

Clemens Fleischmann

Der Wassermann

Clemens Fleischmann, der mit seinem Bruder seit 1993 das Unternehmen Randegger Ottilien-Quelle führt, hat sich als Sammler alter und neuer Kunst, aber auch als Unterstützer kultureller und sozialer Einrichtungen einen Namen gemacht. VON GERHARD HERR

„Hallo, schön dass Sie bei uns sind.“ Mit einem kräftigen Händedruck begrüßt Clemens Fleischmann seinen Gast in lässigem Karohemd und Jeans in den Hallen und Labors der Ottilien-Quelle an der Hauptstraße von Randegg. Der Raum und das angrenzende Büro gleichen einem bunten, aber wohlgeordneten Sammelsurium von Altem und Neuem – so bunt und vor allem so der Region und der Tradition verbunden wie der Mann selbst. „Nehmen Sie einen Schluck Blutorangenlimonade, das ist eine unserer neuesten Kreationen“, bietet der Wassermann aus dem 1.400 Seelendorf ein Produkt an, das nur ein paar Treppenstufen unter den Büros Tag für Tag in Flaschen abgefüllt wird. Zusammen mit Vater Dieter, der mit 71 Jahren auch mal als „Urlaubsvertretung“ vier Wochen an der Abfüllanlage steht, und seinem 43-jährigen Bruder Christoph, der für die Technik verantwortlich ist, führt Clemens Fleischmann nun schon in der vierten Generation das Familienunternehmen. Der 44-jährige Betriebswirt hat im Jahr 1993 den Part als kaufmännischer Geschäftsführer übernommen.

Das „grüne“ Unternehmen

Grundsolide Leistungsfähigkeit oder „e Schafferle“, wie man im Hegau, am westlichen Ende des Bodensees sagt, soziales Engagement und ungebrochene Innovationsfreude sind Clemens Fleischmann in die Wiege gelegt worden. Aber auch die Verbundenheit zur Natur und zu ihren Menschen gehört dazu. Das zeigt schon das von ihm persönlich entworfene Firmenlogo: Die Farbe Grün als Markenzeichen mit dem auf der anderen Straßenseite gelegenen Randegger Schloss als „Wappen“. Die Ottilien-Quelle unter dem Stammhaus, einem ehemaligen Badhotel, ist nach der heiligen Ottilia benannt, der Schutzheiligen der Blinden. „Für mich ist das Wasser auch grün“, sagt Clemens Fleischmann. Deswegen fahren die grünen Lastwagen des Unternehmens mit Rapsöl, deswegen kommt der Strom für den Betrieb aus einem Wasserkraftwerk, und deswegen wurde eine Holzpellet-Heizanlage für die Warm-

wasserstation der Flaschenwaschmaschine angeschafft. Auf den Dächern steht eine Photovoltaik-Anlage, und gerade wird eine Hackschnitzel-Heizzentrale montiert. Die Ottilien-Quelle ist der einzige Mineralbrunnen bundesweit, der zu hundert Prozent regenerativ und somit CO₂-neutral produziert. Weil er tief im Herzen naturverbunden ist, hat Fleischmann in den vergangenen Jahren viel Geld für Naturschutz, um-

„Wir wollen mit den Produkten aus der Region einen Mehrwert für die Region verknüpfen.“

CLEMENS FLEISCHMANN

weltfreundliche Einrichtungen im Betrieb, aber auch für Sportvereine, soziale Einrichtungen, Konzerte und Kultureinrichtungen in der Region gespendet. „Das ist gut fürs Gefühl, schließlich wollen wir mit unseren Produkten aus der Region einen Mehrwert für die Region verknüpfen“, sagt Fleischmann zum für ein Familienunternehmen ungewöhnlich großen Engagement. In manchen Jahren ließ er sich das bis zu zehn Prozent des Umsatzes kosten. Eine Million Euro hat das Unternehmen in den vergangenen zehn Jahren für solche Zwecke gespendet. „Das muss erst einmal verdient sein“, sagt Fleischmann. Dafür aber sei der Bekanntheitsgrad des mit 18 Mitarbeitern relativ kleinen Unternehmens sehr hoch. Doch die Möglichkeiten der Unterstützung seien begrenzt. 90 Prozent der jährlichen Sponsoringaktivitäten seien schon vertraglich festgelegt. 10.000 Euro hat er sich dennoch für Spontanaktionen zurückgelegt. So bekam kürzlich der örtliche Fußballverein neue Sporttrikots gespendet. Ob er schon

mal einen Sponsorvertrag gestoppt oder rückgängig gemacht hat? „Ja, manchmal kommt man sich schon etwas blöd vor“, erzählt Fleischmann. Er hatte ein Theaterprojekt mit 500 Euro unterstützt. Doch dann musste er feststellen, dass bei der Veranstaltung nicht das Randegger Mineralwasser, sondern Billigsprudel vom Discounter ausgeschenkt wurde. Dem Veranstalter habe er dann bei der Rückforderung der Sponsorgelder gesagt: „Frag doch mal bei Aldi oder Lidl, ob die eure Veranstaltung unterstützen.“

Beim Rundgang übers Gelände wird die Bescheidenheit der Fleischmanns deutlich: Der Senior steigt gerade in den zehn Jahre alten Schwabendiesel, den er vom Sohn übernommen hat. „Den gibt der Vater nicht her, der ist für ihn doch noch gut genug, sagt er immer“, erklärt Clemens Fleischmann die schwäbische Sparsamkeit im badischen Landesteil. Auch ansonsten hat der vorausdenkende Betriebswirt durchaus schwäbische Züge: „Die Überschüsse wurden schon zu Zeiten, als unser Vater als Einzelunternehmer tätig war, immer zukunftsorientiert reinvestiert.“ Beispiel: Die im Jahr 2004 für 3,2 Millionen Euro gebraucht gekaufte Abfüllanlage. Allein die habe glatt den Jahresumsatz des Jahres 2002 gekostet. Aber sie läuft perfekt: 15 Millionen abgefüllte Flaschen Mineralwasser, abgepumpt aus der eigenen Quelle, sollen in diesem Jahr verkauft werden. In den 70er-Jahren wurden nur 2,7 Millionen Flaschen Randegger verkauft. Bei 17,3 Millionen Flaschen lag der Rekordabsatz. Das war im Jahr 2003. Doch der dürfte so

schnell nicht wieder erreicht werden, sagt Fleischmann. Die Wirtschaftskrise und das vorsichtige Konsumverhalten machen sich sogar im Sprudelverbrauch bemerkbar. Wenn er die Zahlen des Jahres 2000 mit 15 Millionen Flaschen erreiche, sei er zufrieden. Trotz Konkurrenz der Billiganbieter entwickelte sich das Geschäft der Ottilien-Quelle prächtig. Der Umsatz des vergangenen Jahres lag bei 3,5 Millionen Euro. Das liege am veränderten Konsum der Verbraucher, analysiert Fleischmann. Seit den 60er-Jahren habe sich der Pro-Kopf-Verbrauch von Mineralwasser von 40 Liter auf heute 134 Liter gesteigert. Und seit sieben Jahren werde mehr Wasser getrunken als Bier.

Gourmet-Produkt für die Gastronomie

Doch auf den Markt gebracht wird beileibe nicht nur Mineralwasser-pur. Ständig sind die Fleischmanns am Testen und Ausprobieren. 14 Sorten sind im Programm. Neben dem kohlenstofffreien Mineralwasser gibt es auch solches mit Fruchtsowie Cola-Geschmack oder kalorienfreie, isotonische und mit Vitaminen angereicherte Versionen. Zu den Erfrischungsgetränken gehört zudem die Apfelschorle. Der Saft kommt ausschließlich von Äpfeln, die von den alten Bäumen der Streuobstwiesen geerntet werden. Speziell für die Gastronomie wurde die Produktlinie „Gourmet“ aufgelegt. Das in edlere, grünlich schimmernde Klarglasflaschen abgefüllte ☞



Mineralwasser sei mit einem mittleren Kohlensäuregehalt von fünf Gramm pro Liter versetzt und somit der passende Begleiter zum feinen Essen. „Gourmet“ gebe es jetzt auch als Naturelle ohne CO₂.

Während Fleischmann erzählt, rattern lautstark die Glasflaschen über die Bänder der ständig laufenden Abfüllanlage. PET- oder Plastikflaschen wie bei den Mitbewerbern werden es bei ihm niemals geben. Solange er lebe, sagt der Firmenchef, werde es „kein billig und kein Plastik“ geben. Die trendigen PET-Flaschen würden in der Ökobilanz nicht so gut wegkommen und beeinträchtigen außerdem die Mineralwasserqualität. Tatsächlich werden aber bundesweit nur noch 27,8 Prozent des Mineralwassers in Glasflaschen gefüllt. „Die natürliche Reinheit des Wassers kann man nur gewährleisten, wenn man in Glas abfüllt“, sagt er und beginnt dessen Vorteile aufzuzählen: Es sei geschmacksneutral und sende keine Chemikalien ab, die den Inhalt geschmacklich oder chemisch beeinflussen könnten. Bei warmem Wetter bleibe das Getränk in einer Glasflasche länger gekühlt als in einer PET-Flasche. Zudem sei Glas beliebig recyclebar. In Randegg werden die Mehrweg-Glasflaschen bis zu 50 Mal wieder befüllt. Fazit: „Selbst der vermeintliche Nachteil, das hohe Gewicht der Glasflaschen, verbirgt nur einen gewichtigen Vorteil, und das ist das gesunde Maß.“ Denn weite Transporte von Glasflaschen lohnen nicht. „Wir vertreiben 90 Prozent unserer gesamten Abfüllung innerhalb eines Radius von 50 Kilometern und sind der festen Meinung, dass die Glasflasche noch lange ihre Berechtigung hat“, sagt Fleischmann.

Außerdem habe man unter den geschätzten 100.000 Endkonsumenten eine Käuferschicht, die, vielleicht von der sensiblen Bodenseeregion mit dem Trinkwasserspeicher für fünf Millionen Menschen geprägt, auf Umweltschutz setze und einen

hohen Qualitätsanspruch habe. Aus diesem Grund werde es auch, wie in der Branche üblich, keine billigere, dritte Produktlinie geben. Dem nickt Vater Dieter wohlwollend zu, als er gerade an der Abfüllanlage die Reinheit des Wassers prüft. 50 Jahre Arbeit mit dem natürlichsten aller Güter hat auch ihn geprägt.

Tausend Jahre altes Wasser

Im mehr als 300 Jahre alten Ottilien-Quelle-Gebäude sprudelt noch immer die historische Quelle im Keller, die aber aufgrund der geringen Schüttung nicht mehr genutzt wird. Die 1996 wegen der steigenden Nachfrage nötig gewordene 500.000 Euro teure neue Bohrung reicht weit in die von Eiszeit und Vulkanismus geprägten Bodenschichten. Das Mineralwasser, das jetzt ans Tageslicht gefördert wird, ist laut Isotopenbestimmung zwischen 50 und 1.000 Jahre alt. Aus 118 Metern Tiefe wird das Wasser mit einer konstanten Temperatur von 12,7 Grad hochgepumpt. 6,5 Liter darf die Randegger Ottilien-Quelle in der Sekunde fördern oder 560.000 Liter am Tag. Dann wird das Wasser nur noch mechanisch gefiltert, bevor es in die Flaschen kommt. Trotz „dieses Sechlers im Lotto“, wie Fleischmann die Quelle unter dem 1892 von seinem Urgroßvater für damals 14.000 Mark gekauften Anwesen nennt, sei man ein mittelständischer Kleinbetrieb geblieben: „Wir sind eine ganz bodenständige Familie.“ Auch wenn der Firmenchef die Astronomie und somit den Blick zu den Sternen als ganz großes Hobby pflegt.

Diese Bodenständigkeit geht sogar so weit, dass er beim morgendlichen Joggen Müll aufließt und in die Tonne wirft. Clemens Fleischmann bringt dies und den Erfolg des kleinen Unternehmens auf den Punkt: „Denk global, trink lokal!“



Der Tradition, Innovation und Moderne verpflichtet: Clemens Fleischmann, kaufmännischer Geschäftsführer des am westlichen Bodensee und Hochrhein bis zu 90 Prozent den Markt abdeckenden Mineralwasserherstellers Ottilien-Quelle aus dem badischen Randegg.

FREMDGEHEN LOHNT NICHT – FREMDFAHREN SCHON.

CITROËN JUMPY: AB **€ 229,-**/MONAT**

CITROËN JUMPER: AB **€ 249,-**/MONAT**



MTL. RATE SCHON AB:

€ 129,-**

EASY BUSINESS
FULL SERVICE LEASING



CITROËN BERLINGO: AB **€ 159,-**/MONAT**

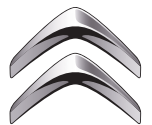
CITROËN empfiehlt TOTAL

CITROËN NEMO: AB **€ 129,-**/MONAT**

JETZT WECHSELN UND BIS ZU € 1.250,-* IN BAR MITNEHMEN.

Wer jetzt seinen Gebrauchten* gegen ein praktisches CITROËN Nutzfahrzeug tauscht, erhält bis zu € 1.250,- Wechselprämie* in bar. Zudem profitieren Sie von einmalig günstigen Easy Business Full Service Leasingraten. So gibt's den CITROËN NEMO schon ab € 129,-/Monat**. Wie sehr sich Fremdfahren für Sie lohnt, erleben Sie am besten persönlich. Bei einer Probefahrt oder unter www.citroen-nutzfahrzeuge.de

CRÉATIVE TECHNOLOGIE



CITROËN

*Maximale Eintauschprämie zusätzlich zum Wert laut DAT/Schwacke bei Inzahlungnahme eines Gebrauchtwagens (ausgenommen sind CITROËN Modelle), gültig für bis zum 31. 12. 2009. **Kilometer-Leasingangebot der CITROËN BANK für Gewerbetreibende zzgl. MwSt. und Fracht für den CITROËN NEMO Kastenwagen 1.4 Benziner, CITROËN BERLINGO 1.6 16V Kastenwagen Niveau A, CITROËN JUMPY Kastenwagen 27 L1H1 HDi 90 und für den CITROËN JUMPER Kastenwagen 30 L1H1 HDi 100. Gültig für bis zum 31. 12. 2009 abgeschlossene Leasingverträge für die ausgewiesenen Modelle, ohne Anzahlung, Laufzeit 36 Monate, Laufleistung/Jahr 15.000 km bzw. 10.000 km (beim NEMO KW 1.4), inklusive 3 Jahre Leistungen gemäß den Bedingungen des CITROËN Business-Service-PLUS Vertrages. Bei allen teilnehmenden Händlern.