezepturen sind bei uns gelebte Praxis. Dies gilt auch für unterschiedliche Süßungskonzepte. Mit Elisabethen Quelle Pur & Fruchtig bieten wir als einer der ersten Brunnenbetriebe in Deutschland ein naturnahes „Clean-Label“-Erfrischungsgetränk an, das nur noch vier Zutaten enthält: Mineralwasser, Kohlensäure, Fruchtsaft und Zucker – aber keine Aromen, Stabilisatoren, Süßungsmittel, Zusatz- oder Farbstoffe. Wenn es aus Verbrauchersicht geschmacklich vertretbar ist, werden wir auch

in Zukunft die Rezepturen auf mögliche Zuckerreduzierung hin überprüfen. Bei Produkten mit hohem Fruchtsaftanteil wie Schorlen, Nektar oder Fruchtsäften, bei denen der Zucker aus der natürlichen Frucht kommt, haben wir allerdings nur wenig Spielraum, den Kaloriengehalt zu optimieren.

Wir unterstützen die Forderung nach einer schrittweisen Reduktion der Süße ohne Wenn und Aber. Allerdings werden wir uns nicht einem staatlichen „Geschmacksdiktat“ unterwerfen.

Eine sprudelnde Erfrischung für Augen und Ohren ist der neue Zierbrunnen am Hassia-Haupteingang. Wir ließen nicht nur die Außenanlage verschönern, sondern auch das Foyer modernisieren, wo eine „lebende“, mit Moos bepflanzte Wand frisches Grün ins Ambiente bringt. Außerdem wurden in einem Hofbereich Kommunikationsinseln für unsere Belegschaft angelegt. Wie wir sowohl sozial als auch ökologisch nachhaltiger wurden und werden, erfahren Sie im Text „Nachhaltige Etappensiege“. Ich hoffe natürlich, alle Themen dieser Quellenpost-Ausgabe finden Ihr Interesse. Und auch diese Info aus dem Juli-Heft von Öko-Test: Unter den getesteten Erfrischungsgetränken wurde unsere Limonade bizzl Feine Johannisbeere mit „gut“ bewertet – in dieser Testreihe die Bestnote, die an nur sechs von insgesamt 22 süßen Produkten vergeben wurde. Unser Mineralwasser Elisabethen Quelle Pur bekam die Note „sehr gut“. Mehr dazu erfahren Sie im August-Heft von Öko-Test.

Ihr




Aus dem Inhalt

MARKEN

„Kochen wie die Profis, genießen wie Gourmets“ – die neue Promotion von Elisabethen Quelle

SEITE 04

Gemeinsam für den Klimaschutz mit hassia

SEITE 05

GASTRONOMIE

Wettbewerb der Chaîne des Rôtisseurs: LIZ begrüßt Jungköche in Bad Vilbel

SEITE 06

UNTERNEHMEN

Nachhaltigkeit: Etappensiege, Etappenziele – Wasser im Vergleich – Interview: Maria Hastrich, Referentin für Marktforschung im Hassia-Marketing – Neue Angebote für die Belegschaft

SEITE 07

Hassia auf dem Gesundheitstag der Stadt Frankfurt

SEITE 11

Fülltime-Job: Hassia-Kollegen erklären den Weg vom Füllplan bis zum fertigen Produkt

SEITE 12

EVENTS | SPONSORING

Nähe ist gut: Wandern für Bergmähwiesen

SEITE 14

World Club Dome meets bizzl & more

SEITE 15

NEWSTICKER, IMPRESSUM

SEITE 16

Titelbild: Munter plätschernde Fontänen – die höchste steigt fünf Meter empor – an der Ecke Gießener und Büdinger Straße in Bad Vilbel: Die neue Brunnenanlage von Hassia am Haupteingang zum Verwaltungsgebäude wurde zum Quellenfest an Pfingsten offiziell eingeweiht



MIT ELISABETHEN QUELLE EXKLUSIVE
**KOCH-EVENTS
GEWINNEN**
FÜR JE **10 x 2 PERSONEN**
IN FRANKFURT, MAINZ, WIESBADEN, KASSEL,
ASCHAFFENBURG, DARMSTADT, MARBURG



„Kochen wie die Profis, genießen wie Gourmets“

Hin und wieder sollte man sich richtig Zeit fürs Kochen mit frischen Zutaten nehmen, für ein Menü mit allem drum und dran: mit Vorspeise, Hauptgang, Dessert – und dem gemeinsamen Essen im Kreis von Familie und Freunden oder zu zweit. Die neue Gewinnaktion von Elisabethen Quelle verbindet diese Zutaten auf das Köstlichste.

Seit dem 21. August macht das Premiummineralwasser mit Bio-Qualität Appetit auf „Kochen wie die Profis, genießen wie Gourmets“. Bis zum Einsendeschluss am 15. Oktober 2017 winkt die Chance, ein Koch-Event mit professioneller Anleitung am Herd zu gewinnen. Insgesamt verlost Elisabethen Quelle je 10 x 2 Plätze in sieben Städten der Region.

Treffpunkt von Gewinnern und Profiköchen fürs Schnibbeln, Rühren und Genießen sind renommierte Restaurants oder Kochschulen in Aschaffenburg, Darmstadt, Frankfurt, Kassel, Mainz, Marburg und Wiesbaden. „In welcher Stadt man am liebsten da-

bei sein würde, kann man auf der Teilnahmekarte oder online auf unserer Homepage ankreuzen“, sagt Markenmanagerin Vanessa Ginsberg. Angeleitet von einem Meister seines Faches, bereiten die Gewinner ein mehrgängiges Gourmet-Dinner zu. Zwischendurch und beim anschließenden Schlemmen kommt natürlich Elisabethen Quelle ins Glas.

Die Teilnahmekarten liegen im Handel aus, wo attraktives Werbematerial auf die Aktion aufmerksam macht. Begleitet wird die Promotion von Großflächenplakaten und City Light Postern, Funkspots und Onlinewerbung. www.elisabethen.de



Markenmanagerin Vanessa Ginsberg (ganz re.) begrüßte die Delegierten des Landesverbandes der Hessischen Hebammen

Hebammen bei Hassia

Für eine Delegierten-Tagung nutzte der Landesverband der Hessischen Hebammen e. V. im Juni erneut den großen, hellen Konferenzraum im Hassia-Verwaltungsgebäude. Als 2016 die Sponsoringpartnerschaft mit Hassia für die Marke Elisabethen Quelle begann, war der Verband das

erste Mal in der Gießener Straße zu Gast gewesen. Elisabethen Quelle ist Deutschlands erstes zertifiziertes „Premiummineralwasser in Bio-Qualität“, das gleichzeitig für Babynahrung geeignet ist – und selbstverständlich auch die Tagungsteilnehmerinnen erfrischte.

Gemeinsam für den Klimaschutz

Jeder Kasten ist ein Gewinn für Klima und Umwelt: Vier Wochen lang, vom 1. bis 28. Oktober 2017, können Verbraucher beim Kauf der Marke hassia einen aktiven Beitrag dafür leisten. Denn für jeden verkauften Mehrwegkasten der Traditionsmarke fließen im Aktionszeitraum 0,12 € als finanzielle Hilfe direkt an PrimaKlima e. V. zur Aufforstung in ausgewählten Regionen.

Seit Beginn der Kooperation im Jahr 2008 wurden dank der hassia Klima-Aktion „1 Kasten = 1 Baum“ weltweit mehr als 1,1 Millionen neue Bäume gepflanzt. Positive Folge: Jeder Baum filtert das schädliche Treibhausgas CO₂ aus der Luft und spaltet es auf. Der Baum nimmt den Kohlenstoff auf und gibt reinen Sauerstoff an die Umwelt ab. So leisten Wälder einen wirksamen Beitrag zum Klimaschutz.

„Mit unserer diesjährigen hassia Klima-Aktion für die grüne Lunge der Erde sind Baumpflanzungen in Deutschland, wahrscheinlich in Sachsen, und in Nicaragua geplant“, sagt Hassia-Werbeleiter Michael Bergmann. „Der Wald, der im Rahmen der Aktion neu geschaffen wurde, sollte sich damit auf eine Gesamtfläche vergrößern, die 1.300 Fußballfeldern entspricht.“ Wer wissen möchte, wie groß der eigene CO₂-Fußabdruck ist, findet auf der Website von PrimaKlima einen Rechner dafür. www.1kasten1baum.de, www.primaklima.org





Höchst gemütlich

Hier ist der Bär los, am Schlossplatz Nummer 8 in Frankfurt-Höchst. Im Sommer am liebsten unter einer hohen Platane, wenn die traditionsreiche Gaststätte „Zum Bären“ ihren Biergarten öffnet.

Vor der malerischen Kulisse eines historisch gewachsenen Gebäudeensembles haben 200 Gäste Platz. Seit mehr als zweihundert Jahren ist dieses Haus eine Adresse für Gastlichkeit. Die elektronisch gesteuerte Schankanlage beweist jedoch, dass der Inhaber und Wirt Frank Wellert ganz im Hier und Heute zu Hause ist. „Auch die Theke ist neu“, ergänzt Wellert, dessen Gasthaus im Restaurantführer von Hessen à la carte empfohlen wird. Bei Hausmannskost mit sommerfrischen Zutaten von Erzeugern im Umland finden Leib und Seele zu-

sammen. Regionale Klassiker wie Frankfurter Grieß dürfen da nicht fehlen, ebenso wenig wie Äpfelwoi und hassia Sprudel für den Saurespritzten. „Im Winter wird's in der Küche wilder, der Name verpflichtet“, meint Wellert überzeugend. Dann stehen Wildschweinbraten oder Steaks vom Elch auf der Karte. Treue Stammgäste wissen: Nicht nur für Gans- oder Spanferkelessen in größerer Runde sollte man rechtzeitig reservieren. Ob draußen oder drinnen: Einkehren „Zum Bären“ ist schlicht schön. www.zumbaeren.net

06

Partner der feinen Küche

Höher, schneller, weiter? Nicht beim Wettbewerb International Jeunes Chefs Rôtisseurs Competition in Frankfurt am Main, wo sich am 8. September 2017 in der Schulungsküche des IB Hotels Friedberger Warte junge Köche in kulinarischen Disziplinen messen werden. Veranstalter ist die Chaîne des Rôtisseurs für gepflegte Koch- und Tafelkultur. „Am Tag vor dem Wettbewerb sind wir selbst Gastgeber für eine Delegation der Chaîne und die Köche“, sagt Markenmanager Tim Pötter. „Als Partner der Chaîne in Deutschland begrüßen wir sie am Römermosaik im Bad Vilbeler Kurpark.“ Die Siegerehrung wird im Rahmen eines Galadiners im Grandhotel Hessischer Hof gefeiert. Begleitet von LIZ, dem Mineralwasser für Feinschmecker. www.chaine.de, www.liz-privatquelle.com



Nachhaltige Etappensiege

Nach dem Ziel ist vor dem Ziel wäre ein passendes Motto für nachhaltige Unternehmensentwicklung. Auf der Projektliste von Hassia stehen schon einige Häkchen für „erledigt“ und weitere Etappenziele für Nachhaltigkeit wurden bestimmt.

„2016 haben wir mehr als zwei Drittel der Jahresziele geschafft“, sagt Marketingchef Ullrich Schweitzer. „Noch offene Punkte konnten wir dann dieses Jahr anpacken, zum Beispiel die Zertifizierung von unserem Umweltmanagement im ersten Quartal.“ Ein anderes Vorhaben, das Anfang August zu realisieren war, betrifft die Erhöhung der Ausbildungsquote: Mit den neuen Azubis beträgt sie jetzt 4 Prozent, bezogen auf die Gesamtzahl der Mitarbeiter.

Ausgewählte Etappensiege 2016

- Hassia setzt das Qualitätssiegel von SGS Institut Fresenius für die Zertifizierung sozialer und ökologischer Nachhaltigkeit im Außenauftritt der Premiummineralwässer ein.
- Das neue Fitness- und Kommunikationscenter für die Belegschaft wird eingeweiht.
- Alle Produkte der Marke hassia sind vegan, denn die Klärung von Fruchtsaft – etwa für Schorlen – wird auf gelatinefreie Verfahren umgestellt.
- Elisabethen Quelle Pur & Fruchtig Cassis und Pur & Fruchtig Limette sind die ersten Hassia-Produkte, die dem Prinzip Clean Label (sauberes Etikett) folgen.
- Der Brauchwasserbedarf je Liter Fertiggetränk geht von zuvor 0,95 Liter auf 0,90 Liter zurück.
- Der Stromverbrauch je 1.000 Liter Fertiggetränk sinkt weiter – von zuvor 43,9 kWh auf 41,8 kWh.
- Die Investitionsquote beträgt 11,6 Prozent und liegt damit weit über den angestrebten 5 Prozent vom Umsatz. Hassia installiert unter anderem neue Squeezer für die Dichtigkeitskontrolle von PET-Flaschen und neue Industriemixer. Die Mixer sind beispielhaft für die Digitalisierung in der Produktion, Stichwort Industrie 4.0.
- Die Mehrwegquote bleibt mit 91 Prozent sehr viel höher als der Branchendurchschnitt für alkoholfreie Getränke in Hessen und Deutschland (24,7 Prozent).

Ausgewählte Etappenziele 2017/2018

- **Kommunikation:** Deutschkurse im Haus für Mitarbeiter mit anderer Muttersprache – Unternehmenswebsite hassia.com: komplette Neugestaltung und funktionale Erweiterung dieser Visitenkarte des Unternehmens mit bis zu 9.000 Besuchern im Monat
- **Gesundheitsmanagement:** Fortsetzung der Ergonomietrainings am Arbeitsplatz
- **produktspezifischer CO₂-Fußabdruck:** Berechnung am Beispiel der Marke hassia
- **Investition:** weitere Vernetzung digitalisierter Prozesse – Projektierung eines automatisierten Regallagers für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe
- **Investitionsquote:** weiterhin mehr als 5 Prozent vom Umsatz
- **Absatz-/Umsatzentwicklung Mineralwasser:** 1 Prozent über vergleichbaren Wettbewerbern

07

Hassia Mineralquellen ist seit 2015 von SGS Institut Fresenius für „Premiummineralwasser mit Bio-Qualität“ sowie soziale und ökologische Nachhaltigkeit zertifiziert



Alles bio. Oder nicht?

Das SGS Institut Fresenius hat die besondere Güte und Reinheit der Mineralwässer von Hassia Mineralquellen bestätigt. Beim jährlichen Audit befragen die Prüfer auch Mitarbeiter am Arbeitsplatz und kontrollieren den gesamten Produktionsprozess zwischen Brunnen und Flasche. Mancher Verbraucher mag sich da fragen: Wozu dieser Aufwand? Ist nicht jedes Mineralwasser ohnehin „bio“? Nicht unbedingt, wie der Vergleich zeigt.

Natürliches Mineralwasser ist ein **Naturprodukt** von ursprünglicher Reinheit. In Deutschland muss es amtlich anerkannt sein und darf gemäß Mineral- und Tafelwasser-Verordnung (MTVO) nicht verändert werden. Nur der Entzug von Eisen- und Schwefelverbindungen sowie der Entzug oder die Zugabe von Kohlensäure sind zulässig.

Biomineralwasser wird noch strenger kontrolliert, als es die MTVO vorschreibt, und erfüllt darüber hinaus Anforderungen an Nachhaltigkeit. Der Bundesgerichtshof (BGH) in Karlsruhe hat formuliert, wann Mineralwasser als „bio“ bezeichnet werden darf (siehe „Aktenzeichen Biom mineralwasser“).

Leitungswasser ist ein **technisches Produkt**, das aus Grund- und Oberflächenwasser gewonnen und in den Wasserwerken zu gesundheitlich unbedenklichem Trinkwasser aufbereitet wird. Dafür werden mechanische, physikalische und/oder chemische Methoden angewandt. Bis zu 100 Aufbereitungsstoffe sind erlaubt. Die Qualität von Leitungswasser ist regional unterschiedlich, Rohrleitungen und Wasserhähne können sie beeinträchtigen.



08

Aktenzeichen Biom mineralwasser

Der BGH hat 2012 geurteilt, dass Mineralwasser als „bio“ bezeichnet werden darf, wenn es sich in der Schadstofffreiheit und umweltfreundlichen Herstellung von den konventionellen Produkten deutlich abhebt (Aktenzeichen I ZR 230/11).



„Premiummineralwasser mit Bio-Qualität“

„Premiummineralwasser mit Bio-Qualität“ zeichnet sich aus durch > eine höhere Anzahl der Kontrollen und verdeckte Stichproben im Handel > mehrheitlich strengere Anforderungen als gesetzlich vorgeschrieben > einen deutlich erweiterten Umfang der regelmäßigen Qualitätskontrollen mit Beurteilungskriterien für Substanzen, die in der MTVO nicht erfasst sind, etwa Radium oder Süßstoffe > und ein umfassendes, ganzheitliches Prüfverfahren einer sozial und ökologisch nachhaltigen Unternehmensführung.



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



Öko-Test: Note „sehr gut“

Elisabethen Quelle Pur erhielt von Öko-Test das Gesamturteil „sehr gut“. Das Testergebnis zu insgesamt 21 stillen, für Säuglingsnahrung geeignete Mineralwässer wurde im August-Heft veröffentlicht. Die Redaktion wies auch auf die Einhaltung der selbst auferlegten, teils über die gesetzlichen Vorgaben hinausgehenden Grenzwerte hin.

INTERVIEW

Die Kollegen verpassten ihr den Spitznamen „Gräfin Zahl“: Wer Daten zu Verbrauchern und Wettbewerbern benötigt, fragt Maria Hastrich. Die Referentin für Marktforschung im Hassia-Marketing analysiert Konsumtrends und Statistiken zum Markt für alkoholfreie Getränke (AfG). Schon während sie in Wiesbaden Kommunikationsdesign studierte, jobbte sie nebenbei in Marktforschungsinstituten. Bei The Nielsen Company in Frankfurt am Main wurde daraus ein langfristiges Engagement, und vor elf Jahren wechselte Maria Hastrich zu Hassia.



Maria Hastrich

Worin besteht Ihre Hauptaufgabe, Frau Hastrich?

Maria Hastrich: Sammeln, recherchieren, beobachten, analysieren. Ich werte Marktdaten, die strategische Bedeutung für uns haben, aus. Das sind zum Beispiel Absatzzahlen, Preise, Promotions für Mineralwasser und Süßgetränke. Marktforschungsinstitute wie Nielsen in Frankfurt und die GfK in Nürnberg liefern solche Daten, die den gesamten Wettbewerb pro Marktsegment abbilden. Wir nutzen sie, um unser Sortiment weiterzuentwickeln oder den Markenauftritt am Point of Sale zu gestalten.

Welche Vertriebswege sind für Hassia die wichtigsten?

Maria Hastrich: Neben dem Lebensmitteleinzelhandel sind das die Getränkefachhändler in Hessen und den benachbarten Bundesländern. Sie sind bedeutende Absatzpartner, vor allem für unsere nachhaltigen Mehrweggebinde. Auch die Gastronomie ist ein wichtiger imagebildender Vertriebskanal.

Und welche Rolle spielen Bio-Produkte im AfG-Markt? „Bio“ scheint gerade für junge Verbraucher schon normal zu sein.

Maria Hastrich: Ja, die gleichbleibende Entwicklung bei Bio-Produkten insgesamt deutet darauf hin. Unter den alkoholfreien Getränken nimmt die Bedeutung von Bio-Qualität aber zu, die Umsätze entwickeln sich positiv. Bio-Mineralwasser ist ein neues Bio-Segment, das aufgrund des zunehmenden Angebots – inzwischen sind es zwölf Marken in Deutschland – den Bio-Anteil bei alkoholfreien Getränken erhöht.

Was reizt Sie an der Arbeit mit Statistiken und Analysen?

Maria Hastrich: Dass sie Relevanz hat für Marketing, Vertrieb und Geschäftsleitung und sie bei der Zielgruppenanalyse oder Einführung von Produkten unterstützt. Dafür vergleiche ich die demografischen Verbraucherdaten für unsere Marken mit denen von Wettbewerbern. Am spannendsten finde ich den Moment, wenn aus abstrakten Zahlen ein neues Produkt geworden ist, das dann in den Handel kommt.

Überblick und Einblick

Nielsen und GfK zählen zu den größten und bekanntesten Instituten für Markt- und Verbraucherforschung in Deutschland. Nielsen bezieht vom Handel Rohdaten für alle Konsumgüter. Das ist die Basis für ein Handelspanel mit aufbereiteten Infos zu Produktkategorien, Absätzen und Distribution nach Marke und Produkt, beispielsweise für AfG. Das Haushaltspanel der Gesellschaft für Konsumgüterforschung (GfK) blickt sozusagen direkt in die Warenkörbe von bundesweit 30.000 Haushalten, die Daten zu ihren Einkäufen an die GfK übermitteln. Sie dienen der Analyse des Konsumverhaltens unterschiedlicher Bevölkerungsgruppen wie Singles oder Familien. Hassia bezieht jeweils zweimonatlich Nielsen-Handelsdaten und GfK-Haushaltsdaten.



Ab auf die Insel

Wenn das Wetter mitspielt, können Hassia-Mitarbeiter seit Kurzem Pausen oder Meetings in kleiner Runde nach draußen verlegen – auf „Kommunikationsinseln“ fürs kollegiale Miteinander. Dafür wurden Bereiche auf dem Hof zwischen Verwaltungsgebäude, Produktionshalle und Fitnesscenter neu gestaltet. „Ein Grill bietet die Möglichkeit, die Kantine kurzerhand nach draußen zu verlegen und kann von allen Mitarbeitern reserviert werden“, sagt Daniela Hinkel, Leiterin Personal Hassia Mineralquellen. Die Neugestaltung war Teil der diesjährigen Baumaßnahmen von Hassia. Markantestes Beispiel ist der verschönerte Eingangsbereich mit dem neuen Brunnen, der auf dem Titel zu sehen ist. Auch das Foyer bekam ein neues Ambiente, mit begrünter Wand und einem Großbildschirm für Hassia-Impressionen aus der Produktion und Logistik sowie für aktuelle Nachrichten und Wetter-Infos.



Ess-Tipps vom Profi

Ernährungsberatung auf dem aktuellen Stand der Wissenschaft, im persönlichen Gespräch und individuell abgestimmt – mit diesem neuen Angebot an alle Mitarbeiter erweitert Hassia die Palette von Anregungen für eine gesunde Lebensweise. „Der selbstständige Trainer, mit dem wir zusammenarbeiten, hat an der Frankfurter Goethe-Uni das Studium der Sportwissenschaften absolviert und sich unter anderem zum Ernährungstrainer weiterqualifiziert“, erläutert Olga Kühnbach, betriebliche Gesundheitsmanagerin bei Hassia, die Professionalität der circa einstündigen Beratung. Sie findet im Fitness- und Kommunikationscenter von Hassia statt, direkt auf dem Betriebsgelände.



„Wann gibt es die nächste Portion?“ Diese Frage hört Daniel Eich öfter, seit er Kollegen selbst gemachte Müslkugeln mitbrachte. „Hauptzutaten sind Cashewmus und Mandelkerne, Haferflocken, Kokosraspeln, Honig, Datteln oder Cranberrys“, wie der Assistent externe Logistik erklärt. Er kam vor zehn Jahren als Azubi zu Hassia, lernte Industriekaufmann und bildete sich zum Wirtschaftsfachwirt weiter. „Ich suche nach Rezepten mit Nährstoff-Plus durch sogenanntes Superfood wie Chia-Samen oder Quinoa, aber ich probiere auch eigene Varianten aus.“ Daniel Eich legt großen Wert auf eine vollwertige Ernährung mit hochwertigen Ölen, viel Obst, frischem Gemüse und zwei bis drei Litern Wasser am Tag. Bei Hassia betreut der 32-Jährige unter anderem standortübergreifende Projekte wie die Einführung einer Telematiksoftware für die Lkws der HassiaGruppe. Zu Hause hat er vor Kurzem das Brotbacken mit Vollkornmehl für sich entdeckt. Die Kollegen dürfen auf die nächsten Snacks aus Eichs Küche gespannt sein.

Ein entspannter Nachmittag in der Eissporthalle: Die Mitarbeiter der Frankfurter Stadtverwaltung konnten sich auf ihrem Gesundheitstag ausgiebig informieren, zum Beispiel über die Premiummineralwässer aus Bad Vilbel. Hassia lud zur Verkostung und zum Reaktionstest an der Touchwall ein

Wasserzeichen in der Frankfurter Eissporthalle

Betriebliche Gesundheitstage sind in vielen Unternehmen selbstverständlich. Bei Hassia zum Beispiel ist die Belegschaft wieder im November dazu eingeladen. Vor einigen Wochen war Hassia selbst Teilnehmer – am gesamtstädtischen Gesundheitstag für die Mitarbeiter der Frankfurter Stadtverwaltung. Schwerpunktthema: Ernährung.

„Der Andrang an unserem Stand war enorm, die Verweildauer der Leute hoch. Sie interessierten sich vor allen Dingen für die Herkunft und Mineralisierung unserer verschiedenen Mineralwässer, aber auch die Kriterien für Bio-Qualität und der Unterschied zu Leitungswasser wurden nachgefragt“, fasst Produktmanager und Wassersommelier Kai Espenschied den Gastauftritt zusammen. Wie unterschiedlich die Mineralwässer von Hassia sind, davon konnten

sich die Besucher gleich selbst überzeugen. Von still bis prickelnd hatten sie die Wahl zwischen Bad Vilbeler UrQuelle, Elisabethen Quelle, Hassia Sprudel und Rosbacher. „Dass so viele unser Heilwasser Römer Brunnen probieren wollten, hat uns allerdings überrascht“, gibt Kai Espenschied zu. Am Stand des Deutschen Instituts für Sporternährung, Bad Nauheim, wurde das besonders mineralstoffreiche Wasser ebenfalls ausgetrennt.

Fülltime-Job für pure Erfrischung

Strahlend blauer Himmel und Freibadwetter zum Feiertag an Christi Himmelfahrt: In der zweiten Maihälfte war der Winter definitiv vorbei. Und bei Hassia erreichte die Abfüllung Spitzenwerte.

„So eine Situation hatten wir im Mai und auch im Juni schon länger nicht mehr. Da kamen kurzfristig Bestellmengen rein wie im Hochsommer“, sagt Dietmar Schmorl. Der gelernte Facharbeiter und Meister für Anlagentechnik ist seit 26 Jahren bei Hassia und Abteilungsleiter für den Sirupraum sowie für zwei von insgesamt sechs Abfüllanlagen. „Wie wir solche akuten Ereignisse im Füllplan auffangen, besprechen wir in unserer täglichen Morgenrunde.“

Doch wie plant man eigentlich die Abfüllung aus mehr als 30 aktiven Hassia-Brunnen, für mehr als 180 Produkte – unterschiedliche Mineralwässer, Schorlen, Limonaden oder Funktionsgetränke – in Flaschen aus Glas und PET diverser Größen? Schmorl nennt vier wesentliche Punkte: „Absatzprognosemodelle, Erfahrung, Wettervorhersagen und saisonale Aktionen. Das ist die Grundlage für den Rahmenplan, den wir für jede Kalenderwoche und Füllanlage mit einem Vorlauf von circa zwei Monaten machen“, erklärt der gebürtige Dresdener. „Auf halber Zeitachse folgt die Feinplanung samt Schichteinteilung der Kollegen, und immer freitags steht der genaue Füllplan für die Folgeweche fest, den wir tageweise aktualisieren.“ Im Schnitt arbeiten 30 Kollegen pro Schicht zusammen. In der Produktion sind außerdem Mitarbeiter für die Betriebskontrolle sowie Schlosser und Elektriker für die Instandhaltung vor Ort, denn gibt es irgendwo eine Störung, gerät die Abfüllung schnell ins Stocken. Flaschenwaschmaschine, Füller, Bottle Inspector, Etikettiermaschine: Jede Komponente bis hin zum kleinen Ventil ist gleich wichtig.

Sorgfalt und Hightech

Die Füllwoche beginnt sonntags um 22 Uhr. Unter dem Dach der großen Halle an der Gießener Straße in Bad Vilbel ist es dann ungewöhnlich ruhig. Pause haben aber nur die Förderbänder, Flaschenwaschmaschinen und Füller in ihren verglasten Kabinen. „Für uns ist CIP-Zeit“, wie Prem Singh lachend erklärt. „Das steht für Cleaning in Place und bedeutet, dass wir alle Teile, die mit der Abfüllung zu-

tun haben und produktberührend sind, reinigen.“ Hygiene ist selbstverständlich auch für die Mitarbeiter oberstes Gebot, saubere Hände und Arbeitskleidung samt Haarnetz sind Pflicht.

Als langjähriger Füllerfahrer ist Prem Singh mit der Fülltechnik für Glas- und PET-Flaschen bestens vertraut. In jungen Jahren kam er aus Indien nach Deutschland und fing bei der Hessen-Quelle an, die Ende der 1990er-Jahre an Hassia & Luise überging, wie der Betrieb damals firmierte. „Ich arbeite an den Abfüllanlagen für unsere Artikel in Glas, zum Beispiel für die hassia-Landfrüchte oder Elisabethen Quelle Pur & Fruchtig.“

Die Hochleistungsanlage für 1-Liter-Flaschen aus PET, an der ausschließlich Mineralwasser abgefüllt wird, läuft die ganze Woche durch. „Sie schafft bis zu 600.000 Füllungen am Tag“, erläutert Anna Beck die Kapazität. Als angehende Fachkraft für Lebensmitteltechnik im zweiten Lehrjahr hat sie an dieser Anlage den Einbau eines neuen Bottle Inspectors mitverfolgt. „Bottle Inspektoren kontrollieren die Flaschen auf dem Förderband automatisch auf Sauberkeit und Unversehrtheit“, schildert die 19-Jährige aus Mainhausen deren Funktion. „Der neue Inspector erkennt sogar, wann bestimmte Faktoren einen kritischen Punkt erreichen, und wir können vorausschauend handeln.“ Diese Predictive Analytics sind ein Schritt Richtung Industrie 4.0, in den Hassia 300.000 Euro investierte.



Alles fließt

Jede Abfüllung beginnt an den Brunnenanlagen. Durch Rohrleitungen zu geschützten Vorkommen in bis zu 300 Metern Tiefe fließen Bad Vilbeler Ur-Quelle, hassia Sprudel, Elisabethen Quelle, Rosbacher und das Heilwasser aus dem Römer Brunnen über sogenannte Enteisenungen in Edelstahltanks auf dem Hassia-Gelände. Täglich frisch und sortenrein. Die Füller in den Abfüllanlagen wählen automatisch den richtigen Tank für die geplante Abfüllung an. Zusätzlich stellen Leitfähigkeitssonden sicher, dass auch tatsächlich das richtige Wasser zum Füller unterwegs ist. „Die Leitfähigkeit ist wie ein Fingerabdruck aus Mineralstoffen, Hydrogencarbonat und natürlicher Kohlensäure“, sagt Abteilungsleiter Schmorl. „Sie ist für jedes Mineralwasser einzigartig.“ Darüber hinaus nehmen die Mitarbei-

ter an den Anlagen und im Labor regelmäßig Messungen für einwandfreie Produktqualität vor. Es fließen also auch Daten in Strömen. Vom Monitoring der Brunnen über die ständige Dokumentation von Messwerten in der Produktion bis zur Lagerung und lückenlosen Chargenrückverfolgung ist Software im Einsatz. Auch die Kommissionierung ist komplex, insbesondere für die zahlreichen Mischpaletten, die nach Kundenwunsch mit verschiedenen Artikeln und Gebinden zu bestücken sind. Kollege Computer ist für die Mitarbeiter unverzichtbar bis zuletzt, wenn sie die Vollgutpaletten termingerecht in der richtigen Ladestraße bereitstellen. Die Lkw-Fahrer können bei Hassia damit rechnen, nach weniger als einer Stunde wieder auf Achse zu sein. Auch in der Hochsaison.



1 Anna Beck ist im zweiten Lehrjahr und mag die abwechslungsreichen Aufgaben einer Fachkraft für Lebensmitteltechnik. Hier kontrolliert sie gerade die Leitfähigkeit des Mineralwassers



2 Ein Produktwechsel steht an, die Kabine mit dem Füller ist leer und Prem Singh kann kurz seinen Gehörschutz ablegen, um Fragen für die Quellenpost zu beantworten. Der Füllerfahrer ist seit fast 20 Jahren bei Hassia und mit der Technik für alle Gebinde vertraut

3 In der Sirupraum-Leitstelle behält Dietmar Schmorl den Füllplan im Blick. Der Abteilungsleiter kann bald sein 30-jähriges Betriebsjubiläum feiern: Er kam ins Unternehmen, als es noch Hassia & Luise hieß

Diese Hochleistungsanlage für die Abfüllung von Mineralwasser in Mehrwegflaschen aus PET schafft bis zu 600.000 Füllungen am Tag

Die Abfüllung in Zahlen

- Mitarbeiter in der Produktion: rund 130 inkl. derzeit 10 Azubis (9 Fachkräfte für Lebensmitteltechnik, 1 Chemielaborant)
- Anlagen + Kapazität: 6 für insgesamt bis zu 3 Mio. Liter/Tag im 2- und 3-Schicht-Betrieb
- Sortiment: mehr als 180 Produkte
- Flaschen: Glas, PET / 0,25 bis 1,5 Liter
- Mehrweganteil: 91 Prozent
- Zertifikate: IFS Food; SGS Institut Fresenius (soziale & ökologische Nachhaltigkeit); DQS GmbH (Energie- + Umweltmanagement)

Eine Stadt sieht grün

Rekordverdächtige 103.711 Grie-Soß-Fans machten am 22. Juni 2017 dem kulinarischen Markenzeichen der Mainmetropole alle Ehre. Restaurants, Caterer, Firmen, Kitas und Schulen hatten sich für den Weltrekordversuch am ersten Grüne Soße Tag in Frankfurt beim Team um Maja Wolff vom Grüne Soße Festival mit Teilnahmecodes eingedeckt. Sie wurden mit jedem Essen im Zeichen der sieben Kräuter für die Onlineeingabe und -zählung ausgegeben. „Bei uns in der Hassia-Kantine gab’s auch Grüne Soße, allerdings keine Codes, denn man konnte nur in Frankfurt mitmachen“, sagt Markenmanager Daniel Krämling. Er erlebte den Tag am hassia-Stand auf der Messe „Essen in Hessen“ im Shoppingcenter MyZeil, nur eine von vielen Veranstaltungen quer durch die Stadt. Die Zielmarke des Rekord-Instituts für Deutschland lag bei 231.775 online registrierten Portionen, mit dem Weltrekord hat es also nicht auf Anhieb geklappt. Aber Spaß hat’s gemacht. Und abends leuchtete die Rathausfassade am Römerberg in frischem Grün. www.gruene-sosse-tag.de



Im Shoppingcenter MyZeil rollten Maja Wolff (vorne re.) und viele Unterstützer den grünen Teppich für die Frankfurter Grie Soß aus

Wiesen und Weitblick

Er ist fast neun Kilometer lang und wurde Mitte Juni offiziell eröffnet: der Bergmähwiesen-Pfad bei Herchenhain im Vogelsberg.

Der Rundweg ist das Hauptprojekt 2017 der Nachhaltigkeitsinitiative „Nähe ist gut“ und führt durch eine artenreiche, einzigartige Kulturlandschaft. An acht Informationsstelen erfahren die Wanderer Wissenswertes zu Besonderheiten der Bergmähwiesen und der Region. „Themen sind beispielsweise Vulkane & Böden, Bäche & Flüsse oder Artenvielfalt & Bedrohung“, sagt Daniel Krämling. Der hassia-Markenmanager feierte die Eröffnung auf dem mittlerweile vierten Bergmähwiesenfest mit.

Auf Schusters Rappen trugen viele Festbesucher zum Erhalt der wertvollen Natur- und Nutzflächen bei, denn für jeweils 100 Schritte auf dem Rundweg spendete „Nähe ist



gut“ 10 Cent. Krämling: „Wir haben diese Aktion auf den ganzen Sommer ausgeweitet, damit ein ordentlicher Betrag für die Vogelsberger Bergmähwiesen zusammenkommt. Wenn man den kompletten, neun Kilometer langen Pfad wandert, sind das jeweils 14 Euro.“

Das Engagement ist ein Projekt mit Weitblick, das die Artenvielfalt und naturnahe Landwirtschaft für kommende Generationen erhalten soll. Unterstützt wird diese Initiative der „Nähe ist gut“-Partner Licher Privatbrauerei, Rewe, Schwäbchen und Hassia von Kreisverwaltung und Kommunen sowie von freiwilligen Helfern des Vogelsberger Höhenclubs. www.naeh-ist-gut.de

World Club Dome meets bizzl & more

Beim fünften „BigCityBeats World Club Dome“ tanzten an Pfingsten mehr als 140.000 Festivalbesucher ab. Ein Wochenende lang schlug in Frankfurt das Herz in Electrobeats. Bei Techno, Trap und House gab es Watt satt.

Für einige hatte die Party schon auf der Anreise begonnen, im eigens gecharterten ICE Club Train von Paris über Straßburg, Baden-Baden, Karlsruhe, Mannheim. Andere landeten am Flughafen, um in der Commerzbank-Arena und im gegenüberliegenden Stadionbad in einer Open-Air-Location der Superlative zu feiern. Zweihundert DJs der internationalen Clubszene heizten ihren Fans ein. Es gab fast zwanzig Bühnen, gigantische Laser- und Pyroshows.

Mastertheke für Getränke

Gigantisch war mit zwei mal sechzig Metern auch die Mastertheke im Innenbereich der Arena. „Dort war die Hauptbühne, aber wir hatten natürlich Verkaufsstände auf dem gesamten Festivalgelände“, sagt Gastro-Verkaufsleiter Martin Sons. An vierzehn Stationen sorgten bizzl und Rosbacher für den Flüssigkeitsausgleich der Clubgänger. Die Hanauer Veranstalter Carina und Bernd Breiter vertrauen seit ihrem ersten World Club Dome vor fünf Jahren auf die Liefersicherheit von Hassia. „Wir waren auch dieses Mal der exklusive Partner für alkoholfreie Getränke“, freut sich Sons. „Die Halbliterflaschen fanden reißenden Absatz.“

Heiße Shows mit DJs aus aller Welt und BPM satt (bizzl per Minute)

