



Wasser intelligent nutzen, Ressourcen bewahren

Wasser ist wertvolle Grundlage vieler Produkte. Die Verfügbarkeit von sauberem Wasser hat größte Bedeutung - nicht nur zu Gewährleistung der berühmten Marken-Qualität, sondern auch zur Bewahrung als Ressource für Trink- und Brauchwasser oder beispielsweise zum Einsatz in der Geothermie.

Der Erhalt der Ressource Wasser in hoher Qualität stellt eine gemeinsame globale Herausforderung dar. Daher gilt es, an innovativen Konzepten zu arbeiten, um Wasser klug und nachhaltig zu nutzen. Marken leisten mit der Entwicklung wasserschonender Prozesse aktive Beiträge zur Wahrung dieser Ressource. So werden Herstellungsverfahren fortlaufend weiterentwickelt und auf geschlossene Wasserkreisläufe hingewirkt.

Drei konkrete Beispiele mit weiterführenden Links verdeutlichen dieses Engagement:

[VILSA Brunnenmanagement für den Schutz natürlicher Ressourcen](#)



Das Familienunternehmen VILSA schützt seine unterirdischen Wasservorkommen. Mit Hilfe eines Grundwassermodells werden das Einzugsgebiet des Mineralwasserleiters und die Strömungsrichtungen überwacht und mögliche Umwelteinflüsse auf jeden einzelnen Brunnen frühzeitig erkannt. Dafür werden Pegelstände, Leitwerte, pH-Werte, Mineralisierung, Temperatur etc. erfasst und durch einen unabhängigen Geologen bewertet. Aus diesen Daten

werden regelmäßige Standortgutachten verfasst, die im Brunnenmanagement Berücksichtigung finden. Dadurch kann VILSA stets gleichbleibende Qualität, Reinheit der Produkte und parallel einen umfassenden Umweltschutz gewährleisten.

Zudem sind bei VILSA die Produktionsabläufe so optimiert, dass das für den Produktions- und Abfüllprozess benötigte Wasser mehrfach genutzt wird. Dabei wird u.a. das Wasser zum Rinsen (Ausspülen der Flasche vor der Befüllung) aufgefangen und für den Kastenwascher und die Bandschmierung verwendet. So wird möglichst wenig Wasser bei der Herstellung verbraucht.



Doppelt genutztes Wasser bei Werner & Mertz



Ein hochmodernes Wasserzentrum bereitet Wasser aus einem 70-Meter-Tiefbrunnen in einem mehrstufigen Verfahren so auf, dass es als vollentsalztes Wasser in die Produktion fließt.

Für die Aufbereitung sorgen Umkehr-Osmose-Anlagen. Diese verzichten komplett auf chemische Zusätze wie Natronlauge und Salzsäure. Das Wasser wird physikalisch durch eine halbdurchlässige Membran gedrückt: Das reine salzfreie Wasser kann hindurch strömen, die Salze bleiben vor der Membran in einem flüssigen Konzentrat.

Mit eigenem Brunnenwasser wird auch die Hauptverwaltung versorgt. Durch Wärmetauscher wird dabei dem Grundwasser Wärme oder Kälte zur Klimatisierung der Räume entzogen. Ein Teil des Wassers wird anschließend in der Produktion eingesetzt und damit umweltbewusst doppelt genutzt. Von der Kühlung bis zur Produktion bleibt das Wasser so in einem geschlossenen Kreislauf.

Komet heizt und kühlt mit Geothermie



Der sächsische TraditionsHersteller von Back- und Dessertmischungen entschied im Jahr 2009, sein Heiz- und Kühlsystem auf Geothermie umzustellen. Dazu gehörten neben aufwendigen Bohrungen und Sicherungen des Geländes auch die Installation von entsprechenden Leitungssystemen und Pumpenanlagen. Geothermie gewinnt Wärme aus dem oberflächennahen Untergrund. Wasser zirkuliert in einem geschlossenen Rohrsystem und nimmt die Wärme aus dem Boden auf. Bohrungen von bis ca. 400 Meter Tiefe erbringen Wassertemperaturen von bis 25 °C, die für das Beheizen und Kühlen von Gebäuden und technischen Anlagen wie z.B. Servern genutzt werden.

⇒ Mehr zu diesen und weiteren Fallbeispielen finden Sie auf Wachstum-mit-Verantwortung.de

Die Nachhaltigkeitsinitiative des Markenverbandes: Einladung zum Dialog

Die Marken leisten intensive Beiträge für eine nachhaltiger lebende Gesellschaft. Mit der Nachhaltigkeitsinitiative des Markenverbandes stehen die Marken zum direkten Dialog mit allen gesellschaftlichen Stakeholdern bereit. Als Gesprächseinladung versendet der Markenverband den Markenverbands Brief mit wechselnden Schwerpunktthemen zu ökologischer, ökonomischer und sozialer Nachhaltigkeit. Zu allen im Markenverband Brief genannten Fallbeispielen vermittelt der Markenverband gerne den direkten Kontakt in die Mitgliedsunternehmen.

Kontakt: Dr. Dominik Klepper, Leiter Wirtschaftspolitik / Umwelt / Nachhaltigkeit, d.klepper@markenverband.de
Johannes Ippach, Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, j.ippach@markenverband.de, 030/20616837