

# „Eine intakte Natur ist unser höchstes Gut“

Von Yvonne Lange

Mineralwasser ist eines der nachhaltigsten Produkte, die man in Deutschland kaufen kann. Die deutschen Brunnen nutzen ihre Ressourcen schon immer effektiv. Aber wie lässt sich nachhaltiges Arbeiten in Einklang bringen mit den ökonomischen Interessen? Wir haben bei sieben Brunnen nachgefragt.



DER MINERALBRUNNEN: Seit wann ist das Thema Nachhaltigkeit in Ihrem Unternehmen verankert?



**Dr. Thomas Hens**  
Leiter Technische  
Entwicklung &  
Ressourcen  
**Gerolsteiner Brunnen  
GmbH & Co. KG**

Das Thema beschäftigt uns, seitdem es uns gibt. Wir müssen seit jeher generationenübergreifend denken, denn was heute an Verunreinigungen an der Oberfläche passiert, kann in einigen Jahrzehnten die Qualität unseres Mineralwassers beeinflussen.

Systematisch verankert ist ein Umweltmanagementsystem in unserem Unternehmen seit 1992 und wurde belohnt mit dem Umweltpreis des Landes Rheinland-Pfalz. Ein ganzheitliches Nachhaltigkeitsmanagement mit Nachhaltigkeitsbericht wurde 2014 eingeführt. Auch mit dem Thema „Klimaschutz“ beschäftigen wir uns schon sehr lange, insbesondere in Verbindung mit einem zertifizierten Energiemanagementsystem mit den Themen Wärme- und Energieeffizienz.



**Josef Aigner**  
Leiter Umwelt  
**FRANKEN BRUNNEN  
GmbH & Co. KG**

Das Verständnis für Nachhaltigkeit gibt es bei uns schon immer. Ein Meilenstein wurde 1995 mit der Gründung der „Franken Brunnen Stiftung Jugend und Natur“ gelegt. Diese fördert unter anderem Projekte, um Kindern und Jugendlichen Natur und Umweltschutz näherzubringen. Seit den 90er-Jahren haben wir ein betriebliches Umweltmanagementsystem, das mittlerweile zum Energie- und Umweltmanagementsystem weiterentwickelt wurde. Dort sind unsere Nachhaltigkeitsthemen mit Fokus auf Energieeffizienz und damit Reduzierung des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes systematisch verankert. In einem interdisziplinären Team beschäftigen wir uns mit unserer Zukunftsausrichtung und erarbeiten geeignete Möglichkeiten für Klimaschutzmaßnahmen und den Umstieg auf erneuerbare Energieträger.



**Peter Lachenmeir**  
*Geschäftsführung*  
**Adelholzener**  
**Alpenquellen GmbH**

Bereits seit über 100 Jahren ist das Thema Nachhaltigkeit ein fester Bestandteil unseres Unternehmensleitbilds: Seit 1907 gehört der Mineralbrunnen zur Kongregation der Barmherzigen Schwestern vom heiligen Vinzenz von Paul. Die Bewahrung der Schöpfung ist ein großes Anliegen der Ordensgemeinschaft und somit auch bei Adelholzener. Die Werte der Schwestern wie der Schöpfungsauftrag sind auch in unserem wirtschaftlichen Handeln tief verwurzelt. „Die Natur, Ursprung und Quelle unseres Wassers, ist unser wertvollstes Gut“, lautet deshalb einer der Unternehmensleitsätze der Adelholzener Alpenquellen. Als Heil- und Mineralbrunnen ist eine intakte Natur daher unser höchstes Gut. Vor allem in den vergangenen Jahren konnten wir neue Maßstäbe in Sachen unternehmerischer Umweltschutz setzen: Seit 2021 ist der Unternehmens- und Produktionsstandort in Bad Adelholzen vollständig klimaneutral.



**Henning Osmers-Rentzsch**  
*Nachhaltigkeitsmanager*  
**Vilsa-Brunnen Otto**  
**Rodekohl GmbH**

Wir sind ein in vierter Generation geführtes Familien-Unternehmen. Verantwortung für die Gemeinde, für die Natur und den Umweltschutz ist schon immer Teil unserer Haltung. Wir haben seit 2014 ein systematisches Umwelt- und Energiemanagement verankert und zertifiziert. 2018 haben wir begonnen, zusätzlich ein systematisches Nachhaltigkeitsmanagement aufzubauen, verbunden mit dem Einstieg in eine Nachhaltigkeitsberichterstattung und mit Einführung der Biomineralwasser-Zertifizierung. Diese setzt nicht nur Qualitätsstandards für Mineralwasser, sondern fordert auch in sehr umfassendem Maße Nachhaltigkeitsmanagement mit diversen Auflagen wie Nachhaltigkeitsberichterstattung und Umweltmanagementzertifizierung ein.



**Volker Schlingmann**  
*Sprecher der Geschäftsführung/Geschäftsführer*  
*Herstellung Vertrieb*  
**Staatlich Bad Meinberger Mineralbrunnen GmbH & Co. KG**

Ich glaube nicht, dass man darüber reden muss, dass natürliches Mineralwasser auch nachhaltig sein sollte. Wir beschäftigen uns seit 2014 extrem intensiv mit der Thematik. Neben einem sehr guten Status, den wir bis Ende 2021 hatten und der aus meiner Sicht auch führend in der Branche ist, haben wir mit Beginn der Ukraine-Krise das Thema Nachhaltigkeit erneut aufgegriffen, um unsere Entwicklung noch einmal massiv voranzutreiben.



**Frank Lehmann**  
*Geschäftsführung*  
**Ensinger Mineral-Heilquellen GmbH**

Seit 1997 betreiben wir systematischen Umweltschutz mit jährlicher Berichterstattung. Diese hat sich über die Jahre zu einem umfassenden Nachhaltigkeitsbericht entwickelt. Bereits 2014 haben wir für unsere nachhaltige Unternehmensführung den Lea-Mittelstandspreis für soziale Verantwortung und den Umweltpreis des Landes Baden-Württemberg erhalten. Seit 2018 sind wir klimaneutral in Scope 1 und 2, und erst vor wenigen Wochen wurden wir mit dem Preis „100 Betriebe für Ressourceneffizienz“ ausgezeichnet.



**Ulrich Lössl**  
*Geschäftsführung*  
**Bad Dürrheimer Mineralbrunnen GmbH & Co. KG**

Auch bei Bad Dürrheimer ist das Thema schon lange verankert, nur nannten wir es in den 90er-Jahren noch Umwelt- und Naturschutzengagement. Als regionales Unternehmen setzen wir uns besonders für entsprechende Projekte in unserer Heimat ein. Wir betrachten das Thema ganzheitlich. Nachhaltigkeit ist der Leitwert für unser Unternehmen.



### DER MINERALBRUNNEN: Welche konkreten Projekte gibt es in Ihrem Unternehmen?

**Josef Aigner:** Wir haben im Jahr 2021 einen unserer Standorte komplett von einem Einweg- hin zu einem Mehrwegglas-Betrieb umgerüstet und dort bewusst auf regionale Vermarktung gesetzt. Darüber hinaus beziehen wir seit einigen Jahren nur noch Strom aus erneuerbaren Energien. Wir setzen auf eine kontinuierliche Verbesserung unseres CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks, z.B. durch Beschaffung neuer Anlagen, die erheblich effizienter sind und weniger Wasser und Energie verbrauchen. Wir wollen unsere Abhängigkeit von fossilen Brennstoffen noch weiter minimieren. Wir haben schon jetzt auf den meisten Dächern Photovoltaik-Anlagen installiert und suchen nach weiteren geeigneten Flächen für Photovoltaik- oder Wind-Energie-Anlagen.

**Frank Lehmann:** Innerhalb der letzten 20 Jahre konnten wir unseren Ressourceneinsatz erheblich reduzieren. Gleichzeitig setzen wir auf Ökostrom, den wir teilweise selbst erzeugen, und treiben die Elektrifizierung unseres Unternehmens konsequent voran. Unsere Pkw- und Lkw-Flotte betreiben wir mit einem nahezu klimaneutralen alternativen Kraftstoff. Wir fördern Biolandwirtschaft und Artenschutz im direkten Umfeld unseres Unternehmens und investieren erheblich in Arbeitssicherheit, Gesundheitsschutz sowie Sport-, Kunst- und Kulturprojekte.

**Dr. Thomas Hens:** Bei uns sind alle aufgefordert, sich einzubringen. Das Thema betrifft alle im Unternehmen. Wir führen jährlich mehrere Exkursionen durch, an denen alle Mitarbeiter teilnehmen können, zum Beispiel in unseren Zukunftswald, zu nahe gelegenen Biolandwirten oder auch zu Energieversorgungsanlagen. Uns ist wichtig, Nachhaltigkeit in den Köpfen der Mitarbeiter zu manifestieren und Ideenreichtum zu fördern. Neben der Umsetzung einer Reihe an CO<sub>2</sub>-Reduzierungsmaßnahmen und sozialen Projekten ist es aus Sicht des Klimaschutzes besonders wichtig, dass wir die CO<sub>2</sub>-Emissionen als zweite Währung eingeführt haben. Das heißt: Neben dem Euro zählt bei allen Maßnahmen, die wir umsetzen, auch immer die CO<sub>2</sub>-Reduzierung gleichermaßen. Damit erhalten Projekte mit hohem CO<sub>2</sub>-Reduzierungspotenzial im Vergleich zu früherer Betrachtung durchaus eine höhere Chance zur Umsetzung.

**Ulrich Lössl:** Mit unserem konsequenten Energiemanagement sparen wir CO<sub>2</sub> ein und optimieren ständig unsere Verpackungen und Lieferketten. Das sind unsere Top-Themen. Darüber hinaus engagieren wir uns in regionalen Naturschutzprojekten, wie zum Beispiel „Bad Dür rheim blüht auf“. Mit unserem „Bodentag“ verfolgen wir das Ziel, Wissen über die Lebensgrundlage Boden zu erweitern und zu vertiefen. Wir bieten Programme und Maßnahmen an, damit sich unsere Mitarbeitenden bei uns wohlfühlen und Wertschätzung erhalten, und engagieren uns in verschiedensten sozialen und Jugendförderprojekten.

**Henning Osmers-Rentzsch:** Nachhaltigkeit geht nur gemeinsam.

Wir müssen die Menschen mitnehmen, Kunden, Mitarbeitende, den Landwirt in der Nachbarschaft. Die Basis ist der Dialog. Zum Beispiel in Außendienstworkshops: Es weckt mehr Begeisterung und Verständnis, wenn Nachhaltigkeitsthemen persönlich vorgestellt werden, als wenn wir nur digitale Schulungsunterlagen übermitteln. Umgekehrt ist fürs Nachhaltigkeitsmanagement das Feedback essenziell. Was will der Handel? Wird Bio-Mineralwasser verstanden? Wie wichtig ist Klimaneutralität? Was wirft Fragen auf oder stößt auf Ablehnung? Oder beim Thema Wasserschutz. Die Kooperation mit umliegenden Landwirten ist dafür unerlässlich. Wir haben deshalb mit ihnen eine Arbeitsgemeinschaft Grundwasserschutz gegründet. Machen ihnen Angebote für betriebsindividuelle Beratung, für Boden- und Pflanzenanalysen und zahlen Flächenprämien, wenn sie zum Beispiel auf Wildpflanzenanbau umstellen. Auch mit der Deutschen Wildtier Stiftung kooperieren wir und verbinden in den Projekten Artenschutz mit Wasser- und Klimaschutzeffekten.



**Peter Lachenmair:** Unsere Klimaschutzstrategie basiert auf drei wesentlichen Säulen. Den Standort Bad Adelholzen haben wir komplett auf Ökostrom umgestellt und sind seit 2021 zu 100 Prozent klimaneutral. Mittelfristig werden jährlich verschiedene Maßnahmen mit dem Ziel umgesetzt, 0,5–1 Prozent Energie einzusparen, wobei ein größeres Ambitionsniveau angestrebt wird. Mit der dritten Säule haben wir uns 2020 das langfristige Klimaziel gesetzt, unsere Treibhausgas-Emissionen bis 2030 um 60 Prozent gegenüber dem Basisjahr 2019 zu reduzieren.

**Volker Schlingmann:** Wir sind im Bereich der Ressourcen-Effizienz sehr stark. Wärme ist für uns ein Top-Thema. Ich würde sagen, wir sind, was den Wärmeverbrauch angeht, einer der effizientesten Brunnen in Deutschland. So konnten wir innerhalb von zwei Jahren den Wärmeverbrauch pro Füllung um mehr als 50 Prozent reduzieren. Das treiben wir seitdem fort. Unser Fokus liegt auf der Reduzierung von Energie. Um noch besser zu werden, schauen wir jetzt, wie wir unsere Energieart ändern können. Weg von fossilen Brennstoffen, hin zu regenerativen Brennstoffen und das wollen wir zum kommenden Jahreswechsel weitestgehend realisieren. Mit Ausbruch des Krieges in der Ukraine haben wir alle unsere Abläufe noch einmal hinterfragt, weil völlig klar war, dass wir eine Preissteigerung erfahren oder Verfügbarkeitsprobleme bekommen. Wir haben dann unseren Prozess noch einmal komplett umgekrempelt und zum Beispiel Temperatur-Niveaus gesenkt. Das bedeutet, wir reinigen in anderen Temperaturen, als es normalerweise üblich ist, und konnten im letzten Jahr unsere Füllungszahl um 12 Prozent steigern und den absoluten Wärmeverbrauch nochmals um 27 Prozent reduzieren.

**DER MINERALBRUNNEN: Was sind die größten Herausforderungen, vor denen Sie stehen?**

**Dr. Thomas Hens:** Die Daseinsberechtigung für uns als Mineralbrunnen. Wir sind im Gegensatz zu Trinkwasser transportlastig, das lässt sich nicht beschönigen. Unter diesem Gesichtspunkt muss es primäres Ziel unserer Branche sein, Möglichkeiten für klimareduzierte bzw. klimaneutrale Transporte zu schaffen. Das ist für unser Unternehmen natürlich noch mal ein anderes Thema, weil wir international vertreiben. Wir müssen das Thema vorantreiben, zum Beispiel mit Elektrifizierung der Lkws oder Wasserstofftechnologien. Grundsätzlich gilt: Kein Greenwashing! Wenn Verbraucherinnen und Verbraucher irgendwann das Gefühl bekommen, dass Maßnahmen nur dazu dienen, das eigene Gewissen zu beruhigen, hat man verloren. Manchmal bedeuten diese Maßnahmen eben auch Wettbewerbsnachteile am Markt.

**Josef Aigner:** Ich sehe in der Umstellung auf andere Energieträger eine große Herausforderung, denn diese müssen nachhaltig und auf lange Sicht verfügbar sein und auch zukünftig als vorteilhaft eingestuft werden. Es gibt verschiedene Auffassungen zum Thema Energiegewinnung durch Biogas, Hackschnitzel, Wasserstoff etc. Im letzten Jahr hat man gesehen, wie unsicher eine Energieversorgung plötzlich sein kann. Da ist es schwierig, eine klare Prognose für die Zukunft zu geben und sich auf eine Art der Versorgung festzulegen. Wir gehen davon aus, dass es für uns zukünftig eher ein Mix aus Energiequellen sein wird – mit zunehmend höherem regenerativem Anteil.

**Den Standort Bad Adelholzen haben wir komplett auf Ökostrom umgestellt und sind seit 2021 zu 100 Prozent klimaneutral.**

**Peter Lachenmair:** Wir sehen es auch zukünftig als Herausforderung an, sowohl den Ansprüchen unserer Konsumentinnen und Konsumenten an uns als Produzent gerecht zu werden als auch im Einklang mit der Natur zu handeln. Zum Standort in Bad Adelholzen gehören ca. 150 Hektar Wald-, Weide- und Grünflächen, die nachhaltig bewirtschaftet und größtenteils nach Naturlandrichtlinien gepflegt werden. Für unsere Brunnen im Bergener Moos übernehmen wir gänzlich die Verantwortung und stellen den Naturschutz, die Landschaftspflege und die Bewahrung der Artenvielfalt sicher. Dieser Verantwortung zur Wahrung der reinen Wasserqualität sowie des Gebiets, das der strengsten „Fauna-Flora-Habitat-Richtlinie“ (FFH-Gebiet) entspricht, sind wir uns bewusst. Demzufolge ist es von höchster Priorität, auch weiterhin Maßnahmen zum Quellschutz umzusetzen, die eine schonende Wasserentnahme gewährleisten.

**Henning Osmers-Rentzsch:** Eine große Herausforderung sehen wir im Themengebiet Klimaschutz, Klimaverantwortung, Klimawandel. Unter anderem, weil dort eine große Unsicherheit über die zukünftigen Rahmenbedingungen herrscht. Ein Thema sind hierbei die Klimaneutral-Label, die inzwischen von verschiedenen Organisationen sehr in Frage gestellt werden und wahrscheinlich vom Markt verschwinden werden. Die große Frage ist daher: Wie gelingt die weitere Dekarbonisierung, wenn Effizienzpotenziale ausgeschöpft sind und die Umstellung auf Ökostrom erfolgt ist? Wie lassen wir Gas und Öl hinter uns? Das alles kommt zusammen in einem Umfeld, in dem die technische Entwicklung hochdynamisch ist und die zukünftigen Preise, zum Beispiel für Energie oder CO<sub>2</sub>-Emissionen, kaum vorhersagbar, verbunden mit einer großen Unsicherheit, wie zukünftig die EU hinsichtlich bestimmter Anforderungen reagieren wird.

**Frank Lehmann:** Die größte Herausforderung ist es aus meiner Sicht, sich als Unternehmen, das Nachhaltigkeit aus Überzeugung umsetzt, von Marktakteuren abzugrenzen, die einen einfacheren Weg gehen wollen und entsprechend eher oberflächlich agieren. Die Begriffe „Nachhaltigkeit“ und „Klimaneutralität“ stehen seit jeher in der Gefahr, entwertet zu werden. Deshalb ist es uns wichtig, durch die Kommunikation möglichst konkreter Projekte zu überzeugen. Außerdem ist uns Transparenz wichtig, weshalb wir versuchen, unsere Aktivitäten möglichst mit konkreten Nachweisen zu belegen.

**Volker Schlingmann:** Bei der Vielzahl der Herausforderungen ist es für mich wichtig, meine Mitarbeiter zu motivieren, die Dinge dynamisch weiter mit voranzutreiben, sodass Nachhaltigkeit nicht als ein Spleen von mir als Geschäftsführer gesehen wird, sondern vom gesamten Unternehmen getragen wird. Das ist bei uns definitiv so. Wir haben tolle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit hoher Motivation und Leidenschaft, die dieses Thema kontinuierlich vorantreiben.

**Ulrich Lössl:** Gegenüber dem Verbraucher glaubhaft zu sein. Besonders junge Verbraucher messen Unternehmen und Marken an Haltung und Handeln. Herausforderung ist zudem, die drei Nachhaltigkeitsaspekte Wirtschaftlichkeit, Umwelt und Soziales immer wieder bestmöglich unter einen Hut zu bringen.

*Bei der Vielzahl der Herausforderungen ist es für mich wichtig, meine Mitarbeiter zu motivieren, die Dinge dynamisch weiter mit voranzutreiben.*

