

Für Mensch und Natur: Möglichst schonend produziert

Besseres Image: Kneipp-Werke in Hohestadt setzen auf Nachhaltigkeit – Auszeichnung mit dem Siegel „Grüne Marke“

Von unserem Redaktionsmitglied
GERHARD MEISSNER

HOHESTADT Nachhaltigkeit, darum geht es seit drei Jahren bei den Kneipp-Werken im Gewerbegebiet Hohestadt. Lohn für die Mühen ist neben dem ruhigen Gewissen der Imagegewinn. Der Hersteller von Naturarznei und pflanzlicher Kosmetika wurde nun als eines von 90 Unternehmen in Deutschland und Österreich als „grüne Marke“ der Organisation „Green Brands“ ausgezeichnet.

Seit 2006 bereits arbeiten die Kneipp-Werke daran, ihren „Carbon Footprint“ – also den durch Produktion verursachten CO₂-Ausstoß – zu minimieren, erläutert Qualitätsmanager Sascha Landgraf. Ein unabhängiges Beratungsunternehmen, „Climate Partners“, hilft dabei.

Durch technische Verbesserungen konnten die Energieverbräuche erheblich reduziert werden. Der Stromverbrauch, gemessen an der produzierten Menge, habe sich seit 2006 nahezu halbiert. Beim Gasverbrauch sei die Einsparung noch höher. Der CO₂-Ausstoß, umgerechnet auf jede hergestellte Packung, habe 2006 noch 54 Gramm betragen. 2011 wa-

ren es noch zwölf Gramm. Dazu trägt die intelligente Nutzung des Sprinklertanks bei. Das Wasser, das dort gespeichert ist, wird zusätzlich zum Kühlen genutzt. Allein dadurch werden im Jahr 260 000 Kilowattstunden Strom gespart, so Landgraf.

Die Entwicklung geht weiter. Seit 2011 beziehen die Kneipp-Werke ausschließlich Strom aus Wasserkraft. Um einen Klimaausgleich für die 290 000 Kilogramm CO₂ zu schaffen, die der Fuhrpark des Unternehmens pro Jahr ausstößt, unterstützen die Kneipp-Werke ein Aufforstungsprogramm in Mosambik.

Dort werden wertvolle Tropenhölzer gepflanzt, die nicht nur Kohlendioxid aus der Luft binden, sondern den Kleinbauern auch langfristig ein Einkommen sichern, ohne dass dafür die natürlichen Regenwälder ausgebeutet werden.

Natürlichkeit ist seit Anbeginn Markenkern der Kneipp-Werke, sagt Geschäftsführer Dietmar Salein. Der Würzburger Apotheker Leonhard Oberhäufel, Freund und Partner des Bad Wörishofener Naturheil-Pioniers Sebastian Kneipp, begann in den 1890er Jahren damit, nach dessen Rezepturen Naturarzneimittel

herzustellen und zu vermarkten.

An der Verbundenheit zu Naturstoffen und zu einer nachhaltigen Wirtschaftsweise habe sich seitdem nichts geändert, sagt Salein, aber sie müsse zeitgemäß angepasst werden. Dazu zählen für ihn ökonomische und ökologische Aspekte ebenso wie soziale Gesichtspunkte.

Vereint werden sie beispielsweise in einem Gesundheitsmanagement-Projekt, das Kneipp für seine Mitarbeiter ins Leben gerufen hat. Zu den Ergebnissen, die ein Arbeitskreis aus Mitarbeitern erarbeitet hat, zählen das Eingliederungsmanagement

nach langer Erkrankung sowie die Einrichtung einer Laufgruppe und einer Fußballmannschaft. Auch dass bei Besprechungen statt süßer Kekse Obst gereicht wird und für die Mitarbeiter überall im Werk frische Äpfel bereitstehen, geht auf dieses Projekt zurück. Beim jüngsten Sommerfest wurde auf dem Werksgelände eine Streuobstwiese gepflanzt.

Stolz ist Geschäftsführer Dietmar Salein darauf, dass es Kneipp in jahrelanger Forschung gelungen sei, eine Kosmetikserie mit wissenschaftlich belegter Wirksamkeit zu entwickeln, die ausschließlich auf natürli-

chen Inhaltsstoffen beruht. Das Wirkprinzip ist zum Patent angemeldet. Kneipp besetze damit eine aussichtsreiche Marktnische. „Für uns ist das ein Meilenstein“, so Dietmar Salein.

Die Verleihung des Green-Brand-Siegels basiert auf dem Votum einer unabhängigen Jury, besetzt mit Vertretern aus Wissenschaft, Wirtschaft und Umweltverbänden, betont der deutsche Repräsentant der Organisation, Norbert Lux. Verbrauchern soll dadurch die Entscheidung für nachhaltig produzierte Waren erleichtert werden.



Grüne Marke: Die Organisation Green Brand verlieh den Kneipp-Werken in Ochsenfurt-Hohestadt ihr Siegel. Im Bild von links Green-Brand-Repräsentant Norbert Lux, Qualitätsmanager Sascha Landgraf und Kneipp-Geschäftsführer Dietmar Salein.

FOTO: GERHARD MEISSNER

Firmengeschichte

Die **Kneipp-Werke** wurden 1891 in Würzburg von Sebastian Kneipp und dem Apotheker Leonhard Oberhäufel gegründet. Nach verschiedenen Produktionsstätten in Würzburg entstand 1996 das Werk in Ochsenfurt-Hohestadt, heute größter Standort des Unternehmens.

Die **Paul Hartmann AG**, Hersteller von Medizinprodukten, übernahm 2001 80 Prozent der bis dahin in Familienbe-

sitz befindlichen Kneipp-Werke. Seit 2008 ist Kneipp zu 100 Prozent Tochter der Hartmann AG. 2012 wurde auch die Hauptverwaltung aus Würzburg und die Produktion einer 1980 gegründeten Teefabrik in Bad Wörishofen ins Gewerbegebiet Hohestadt verlegt.

Firmensitz ist weiterhin Würzburg. Dort unterhält Kneipp weiterhin eine kleine Produktionsstätte. Zur Gruppe gehören

außerdem vier Niederlassungen in der Schweiz, den Niederlanden, Frankreich und Japan. Die meisten der weltweit rund 450 Mitarbeiter sind am Standort Hohestadt beschäftigt, der seit 2008 in Erinnerung an den Firmengründer den Namen „Werk Oberhäufel“ trägt.

Kneipp-Produkte werden in rund 50 Länder exportiert. Größte ausländische Abnehmer sind Japan und die USA.