



Von Rinteln in die Welt

Von Eva Winkelmann

Mit frisch gepresstem Apfelsaft, der zunächst nur den eigenen Durst stillen sollte, beginnt die Geschichte des Familienunternehmens riha WeserGold. Benannt ist es nach den Anfangsbuchstaben des Vor- und Nachnamens von Gründer Richard Hartinger und seiner Herkunftsregion Rinteln an der Weser zwischen Bielefeld und Hannover. Richard Hartinger war Glasbläser: eine schweißtreibende Aufgabe, für die sein Körper täglich reichlich Flüssigkeit benötigte. Mit einer selbst gebauten Handpresse konnte er Abhilfe schaffen. Auch Äpfel waren reichlich vorhanden, sodass er 1934 mit dem kommerziellen Verkauf des Saftes begann.

Sein Sohn Richard Hartinger lernte das Mosten professionell in einer Mosterschule, stieg 1943 – zudem gewappnet mit einer kaufmännischen Ausbildung – in den Betrieb ein und ebnete den Weg des Familienunternehmens. Er war in den 1970er-Jahren der Erste, der in Deutschland Tetra-Weichverpackungen für nichtalkoholische Getränke einführte und sie vor allem im Discount vermarktete. Dies war ein wichtiger Meilenstein, der das Wachstum des Unternehmens einleitete. Heute wird die Getränkegruppe in dritter Generation von Richard Hartinger junior geführt. Seit ihrem Start als Mostereibetrieb hat sie sich zur international agierenden Unternehmensgruppe mit weltweit 2.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, davon 700 am Standort Rinteln, und einem Umsatz von 500 Millionen Euro erheblich weiterentwickelt. Damit gehört riha WeserGold zu den größten Fruchtsaftherstellern in Europa. Am Haupt- und Entwicklungsstandort in Rinteln mit heute etwa 27.000 Einwohnern ist das Unternehmen einer der wichtigsten Arbeitgeber und hat die Stadtentwicklung mit seinem Aufschwung mitgeprägt. Es liegt im Süden der Stadt im Industriegebiet Exten

und verfügt über eine Fläche von 20 Hektar. Auf 42.000 Quadratmetern steht die Produktion mit 27 Millionen Litern Tankraum. Das Lager bietet Platz für 60.000 Palettenstellplätze in Regallagern und weitere 80.000 Quadratmeter Freilager. Auch eine moderne Flotte von 120 Lkw gehörten dem Unternehmen.

Die Getränkegruppe bietet das gesamte Sortiment an nichtalkoholischen Getränken mit insgesamt 600 Produkten: neben verschiedenen Saft- und Erfrischungsgetränkemarken wie WeserGold, Quelly, naturella, Delicade und Durstlöscher auch die Mineralwassermarke Extaler. Ihre Quelle liegt in Exten, einem Ortsteil von Rinteln, und wurde 1969 erschlossen. Seit 1970 wird hier das Extaler Mineralwasser abgefüllt. Seine charakteristische Zusammensetzung zeigt größere Mengen an Calcium (364 mg/l) und Magnesium (59,9 mg/l), sodass es als calcium- und magnesiumhaltig deklariert werden darf – darüber hinaus auch als natriumarm. Aufgrund der besonderen Zusammensetzung seiner Inhaltsstoffe erhielt es 1980 zudem die Anerkennung als Heilwasser, wird





jedoch nicht als solches in Verkehr gebracht. „Bis Ende der 1960er-Jahren war das Unternehmen ausschließlich auf fruchthaltige Getränke konzentriert. Das Mineralwasser wurde zur Sortimentsabrundung ergänzt“, erklärt Werner Gerdes, seit 2000 Geschäftsführer Marketing und Vertrieb. Der studierte Agraringenieur kam 1996 als Verkaufsleiter zu riha WeserGold, „bereits mit der Perspektive, langfristig in die Geschäftsführung aufzusteigen“, so Gerdes. Für ihn stand schon im Studium fest, dass er sich anschließend um die Vermarktung von gesunden Lebensmitteln kümmern will. Darüber hinaus schätzt er die Arbeit in einem Familienunternehmen: „die direkte Zusammenarbeit mit den Inhabern, die kurzen Entscheidungswege, gleichzeitig Investitionsfreude und regelmäßige Transformation, die gegeben sein muss, um den Marktanforderungen begegnen zu können.“ Nachdem riha WeserGold in den 1990er-Jahren noch stark auf den deutschen Markt fokussiert war, lag eine der Hauptaufgaben von Werner Gerdes als neuem Geschäftsführer darin, das europäische Geschäft aufzubauen und voranzutreiben. Er berichtet: „Mit fruchthaltigen Getränken und Soft-Drinks haben wir strategisch und kontinuierlich die Märkte in den Niederlanden, Belgien, Frankreich, England und Polen erschlossen.“ Dazu gehörten auch der Ausbau und die Koordinierung der Geschäftsfelder Marken, Handelsmarken und Copacking nicht nur in Deutschland, sondern auch in Europa.

Die Geschäftsführung von riha WeserGold besteht aus insgesamt fünf Verantwortlichen. Dem geschäftsführenden Gesellschafter Richard Hartinger unterstehen die Bereiche Finanzen, Controlling, EDV und Personal. Produktion und Logistik liegen bei Edgar Bischoff, die Materialwirtschaft bei Marcus Riehn. Andreas Dotter-

weich ist kaufmännischer Geschäftsführer der Auslandsgesellschaften und zuständig für die Vermarktung der Rohwarenprodukte. Die zugehörigen Gesellschaften werden in Produktion, Einkauf, Qualitätsmanagement und Vertrieb im In- und Ausland durch die riha Geschäftsleitung geführt.

Zu riha WeserGold gehören in Deutschland zwei weitere Standorte in Dodow in Mecklenburg-Vorpommern und Waibstadt zwischen Heidelberg und Heilbronn. Bereits 1990 kaufte riha WeserGold den Standort in Dodow, auf dem in der DDR die landwirtschaftliche Produktionsgenossenschaft „Apfelblüte“ betrieben wurde. „Wir haben hier mehr als 250 Millionen Euro in neue Abfüllanlagen, Bürogebäude, Tankraum und Hallen investiert und daraus einen der größten und modernsten Fruchtsaftbetriebe Europas gemacht“, berichtet Werner Gerdes. Hier werden bereits seit über 50 Jahren auf einem 2.500 Hektar großen Gebiet Äpfel angebaut. Mit dem Kauf durch Richard Hartinger konnte der ehemalige DDR-Betrieb erhalten und um viele neue Arbeitsplätze erweitert werden. „In Dodow verarbeiten wir neben Äpfeln auch Pflaumen, Kirschen, schwarze Johannisbeeren und Birnen. Nicht alles kommt aus dem eigenen Anbau. Wir verfügen über 900 Hektar, die wir selbst bewirtschaften, und arbeiten darüber hinaus auf langfristiger Basis mit verschiedenen Obstbauern zusammen. Der große Vorteil ist, dass das Obst hier direkt ohne Zwischenlagerung und Transporte von uns schonend verarbeitet werden kann“, so Gerdes. Auch aus dem Alten Land bezieht riha WeserGold noch weitere Mengen Obst, je nachdem, wie groß die eigene Ernte ausfällt. Von hier aus beliefert das Unternehmen auch die internationalen Märkte in Skandi-

„Wir haben hier mehr als 250 Millionen Euro in neue Abfüllanlagen, Bürogebäude, Tankraum und Hallen investiert und daraus einen der größten und modernsten Fruchtsaftbetriebe Europas gemacht.“





nativen und Osteuropa.

Die Belieferung in Richtung Süden und Westen in Nachbarländer wie Italien und Frankreich erfolgt vom Werk in Waibstadt in Baden-Württemberg aus. Im Ausland verfügt riha WeserGold zudem über einen Abfüllstandort in Spanien und einen Standort in Costa Rica, an denen Obst und Gemüse angebaut und zu Säften, Saftkonzentraten, Pürees und Flüssigaromen verarbeitet werden. Im nordspanischen Lekunberri zwischen Pamplona und Bilbao erwarb die Getränkegruppe aus dem Weserbergland beispielsweise 1994 den nordspanischen Getränkeabfüller Agrozumos. Es war das erste Unternehmen in Spanien, das Fruchtsäfte in Weichpackungen abfüllte. Attraktiv für riha WeserGold war zudem, dass sich Agrozumos verpflichtet hatte, seine Produkte nach europäischen Standards herzustellen. „Wir haben den spanischen Abfüller mit dem Ziel übernommen, den internationalen Handelsketten die europaweite Realisierung von Eigenmarken zu ermöglichen. Heute exportieren wir von Spanien aus in verschiedene EU-Länder und produzieren rund 200 Millionen Einheiten pro Jahr“, erklärt der Geschäftsführer.

Anders als die anderen Marken mit ihrer internationalen Ausrichtung bleibt das Mineralwassergeschäft mit der Marke Extaler traditionell regional. Das Naturprodukt macht aktuell 14 Prozent des Gesamtabsatzes des Unternehmens aus. Der Vertrieb erfolgt hauptsächlich in kistengeführten Systemen. Werner Gerdes erklärt: „Extaler ist eine Mineralwassermarke, die von Dortmund bis nach Berlin stark positioniert ist. Das Vertriebsgebiet führt die Autobahn A2 entlang. Eine Besonderheit ist unsere Marktposition in Berlin. Den Markt Westberlin haben wir bereits vor der Wende erobert und sind hier nach wie vor gut vertreten.“

Bis in die 1990er-Jahre hat das Unternehmen die Marke sowohl im Marken- als auch im Handelsmarkenbereich geführt: die Marke in Mehrweg-, die Handelsmarke in Einweggebinden. Gerdes: „2002 haben wir diese Trennung aufgehoben und uns von der Handelsmarke verabschie-

det, um Extaler konsequent nur noch als Marke aufzubauen. Dafür haben wir zunächst einen Absatzverlust von 70 Millionen Litern in Kauf genommen, der aus dem Wegfall des Handelsmarkengeschäfts resultierte. Doch parallel haben wir die Marke Extaler auch in PETCYCLE eingeführt und dieses Gebinde erfolgreich aufgebaut.“

„Unser natürliches Extaler Wasser vermarkten wir aufgrund seiner Mineralisation als Mineralwasser, nutzen aber auch unsere Fruchtsaftkompetenz, unsere eigenen Plantagen und die eigene Obstverarbeitung für Erfrischungsgetränke und insbesondere Fruchtschorlen auf Mineralwasserbasis“, so Gerdes. Zum Markensortiment gehören das natürliche Mineralwasser in drei verschiedenen Kohlensäuregraden „classic“, „medium“ und „still“ in verschiedenen Glas- und PET-Gebinden sowie drei verschiedene Apfelschorlen mit einer trüben und einer Bio-Variante, eine rote Schorle, Zitronen- und Orangenlimonade, ein ISO-Drink Grapefruit-Zitrone und ein Angebot an aromatisiertem Mineralwasser mit den Geschmacksrichtungen Lemon, Orange, Wassermelone, Himbeer und Johannisbeere.

Die letzten Jahre, geprägt von der Corona-Krise und noch viel gravierender vom Krieg in der Ukraine, haben das Unternehmen stark beeinflusst. Gerdes: „Wir sind in ein Krisenmanagement gegangen, um uns für die Zukunft gut aufzustellen. Als Unternehmensgruppe mit europaweitem Vertrieb haben wir immer einen breiten Blick auf den Markt. Aber es ist eine Herausforderung, als Vollsortimenter wettbewerbsfähig zu bleiben und immer eine Antwort zu finden, wenn sich der Markt verändert.“ Ziel von riha WeserGold sei es, über innovative Produktkonzepte zu wachsen. Aktuell beschäftigt sich das Unternehmen mit neuen Produkten auf Basis von Getreidedrinks in Kombination mit Fruchtsaft. Der Geschäftsführer erklärt: „Wenn wir merken, dass in der ursprünglichen Warengruppe der alkoholfreien Getränke kein Wachstum mehr gegeben ist – und das ist schon die letzten Jahre so –, dann schauen wir nach links und rechts, um unser Portfolio anzupassen und uns weiterentwickeln zu können.“

5 Fragen rund ums Wasser

beantwortet von **Werner Gerdes**
Geschäftsführer riha WeserGold Getränke GmbH & Co. KG



Was ist die Philosophie Ihres Unternehmens?

Die riha WeserGold Getränkegruppe ist ein Familienunternehmen mit langer Tradition. Als Vollsortimenter im Bereich der alkoholfreien Getränke hat das Unternehmen eine bedeutende Marktposition in Europa. In Teilbereichen wird die vollständige Wertschöpfungskette, zum Beispiel von der Apfelplantage über die Fruchteverarbeitung bis zur Abfüllung, bedient. Das gilt auch für die Vermarktung. Riha WeserGold vertreibt Marken- und Handelsmarkenprodukte und copackt Produkte für Markenunternehmen. Als weiteres Geschäftsfeld werden Pürees und Konzentrate hergestellt und vermarktet. Permanente Innovationen bei Produkten, Technologien und Verpackungen sind wichtige Bausteine für ein organisches Wachstum.

Wie wird Ihre Marke Ihrer Meinung nach vom Kunden wahrgenommen?

Extaler ist ein natriumarmes und magnesiumhaltiges Mineralwasser, das zudem viel Calcium enthält. Das Mineralwasser hilft mit, den Mineralstoffhaushalt bei aktiven und sporttreibenden Verwendern wieder aufzufüllen. Die Herkunft des Mineralwassers und der Unternehmensgruppe ist vielen bekannt.

Welche Ihrer Produkte sind am beliebtesten und warum?

Extaler ist eine sehr anerkannte Mineralwassermarken. Bei den Schorlenprodukten wird die Fruchtsaftkompetenz genutzt. Das gilt insbesondere bei den Bio-Apfelschorlen, bei denen die Äpfel für den Bio-Apfelsaft aus eigenen Plantagen kommen.

Die Mineralbrunnenbranche hat sich zum Ziel gesetzt, bis spätestens 2030 klimaneutral zu wirtschaften. Wie sehen Ihre Pläne und Aktivitäten diesbezüglich aus?

Bei der Definition der Klimaziele orientiert sich die Unternehmensgruppe stark an den Zielen der Handelspartner sowie den Kunden im Copackingbereich: Wir sind klimafreundlich und reduzieren kontinuierlich die anfallenden CO₂-Emissionen nach festgelegten Jahreszielen. Wir reduzieren ebenfalls kontinuierlich Verpackungsmaterialien und schließen Recyclingkreisläufe.

Wie würden Sie folgenden Satz ergänzen: „Mineralwasser ist für mich ...“?

Mineralwasser in seiner natürlichen Reinheit ist ein Geschenk der Natur. Mit seinen Mineralien leistet es einen wichtigen Beitrag zu einer ausgewogenen Ernährung.

5 W FRAGEN