



Clemens Fleischmann in der Abfüllanlage in Randegg, die derzeit auf Hochtouren läuft und vermutlich dem Unternehmen einen weiteren Absatzrekord mit den Glasflaschen beschert, eben weil das Glasflaschen sind. In der Hand hält er übrigens die Randegger »Magnum« mit drei Litern, die es in ganz kleiner Serie zum 125. Geburtstag des Unternehmens gab.



Der Bohrkopf für die neue Ottilienquelle, die 1995 erschlossen wurde, ist als Abguss im Foyer des Unternehmens ausgestellt. Es ist einer der vielen Aufbrüche in die neue Zeit des Unternehmens das heute klimaneutral produzieren kann.

sub-Bilder: of

Die Glasflasche als das Symbol regionaler Vermarktung

Randegger Ottilienquelle hatte den Mut gegen den Strom zu schwimmen

In diesen Tagen, am 28. August, konnte sie ihren 50. Geburtstag feiern, die klassische Glasflasche mit den »Wasserperlen« der Deutschen Mineralbrunnen. Zwar war die Randegger Ottilienquelle nicht ganz von Anfang an mit dabei, aber rund zwei Jahre nach der Einführung des neuen Markenzeichens aus Glas war auch hier die Anlage dafür umgestellt worden, erzählt Clemens Fleischmann. Denn schon seit über 127 Jahren gibt's das Mineralwasser wie die weiteren Getränke nur aus der Glasflasche.

»Als wir vor 14 Jahren in eine ganz neue Abfüllanlage investierten, stand diese Entscheidung immer wieder zur Debatte, denn damals begannen viele andere Firmen, auf die leichteren Plastikflaschen zu setzen und gleichzeitig wurde in den Discountern ein Preiskampf ums Wasser begonnen«, erinnert sich Fleischmann.

»Damals musste das Unternehmen nach der Investition einige Jahre mit rückläufigem Absatz kämpfen, erst ab 2011 zeigte die Kurve im Absatz wieder nach oben mit rund 15,8 Millionen abgefüllten Flaschen. Im letzten Jahr erreichte das Unternehmen

dann gar 21,7 Millionen abgefüllte Flaschen und das wird mit größter Wahrscheinlichkeit dieses Jahr sogar nochmals getoppt, obwohl es ja nicht wirklich ein Hitzesommer ist«, weiß Clemens Fleischmann zu berichten. Er sieht sich in den aktuellen Diskussionen um die Vermüllung der Ozeane und der ganzen Erde mit Plastikmüll in seinem Bemühen bestätigt, mit einem nachhaltigen Recyclingprodukt auf dem Markt präsent zu sein.

Eine intakte Umwelt liegt Fleischmann am Herzen

Er war einer der ersten in der Region, der gegen den Plastikmüll auch auf die Straße ging, und das nicht unbedingt aus Geschäftsinteresse. Denn eine intakte Umwelt liegt dem Unternehmer glaubhaft am Herzen, was durch vielfältiges Engagement, beispielsweise für Umweltverbände wie den NABU mit jährlichen gemeinsamen Aktionen unterstrichen wird.

Und er sieht seine Bemühungen auch immer mehr durch den Markt bestätigt, denn die aktuelle Diskussion bringe doch

immer mehr Menschen zum Nachdenken wieviel Plastik man selbst im Alltag verwendet und nach einmaligem Gebrauch wieder wegwirft. Der Erfolg des Familienunternehmens Fleischmann aus Randegg gibt ihm Recht.

Mit einer Marktdurchdringung von rund 20 Prozent hier in der Region hat die Ottilienquelle, trotz der weiterhin bestehenden Konkurrenz der Billigmarken aus den Discountern, einen hervorragenden Stand. Und wenn diese inzwischen ihre Recyclingquoten auf den Plastikflaschen abdrucken, kann er darüber lächeln. »Glas bleibt einfach unerschlagbar, trotz des größeren Gewichts. Rund 45 Mal kann im Schnitt die berühmte Flasche mit den Wasserperlen wieder verwendet werden.

Weitestgehend klimaneutrale Produktion

In der weitestgehend durch Sonnennutzung und höchste Energieeffizienz klimaneutralen Produktion kommt inzwischen auch die Wärme für die große Spülmaschine dafür von der Sonne, oder im Winter aus der

benachbarten Hackschnitzel-Heizzentrale für das Randegger Nahwärmenetz.

»Und wenn die Flasche aussortiert wird, können wir das Glas sortenrein an die Hersteller zurückliefern damit erneut Mineralwasserflaschen daraus gemacht werden«, rühmt er die Kreisläufe rund um das Wasser

aus dem tiefen Brunnen, dessen mögliche Schüttung auch mit 22 Millionen abgefüllten Flaschen nur zu einem Bruchteil ausgenutzt wird. Und auch der neue Trend vieler Getränkemarken zurück zur Glasflasche ist für ihn eine klare Bestätigung für den Kurs seines Unternehmens, bei dem schon die Vorgeneration

auf Glas und sonst gar nichts gesetzt hatte. Mit der Mineralwasserflasche sei man in Deutschland Vorreiter in Europa gewesen, schreibt er in der Festschrift des Verbands Deutscher Mineralbrunnen zum Geburtstag der Perlenflasche. Und: »Das Beste kommt noch.«

Oliver Fiedler