

das marketingjournal

# marke 41

www.marke41.de

Ausgabe 6 : 2022

15,00 EUR

## Adelholzener Werteorientierte Unternehmensführung



Forum Airport Marketing  


# Adelholzener Alpenquellen – werteorientierte Unternehmensführung

**Marke** Die starken Marken der Adelholzener Alpenquellen „Adelholzener“, „St. Primus“ und „Active O2“ sind heute vor allem im regionalen, aber auch überregionalen Handel omnipräsent. Mineralwässer, Heilwasser und Erfrischungsgetränke des führenden Mineralbrunnens mit Sitz in Oberbayern sind im Konsumentenbewusstsein breit verankert und erfreuen sich größter Beliebtheit. Der Grund: Das Wasser mit besonderer Herkunft, den bayerischen Alpen ist besonders rein. Weniger bekannt ist dagegen, dass die Adelholzener Alpenquellen zur Kongregation der Barmherzigen Schwestern vom hl. Vinzenz von Paul gehören. Die Ordensgemeinschaft lebt gemeinsam mit ihren Mitarbeitern einen modernen und an der Lebenswirklichkeit ausgerichteten Wertekanon. Nach Reinvestition in Bestand und Zukunft des Unternehmens fließen 100 Prozent der Erlöse in soziale Institutionen und Projekte der Kongregation.

**S**ehnsuchtsort bayerische Alpen – keine andere Destination in Deutschland ist bei Urlaubern so beliebt wie die malerischen Berge zwischen Inntal und Salzburg. Menschen aus der ganzen Welt lieben die intakte Natur, das Echte und Ursprüngliche Oberbayerns. Die Adelholzener Alpenquellen GmbH ist tief in dieser Region verwurzelt. Das Unternehmen wurde im Ort Bad Adelholzen am Fuße des Hochfells gegründet. Der renommierte Mineralbrunnen gehört zur

Kongregation der Barmherzigen Schwestern vom hl. Vinzenz von Paul mit dem Mutterhaus in München. „Die reine Natur ist für uns ein wesentlicher Bestandteil unseres Handelns und auf ihr bauen wir auf. Nachhaltigkeit ist für uns nicht nur die Verpflichtung, schonend mit Ressourcen umzugehen und soziale Ziele zu beachten. Für uns von den Adelholzener Alpenquellen bedeutet sie weit mehr. Nachhaltigkeit ist die Bewahrung der Schöpfung und der verantwortungsvolle Umgang mit Mutter Natur und

den uns anvertrauten Menschen“, so Sr. Rosa Maria Dick, Generaloberin der Barmherzigen Schwestern.

## **Kongregation der Barmherzigen Schwestern vom hl. Vinzenz von Paul**

Die Schwestern der Ordensgemeinschaft leben nach dem Vorbild des hl. Vinzenz von Paul (1581–1660) und der hl. Luise von Marillac (1591–1660), die gemeinsam in Frankreich die „Töchter der christlichen Liebe“ gründe-

Fotos: Unternehmen



**PRIMUS-QUELLE** Mit dem Schwesternwohnheim (oben) erwarb die Kongregation 1907 auch die Primus-Quelle (links).

Heute betreibt die Ordensgemeinschaft zwei Krankenhäuser, eine Berufsfachschule für Pflege sowie fünf Alten- und Pflegeheimen. Als Ordensfrauen führen die Barmherzigen Schwestern ein Leben für Gott und ihre Mitmenschen, vor allem für die Notleidenden. Deshalb leben sie ihre Berufung auch nicht hinter Klostermauern, sondern wollen den Menschen nahe sein und offen für alles, was sie bewegt. In ihrem Wirken lassen sie sich von starken Werten leiten, die auf gelebte Nächstenliebe, also Barmherzigkeit, ausgerichtet sind.

### **Schwesterwohnheim und Primus-Quelle**

„Das heutige Schwesternwohnheim und die zugehörige Pri-

ten. In Deutschland werden sie Vinzentinerinnen oder Barmherzige Schwestern genannt. König Ludwig I. war es, der 1832 zunächst zwei Barmherzige Schwestern aus dem Mutterhaus Straßburg nach Bayern holte. Eine von ihnen war Sr. Ignatia Jorth (1780–1845), die später erste Generaloberin des Ordens in München wurde und den Grundstein legte. König Ludwig hatte im Elsass das karitative Wirken

der Ordensgemeinschaft kennengelernt und sorgte sich um die zunehmende Verarmung breiter Bevölkerungsschichten. Besonders der mangelnden medizinischen und pflegerischen Versorgung der Kranken, Schwachen und Bedürftigen in Bayern wollte der König entgegenwirken. Ausgehend vom Mutterhaus in München, gründeten die Barmherzigen Schwestern Dutzende von Niederlassungen.

mus-Quelle gelangten im Jahr 1907 in den Besitz der Kongregation“, erklärt Peter Lachenmeir, Geschäftsführer der Adelholzener Alpenquellen, der den Betrieb des Unternehmens verantwortet und besonderen Wert auf das Thema Nachhaltigkeit und die Wertearbeit im Unternehmen legt. Ursprünglich wurde die Liegenschaft des Kurbads Adelholzen als Erholungsort für die in München wirkenden Schwestern erworben, damit diese dort Kraft für ihre tägliche Arbeit schöpfen konnten.

Die Primus-Quelle, die heute als der Grundstein der Adelholzener Alpenquellen GmbH und somit der drittstärksten Mineralwassermarke in Deutschland gelten kann, war seinerzeit nicht mehr als ein glücklicher Miterwerb. Ein Umstand, den die Schwestern im Laufe der Zeit mit

transportierten es mit dem Ochsenkarren zum Bahnhof Bergen und schafften die Flaschen mit dem Zug in die Kliniken nach München und an ausgewählte Händler. Das war eine echte Knochenarbeit“, sagt Lachenmeir mit sichtlichem Respekt.

### **Drei Marken – eine Mission**

Seit dem Erwerb der Primus-Quelle im Jahr 1907 hat sich einiges getan. Im Bestreben, wirtschaftlich und nachhaltig zu handeln, hat sich das Markenportfolio der Adelholzener Alpenquellen GmbH stetig erweitert. „Heute umfasst unser Angebot die drei Hauptmarken Adelholzener, St. Primus und Active O<sub>2</sub> mit einer vielfältigen Produktpalette, die sehr präzise auf die jeweiligen Zielgruppen ausgerichtet sind“, sagt Manuela

primär im Unterwegs-Segment konsumiert werden. Das sind insbesondere die Produkte der Lifestyle-Marken Active O<sub>2</sub> und Active fresh, die 24 Prozent Zuwachs gegenüber 2021 verzeichnen, sowie die conveniente 0,5-Liter-PET-Mehrwegprodukte mit rund 23 Prozent mehr Füllungen.

### **TV-Werbung und Event-Sponsoring**

In seinem medialen Auftritt setzt das Unternehmen bevorzugt auf TV-Werbung und fühlt sich mit seinem wertebasierten Markenverständnis insbesondere im öffentlich-rechtlichen Programmumfeld gut aufgehoben. Im Segment „Activity“ investieren die Adelholzener Alpenquellen ergänzend in das Instrument Event-Sponsoring. Hier in ihrer

## **„Nachhaltigkeit ist die Bewahrung der Schöpfung und der verantwortungsvolle Umgang mit Mutter Natur und den uns anvertrauten Menschen.“**

Sr. Rosa Maria Dick, Generaloberin der Barmherzigen Schwestern

Weitsicht und weltlicher Vernunft in ein Unternehmen ausbauen konnten, das ihnen viele ihrer heute noch betriebenen Einrichtungen in diesem Umfang überhaupt erst ermöglichte. Für die in der Pflege tätigen Schwestern war es naheliegend, Heilwasser für ihre Patienten abzufüllen und später allgemein in den Verkauf zu bringen. „Das kann man sich sehr plastisch vorstellen. Die Schwestern füllten das Wasser von Hand ab,

Schreiner, die seit über 20 Jahren mit dem Marketing bei dem Mineralbrunnen betraut ist. Mit einem Wachstum von über 13 Prozent Absatz in den ersten Monaten des Jahres 2022 zogen die Adelholzener Alpenquellen zu Ende September eine positive Zwischenbilanz: Besonders profitieren konnten im vergangenen Sommer die Sorten und Gebinde, die





**PRIMUS-QUELLE** Zu Beginn schöpften die Schwestern das Mineralwasser noch von Hand ab.

Heimatregion Bayern erfolgreich und langjährig zum Beispiel als Partner der BR-Radltour. Überhaupt bestehen zum Bayerischen Rundfunk und seiner Vermarktungs-Tochter BRmedia beste Beziehungen. Schnittmengen gibt es im Kontext der Partnerschaften beider mit dem FC Bayern. Manuela Schreiner: „Mit der BRmedia-Verkaufsdirektion stehen wir in regelmäßigem Austausch, namentlich zu Peter Jakob und Michael Walter bestehen beste Beziehungen.“

### Reines Wasser aus der Tiefe der Alpen

Wenn es um die Produkte der Adelholzener Alpenquellen GmbH geht, gibt es nur ein oberstes Ziel: höchste Qualität. Die Heil- und Mineralwasservorkommen in Bad Adelholzen und im Bergener Moos sind durch ihre natürliche Beschaffenheit Garant für reinste Wasserqualität – und das soll auch so bleiben. Peter Lachenmeir: „Das AlpenQuell Brunnengebiet liegt im Naturschutzgebiet Bergener Moos am Fuße des Hoch-

felln. Da hier grundsätzlich keine Tier- oder Agrarwirtschaft zugelassen ist, sind der nachhaltige Schutz und ein Wirken im Einklang mit der Natur gesichert.“ Zusätzlich liegen die

reicht, welche deutlich unter dem oberflächennahen Grundwasser liegt, das die gesamte Region mit Trinkwasser versorgt“, ergänzt Lachenmeir. Davon getrennt und geschützt

**Das gesamte Brunnengebiet wird vom Unternehmen als Inbegriff der reinen Schöpfung wahrgenommen und allein deshalb ist es selbstverständlich, so verantwortungsvoll wie möglich mit den vorhandenen Ressourcen umzugehen.**

Fördermengen weit unter den vom behördlichen Wasserrecht zugelassenen Höchstwerten. Die Wasservorkommen befinden sich weit unter den Ausläufern der majestätischen Alpen.

Tagtäglich sickert Niederschlagswasser nur wenige Millimeter durch das massive Kalkgestein der Alpen. „Dadurch wird es einerseits rein und andererseits mit wertvollen Mineralstoffen angereichert, bis es schließlich in 140 Metern Tiefe eine wasserführende Schicht er-

durch eine 40 Meter mächtige und wasserundurchlässige Seetonschutzschicht, bleibt das Mineralwasserstockwerk unberührt, sicher und rein.

### Adelholzener Klimaschutzstrategie

Die Adelholzener Klimaschutzstrategie basiert auf drei wesentlichen Säulen, die kurz-, mittel- und langfristige Maßnahmen umfassen. Die erste, kurzfristige Säule beschreibt



## Die Marken der Adelholzener Alpenquellen



### ADELHOLZENER

Die Marke Adelholzener steht für ein qualitativ hochwertiges Mineralwasser aus der Tiefe der bayerischen Alpen. Über die Jahre ist Adelholzener zu einer der national erfolgreichsten Wassermarken herangewachsen. Mit einer Produktpalette von Mineralwasser über Schorlen bis hin zu biozertifizierten Erfrischungsgetränken. Die Markenwerte drehen sich hier klar um die Herkunft aus der Alpenregion und die unvergleichliche Reinheit des Mineralwassers.



### ST. PRIMUS

Der Grundstein für die Adelholzener Alpenquellen GmbH war die Primus-Quelle. Nachdem diese 1939 zur staatlich anerkannten Heilquelle wurde, entstand später St. Primus als eigenständige Heilwassermarken. Ihr großer Erfolg hat in jüngster Zeit zu einer Erweiterung in den Mineralwasserbereich geführt. Die Werteausrichtung der Marke konzentriert sich auf das persönliche Wohlbefinden und die Wertschätzung der eigenen Gesundheit.



### ACTIVE O2

Active O2 ist 2001 als Marke mit innovativer Produktausrichtung entstanden. Natürlich bildet auch hier das reine Mineralwasser der Alpenquellen die Produktbasis. Eine Anreicherung mit zusätzlichem Sauerstoff stellt zudem ein Alleinstellungsmerkmal dar, das von den jüngeren Zielgruppen außerordentlich gut aufgenommen wird. Für zusätzliche Beliebtheit im Sport- und Lifestyle-Sektor sorgt der sogenannte Sportslock, ein individueller Trinkverschluss, der echtes Erlebnis und Freude beim Genuss vermittelt. Die Markenwelt ist ausgerichtet auf einen allgemein sportlichen und aktiven Lebensstil.

## Wertekanon der Adelholzener Alpenquellen

Adelholzener Alpenquellen hat seine Unternehmenswerte direkt von den fünf Grundwerten der Kongregation der Barmherzigen Schwestern abgeleitet. Sie bilden die Basis für unternehmerisches wie auch zwischenmenschliches Handeln.

### **BARMHERZIGKEIT LEBEN.** Denn „Liebe sei Tat“.

Wir handeln immer mit Herz und Verstand, zum Wohle aller und für uns selbst. Und insbesondere zum Wohle all derer, die Hilfe brauchen. Barmherzigkeit wird dann erlebbar, wenn wir selbstlos und aus Liebe handeln. Wir unterstützen mit unseren Gewinnen die karitativen Einrichtungen der Barmherzigen Schwestern und damit sorgt jede\*r unserer Mitarbeiter\*innen für mehr Barmherzigkeit auf der Welt.

### **LEBEN WÜRDIGEN.** Weil jedes Leben kostbar und einzigartig ist.

Wir nehmen sowohl unser eigenes Leben als auch das Leben anderer in seiner Vielfalt an, würdigen und lieben es. Wir machen das meiste aus diesem Leben, indem wir Verantwortung für uns selbst und andere übernehmen, uns entwickeln und Sinnvolles tun. Unsere gemeinsame Kultur soll diese Ziele ermöglichen und fördern.

### **DIENEN – MITEINANDER – FÜREINANDER.** Um gemeinsam Großes zu schaffen.

Wir arbeiten miteinander und füreinander daran, unsere Werte und Einrichtungen lebendig zu halten. Wir achten aufeinander, hören zu und helfen uns gegenseitig. Wir geben unser Wissen weiter, streben gemeinsam nach dem bestmöglichen Ergebnis und suchen immer nach Lösungen, nie nach Schuldigen. Wir fragen uns stets, wo wir die größte Kraft für unsere Ziele und die gute Sache entfalten können. So hilft jede\*r Einzelne dabei, die Kongregation der Barmherzigen Schwestern und ihre Einrichtungen zu unterstützen. Darauf sind wir stolz.

### **WERTSCHÄTZUNG PFLEGEN UND FÖRDERN.** Damit Menschen sich entfalten können.

Wir sind herzlich, wohlwollend, vertrauensvoll und wertschätzend aus Überzeugung. Denn das beflügelt und stärkt uns. Wir respektieren und schätzen jeden Menschen in seiner und für seine Andersartigkeit. Um anderen Wertschätzung entgegenbringen zu können, bringe ich sie zuerst mir selbst entgegen. Diese Kultur der Wertschätzung pflegen wir gemeinsam, damit wir wachsen, uns entfalten, dankbar und glücklich sein können.

### **WIRTSCHAFTLICH UND VERANTWORTUNGSVOLL HANDELN ALS SCHÖPFUNGS-AUFTRAG.** Um die Schöpfung zu bewahren.

Wir handeln stets nachhaltig und verantwortungsvoll unseren Kolleg\*innen, dem Unternehmen und der Umwelt gegenüber. Wir begreifen Mensch und Natur als Schöpfung und diese wollen wir für die Nachwelt erhalten. Mit dem Erfolg unseres Unternehmens unterstützen wir die Barmherzigen Schwestern, ihre Einrichtungen für Menschen in physischer und seelischer Not sowie viele weitere sinnvolle Initiativen.

das Vorhaben, den Standort Bad Adelholzen komplett auf Ökostrom umzustellen und die unvermeidbaren Restemissionen von anderen Energieträgern zu kompensieren. Mittelfristig werden jährlich verschiedene Maßnahmen umgesetzt mit dem Ziel 0,5–1 Prozent Energie einzusparen, wobei ein größeres Ambitionsniveau angestrebt wird. Mit der dritten Säule hat sich das Unternehmen 2020 das langfristige Klimaziel gesetzt, seine THG-Emissionen um 60 Prozent bis 2030 gegenüber dem Basisjahr 2019 zu reduzieren. Lachenmeir: „Neben den drei übergeordneten Klimastrategiethemata auf Standortebene setzen wir uns auch für weitere Klimaschutzprojekte vor allem in der Region rund um Adelholzen ein.“ Ziel dieser Projekte ist es, Klimaschutz di-

**GESCHÄFTS-FÜHRUNG** der Adelholzener Alpenquellen: Stefan Hoechter (re.) und Peter Lachenmeir (li.).





**ADELHOLZENER ALPENQUELLEN** Die heutige Produktionsanlage, im Hintergrund das Schwesternwohnheim.

rekt vor Ort durchzuführen, um einen direkten Impact in der Heimat zu erzeugen. Die regionalen Klimaschutzprojekte beinhalten die Aufforstung der heimischen Wälder, Landwirtschaft mit dem Ziel der Bioenergieerzeugung und Humusaufbauprojekte.

### **Wertearbeit in der Adelholzener Alpenquellen GmbH**

Die Kongregation der Barmherzigen Schwestern gründet ihr Tun auf starken und am Gemeinwohl ausgerichteten Werten. „Die Zugehörigkeit von Adelholzener zur Kongregation macht diese Werte auch zum festen Bestandteil der Unternehmensidentität“, unter-

**„Werte muss man für den Einzelnen erfahrbar machen. Ich muss die Werte kennen, sie verstehen, nachfragen und sie für mich akzeptieren.“**

Peter Lachenmeir,  
Geschäftsführer der Adelholzener Alpenquellen

streicht Peter Lachenmeir. Die Kongregation ist im Beirat der Adelholzener Alpenquellen vertreten und damit an allen wesentlichen Entscheidungen beteiligt. In dem Gremium ist der Orden durch die Generaloberin und dem Generalökonom Claus-Peter Scheucher als Beiratsvorsitzendem vertreten. Turnusmäßig finden drei ordentliche Sitzungen des Beirats statt, in denen Entschei-

dungen besprochen und getroffen werden.

### **Ordenswerte im Wirtschaftsbetrieb?**

Die Bitte des Ordens war, eine proaktive und intensive Wertearbeit auch im Unternehmen umzusetzen und zu leben. „Da war zunächst schon die große Frage, ob man die Ordenswerte eins zu eins auf einen Wirt-



schaftsbetrieb übertragen kann“, erinnert sich Peter Lachenmeir: „Wir haben uns dann alle gemeinsam auf den Weg mit offenem Ausgang gemacht – dabei gab es viele Gespräche und

Werte-Workshops.“ Am Ende ist es im Unternehmen tatsächlich gelungen, die fünf Werte der Kongregation für die Adelholzener Alpenquellen neu zu interpretieren, um sie auch für alle

Mitarbeiter verständlich zu machen. „Derzeit sind wir dabei, die Werte durch Schulungen der Mitarbeiter im Unternehmen immer stärker zu verankern. Werte muss man für den Einzelnen erfahrbar machen. Ich muss die Werte kennen, sie verstehen, nachfragen und sie für mich akzeptieren. Nur dann kann ich das auch leben und weitergeben“, zeigt sich Peter Lachenmeir überzeugt. Unterstrichen wird die Wertearbeit natürlich durch die Tatsache, einen Orden als Gesellschafter zu haben, der die Gewinne des Unternehmens nach betrieblichen Investitionen – um langfristig Arbeitsplätze zu erhalten – komplett in soziale Zwecke investiert und damit zu 100 Prozent soziale Verantwortung lebt.

## Anstoß zur Wertearbeit bei Adelholzener

„Die fünf klassischen Werte der Münchner Kongregation der Barmherzigen Schwestern wurden im Jahr 2006 formuliert und ein Jahr später durch einen Wertauftrag ergänzt. Auslöser war, dass immer mehr Schwestern aus dem aktiven Dienst ausgeschieden sind und auf ihre Positionen weltliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nachgerückt sind. Da haben wir gemerkt: Die machen das gut, aber an was sollen sich die Menschen orientieren? Wir standen hier in der Bringschuld und haben unsere Werte somit klar definiert. Daraus sind die Werte in dieser Form entstanden. Also, was verstehe ich denn überhaupt unter Barmherzigkeit oder was heißt Dienen – Miteinander – Füreinander? Was heißt das für den Orden, was bedeutet das im Alltag in dem Krankenhaus, das der Orden führt – oder was bedeutet das eben im Betrieb der Adelholzener Alpenquellen?“

**Peter Lachenmeir**, Geschäftsführer der Adelholzener Alpenquellen



**von Friedrich M. Kirn**