

A close-up photograph of a man with a beard and a green beanie drinking from a clear glass. The background is a solid blue color. A semi-transparent blue circle is on the left side of the image.

Aus Überzeugung nachhaltig

Nachhaltigkeitsbericht 2021/22

Über diesen Bericht

Dieser Bericht dokumentiert die Nachhaltigkeitsaktivitäten der BRITA Gruppe und stellt Ansätze, Ziele und Maßnahmen vor. Unsere Zielgruppen sind sowohl Verbraucher:innen und B2B-Kund:innen als auch Mitarbeitende, zuliefernde Unternehmen, Geschäftspartner:innen und die interessierte Öffentlichkeit. Der letzte Nachhaltigkeitsbericht der BRITA Gruppe wurde im Oktober 2020 veröffentlicht. Der Berichtszeitraum des aktuellen Berichts bezieht sich auf die Geschäftsjahre 2021 und 2022, die jeweils den Zeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember umfassen.

Inhaltlich orientiert sich der Bericht an den Vorgaben der Global Reporting Initiative (GRI); wir erheben jedoch nicht den Anspruch, diesen Standard bereits zu erfüllen. Die Inhalte sind noch nicht extern geprüft. Dies streben wir für den nächsten Bericht, der im Sommer 2025 erscheinen wird, an. Im Bericht verwenden wir den Begriff „BRITA Gruppe“. Dieser bezeichnet keine rechtlich geltende Unternehmenseinheit, fasst aber für eine bessere Verständlichkeit die BRITA SE und alle dazugehörigen Tochtergesellschaften zusammen. Die veröffentlichten Kennzahlen gelten, soweit nicht anders gekennzeichnet, für die gesamte Unternehmensgruppe.

Wir leben Vielfalt und Diversität und nutzen deshalb eine geschlechtersensible Sprache. Das bedeutet, wir verwenden neutrale Formulierungen oder setzen den Gender-Doppelpunkt.



Inhalt

Vorwort 4

Unternehmen 5

- Wer wir sind
- Unternehmensstruktur
- Geschäftsentwicklung
- Governance & Compliance
- Stakeholder-Dialog

Strategie & Ziele 21

- Nachhaltigkeitsansatz
- Nachhaltigkeitsziele
- Nachhaltigkeitsziele: Hier stehen wir
 - Materialien
 - Verpackung
 - Wiederverwendung & Recycling
 - Emissionen

Zahlen & Fakten 41

- Managementsysteme
- Energie & Emissionen
- Wasser & Abfälle
- Mitarbeitende
- Gesundheit & Sicherheit
- Lieferkette
- Social Impact

Impressum 58



ZIELE FÜR NACHHALTIGE ENTWICKLUNG

Wir unterstützen die Agenda 2030 der Vereinten Nationen und ihre Ziele für eine nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, SDGs). Um aufzuzeigen, welche unserer Maßnahmen auf welche SDGs einzahlen, haben wir die entsprechenden Absätze in diesem Bericht mit SDG-Icons markiert.



Markus Hankammer
CEO BRITA Gruppe

Wir wollen nachhaltig Verantwortung übernehmen.

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

als familiengeführtes Unternehmen ist uns wichtig, Verantwortung zu übernehmen. Wir möchten unseren Beitrag zu einer nachhaltigeren Welt leisten und der nächsten Generation eine lebenswerte Zukunft ermöglichen. Durch unsere Produkte sorgen wir für weniger Plastikflaschen im Umlauf. Und mithilfe unserer Product Impact Kennzahl wissen wir sogar konkret: Allein im Jahr 2022 haben wir über 5 Milliarden Wasserflaschen vermieden!

Mittlerweile haben wir erste Produkte mit nachhaltigen Materialien auf den Markt gebracht – zum Beispiel unsere neue MAXTRA PRO Kartusche mit bio-basiertem Kunststoff oder den neuen Tischwasserfilter aus Glas. Bei unseren Verpackungen haben wir durch innovative Lösungen viele Tonnen

Material einsparen können. Auch bei unseren Infrastrukturprojekten, wie dem An- und Umbau unseres Headquarters in Taunusstein oder dem Bau der neuen Produktionsstätte in Bad Camberg, setzen wir auf nachhaltige Bauweisen und Materialien und schaffen gleichzeitig ein neues, inspirierendes Zuhause für unsere BRITA Familie. Auf strategischer Ebene geht es ebenfalls mit großen Schritten voran: In unserer neuen Sustainability Policy verpflichten wir uns erstmals dazu, durch unsere Nachhaltigkeitsziele auch die UN Sustainable Development Goals zu unterstützen. Und wir haben angefangen, uns intensiv mit dem Thema Net-Zero-Emissionen auseinanderzusetzen. Auf diese Leistung können wir stolz sein!

Auch in Zukunft wird Nachhaltigkeit ein zentraler Bestandteil unserer Aktivitäten sein: Die Anforderungen aus dem deutschen Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz und der kommenden CSRD-Richtlinie werden sicherlich die eine oder andere Veränderung bei BRITA mit sich bringen. Gleichzeitig gilt es, die Maßnahmen zur Erreichung unserer Ziele weiter konsequent voranzutreiben. Aber ich bin überzeugt, dass wir eine solide Grundlage geschaffen haben, um auch diesen Entwicklungen gelassen entgegenzublicken.

Nun freue ich mich, unsere Erfolge der letzten zwei Jahre im vorliegenden Bericht präsentieren zu dürfen, und wünsche viel Spaß beim Lesen!

Herzliche Grüße
Markus Hankammer



Unternehmen

Wer wir sind

Unser Element ist Wasser.



Die BRITA Gruppe ist ein weltweit führender Experte für Trinkwasseroptimierung und -individualisierung. Das 1966 gegründete Familienunternehmen ist in drei strategische Segmente aufgeteilt: Consumer, Professional Filter und Dispenser. Im Bereich Consumer bieten wir Produkte für den Heimgebrauch, darunter u. a. Tischwasserfilter und Trinkflaschen mit Filterkartuschen, Sprudler zum Karbonisieren von Leitungswasser sowie Geräte zur Zubereitung von Heißwasser für Tee und Kaffee.

Im Segment Professional Filter beinhaltet das Portfolio verschiedene Filterlösungen für die Anwendung im Profibereich, z. B. in Cafés und

Bäckereien, in der Gastronomie und im Catering – also überall dort, wo Geschmack, Sauberkeit und Maschinenschutz eine große Rolle spielen.

BRITA ist in drei Segmente aufgeteilt, um möglichst vielen Menschen nachhaltige Trinkwasserlösungen anzubieten

Im Dispenser Segment bündeln wir unser Sortiment an Wasserspendern, die in Büros, der Gastronomie, in Krankenhäusern oder in Schulen und Behörden zum Einsatz kommen und gefiltertes, gekühltes, stilles oder gesprudeltes Wasser ausgeben.

Consumer



Wasserfiltersysteme und Wassersprudler für zu Hause oder zum Mitnehmen

Professional Filter



Filterlösungen für den Profibereich, z. B. für Cafés, Bäckereien, Catering

Dispenser



Wasserspender für Büros, Gastronomie, Krankenhäuser, Schulen und Behörden



Wer wir sind

Wir wollen nachhaltig verändern.

Als global agierender innovativer Marktführer entwickeln wir nicht nur unsere Produkte kontinuierlich weiter, sondern auch das Unternehmen selber. Als Teil dieser Entwicklung haben wir im Mai 2023 die neue BRITA Philosophy eingeführt. Sie bildet ein starkes Fundament für unseren Erfolg – heute und morgen.

Die BRITA Philosophy fasst unsere Identität als international ausgerichtetes Familienunternehmen, unsere Unternehmensvision, die BRITA Mission und unsere Werte zusammen. Diese wurden aufgrund der Neuausrichtung der letzten Jahre im Zuge der Einführung der BRITA Philosophy angepasst. Die Elemente der Philosophy definieren unser Selbstverständnis und zeigen, wofür wir stehen und was wir erreichen wollen.

Insbesondere auf die BRITA Identität sind wir stolz. Sie steht für unsere besondere DNA als internationales Familienunternehmen und für unseren Fokus und die Leidenschaft für das, was wir tun. Sie steht auch für die Ambition, wirklich etwas zu bewegen. Wir möchten diese Welt positiv und nachhaltig verändern!

Unternehmensstruktur

Zukunft gestalten. Unabhängig agieren.

Bei BRITA handeln wir zukunftsorientiert. Als modernes und innovatives Unternehmen wollen wir den Wandel stets proaktiv und ganzheitlich gestalten, um auch langfristig familiengeführt und unabhängig zu bleiben. Vor diesem Hintergrund wurden im Jahr 2022 BRITA und ihre Dachgesellschaft, die Harvest Holding, von einer Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH) in eine Societas Europaea (SE), also eine Europäische Aktiengesellschaft, überführt.

Neue europäische Rechtsform betont internationale Geschäftstätigkeit

Ausschlaggebend für diesen Schritt waren die kontinuierlich zunehmende Internationalisierung unseres Geschäfts und daraus folgend die voranschreitende globale Ausrichtung des Unternehmens. Diese kommt durch die neue europäische

Rechtsform noch deutlicher zum Ausdruck. Die Umfirmierung vereinfacht durch das länderübergreifend einheitliche Regelwerk die internationale Geschäftstätigkeit und erleichtert internationale Akquisitionen. Diese werden für die Weiterentwicklung von BRITA auch zukünftig eine wichtige Rolle spielen. Darüber hinaus erlaubt die neue Rechtsform einen verbesserten Informationsfluss über Ländergrenzen hinweg und fördert in besonderer Weise die weitere Entwicklung einer offenen und internationalen Unternehmenskultur.

*Unsere neuen Büros in
Großbritannien (oben) und
der Schweiz (unten)*



Das Executive Board

Familienunternehmen in zweiter Generation.



BRITA ist ein modernes Familienunternehmen und wird seit 1999 in der zweiten Generation von Markus Hankammer, Sohn von Firmengründer Heinz Hankammer, geleitet. Daneben bestand das Executive Board der BRITA SE in den Jahren 2021/2022 aus Stefan Jonitz und Dr. Rüdiger Kraege. Beide Vorstände sind langjährige Mitglieder der obersten Managementebene und arbeiten mit Markus Hankammer als erfolgreiches Team eng zusammen.

Markus Hankammer,

Chief Executive Officer BRITA Gruppe

Stefan Jonitz,

Chief Financial Officer BRITA Gruppe

Dr. Rüdiger Kraege,

Chief Commercial Officer BRITA Gruppe

V. l. n. r.: Stefan Jonitz, Markus Hankammer, Dr. Rüdiger Kraege

Der Aufsichtsrat

Richtungsweisend beraten.



Der Aufsichtsrat der BRITA SE wurde im Mai 2022 im Zuge der Umwandlung der Rechtsform gegründet. Davor war der Aufsichtsrat der BRITA Dachgesellschaft, Hanvest Holding GmbH, das zuständige Kontrollgremium. Der neue Aufsichtsrat wurde von der Hauptversammlung der BRITA SE bestimmt. Er berät und kontrolliert die Geschäftsführung und damit auch indirekt die mit ihr verbundenen Unternehmen. Seit Mai 2022 besteht der Aufsichtsrat der BRITA SE aus drei festen und einem stellvertretenden Mitglied:

Moss Kadey, Vorsitzender des Aufsichtsrats der BRITA SE seit Mai 2022, Mitglied im Aufsichtsrat der Hanvest Holding GmbH seit 1999 und dessen Vorsitzender seit 2013, Präsident und CEO von Mossco Capital Inc., einem Angel-Investment-Unternehmen.

Prof. Dr. Gerd Walger, stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrats der BRITA SE seit Mai 2022, Mitglied und stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrats der Hanvest Holding GmbH seit 1999, geschäftsführender Direktor des von ihm gegründeten Instituts für Unternehmer- und Unternehmensentwicklung IUU.

Brita Hankammer, Mitglied des Aufsichtsrats der BRITA SE seit Mai 2022, Mitglied im Aufsichtsrat der Hanvest Holding GmbH seit 2002, Gesellschafterin der Hanvest Holding GmbH und geschäftsführende Gesellschafterin des Golf Resorts Hofgut Georgenthal.

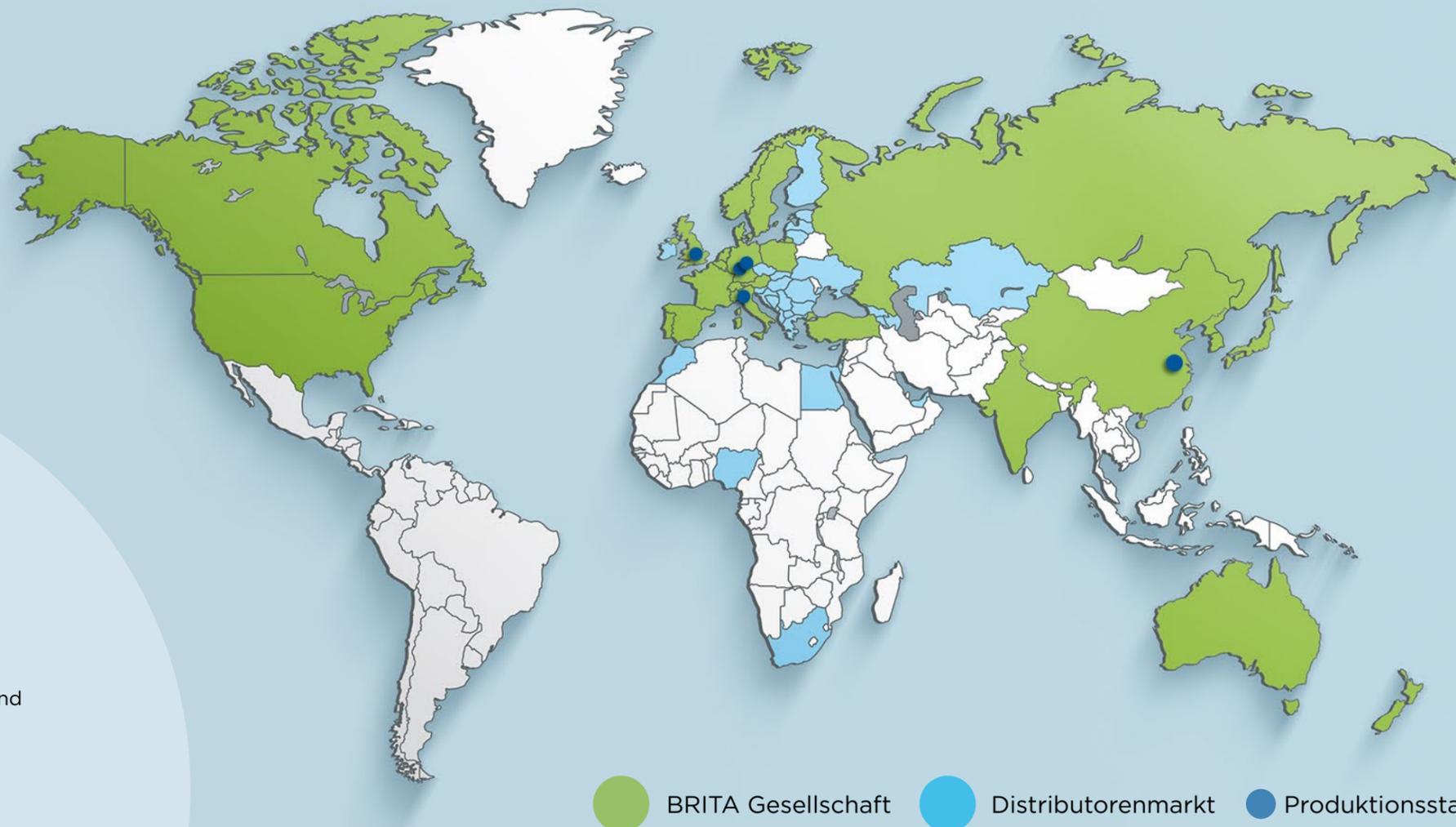
Andreas Land, stellvertretendes Mitglied des Aufsichtsrats der BRITA SE seit Mai 2022, Mitglied im Aufsichtsrat der Hanvest Holding GmbH seit 2019, geschäftsführender Gesellschafter der Griesson - de Beukelaer GmbH & Co. KG.

V. l. n. r.: Moss Kadey, Brita Hankammer, Andreas Land, Prof. Dr. Gerd Walger

Unsere Standorte

Gekommen, um zu bleiben. Auf allen Kontinenten.

Der Unternehmenshauptsitz der BRITA Gruppe liegt in Taunusstein bei Wiesbaden. Von hier aus steuern wir unsere aktuell knapp 30 weltweiten Tochtergesellschaften. Insgesamt sind wir mit unseren Produkten in rund 70 Märkten auf fünf Kontinenten vertreten.



Unsere Produktionsstandorte

- Arsago Seprio, Italien
- Bicester, Großbritannien
- Bad Camberg, Deutschland
- Suzhou, China
- Warburg, Deutschland

Unsere Gesellschaften 2021/2022

- BRITA SE, Deutschland (Hauptsitz)
- BRITA Vivreau GmbH, Deutschland
- Filltech GmbH, Deutschland
- BRITA Wasser-Filter-Systeme AG, Schweiz
- BRITA France S.A.R.L., Frankreich
- BRITA Benelux B.V., Niederlande (seit 01.01.2022)
- BRITA Belux B.V., Belgien (seit 01.01.2022)
- BRITA Vivreau B.V.B.A., Belgien (bis 31.12.2021)
- BRITA Vivreau B.V., Niederlande (bis 31.12.2021)
- BRITA Iberia S.L., Spanien
- BRITA Polska S.p.z.o.o., Polen
- BRITA Nordic A/S, Dänemark
- BRITA Water Filter Systems Ltd., Großbritannien
- BRITA Vivreau Limited, Großbritannien
- BRITA Italia s.r.l. Unipersonale, Italien
- BRITA Italia Manufacturing Srl., Italien
- BRITA OOO, Russland (in Auflösung)
- BRITA Turkey Su Cözümleri Limited Sirketi, Türkei
- BRITA Water Filter Systems Pty. Ltd., Australien
- BRITA China Co. Ltd., China
- BRITA China Manufacturing Ltd., China
- BRITA Hong Kong Ltd., Hongkong
- BRITA Japan KK, Japan
- BRITA Korea Co. Ltd., Korea
- BRITA Taiwan Co. Ltd., Taiwan
- BRITA India Water Solutions Private Ltd., Indien
- MAVEA LLC, USA
- MAVEA Canada Inc., Kanada
- Vivreau USA LP, USA
- Vivreau Canada Inc., Kanada
- LARQ, USA

Geschäftsverlauf und Umsatzentwicklung

Herausforderungen gemeistert.

Die Geschäftsjahre 2021 und 2022 sind für die BRITA Gruppe insgesamt sehr erfreulich verlaufen. Das herausfordernde Marktumfeld war geprägt von geopolitischen Konflikten, den weiterhin spürbaren Auswirkungen der COVID-19-Pandemie und einer angespannten wirtschaftlichen Lage. Dennoch erzielten wir in beiden Jahren mit 656 Mio. Euro respektive 664 Mio. Euro jeweils einen neuen Rekordumsatz. Dies entsprach einem Umsatzwachstum von rund 6% im Jahr 2021 und 1% für 2022. Dabei waren die wichtigsten Absatzmärkte wie in den Jahren zuvor erneut Deutschland, China und Großbritannien.

Trend zu nachhaltigen Produkten hat positiven Einfluss auf Umsatzentwicklung

Bei den Produktsegmenten entfiel sowohl 2021 als auch 2022 der größte Teil der Umsatzerlöse der BRITA Gruppe auf Consumer Produkte. Insbesondere das Geschäftsjahr 2021 lief in diesem Segment äußerst erfreulich. So konnten wir insgesamt ein Umsatzplus von rund 6% erzielen. Wesentlicher Treiber war dabei eine spürbar gestiegene Nachfrage nach unseren Produkten, die sich aus

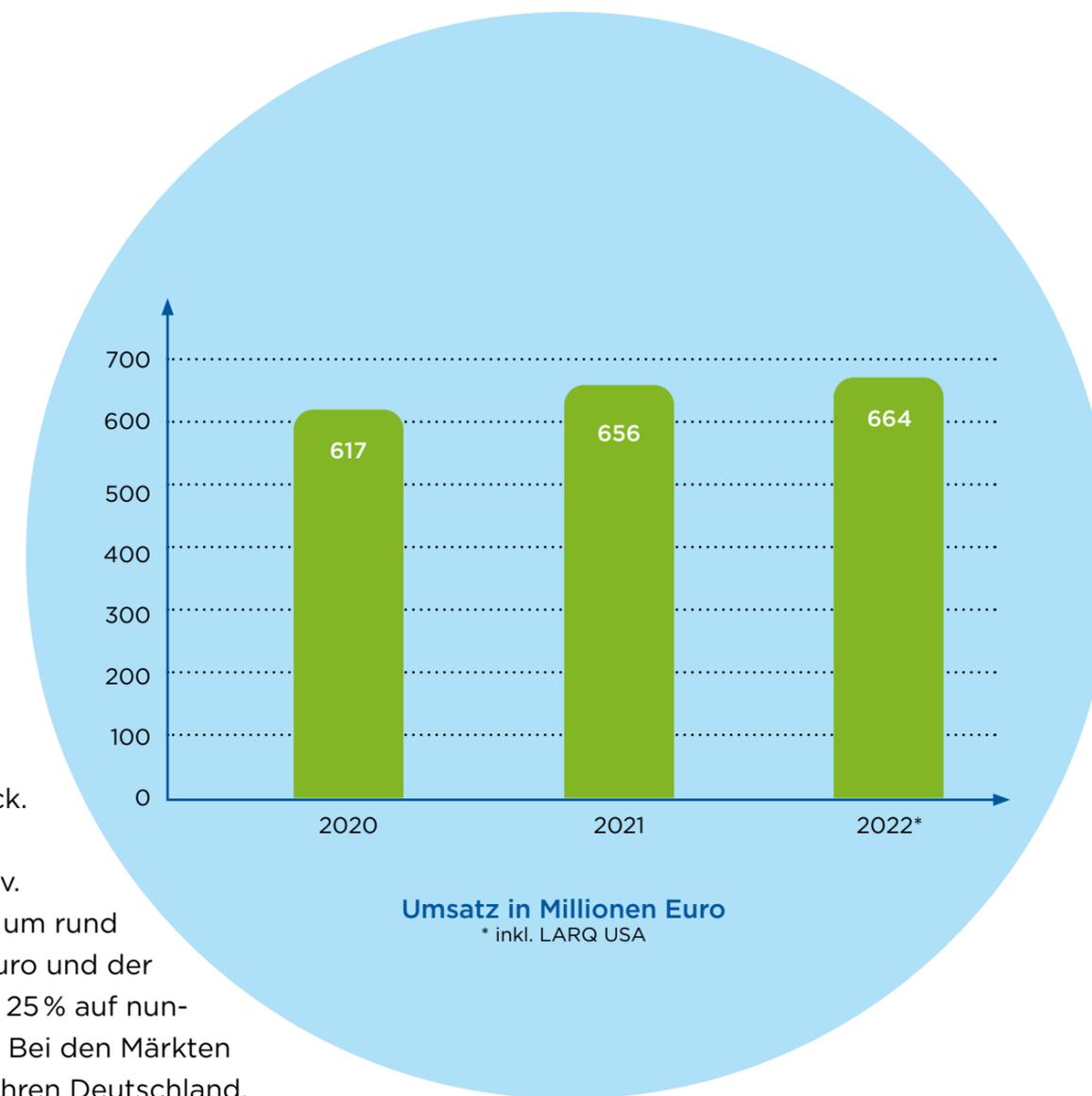
dem Hygienebedürfnis der Menschen in Zeiten der COVID-19-Pandemie entwickelte. Auch der anhaltende Trend zu nachhaltigen Produktlösungen und insbesondere zur Vermeidung von Einwegplastik hatten einen positiven Einfluss auf die Umsatzentwicklung. Durch die konsequente Absicherung der weltweiten Produktion und Logistik waren wir trotz vielfältiger Einschränkungen jederzeit lieferfähig. Der Anteil der Consumer Produkte am Gesamtumsatz lag bei 75%.

Im Jahr 2022 verzeichnete BRITA im Consumer Segment hingegen einen leichten Rückgang von rund 2%. Die Ursache lag primär im veränderten Verhalten der Verbraucher:innen infolge der hohen Inflation sowie der restriktiven COVID-19-Politik in China begründet. Ebenfalls negativ schlug sich unser vollständiger Rückzug aus dem russischen Markt nieder.

In den Segmenten Professional Filter und Dispenser verlief die Umsatzentwicklung in

den Jahren 2021 und 2022 jeweils stark gegensätzlich. Das Geschäftsjahr 2021 war noch deutlich geprägt von den Einschränkungen durch die COVID-19-Pandemie. Deshalb blieben die Umsätze mit insgesamt 165 Mio. Euro hinter den Erwartungen zurück. Dafür entwickelten sich beide Segmente 2022 äußerst positiv. So konnten die Umsatzerlöse um rund 13% auf insgesamt 186 Mio. Euro und der Anteil am Gesamtumsatz von 25% auf nunmehr 28% gesteigert werden. Bei den Märkten lagen wie bereits in den Vorjahren Deutschland, Großbritannien und die Schweiz an der Spitze.

Sowohl 2021 als auch 2022 erwirtschaftete BRITA den Großteil des Gewinns in den Märkten außerhalb Deutschlands. Der Anteil lag dabei mit 82% respektive 81% auf nahezu unverändertem Niveau.



Produktinnovationen

Wachsen heißt neu denken.

Wir wollen weiter wachsen und langfristig erfolgreich bleiben. Das Fundament dieser Entwicklung sind neue, innovative Produkte, die die Bedürfnisse der Verbraucher:innen und unserer B2B-Kund:innen antizipieren und erfüllen. In allen drei Segmenten gab es in den Jahren 2021 und 2022 mehrere neue Produkte, die auf den Markt kamen.

Im Consumer Segment wollen wir neue und auch jüngere Verbraucher:innen mit modernen, nachhaltigen Produkten überzeugen. Im Frühjahr 2021 brachten wir mit dem sodaONE unseren ersten Wassersprudler auf den Markt. Er besticht durch ein platzsparendes und modernes Design. Der Nachfolger sodaTRIO kam Anfang 2023 mit gleich zwei Flaschen auf den Markt. Die hochwertige Glasflasche ist perfekt für zu Hause, während die Thermosflasche aus Edelstahl auch unterwegs genutzt werden kann. Ein ganz anderes Produktsegment bedient der Haushaltswasserspender BRITA Water Dispenser Model One, ein kompaktes Elektrogerät, das Leitungswasser filtert und in wenigen Sekunden auf die gewünschte Temperatur erhitzt. Damit ist er ideal geeignet für die Zubereitung

von unterschiedlichen Teesorten, aber auch Kaffee und Kaltgetränken. Den Wasserspender haben wir zunächst in China und Taiwan auf den Markt gebracht. Eine Einführung in europäischen Märkten ist für 2024 geplant.

Um unser Produktportfolio zukunftsfähig zu machen, nutzen wir nicht nur neue Technologien, sondern auch neue Materialien. Im Jahr 2022 brachten wir mit dem Style eco den ersten Tischwasserfilter heraus, in dem wir einen innovativen bio-basierten Kunststoff einsetzen. In Europa liegt der Anteil dieses Materials bei 60%, in China sogar bei 95%. Bio-basierten Kunststoff verwenden wir anteilig (50%) auch bei unserer neuen MAXTRA PRO Kartusche. Vorerst gibt es diese in vielen Ländern in zwei Varianten: als MAXTRA PRO ALL-IN-1 für weiches bis mittelhartes Wasser und mit verbesserter Filtrationsleistung. Und als MAXTRA PRO LIMESCALE EXPERT für noch effektivere Kalkreduzierung. Und noch ein großer Schritt: Anfang 2023 erfüllten wir den Wunsch vieler Verbraucher:innen und brachten einen Tischwasserfilter aus leichtem Borosilikatglas auf den Markt.



Eine besonders spannende Innovation im Bereich der Professional Filter ist der PURITY C iQ – das erste datengesteuerte Wasserfiltersystem der Branche. Für unsere Professional Filter Kund:innen bietet das intelligente System gleich mehrere Vorteile: zuverlässiger Schutz vor Verkalkung dank Überwachung der Karbonathärte in Echtzeit, effizientere Service- und Filterwechselplanung mithilfe des BRITA iQ Portals sowie konstante Wasserqualität durch eine kontinuierliche Wasseranalyse und automatische Anpassung der Filtereinstellungen.

PURITY C iQ – das erste datengesteuerte Wasserfiltersystem der Branche

Ein weiteres neues Produkt im Professional Filter Segment ist die 2021 gelaunchte PURITY C1100 XtraSafe Filterkartusche, die bei problematischem Wasser, das viel Gips, Chloride und Sulfate enthält, empfohlen wird. Sie kommt insbesondere bei Kaffee- und Steam-Anwendungen zum Einsatz.

In den Jahren 2021 und 2022 lag der strategische Schwerpunkt bei den Dispensern auf den Bereichen Service, Accessories und der Weiterentwicklung bestehender Produkte. Aber auch in diesem Segment wurden einige Neuentwicklungen in verschiedenen Märkten eingeführt. Der Fokus lag hier auf dem Ausbau des Produktangebots in der Region NOAM. Dort wurden 2022 der Top Pro sowie der Extra I-Tap gelauncht. In EMEA brachten wir 2021 den Extra C-Tap, den Top Pro mit Mechanical Buttons und 2022 den Top Pro Still Only auf den Markt.



Investitionen in die Zukunft

Schritt halten mit der Entwicklung.

Im Zuge unserer Strategie „Shaping Sustainable Solutions“ haben wir uns u. a. vorgenommen, unsere Marktposition und Innovationskraft auch durch geeignete Akquisitionen und Beteiligungen auszubauen. Vor diesem Hintergrund haben wir im Oktober 2022 das US-amerikanische Unternehmen LARQ Inc., einen Premiumhersteller von Trinkwasserlösungen, zu 100% übernommen. Die Kernprodukte von LARQ sind selbstreinigende Trinkflaschen mit UV-Filtration. Mit seiner starken Marktpräsenz in Nordamerika stellt die Akquisition einen wichtigen Baustein für den Ausbau unseres Consumer Geschäfts vor allem in der Region NOAM dar. Doch wir investieren nicht nur in die Erweiterung unseres Angebots. Auch unsere eigene Infrastruktur entwickelt sich seit einigen Jahren stark weiter.

Nachdem im März 2021 bereits die Produktion der PURITY Kartuschen in das neue Werk in Bad Camberg verlagert wurde, sind seit Februar 2022 sämtliche Produktionsanlagen am neuen Standort in Betrieb. Dort ist eine hochmoderne und ökologisch nachhaltige Immobilie entstanden – und ein Leitwerk, das den Weg in die Zukunft weist.

BRITA passt sich kontinuierlich an die Anforderungen einer modernen, digitalen Arbeitswelt an – auch um als Arbeitgeber attraktiv für Talente und Fachkräfte zu bleiben. Deshalb haben wir 2021 und 2022 diverse

Von Akquisitionen bis New Work: Wir gestalten aktiv unsere Zukunft

Investitionen in die Modernisierung unserer Büroräume an verschiedenen Standorten getätigt. Diese wurden an die Idee des „New Work“ angepasst und mit hochmodernen und kommunikationsfördernden Arbeitsplätzen ausgestattet. So haben wir zum Beispiel unsere Büros in Großbritannien, China und Hongkong umfassend renoviert und umgebaut. Auch die Schweizer Tochtergesellschaft bezog 2021 ein neues Gebäude, bei dem ökologische und nachhaltige Prinzipien im Vordergrund standen. Ebenfalls 2021 wurde der An- und Umbau unseres Hauptsitzes in Taunusstein angestoßen. Dabei wird das Verwaltungsgebäude nach Süden erweitert und das Bestandsgebäude komplett saniert. Das flexible Arbeiten von unterwegs oder aus dem Homeoffice bleibt aber weiterhin ein wichtiger Bestandteil unserer Arbeitskultur.

BRITA – engagiert beim DNP

Im Dezember 2021 wurde unsere 3-Wege-Küchenarmatur mit Filter mypure mit dem Deutschen Nachhaltigkeitspreis Design ausgezeichnet. Die Armatur liefert gefiltertes Wasser direkt aus dem Wasserhahn und trägt somit zur Reduktion von Plastikflaschen bei. Das innovative Konzept setzte sich gegen 80 weitere Finalisten durch.

Der Deutsche Nachhaltigkeitspreis (DNP) ist die wohl renommierteste Nachhaltigkeitsauszeichnung im deutschsprachigen Raum. Aufbauend auf dieser tollen Bestätigung, dass wir mit unserem Produktangebot einen Beitrag zur Nachhaltigkeit leisten können, haben wir unser Engagement beim Deutschen Nachhaltigkeitspreis 2022 als Kompetenzpartner für das Thema Wasser dann gefestigt. Unser CEO Markus Hankammer hielt eine Keynote zum Thema „Trinkwasser in Zeiten des Wandels“. An unserem Stand konnten sich Teilnehmende des Kongresses außerdem im Gespräch mit unseren Expert:innen vom DACH-Markt, BRITA VIVREAU und dem Sustainability Team über unser Produktportfolio und unser breit gefächertes Engagement informieren.

An beiden Kongresstagen stellten wir außerdem frisches, gekühltes und gesprudelt Wasser für alle Keynote Speaker und Diskussionsteilnehmenden zur Verfügung – eine nachhaltige Wasserversorgung auf einer Nachhaltigkeitsveranstaltung ergibt einfach Sinn! Wir freuen uns, auch beim Kongress im Dezember 2023 wieder als Kompetenzpartner einen Beitrag zu dieser wichtigen Branchenveranstaltung leisten zu dürfen.



Stephan Liebler von
BRITA VIVREAU als
Panelist zum Thema
Trinkwasserschutz

Mitarbeitende

Unser wichtigstes Kapital.

Unsere Mitarbeitenden sind unser wichtigstes Kapital. Mit ihrem Einfallsreichtum, Engagement und Einsatz tragen sie wesentlich zu unserem unternehmerischen Erfolg bei und prägen damit eine offene und inklusive Unternehmenskultur innerhalb der BRITA Familie.



**Gesamt
Mitarbeitende
2020:**

2.205

EMEA: 1.794
APAC: 200
China: 157
NOAM: 54

**Gesamt
Mitarbeitende
2021:**

2.322

EMEA: 1.917
APAC: 191
China: 157
NOAM: 57

**Gesamt
Mitarbeitende
2022*:**

2.262

EMEA: 1.852
APAC: 185
China: 152
NOAM: 73

* inkl. LARQ USA

Good Governance und Corporate Compliance

Integer und werteorientiert.

Als globales Unternehmen kommen wir täglich mit unterschiedlichen Rechtsordnungen und -anforderungen in Berührung. Um diese Herausforderung zu navigieren und gleichzeitig die Einhaltung unserer freiwillig eingegangenen Verpflichtungen und internen Richtlinien zu gewährleisten, haben wir bindende Unternehmensführungspraktiken eingeführt und ein umfassendes Compliance-System implementiert.

Corporate Compliance bedeutet für uns mehr als nur das Einhalten von Regeln und Gesetzen. Integeres und verantwortungsbewusstes Verhalten ist elementarer Bestandteil unserer Geschäftskultur und wird von sämtlichen Mitarbeitenden bis zum Executive Board gleichermaßen erwartet. Zu diesem Zweck hat die Zentralfunktion Compliance als

Teil des Risikomanagements präventive und reaktive Maßnahmen entwickelt, die mögliche Schäden frühzeitig erkennen und vermeiden. Den Führungskräften kommt eine besondere Vorbildfunktion zu, denn sie leben unsere Werte und Kultur vor. Verstöße gegen Gesetz, Kodizes und Standards werden konsequent und gegebenenfalls durch arbeitsrechtliche Schritte verfolgt.

Compliance wird bei BRITA zentral gesteuert und in den verschiedenen Bereichen lokal umgesetzt. Die Zentralfunktion Compliance gehört zu unserer Rechtsabteilung, die in unserem Headquarter in Taunusstein angesiedelt ist und direkt an den CFO berichtet. Der Bereich Compliance koordiniert Trainings und Schulungen, überwacht die Einhaltung interner und externer Regularien und unterstützt

die Implementierung weltweit verbindlicher interner Standards. Bei Verdacht auf Compliance-Verstöße leitet sie die internen Ermittlungen. Lokale Compliance-Ansprechpartner in den verschiedenen Ländern sind die Financial Directors, die dort die Umsetzung der Maßnahmen verantworten.

Der Verhaltenskodex (Code of Conduct) ist das Fundament unseres Compliance-Systems. Er soll unseren Mitarbeitenden das Thema nahebringen und verständlich erklären. Da Compliance aber nicht durch Dokumente, sondern erst durch eine vorgelebte Kultur mit werteorientiertem Handeln sämtlicher Mitarbeitenden lebendig wird, bieten wir regelmäßig interaktive Workshops und Trainings zu diesem Thema an. Diese motivieren und befähigen unsere Mitarbeitenden zu selbstverantwortlichem und eigenständigem Umgang mit Compliance-Fragen.

**Kultur vorleben, werteorientiert handeln:
im Unternehmen und Partnern gegenüber**



Good Governance und Corporate Compliance

Verantwortung ist Teil unserer DNA.



Nicht nur von unseren eigenen Mitarbeitenden erwarten wir integriertes und verantwortungsvolles Verhalten. Sondern auch von unseren Geschäftspartner:innen. Deshalb gelten für unsere Zuliefernden Unternehmen dieselben Compliance-Vorgaben wie für unsere Mitarbeitenden. Wir verbieten ausdrücklich den Einsatz von Zwangs- und Kinderarbeit sowie von Diskriminierung und fordern ein Bekenntnis zu den weltweit anerkannten Menschenrechten, wie sie von den Vereinten Nationen und den Arbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) definiert werden. Um sicherzustellen, dass unsere Partner:innen in der Lieferkette diese erfüllen, überprüfen und bewerten wir regelmäßig die wichtigsten Lieferunternehmen.

Ein tiefes Verständnis für unsere Lieferketten ist wichtig, um potenzielle Geschäfts-, Umwelt- und Menschenrechtsrisiken frühzeitig zu identifizieren und zu steuern. Daher entwickeln wir unsere Prozesse und Systeme kontinuierlich weiter. Dies geschieht aktuell auch in Vorbereitung auf das deutsche Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG),

das ab 2024 für uns gilt. Damit wir unsere Vorgaben noch klarer und zielgruppengerechter vermitteln können, veröffentlichen wir 2023 einen neuen Supplier Code of Conduct.

Wir haben ein Whistleblower-System eingerichtet, das es Mitarbeitenden, Geschäftspartner:innen und weiteren Außenstehenden ermöglicht, anonym mögliche Verstöße gegen unseren Code of Conduct zu melden. Und wir ermutigen jede:n, von diesem System Gebrauch zu machen, damit wir Verstöße frühzeitig erkennen und handeln können. Denn nur durch eine partnerschaftliche und verantwortungsbewusste Zusammenarbeit können wir langfristig sichergehen, dass unser Erfolg nicht zulasten von Mensch und Umwelt geht.

Gute Unternehmensführung geht aber über Compliance hinaus. Für uns bedeutet sie auch, als Unternehmen einen Beitrag für Umwelt und Gesellschaft zu leisten und ökologische und soziale Aspekte bei allen Geschäftsentscheidungen zu berücksichtigen – also nachhaltig und für die Zukunft zu handeln. Wir wollen durch sichere und

gut bezahlte Arbeitsplätze sowie durch offenen und ehrlichen Dialog etwas zurückzugeben. Dazu gehört für uns, einen fairen finanziellen Beitrag für die Regionen zu leisten, in denen wir produzieren, arbeiten und leben. Deshalb verfolgt BRITA eine auf Nachhaltigkeit ausgerichtete Steuerstrategie, bei der es um mehr geht als die reine Steueroptimierung.

Mit der Planet Contribution stellen wir uns unserer Verantwortung über Umsatz und Gewinn hinaus

Und das Wichtigste zum Schluss: Unser Commitment für Nachhaltigkeit und für verantwortungsvolle, zukunftsorientierte Unternehmensführung ist nicht nur ein Versprechen. Es ist fest in unserer BRITA Identität und in unserer Vision – und damit in unserem Markenkern – verankert. Zu Beginn unserer aktuellen Unternehmensstrategie „Shaping Sustainable Solutions“ haben wir außerdem die Planet Contribution als neuen Key Performance

Indicator eingeführt. So wollen wir sicherstellen, dass dem Erreichen unserer Nachhaltigkeitsziele die gleiche Bedeutung beigemessen wird wie Umsatz und Gewinn. Ein klares Zeichen, dass wir uns unserer Verantwortung stellen.

Stakeholder-Dialog

Ein Austausch auf Augenhöhe.

Unsere Geschäftsgrundlage ist die Marke BRITA, der weltweit ein hohes Maß an Vertrauen entgegengebracht wird. Der Verantwortung, die dieses Vertrauen mit sich bringt, sind wir uns bewusst. Daher ist der regelmäßige Austausch mit unseren unterschiedlichen Interessengruppen ein wichtiger Bestandteil unseres Erfolgs. Dieser Dialog trägt wesentlich zu einer verantwortungsvollen Unternehmensführung bei und sorgt zudem dafür, dass wir, insbesondere bei Themen rund um die Nachhaltigkeit, stets am Puls der Zeit bleiben und Erwartungen sowie Anforderungen frühzeitig erkennen. Zu unseren wichtigsten Stakeholdern gehören unsere Mitarbeitenden, B2B-Kund:innen und Verbraucher:innen, Geschäftspartner:innen, Zuliefernde Unternehmen sowie diverse lokale politische Akteure und die Presse.

Verbraucher:innen haben die Möglichkeit, über diverse Social-Media-Kanäle oder über unsere Hotline direkt mit uns Kontakt aufzunehmen. Wir sammeln und erörtern verbraucher- oder kundenspezifisches Feedback in Befragungen und Marktforschung.

Bei unseren B2B-Kund:innen, Geschäftspartner:innen und Zuliefernden Unternehmen nutzen wir unter anderem Jahresgespräche oder andere Termine, um über relevante

Entwicklungen informiert zu bleiben und Kooperationsmöglichkeiten zu besprechen. Auch im Rahmen von Projekten arbeiten wir eng mit ihnen zusammen, z. B. bei der Weiterentwicklung der Nachhaltigkeitsanforderungen an Produkte, Materialien und Verpackungen.

Auf Konferenzen, Messen sowie durch die Mitwirkung in Verbänden und professionellen Netzwerken suchen wir ebenfalls den Austausch mit B2B-Kund:innen und Lieferunternehmen, aber auch mit Behörden, Non-Profit-Organisationen und sonstigen Stakeholdern. Mit lokalen Verwaltungen und Presse pflegen wir einen professionellen und vertrauensvollen Umgang.

Nachhaltigkeitsthemen sind bereits ein fester Bestandteil unseres Stakeholder-Dialogs, z. B. in der Marktforschung oder bei Befragungen entlang der Lieferkette. Aufgrund der stetig wachsenden Relevanz des Themas wollen wir zukünftig den Austausch zu Umwelt-, sozialen und Governance-Themen noch strukturierter gestalten.

BRITA ist in verschiedenen nationalen und internationalen Netzwerken, Verbänden und Organisationen tätig, die im Zusammenhang mit unserem Kerngeschäft stehen. Dadurch stehen wir zum einen in regelmäßigem Austausch mit wichtigen Stakeholdern und Peers und zum anderen bauen wir z. B. durch die Mitarbeit in Fachgremien und Ausschüssen unsere Expertise stetig aus.

Mitgliedschaften von BRITA (AUSZUG)

Aqua España
British Home Enhancement Trade Association (BHETA)
Bundesverband der Deutschen Vending-Automatenwirtschaft e. V. (BDV)
Bundesvereinigung der Firmen im Gas- und Wasserfach e. V. (figawa)
Deutsches Institut für Normung (DIN)
European Drinking Water
European Tea Association
European Vending & Coffee Service Association (EVA)
Foodservice Equipment Association UK
Forum del Café
Forum Trinkwasser e. V.
German Watercooler Association (GWCA)
Industriegase-Verband (IGV)
Industrieverband Haus-, Heiz- und Küchentechnik (HKI)
Japan Water Purifier Association
Lebensmittelverband Deutschland e. V.
Markenverband e. V.
Society for Hospitality and Foodservice Management (SHFM)
Speciality Coffee Association (SCA)
Union des professionnels du traitement de l'eau (UAE)
Watercoolers Europe (WE)
Water Quality Association USA (WQA)
Zentralverband Elektrotechnik- und Elektronikindustrie e. V. (ZVEI)

3 Fragen



an
Meike Rapp

Senior Manager
Sustainability

Group Brand & Sustainability

Was ist deine persönliche Motivation, an nachhaltigen Lösungen bei BRITA zu arbeiten?

Mir macht vor allem die Vielseitigkeit der Themen Spaß. Ich darf mit Kolleg:innen aus allen Unternehmensbereichen zusammenarbeiten und positive Veränderungen anstoßen. BRITA hat schon viel getan im Bereich Nachhaltigkeit, und unser Produktangebot spricht natürlich für sich, aber es gibt immer noch viele Möglichkeiten, besser zu werden – im Großen wie im Kleinen. Es ist ein tolles Gefühl, auf die Arbeit der letzten Jahre zurückzublicken und zu sehen, wie viel sich seit dem Start von Shaping Sustainable Solutions verändert hat und wie motiviert meine Kolleg:innen sind, sich für Nachhaltigkeit zu engagieren.

Vor welchen besonderen Herausforderungen steht deine Abteilung in einem globalen Unternehmen wie BRITA?

Das, was die Arbeit so spannend macht, ist sicherlich auch eine Herausforderung. Die Themenvielfalt ist riesig, es gibt so viele tolle Ideen und Dinge, die wir umsetzen könnten – da muss man priorisieren. Und manchmal hat man das Gefühl, es geht einfach nicht schnell genug voran. Zusätzlich kommen immer neue Anforderungen auf uns zu, Themen, die unsere Kund:innen beschäftigen und auf die wir Antworten haben müssen. Aber auch regulatorisch tut sich viel. Die neue Berichtspflicht CSRD, das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz, länderspezifische Regeln rund um Verpackung

Es ist ein tolles
Gefühl, auf
die Arbeit der
letzten Jahre
zurückzublicken

und Recycling – da gibt es viel Neues, das auch wir als Sustainability-Expert:innen noch lernen, und viele Prozesse, die wir erst noch zusammen mit den Fachbereichen aufsetzen müssen.

Welche Tipps hast du für alle, die sich auf den Weg zu einem nachhaltigeren Lebensstil machen wollen?

Ich würde sagen: Es geht nicht darum, alles gleich „richtig“ zu machen. Jede kleine Veränderung zählt – Müll trennen, Ökostrom beziehen, weniger Auto fahren, weniger Fleisch essen. Im Grunde wissen wir doch, was zu tun ist. Für mich viel wichtiger ist eigentlich, dass sich jede:r der Verantwortung als Konsument:in bewusst wird und diese auch annimmt. Das bedeutet, dass man sich informieren, nicht alle Werbeversprechen glauben und Dinge kritisch hinterfragen sollte. Nachhaltig handeln heißt nicht, dass wir alles aufgeben müssen, das uns Spaß macht. Aber bewusst und informiert zu kaufen, sollte schon der Maßstab sein, den wir an uns selbst anlegen.





Strategie & Ziele

Nachhaltigkeitsansatz

Langfristig denken. Verbindlich handeln.



Wer wir sind und was wir tun, ist im Kern vor allem mit einem Wort beschrieben: Nachhaltigkeit. Wir wollen einen positiven Einfluss auf unseren Planeten ausüben. Nicht nur als verantwortungsbewusstes und zukunftsorientiertes Unternehmen. Sondern auch, indem wir Veränderungen im Umgang mit Wasser anregen und die Menschen dazu befähigen, ihre Trinkgewohnheiten nachhaltig zu verändern. Und weil Wasser eine so wertvolle und lebenserhaltende Ressource ist, mit der wir täglich zu tun haben, wissen wir um unsere inhärente Verantwortung, diese Ressource zu schützen und zu pflegen.

Als weltweit tätiges Unternehmen sind wir uns auch bewusst, dass wir durch unsere unternehmerischen Aktivitäten einen relevanten Einfluss auf die Umwelt und auf die Menschen haben, die mit uns in Kontakt kommen. Wir stellen uns dieser Verantwortung und wollen unseren Teil dazu beitragen, künftigen Generationen eine lebenswerte Welt zu hinterlassen. Deshalb berücksichtigen wir neben wirtschaftlichen Aspekten auch Umwelt- und Sozialbelange in unseren Entscheidungen. Unser

Ziel: ein langfristiges und nachhaltiges Wachstum. Als familiengeführtes Unternehmen denken wir in Generationen und verfolgen langfristige Strategien, statt auf kurzfristige Erfolge zu setzen. Die neue BRITA Philosophy bildet dafür die Grundlage. Wir wollen so arbeiten, dass gegenseitiges Vertrauen

**Wir wollen unseren Teil dazu beitragen,
künftigen Generationen eine lebenswerte Welt
zu hinterlassen**

und Respekt sowohl innerhalb unseres Unternehmens als auch zwischen der BRITA Gruppe und unseren B2B-Kund:innen und Lieferunternehmen gefördert werden. Wir schätzen Vielfalt und Integration, fördern die persönliche und berufliche Entwicklung aller Mitarbeitenden und übernehmen Verantwortung für unsere Produkte und Handlungen.

Um dies zu erreichen, haben wir in den letzten Jahren einiges in Bewegung gesetzt. Wir haben Nachhaltigkeit zum Kernthema unserer neuen

Strategie gemacht und eine neue Nachhaltigkeitskennzahl eingeführt, die unsere Erfolge messbar macht. Wir haben konkrete Ziele in wesentlichen Bereichen unseres Unternehmens definiert. Und wir haben 2023 eine neue umfassende [Sustainability Policy](#) implementiert, die unser Commitment zur Nachhaltigkeit untermauert.



[Hier](#) zu unserer Sustainability Policy

Organisation

Platziert auf oberster Ebene.

Die Verantwortung für nachhaltiges Handeln bei BRITA trägt das Executive Board. Dieses legt in enger Zusammenarbeit mit den relevanten Abteilungen und Tochtergesellschaften die strategischen Nachhaltigkeitsziele fest und stellt

Wir setzen uns ambitionierte Ziele, die über gesetzliche Vorschriften hinausgehen

notwendige Ressourcen für deren Erreichung zur Verfügung. Es ist uns dabei ein Anliegen, unsere Ziele stets ambitioniert und über die gesetzlichen Vorschriften hinausgehend zu definieren. Das Executive Board überprüft regelmäßig den Fortschritt der Ziele, bewertet diesen und nimmt bei Bedarf Anpassungen vor. So stellen wir sicher, dass wir unsere Ziele konsequent erreichen.

Verantwortlich für die Entwicklung und Steuerung der BRITA Nachhaltigkeitsaktivitäten ist die

Zentralfunktion Sustainability. Das Team treibt Themen auf der strategischen und operativen Ebene voran und koordiniert die Umsetzung verschiedener Maßnahmen. Im Team liegt die Gesamtverantwortung für unternehmensweite Nachhaltigkeitsprozesse und -initiativen – wie das Carbon Management oder die Nachhaltigkeitsberichterstattung. Darüber hinaus leitet die Zentralfunktion das BRITA Sustainability Forum und berichtet regelmäßig an das Executive Board. Seit 2022 ist das Sustainability Team Teil des neu benannten Bereichs Group Brand & Sustainability und darüber direkt an den CEO und das Executive Board angebunden.

Das 2020 ins Leben gerufene Sustainability Forum ist ein interdisziplinäres Team, das sich aus den Sustainability Ambassadors der einzelnen Fachbereiche und aller Tochtergesellschaften zusammensetzt. Das Sustainability Forum trifft sich mindestens viermal pro Jahr in zwei Gruppen – die eine bestehend aus Vertreter:innen der

Fachbereiche des Headquartiers und die andere aus den Sustainability Ambassadors der Tochtergesellschaften. Hauptaufgabe des Forums ist nicht nur der regelmäßige Austausch zu Nachhaltigkeitsthemen und -initiativen. Es soll auch eine Koordination der Aktivitäten auf operativer Ebene in allen Märkten und über alle Segmente hinweg sicherstellen. Außerdem sind die Sustainability Ambassadors die zentralen Ansprechpartner:innen für Nachhaltigkeitsthemen in ihren Teams und Organisationen. In vielen Märkten initiieren sie Awareness-Events oder Mitmachaktionen für die Kolleg:innen – immer mit dem Ziel, pragmatisch und verständlich für Nachhaltigkeit zu sensibilisieren.

Vorausschauend auf kommende regulatorische Anforderungen im Bereich Nachhaltigkeit werden wir unsere bestehenden organisatorischen Strukturen analysieren und gegebenenfalls anpassen.

Bekenntnis zu den SDGs

Unseren Beitrag messbar machen.

Verantwortungsvolles und zukunftsorientiertes Handeln heißt für uns auch, über den eigenen Tellerrand hinaus zu blicken. Deshalb unterstützen wir die Agenda 2030 der Vereinten Nationen und die 17 Ziele für eine nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, SDGs).

Die 17 Ziele helfen uns, einen Rahmen für unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten zu schaffen und strategische Schwerpunkte zu setzen.

In einem 2021 angestoßenen Prozess haben wir in Abstimmung mit diversen internen Stakeholdern insgesamt acht SDGs identifiziert, auf die wir heute entweder direkt oder indirekt einzahlen. Direkt durch unsere Vision, Produkte und strategischen Fokusthemen und indirekt durch die Art und Weise, wie wir als Unternehmen arbeiten und handeln.

Unsere wesentlichen SDGs sind die Ziele 3 (Gesundheit und Wohlergehen), 12 (Nachhaltiger

Konsum und Produktion) und 13 (Klimaschutz und Anpassung). Einen besonderen Stellenwert nimmt das SDG 6 (Sauberes Wasser und Sanitärversorgung) ein. Es ist fest in unserer Vision verankert und drückt unsere Verantwortung für die Ressource Wasser aus. Wir definieren derzeit, wie wir dieses Ziel

Zukünftig wollen wir uns verstärkt an den SDGs orientieren

durch einen relevanten Beitrag mit Leben füllen können. Weitere SDGs, auf die wir durch unsere Geschäftstätigkeit einzahlen, sind SDG 7 (Bezahlbare und saubere Energie), 8 (Gute Arbeit und Wirtschaftswachstum), 14 (Leben unter Wasser) und 15 (Leben an Land).

Zukünftig wollen wir uns bei der Entwicklung unserer Nachhaltigkeitsstrategie verstärkt an den SDGs orientieren. Auch nach innen wollen wir die Awareness über die Ziele unter den Mitarbeitenden erhöhen, etwa durch gezielte Schulungs- und Informationsangebote.

Vision und Vorsatz



Produkte und Geschäft



Direkte SDGs

Indirekte SDGs



Nachhaltigkeitsziele

Flaschen vermeiden. Fußabdruck reduzieren.



Die 2020 vorgestellte Unternehmensstrategie „Shaping Sustainable Solutions“ stellt erstmals Nachhaltigkeit ins Zentrum der Geschäftsaktivitäten und treibt uns an, bis 2025 *der* Anbieter für nachhaltige Trinkwasserlösungen zu werden.

angewendet und bei sämtlichen Unternehmensentscheidungen berücksichtigt. Sie setzt sich zusammen aus zwei Komponenten: dem Product Impact, also der Anzahl Wasserflaschen, die durch die Nutzung unserer Produkte vermieden werden.



Um unseren Fokus auf Nachhaltigkeit messbar zu machen, haben wir 2020 einen zusätzlichen Key Performance Indicator eingeführt: die Planet

Die Planet Contribution wird bei sämtlichen Unternehmensentscheidungen berücksichtigt

Und dem Company Carbon Footprint, also unserem unternehmensweiten CO₂-Fußabdruck. Mithilfe von nachhaltigen Produktinnovationen und



Contribution. Sie erlaubt es uns, sowohl den positiven als auch den negativen Einfluss unserer Produkte und Geschäftsaktivitäten auf Mensch und Umwelt zu messen und nachzuverfolgen.

verbesserten Produktions- und Beschaffungsprozessen wollen wir den Product Impact stetig erhöhen und 2025 6,5 Milliarden Wasserflaschen pro Jahr vermeiden. Gleichzeitig wollen wir den Company Carbon Footprint so weit wie möglich reduzieren.



Die Planet Contribution wird, gleichgesetzt mit Umsatz und Gewinn, als Steuerungsgröße



Nachhaltigkeitsziele

Fokussiert agieren.

Im Jahr 2021 haben wir unsere Nachhaltigkeitsstrategie in der Sustainability Charter konkretisiert. Wir haben in Kooperation mit unseren wichtigsten Stakeholdern die Themen Materialien, Verpackung, Wiederverwendung & Recycling und Emissionen als die für uns strategisch relevantesten Handlungsfelder definiert und für diese konkrete Ziele festgelegt. Den Erreichungsgrad dieser Ziele messen und steuern wir mit spezifischen Kennzahlen. Die Sustainability Charter dient Mitarbeitenden, Führungskräften und Entscheidungstragenden als Leitbild und Orientierung. Sie hilft, Maßnahmen zu priorisieren und die unternehmensweiten Nachhaltigkeitsziele in der aktuellen Strategieperiode zu erreichen.

Für die Ermittlung der Handlungsfelder haben wir interne Stakeholder befragt, die Themen gesammelt

und anschließend priorisiert. Die dadurch gewonnenen Erkenntnisse wurden um Ergebnisse aus unserer Marktforschung sowie allgemeinen Trendstudien zu Nachhaltigkeitsthemen sowie um weitere Einsichten aus dem Austausch mit B2B-Kund:innen und anderen Stakeholdern

**In der Sustainability
Charter sind unsere Ziele bis 2025
verankert**

ergänzt. Nach Bewertung der Erkenntnisse hat die Zentralfunktion Sustainability in Zusammenarbeit mit dem Executive Board die Nachhaltigkeitsziele für 2025 festgelegt. Zukünftig wollen wir bei der Definition materieller Themen und der Anpassung unserer Strategie noch stärker den Austausch mit verschiedenen Stakeholdern nutzen. Ein besonderer Fokus wird dann auf der Einbindung von externen Interessengruppen, etwa von B2B-Kund:innen und Geschäftspartner:innen liegen. Ihr Feedback und Input hilft uns, die richtigen Akzente zu setzen.



Nachhaltigkeitsziele

Sustainability Charter



Nachhaltigkeitsziele: Hier stehen wir

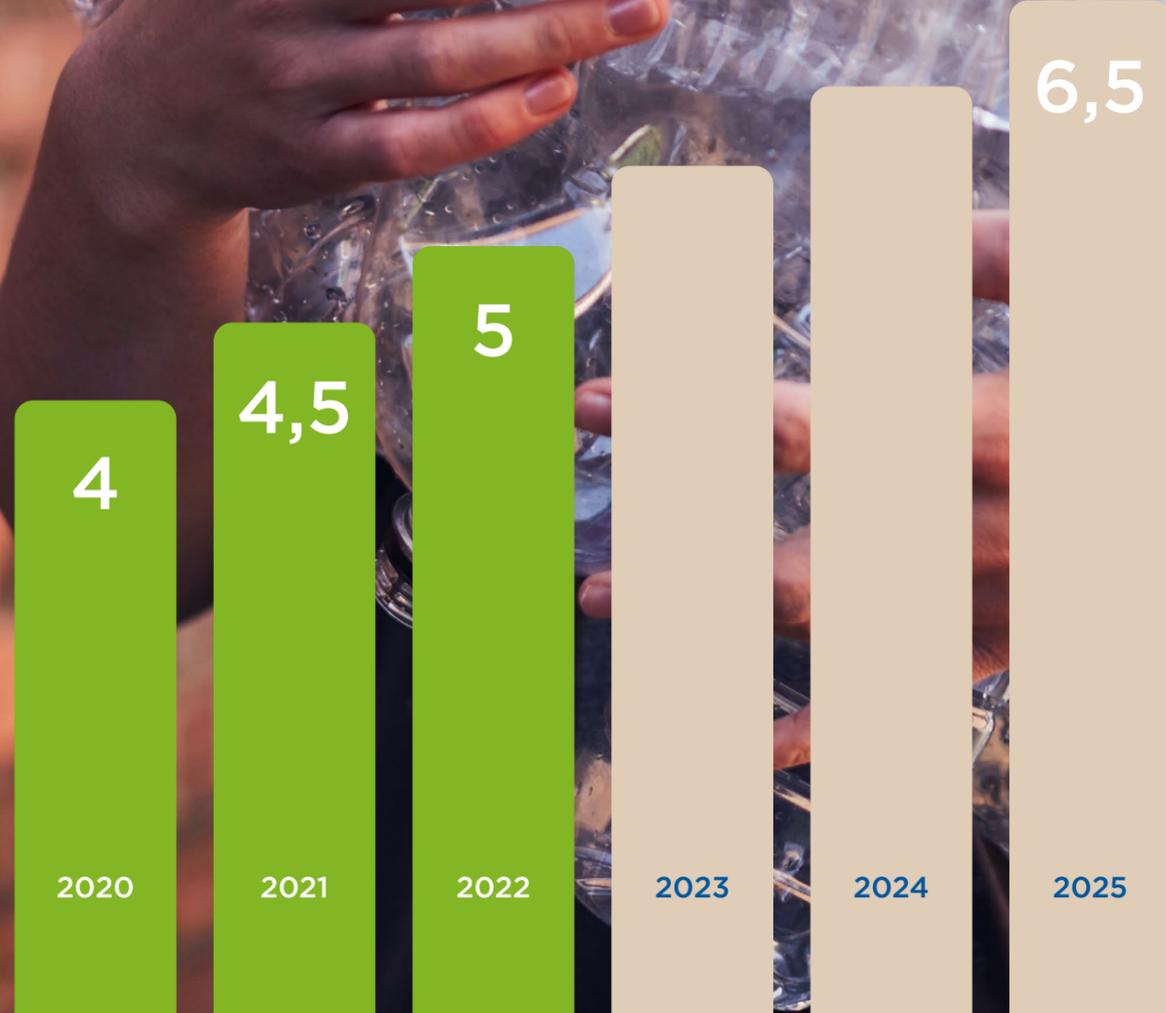
Fortschritte macht man am besten Schritt für Schritt.



Product Impact

Im Bereich des Product Impacts konnten wir in den letzten Jahren beachtliche Erfolge verzeichnen. Im Jahr 2020 waren es noch vier Milliarden Wasserflaschen, die durch die Nutzung von BRITA Produkten pro Jahr vermieden wurden. Seitdem hat sich viel getan, und 2022 war diese Zahl bereits auf fünf Milliarden gestiegen. Damit sind wir auf dem besten Weg, unser Ziel von jährlich 6,5 Milliarden vermiedenen Wasserflaschen im Jahr 2025 zu erreichen.

Vermiedene Wasserflaschen pro Jahr in Milliarden



Materialien



Leicht, langlebig und flexibel: Aufgrund seiner Materialeigenschaften ist Kunststoff aktuell noch ein wichtiger Rohstoff für unsere Produkte. Gerade weil sie mit Wasser in Berührung kommen, unterliegen sie außerdem strengen Hygienevorschriften, sodass wir bei der Auswahl unserer Materialien neben Nachhaltigkeitsaspekten viele andere Eigenschaften berücksichtigen müssen. Wir arbeiten jedoch mit Fokus daran, alternative Materialien zu finden, die die Umwelt weniger belasten und gleichzeitig unseren hohen Ansprüchen an Qualität und Sicherheit sowie den regulatorischen Vorgaben in unseren Märkten gerecht werden. Doch wir stellen uns der Herausforderung. Wir haben uns das Ziel gesetzt, fabrikneue Kunststoffe in unserem Kernportfolio bis 2025 um 30% zu verringern. Nach knapp zwei Jahren haben wir erste Erfolge vorzuweisen und eine Reduktion um 6,4% erreicht. Das bedeutet zwar, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Es heißt aber auch, dass

wir unsere Bemühungen verstärken müssen, um unserer Ziel bis 2025 zu erreichen.

Bei der Suche nach Ersatzmaterialien für fossiles Plastik, hat sich bio-basierter Kunststoff als besonders vielversprechend gezeigt. Bio-basierter Kunststoff wird ganz oder teilweise aus nachwachsenden pflanzenbasierten Rohstoffen gewonnen und ist genauso langlebig und recycelbar wie regulärer Kunststoff. Tatsächlich ist er oft nur durch Analysen im Labor von regulärem Plastik zu unterscheiden. Aber: bio-basierte Kunststoffe können auch kritisch

gesehen werden. Dessen sind wir uns bewusst – und legen deshalb klare Richtlinien für den Einsatz dieser Materialien in unseren Produkten fest. Wir

glauben nämlich, dass landwirtschaftliche Flächen ausschließlich für den Anbau von Lebensmitteln genutzt werden sollten. Deshalb verwenden wir nur bio-basierte Kunststoffe, deren Herkunft wir nachvollziehen können und die ausschließlich aus

Die Suche nach nachhaltigen Materialien bleibt eine unserer zentralen Aufgaben für die nächsten Jahre



Materialien

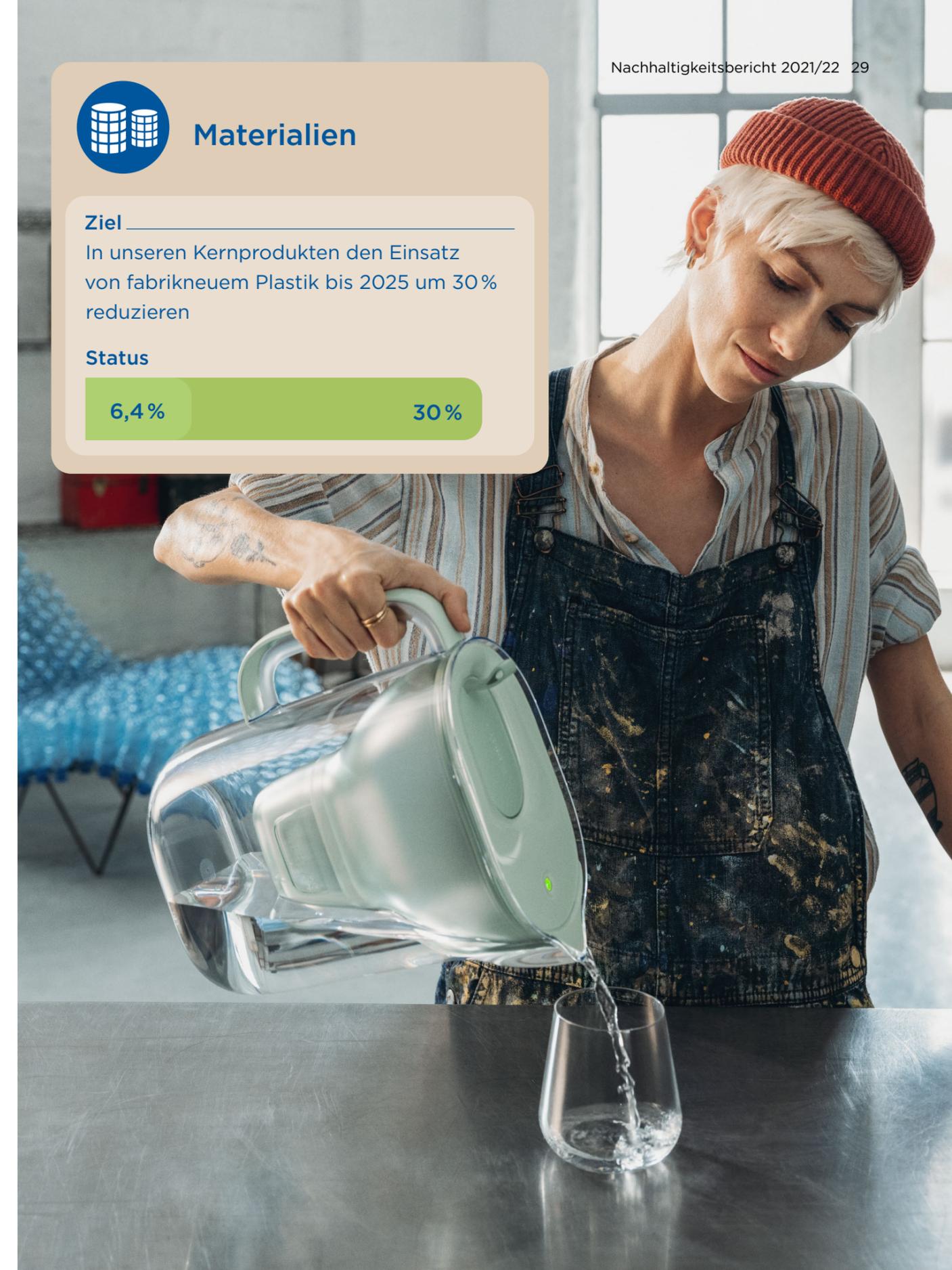
Ziel

In unseren Kernprodukten den Einsatz von fabrikneuem Plastik bis 2025 um 30% reduzieren

Status

6,4%

30%



Nebenprodukten oder Reststoffen anderer Prozesse hergestellt werden – und die nicht mehr als Nahrungsmittel genutzt werden können.

Der bio-basierte Anteil unseres Style eco Tischwasserfilters besteht z. B. aus Tallöl, einem Beiprodukt aus der Forstwirtschaft. Die neue MAXTRA PRO Kartusche enthält bio-basierten Kunststoff, der aus der Raffinierung von Pflanzenöl, welches nicht mehr zum Verzehr geeignet ist, stammt. Durch den Einsatz dieses innovativen Materials konnten wir den Anteil an fossilem Kunststoff in beiden Produkten um über 50% reduzieren.

Immer wenn wir in Verbindung mit unseren Produkten von bio-basiertem Kunststoff sprechen, geben wir eine Prozentzahl an sowie einen Hinweis auf den sogenannten Massenbilanzansatz. Der Massenbilanzansatz ist eine Abrechnungsmethode, bei der (in unserem Fall) bio-basierte Materialien während des

**Style eco und MAXTRA PRO:
Anteil an fossilem Kunststoff um
über 50% reduziert**

Produktionsprozesses mit fossilen Materialien gemischt und dann dem Endprodukt anteilig zugerechnet werden. Alle unsere zuliefernden Unternehmen arbeiten nach den Vorgaben des international anerkannten ISCC PLUS Labels – einem Zertifizierungsstandard, der das bio-basierte Material über den gesamten Produktionsprozess hinweg verfolgt.

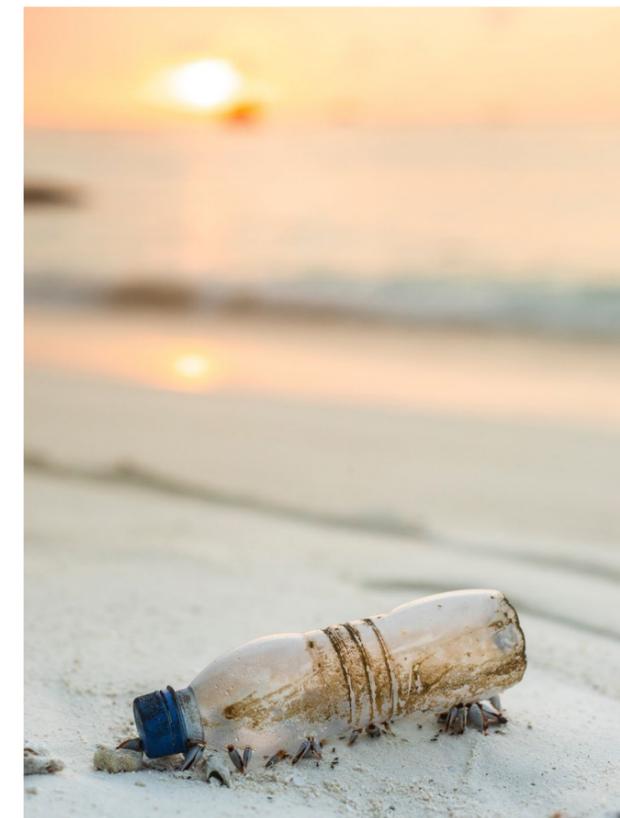
In einem herausfordernden Umfeld mit hohen technischen Anforderungen und strengen Regularien bleibt die Suche nach nachhaltigen Materialien eine unserer zentralen Aufgaben der nächsten

Jahre. Während wir im Consumer Segment bereits erste Produkte auf den Markt bringen konnten, gibt es in den Segmenten Professional Filter

und Dispenser noch viel Potenzial, das es auszuschöpfen gilt. Erste Projekte sind dort bereits identifiziert und können umgesetzt werden. Und wie so oft ist auch im Bereich der nachhaltigen

Materialien nicht alles schwarz oder weiß. Während bio-basierte Kunststoffe derzeit eine sinnvolle Alternative im Bereich der wasserberührenden Materialien sind, ist uns bewusst, dass es aus Sicht der Nachhaltigkeit noch bessere Optionen gibt. Deshalb wollen wir künftig auch einen Fokus auf den Einsatz von Kunststoffrecyklaten legen.

Für viele unserer Produkte haben wir inzwischen Product Carbon Footprints berechnet. Das bedeutet, wir wissen genau, wo die Hebel für mehr Nachhaltigkeit sind – und dieses Wissen wollen wir in der Entwicklung neuer Produkte nutzen. Ökodesign-Thinking und Design für Recycling sollen institutionalisiert und das entsprechende Fachwissen weiter vertieft werden. Klare Vorgaben werden dabei helfen, konsequent den Weg in Richtung Zielerreichung zu gehen.





Ein neuer Star – der BRITA Tischwasserfilter aus Glas

Bio-basierte Kunststoffe sind für uns eine Möglichkeit, unsere Abhängigkeit von fossilen, fabrikneuen Kunststoffen zu reduzieren. Doch auch ein anderes Material bietet sich an. Mit dem BRITA Tischwasserfilter aus Glas haben wir jetzt endlich einen Tischwasserfilter im Angebot, auf den viele Verbraucher:innen lange gewartet haben. Hergestellt ist er aus leichtem, hitzebeständigem Borosilikatglas, über 60 % davon aus Produktionsausschüssen, die weiterverwertet werden. Der Kunststofftrichter, auf den wir aus technischen Gründen nicht verzichten können, besteht bei diesem Produkt aus 100 % bio-basiertem Kunststoff. Insgesamt haben wir in dem Produkt die Menge an fossilem Kunststoff um 83 % reduziert. Der Tischwasserfilter aus Glas ist ein kleiner Meilenstein für BRITA und wird sicher nicht das letzte Produkt seiner Art sein.



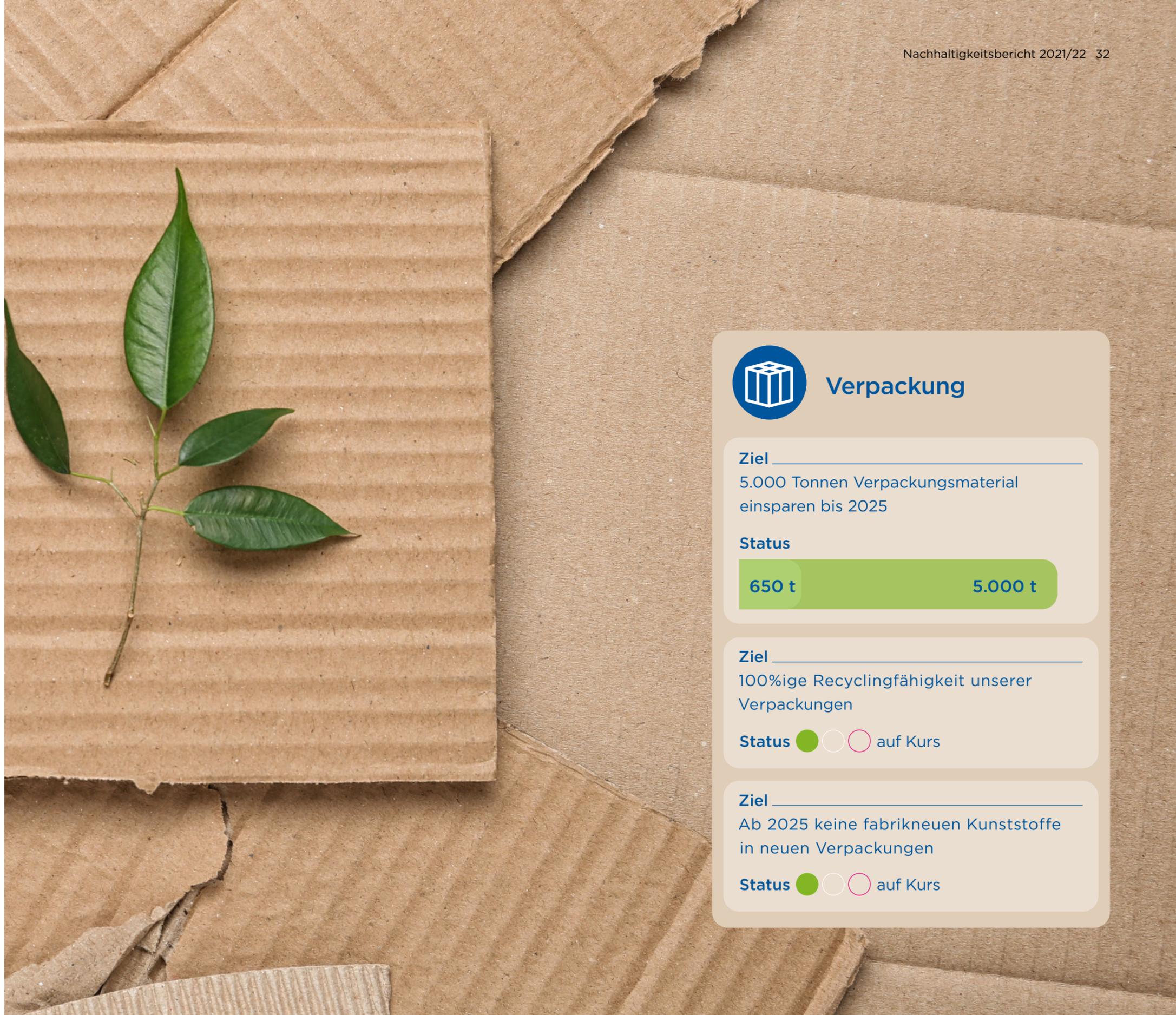
ISCC (International Sustainability und Carbon Certification) ist eine unabhängige Multi-Stakeholder-Initiative und ein weltweit führendes Zertifizierungssystem für nachhaltige Lieferketten. Mit dem ISCC PLUS Zertifizierungsstandard können herstellende Unternehmen und Marktteilnehmende z. B. aus der Lebensmittel-, Chemie- oder Bioplastikindustrie sicherstellen, dass ihre gesamte Lieferkette – von der Landwirtschaft bis zum fertigen Endprodukt – transparent geprüft wird. BRITA arbeitet seit 2021 mit ISCC PLUS zertifizierten bio-basierten Kunststoffen.

Verpackung



Verpackungen sollen wichtige Informationen übermitteln und gleichzeitig sicherstellen, dass unsere Produkte unbeschädigt und in einwandfreier Qualität bei unseren B2B-Kund:innen und Verbraucher:innen ankommen. Dabei werden Verpackungen an vielen anderen Stellen in der Herstellung von Produkten gebraucht – z. B. für den Transport von Rohmaterialien oder in der Logistik. Wir haben uns zum Ziel gesetzt, bis 2025 insgesamt 5.000 Tonnen Verpackungsmaterial einzusparen und ab 2025 keine fabrikneuen Kunststoffe in unseren Verpackungen mehr einzusetzen. Ganz vermeidbar sind Verpackungen aber nicht, deshalb wollen wir gleichzeitig sicherstellen, dass die hohe Recyclingfähigkeit unserer Verpackungen, die wir heute bereits erreicht haben, weiterhin bestehen bleibt.

In den vergangenen zwei Jahren haben wir im Bereich der Verpackungsoptimierung eine erfreuliche Entwicklung gesehen. Es wurden z. B. an bestimmten Produktionsstandorten wiederverwendbare Verpackungen für die Anlieferungen von Materialien eingeführt. Diese haben wir in



Verpackung

Ziel _____
5.000 Tonnen Verpackungsmaterial einsparen bis 2025



Ziel _____
100%ige Recyclingfähigkeit unserer Verpackungen

Status ● ○ ○ auf Kurs

Ziel _____
Ab 2025 keine fabrikneuen Kunststoffe in neuen Verpackungen

Status ● ○ ○ auf Kurs

Zusammenarbeit mit den größten Lieferunternehmen entwickelt und dadurch seit 2020 bereits mehr als 435 Tonnen Kartonage eingespart. Der Onlinehandel, der einen stetig wachsenden Anteil unseres Geschäfts ausmacht, ist ein besonderer Fokus unserer Verpackungsstrategie. Gerade durch die zusätzlichen Versandkartons und Füllmaterialien entstehen dort große Mengen an Verpackungsmüll. Hier setzen wir an. Wir haben für bestimmte Produkte ein sogenanntes Ship-in-own-Container-Konzept eingeführt, bei dem bestellte Produkte direkt in der Originalverpackung ohne zusätzlichen Umkarton versendet werden. Durch diese Initiative hat BRITA seit Einführung im April 2021 bereits 225 Tonnen Versandmaterial eingespart. Diese Art der Verpackung prüfen wir für weitere Produkte und Anwendungsbereiche.

Schrittweise Verbesserungen nehmen wir an den Verpackungen unserer bestehenden Produkte vor. Zum Beispiel konnten wir Styropor als

Verpackungsmaterial über alle Produktsegmente hinweg fast komplett eliminieren. So werden etwa die Ersatzteile unserer Dispenser nicht mehr in Luftpolsterfolie und Styropor verpackt, sondern in Papier und 80% recycelter Pappe.

Wir priorisieren den Einsatz von FSC-zertifizierten Papiermaterialien. Im Professional Filter Segment sowie bei den Dispensern arbeiten wir daran, umfangreiche Gebrauchsanweisungen zukünftig digital anzubieten und so auch hier den Ressourcenverbrauch zu reduzieren.

Für erste Dispenser Modelle werden die digitalen Anleitungen 2023 eingeführt, im Professional Filter Segment soll die Umstellung bis 2024 erfolgen.

In der Gestaltung neuer Produktverpackungen ist „so wenig wie möglich, so viel wie nötig“ unser Leitsatz. Da, wo es ohne Verpackung nicht geht, ist unser zentrales Ziel eine hohe und sehr gute Recyclingfähigkeit unserer

Verpackungsmaterialien und die Unterstützung einer Kreislaufwirtschaft. Bereits heute sind alle unsere Verpackungsmaterialien recycelbar.

Das bedeutet möglicherweise, dass Materialien, die Verbraucher:innen vielleicht erst mal als nachhaltig wahrnehmen – wie z. B. kompostierbare Folien – am Ende nicht unseren hohen Ansprüchen an Recyclingfähigkeit genügen. Trotzdem haben wir auch hier eine klare Zielsetzung – nämlich ab 2025 in neuen Produkten komplett auf fossiles Neuplastik in den Verpackungen zu verzichten. Mit dem neuen BRITA Tischwasserfilter Glas haben wir es erstmals geschafft, ein Produkt auf den Markt zu bringen, dessen Verpackung vollkommen ohne Plastik auskommt. Ein toller Erfolg, von dem wir für die Zukunft viel lernen können.





Wiederverwendbare Verpackungen in der Produktion

Die Einzelteile für unsere Haushalts- und Professional Filter Kartuschen beziehen wir von Lieferunternehmen, mit denen wir eine langjährige und vertrauensvolle Geschäftsbeziehung pflegen. Um den Verpackungsaufwand zu verringern, haben unsere internen Expert:innen gemeinsam mit den Lieferunternehmen ein wiederverwendbares Verpackungssystem entwickelt. Zum Einsatz kommen dabei faltbare Boxen, in denen die Einzelteile an unsere Produktionsstätten geliefert werden. Unsere Produktionsmitarbeitenden packen die Teile aus, falten die Boxen und stapeln sie auf eine Palette. Wenn die nächste Abholung durch das Lieferunternehmen ansteht, werden die Boxen zurück ins Werk des Lieferunternehmens gebracht, wo sie wieder aufgestellt und neu befüllt werden. Obwohl die neuen Boxen aus Pappe sind, können sie mehr als zehnmal wiederverwendet werden.

Dieses neue System bringt mehrere Vorteile mit sich. Bislang wurden über 430 Tonnen Material eingespart, was sowohl die Kosten als auch die CO₂-Emissionen senkt! Die wiederverwendbaren, faltbaren Boxen sind einfacher zu handhaben und minimieren das Risiko von Schnittverletzungen für unsere Produktionsmitarbeitenden. Und die enge Zusammenarbeit mit unseren Lieferunternehmen stärkt die Beziehung zu ihnen – und öffnet die Türen für noch bessere Ideen.

Aktuell werden die faltbaren Boxen in unseren Produktionsstätten in Deutschland und China eingesetzt. Weitere Anwendungen und Kooperationen mit zusätzlichen Lieferunternehmen werden derzeit geprüft und hoffentlich bald umgesetzt.

Wiederverwendung & Recycling



Vor über 30 Jahren haben wir angefangen, gebrauchte Filterkartuschen zu recyceln. Heute hebt uns der hausinterne Trenn- und Regenerierprozess vom Wettbewerb ab und stärkt das Vertrauen unserer B2B-Kund:innen und Verbraucher:innen in unsere Nachhaltigkeit. Mit der Regenerierung des Ionenaustauschers leisten wir einen echten Beitrag zur Kreislaufwirtschaft, denn er kann immer wieder in neuen Produkten eingesetzt werden, ohne an Qualität zu verlieren. Wir haben uns für 2025 das Ziel gesetzt, 20% des Ionenaustauschers, den wir in der Produktion benötigen, aus recycelten Kartuschen zu gewinnen – ein ambitioniertes Ziel angesichts unserer angestrebten Wachstumsraten in allen Produktsegmenten. Und noch besser: Bereits 2022 lag dieser Anteil bei 21%! Damit konnten wir ein wichtiges Ziel Jahre im Voraus erreichen. Sollte sich der Trend auch für 2023 fortsetzen, werden wir das Ziel für 2025 entsprechend ambitionierter formulieren.

Neben der hausinternen Aufbereitung des Ionenaustauschers streben wir an, auch die anderen

Materialien, wie Aktivkohle und Kunststoffe, einer sinnvollen weiteren Verwertung zuzuführen. Die Aktivkohle etwa wird von einem Lieferunternehmen zurückgenommen, reaktiviert und kann dann in anderen industriellen Anwendungen genutzt werden. Auch bei den Kunststoffen versuchen wir, möglichst große Transparenz über die weitere Nutzung zu erhalten. Der glasfaserverstärkte Kunststoff der Professional Filter Kartuschen, z. B., findet eine weitere Verwendung in der Herstellung von Plastik-elementen für die Automobilindustrie. Insgesamt haben unsere Kartuschen aus dem Professional-Bereich eine Recyclingfähigkeit von etwa 80% bis 85%. Das Polypropylen der Haushaltskartuschen wird derzeit dem gängigen Kunststoffrecycling zugeführt.

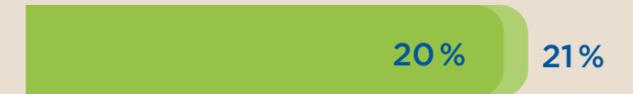
Der Erfolg unseres Kartuschenrecyclings ist in großem Maße von einer Stakeholder-Gruppe abhängig: unseren Kund:innen. Denn nur wenn benutzte Kartuschen an uns zurückgegeben werden, können sie recycelt werden. In der Region EMEA



Wiederverwendung & Recycling

Ziel Anteil des recycelten Ionenaustauschers an Gesamtmenge bis 2025 auf 20% steigern

Status Ziel 2022 bereits übertroffen



Ziel System zur Aufarbeitung von Wasserspendern bis 2023 einführen

Status ○ ● erhöhter Fokus notwendig



konnten wir 2021 und 2022 hier einen positiven Trend beobachten. So erhöhte sich die Recyclingrate der von Privathaushalten zurückgeschickten Kartuschen um rund 14 %. Wesentlich dazu beigetragen haben unsere Initiativen, die Rückgabe der gebrauchten Kartuschen für Verbraucher:innen zu erleichtern. Dazu gehören z. B. Sammelboxen, die wir in Zusammenarbeit mit unseren Partnerunternehmen in vielen EMEA- und APAC-Märkte aufgestellt haben. Diese werden regelmäßig geleert und die gebrauchten Kartuschen in unsere Recyclinganlage in Taunusstein gebracht. Haushaltskartuschen können dabei fast vollständig recycelt werden – unsere neue MAXTRA PRO Kartusche sogar zu 99%!

Im Segment Professional Filter stieg die Quote der zurückgeführten Kartuschen um rund 7%. Begründet liegt diese Entwicklung hauptsächlich in Sensibilisierungskampagnen in den einzelnen Märkten. Insgesamt liegt die Rückfuhrquote im gesamten Professional Filter Segment bei über 50%. Dies beinhaltet auch Kartuschen, die in unseren Dispensern eingesetzt werden. Etwa 80% des

gesamten regenerierten Ionenaustauschers wurden aus zurückgeführten Professional Filter Kartuschen gewonnen.

Im Jahr 2022 haben wir im Bereich Professional Filter außerdem eine neue Initiative gestartet, um die Rückholquote weiter zu steigern. B2B-Kund:innen können nun BRITA Sustainability Partner werden und sich freiwillig zum Recycling ihrer Kartuschen verpflichten. Dazu bieten wir faltbare Ready-to-use-Sammelboxen. Diese werden entweder von uns oder einem Partnerunternehmen, oft im Rahmen der regelmäßigen Wartung, abgeholt. Im Gegenzug bekommen sie ein jährliches Zertifikat ausgestellt, welches für die eigene Nachhaltigkeitskommunikation genutzt werden kann. Zukünftig wollen wir weitere Initiativen anstoßen, um unsere Kund:innen zur Rückgabe von gebrauchten Kartuschen zu motivieren. Dafür erproben wir verschiedene Anreizsysteme oder Sonderkonditionen im BRITA Onlineshop. In Großbritannien wollen wir zusammen mit einem Landkreis testen, ob eine Rückgabe von BRITA Kartuschen über die haushaltsnahe Sammlung eine Option sein kann.

Vielleicht wird nicht jedes Projekt ein Erfolg – aber wichtige Erkenntnisse gewinnen wir auf alle Fälle, um dieses wichtige Thema weiter voranzutreiben.

Während wir bei den Filterkartuschen unsere Recyclingansätze kontinuierlich ausbauen, liegt der Fokus bei den Wasserspendern darauf, die Geräte und Materialien möglichst lange in Nutzung zu halten. Refurbishment, also das Wiederaufbereiten und Generalüberholen von Geräten, ist hier das Ziel. In unseren wichtigsten Märkten Deutschland, Frankreich und Großbritannien wird das Leben einzelner Dispenser-Produkte bereits systematisch verlängert. Dazu bewerten wir im ersten Schritt, ob ein an uns zurückgegebener Wasserspender repariert oder wiederaufbereitet werden kann, um als gebrauchtes Modell erneut auf den Markt zu kommen. Ziel ist es, diese Vorgehensweise bis Ende 2023 zu systematisieren und auf weitere Produkte im Portfolio auszuweiten. Darüber hinaus sind wir regelmäßig mit lokalen Organisationen im Gespräch, um sie anzuregen, Reparatur- und Generalüberholungsservices in ihrem Verantwortungsbereich zu implementieren.





BRITA Korea Green Leaf Membership Initiative für Kartuschenrecycling

Kartuschenrecycling in APAC

Das Herzstück unseres Recyclingprozesses ist die Regenerierung des erschöpften Ionenaustauschers. Derzeit findet dieser Prozess an unserem Hauptsitz in Taunusstein statt und ist damit aus verschiedensten Gründen nur für die Kartuschen zugänglich, die problemlos dorthin zurückgeführt werden können – also die aus den Märkten der EU, Schweiz und Großbritannien. Doch auch in Asien übernehmen wir Verantwortung für das Lebensende unserer Kartuschen. In Australien, Korea, Taiwan und China sind unsere Tochtergesellschaften lokale Partnerschaften eingegangen, um ein Kartuschenrecycling zu ermöglichen. Mit kreativen Lösungen und Anreizsystemen motivieren sie Verbraucher:innen, Kartuschen zu sammeln und an uns zurückzuschicken – in Korea gibt es sogar einen Abholservice für gebrauchte Kartuschen, um den dortigen Lifestyle-Gewohnheiten gerecht zu werden.

Wenn wir lokale Recyclingsysteme aufsetzen, legen wir hohe Qualitätsstandards an. Wir arbeiten nur mit vertrauensvollen Partner:innen zusammen und prüfen genau, wie die einzelnen Bestandteile der Kartusche recycelt werden. Regulatorische Anforderungen werden selbstverständlich eingehalten. Und auch wenn nicht überall die technologische Infrastruktur vorhanden ist, um alle Materialien hochwertig zu recyceln – unser primäre Ziel ist es, unsere Kartuschen davor zu bewahren, auf Deponien zu landen. Auf die ersten Schritte dahin können wir sehr stolz sein!

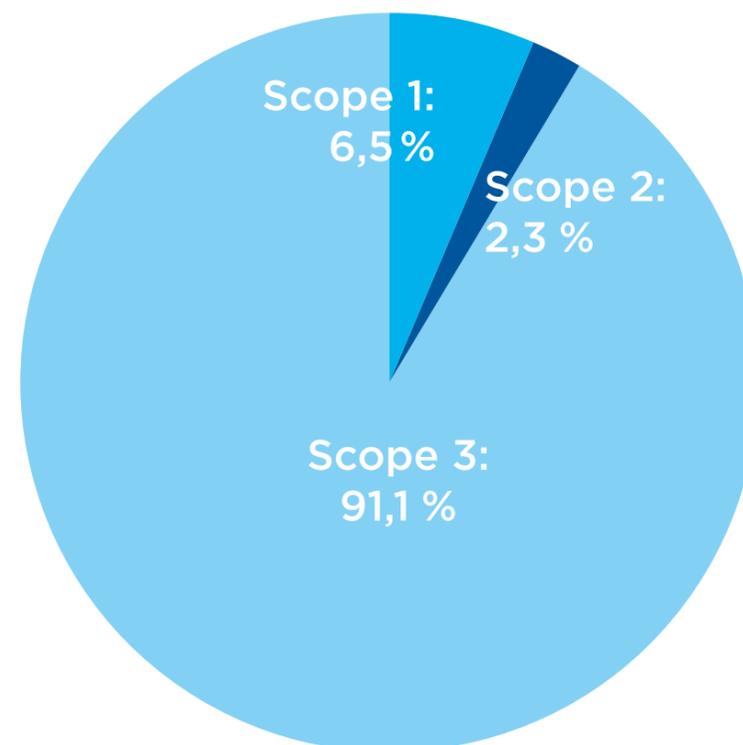


Emissionen



Nachhaltig wirtschaften ohne Klimaschutz? Heutzutage undenkbar. Auch BRITA hat sich zum Ziel gesetzt, einen angemessenen Beitrag zur Erreichung der globalen Klimaziele zu leisten. Seit 2015 erheben wir jährlich unseren globalen CO₂-Fußabdruck nach dem Greenhouse Gas Protocol Standard. Er beinhaltet sowohl direkte Emissionen unserer Geschäftsaktivitäten als auch jene, die in unserem Auftrag ausgestoßen werden. Diese Scope 3 Emissionen sind, wie bei fast allen produzierenden Unternehmen, aktuell für den größten Teil unserer Gesamtemissionen verantwortlich. Die wichtigsten Emissionsquellen in unserem Company Carbon Footprint sind: zugekaufte Materialien und Bauteile (82,0%), die Nutzung von Erdgas und Heizöl (3,4%), die Fahrzeugflotte (3,1%) und die Logistik (3,0%).

Im Berichtszeitraum war unser grundsätzliches Ziel, unseren CO₂-Fußabdruck zu reduzieren, auch wenn wir noch keine konkreten Reduktionsziele definiert haben. Hier konnten wir gute Fortschritte erzielen. So gelang es uns, von 2019 bis 2021 die Emissionen pro produzierter Kartusche



Verteilung BRITA CO₂-Emissionen



Emissionen

Ziel _____
Unsere Emissionen aus Scope 1 und 2, Logistik und Dienstreisen CO₂-neutral ab 2023

Status ● ○ ○ auf Kurs

Ziel _____
Bis 2023 Weg zu Netto-Null-Emissionen festlegen

Status ○ ● ○ hinter Plan

um 13% zu senken. Die Emissionen pro verkaufter Kartusche wurden sogar um 20% reduziert. Das bedeutet, dass wir auf einem guten Weg sind, unser Wachstum von den Emissionen zu entkoppeln. Ausschlaggebend für diese erfreuliche Entwicklung waren dabei vor allem gezielte Investitionen in nachhaltige Infrastruktur, die weitere Umstellung auf erneuerbare Energien und Effizienzsteigerungen in der Produktion. Unsere detaillierten Energie- und Emissionskennzahlen sind im Abschnitt „Energie und Emissionen“ zu finden.

In unserer Nachhaltigkeitsstrategie haben wir für den Bereich Emissionen klare Ziele definiert, mit deren Umsetzung wir 2023 beginnen werden. Zum einen planen wir weitere Maßnahmen, um unsere Emissionen, auch entlang unserer Lieferkette, zusätzliche zu reduzieren. Zum anderen wollen wir bis Anfang 2024 eine umfassende Roadmap für unseren Weg zu Net-Zero-Emissionen erarbeiten, zu der auch erste konkrete Reduktionsziele in relevanten Emissionskategorien gehören. Dabei werden wir uns an gängigen Rahmenwerken und der Methodik der Science-based Target Initiative

(SBTi) orientieren. Auf dem Weg zu Net Zero werden auch wir nicht ohne Kompensation von CO₂-Emissionen auskommen. In einem ersten Schritt haben wir uns vorgenommen, nicht vermeidbare Emissionen aus Scope 1 und 2 sowie der Fahrzeugflotte und Dienstreisen beginnend mit dem Jahr 2023 neutral zu stellen.

Seit der Definition dieses Ziels gab es viele Erkenntnisse und auch öffentliche Diskussionen rund um das Thema CO₂-Kompensation. Deshalb ist uns wichtig klarzustellen: Ein Offsetting um jeden Preis kann nicht die Lösung sein. Wichtiger als die rechnerische „Null“ ist für uns, kontinuierlich an der Reduktion unserer Emissionen zu arbeiten. Und wenn wir Emissionen kompensieren, dann wollen wir das mit Bedacht und unter Anwendung höchster Qualitätsstandards tun. Wir wollen in Projekte investieren, die zu BRITA passen und einen echten Beitrag zum Klimaschutz leisten. Und wir wollen mit Partnern zusammenarbeiten, die unsere Werte und Vision teilen. Wenn das etwas länger dauert als geplant – dann ist es uns das wert.



3 Fragen



an
Alessia Turato
Manufacturing Manager
BRITA Italia Manufacturing

Wie lange beschäftigst du dich als Ingenieurin schon mit dem Thema Nachhaltigkeit?

Im April 2022 bin ich in das Team von Sustainability@Manufacturing eingestiegen, einer Arbeitsgruppe unter der Leitung von Ines Kircheis aus dem Bereich Industrial Engineering, in der sich Kolleg:innen aller Produktionsstandorte regelmäßig zum Austausch treffen. Gemeinsam arbeiten wir intensiv an verschiedenen produktionsrelevanten Nachhaltigkeitsthemen.

Was sind die größten technischen Herausforderungen für BRITA, um Produktionsprozesse noch nachhaltiger zu gestalten?

Bei Dispensern sehe ich eine Herausforderung in den vergleichsweise geringen Stückzahlen, die bestimmte Investitionen in Nachhaltigkeit bisher

nicht rechtfertigen. Ein weiterer Aspekt ist die große Anzahl von Lieferunternehmen aus Asien, die zum Teil noch keine nachhaltige Produktion und Logistik bieten können.

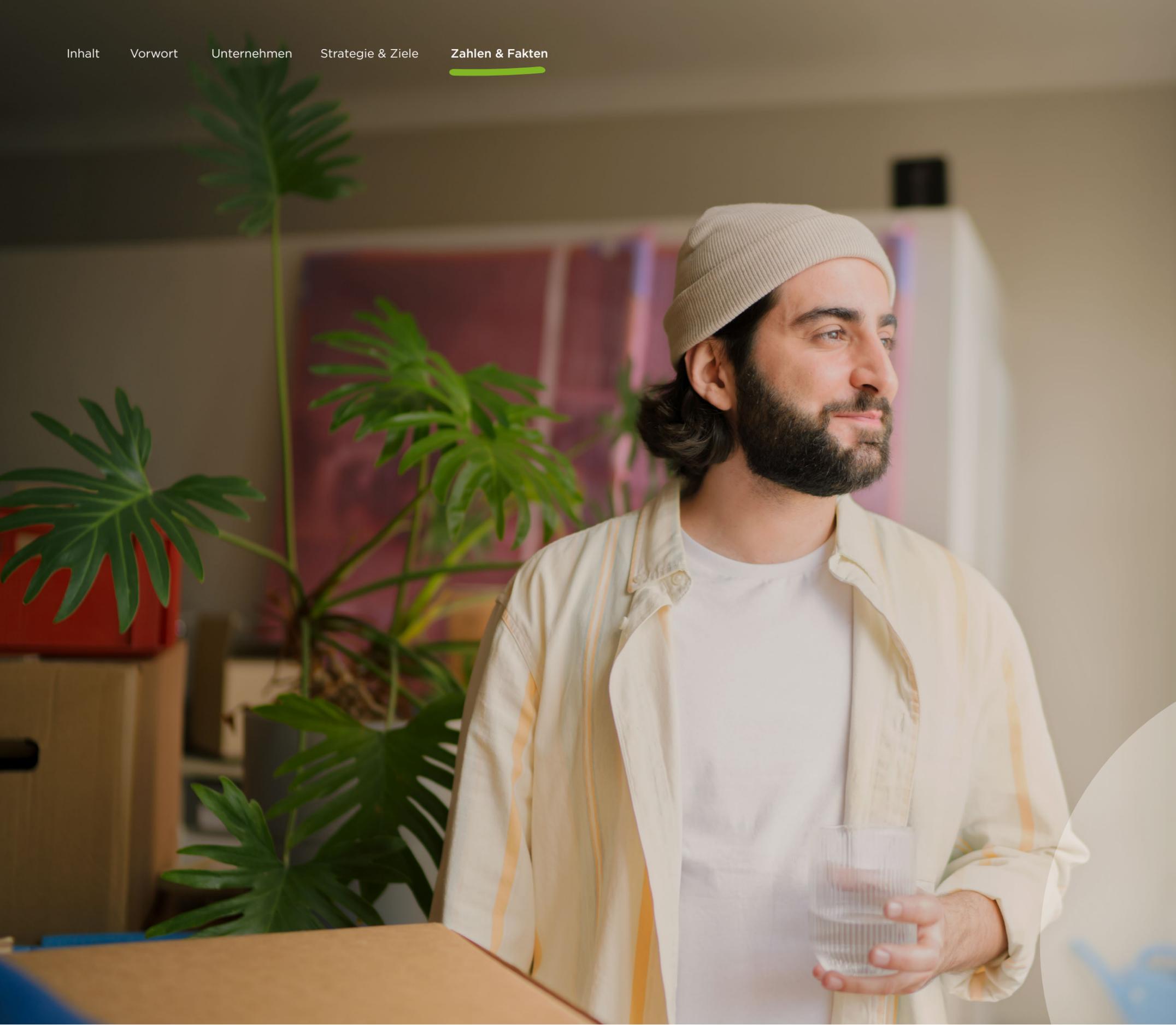
Kannst du ein Beispiel nennen, wo es deinem Team gelungen ist, durch innovative Technik positive Umwelteffekte zu erzielen?

Ich freue mich sehr, dass es unserem Team in Italien gelungen ist, den CO₂-Fußabdruck durch eine ganze Reihe von Maßnahmen zu verringern. Wir haben z. B. Abfallverdichter im Werk eingeführt, die Produktion des C-Tap optimiert und Transportwege reduziert.

Darüber hinaus arbeiten wir kontinuierlich an Lösungen, um weniger Wasser und Energie für verschiedene Prozesse zu verbrauchen.

Wir konnten unseren CO₂-Fußabdruck in der Dispenser-Produktion signifikant reduzieren





Zahlen & Fakten

Zertifizierte Managementsysteme

Kontinuierlich besser werden.



Wir nehmen unsere Verantwortung ernst. Deshalb sind wir in allen Bereichen der Nachhaltigkeit engagiert. In diesem Kapitel widmen wir uns Themen, die zwar nicht unmittelbar im strategischen Fokus stehen, jedoch von großer Bedeutung für unser unternehmerisches Handeln sind. Wir gewähren einen detaillierten Einblick in unsere Nachhaltigkeitsinitiativen, Kennzahlen und Verantwortlichkeiten in verschiedenen Bereichen.

Für Qualität, Umwelt- und Arbeitsschutz haben wir Managementsysteme eingeführt, die uns helfen, unsere Abläufe und Prozesse zu steuern und kontinuierlich zu verbessern. Auch unsere B2B-Kund:innen und Geschäftspartner:innen legen zunehmend Wert darauf, dass ein effizienter Umgang mit Ressourcen und Energie sowie die Fürsorge für Mitarbeitende durch zertifizierte Systeme gewährleistet und nachweisbar sind.

Die Produktionsstandorte für unsere Filterkartuschen in Deutschland, Großbritannien und China sind nach dem anerkannten Qualitätsmanagementstandard ISO 9001 zertifiziert. Sie erfüllen außerdem die Anforderungen der Normen ISO 14001 für Umweltmanagement und ISO 45001 für Arbeitsschutz. Als letzter unserer Produktionsstandorte wird im Oktober 2023 auch die Wasserspenderproduktion im italienischen Arsago Seprio nach diesen drei Standards zertifiziert werden. Die Filltech GmbH, die CO₂-Kartuschen für Sprudlersysteme befüllt, besitzt ebenfalls eine



| | Filterkartusche | | | Wasserspender | CO ₂ -Zylinder |
|-----------|-----------------|----------|-------------|---------------|---------------------------|
| | BRITA SE | BRITA UK | BRITA CHINA | BRITA ITALIA | Filltech |
| ISO 9001 | X | X | X | X (Okt. 23) | X |
| ISO 14001 | X | X | X | X (Okt. 23) | |
| ISO 45001 | X | X | X | X (Okt. 23) | |
| ISO 22000 | | | | | X |
| BRC | X | X | X | | |
| SMETA | X | X | | | |

Zertifizierungen an Produktionsstandorten

Zertifizierung nach ISO 9001 sowie die ISO 22000 für Lebensmittelsicherheit. Und als erster Vertriebsstandort evaluiert die BRITA Vivreau GmbH derzeit die Umsetzung einer ISO-Zertifizierung.

Unabhängig von Zertifizierungen gelten natürlich an allen unseren Standorten einheitliche Anforderungen an Qualität, Arbeitssicherheit und Umweltschutz. Denn verantwortliches Handeln machen wir nicht von Auszeichnungen und Zertifikaten abhängig.

Der verantwortungsvolle Umgang mit Ressourcen und der Schutz unseres Planeten haben bei uns einen besonderen Stellenwert. In der Produktion können z. B. bereits kleine Maßnahmen große ökologische Verbesserungen bewirken. Durch die weltweite Erfassung von Verbrauchsdaten und Kennzahlen überwachen wir unsere Fortschritte und können bei Bedarf schnell Anpassungen vornehmen. Vorangetrieben werden unsere Umweltschutzmaßnahmen von verschiedenen Abteilungen und Verantwortlichen. Dazu gehören das Team

HSE (Health, Safety & Environment) im Headquarter, die Produktion, das Gebäudemanagement, aber auch die Nachhaltigkeitsabteilung und die HSE-Verantwortlichen an den Produktionsstandorten. Unsere Tochtergesellschaften leisten durch vielfältige lokale Initiativen ebenfalls einen wertvollen

**Schon kleine Maßnahmen
können große ökologische Verbesserungen
bewirken, z. B. in der Produktion**

Beitrag. Wir gehen bewusst über gesetzliche Vorgaben hinaus und bemühen uns, unsere Mitarbeitenden für nachhaltiges Handeln zu begeistern. Interne und externe jährliche Audits helfen uns dabei, die richtigen Themen zu besetzen und unser Umweltmanagementsystem weiter zu optimieren. Und die vielen großen und kleinen Maßnahmen, die wir jedes Jahr umsetzen, zeigen, dass Umweltschutz zur gelebten Nachhaltigkeit bei BRITA gehört.



Energie und Emissionen

Verbräuche senken.



Die Energie, die wir zum Betrieb unserer Gebäude und Produktionsanlagen benötigen, spiegeln sich als CO₂-Emissionen in Scope 1 und 2 wider. Deshalb legen wir besonderen Wert darauf, diese Verbräuche kontinuierlich zu senken. Die Hauptverantwortung für das Energiemanagement liegt dabei im Bereich Group Real Estate. Dieser gewährleistet auch die Einhaltung gesetzlicher Anforderungen, wie beispielsweise regelmäßige Energieaudits gemäß DIN 16247 an allen relevanten Standorten. Kolleg:innen aus der Produktion und dem Industrial Engineering suchen gemeinsam mit Group Real Estate stets nach Verbesserungsmöglichkeiten, sowohl im laufenden Betrieb als auch bei Neubau- und Sanierungsprojekten.

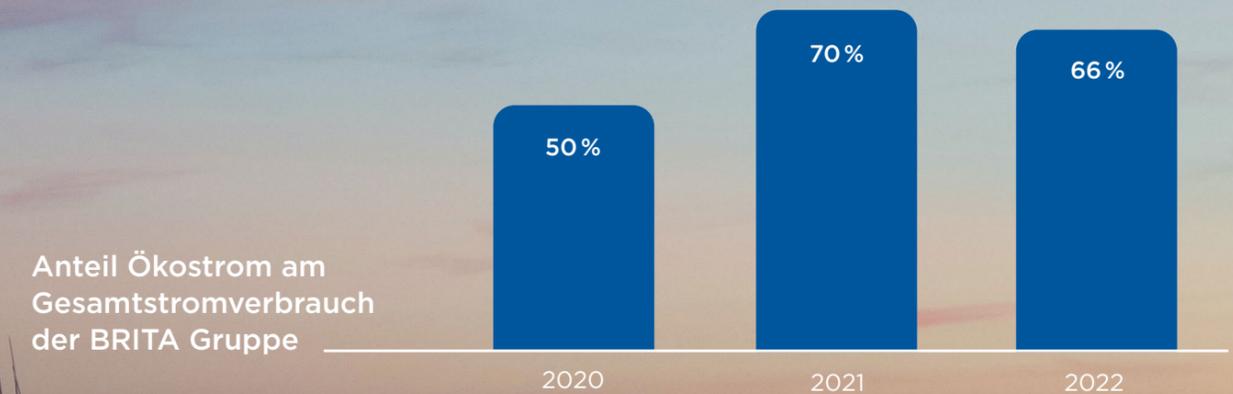
In den letzten Jahren haben wir weitreichende Maßnahmen ergriffen, um unseren Energieverbrauch und damit auch unseren ökologischen Fußabdruck zu reduzieren. Der Umzug in unser neues Zentrallager in Beselich, das neue Produktionsgebäude in Bad Camberg und die Um- und Neubauarbeiten am Hauptsitz in Taunusstein sind

nur einige Beispiele. Durch die damit einhergehenden Effizienzsteigerungen gelang es uns 2022, den direkten und indirekten Energieverbrauch im Vergleich zu 2020 um über 10% zu reduzieren. Unsere Energieintensität, gemessen in Kilowattstunden pro 1.000 Euro Umsatz, verbesserte sich sogar um fast 17% gegenüber 2020.

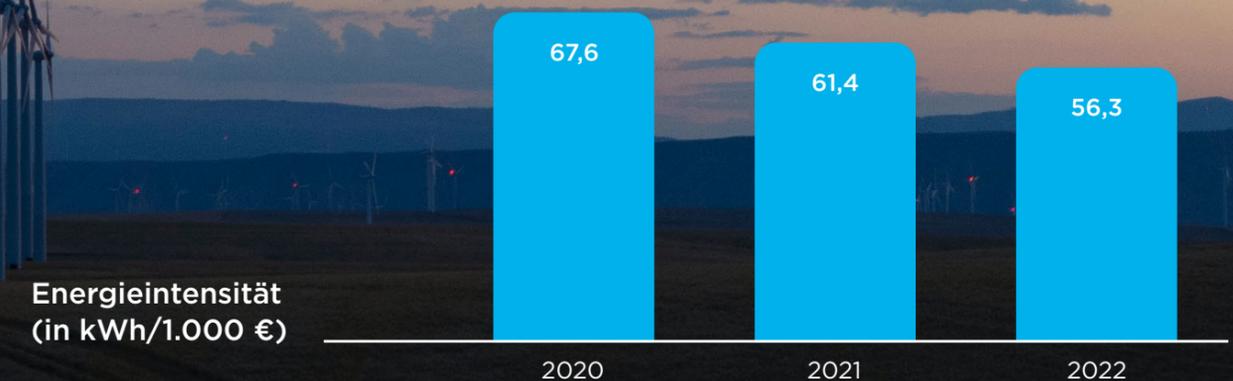
Bereits seit über zehn Jahren nutzen wir an unseren deutschen BRITA Standorten zertifiziertem Ökostrom. Inzwischen haben sich weltweit viele Tochtergesellschaften angeschlossen, sodass wir heute an 40% unserer Standorte unseren Strombedarf komplett aus erneuerbaren Quellen decken. Folglich stieg zuletzt auch der Anteil von zertifiziertem Ökostrom an unserem Gesamtstromverbrauch auf 70% im Jahr 2021. Weil unsere Ökostrom beziehenden Standorte ihren Stromverbrauch aber deutlich senken konnten, sank 2022 der Anteil an Ökostrom am Gesamtverbrauch auf 66%. Insgesamt ist das also trotzdem eine positive Entwicklung.

| | 2020 | 2021 | 2022 |
|--|--------|--------|--------|
| Direkter Energieverbrauch | 26.202 | 26.929 | 25.174 |
| Brennstoffe | 16.513 | 17.288 | 15.274 |
| Kraftstoffe | 9.688 | 9.639 | 9.497 |
| Indirekter Energieverbrauch (Strom) | 15.528 | 13.332 | 12.205 |
| Gesamter Energieverbrauch | 41.730 | 40.261 | 37.380 |

Energieverbrauch (in MWh)



Anteil Ökostrom am Gesamtstromverbrauch der BRITA Gruppe



Energieintensität (in kWh/1.000 €)

Auch beim Thema Emissionen gelang uns seit 2020 ein beachtlicher Schritt nach vorne. Zwar stiegen die Emissionen aus unserem direkten Energieverbrauch (Scope 1) zwischen 2020 und 2022 um etwa 5% auf 5.939 Tonnen CO₂. Im selben Zeitraum sanken die indirekten Emissionen (Scope 2) allerdings um fast 32% auf 2.103 Tonnen. Insgesamt erreichten wir 2022 in Scope 1 und 2 somit eine Reduzierung um etwa 8% gegenüber 2020. Und auch die Emissionsintensität sank im selben Zeitraum um circa 7%. Ergebnisse, auf die wir stolz sein können! Denn im selben Zeitraum erlebte BRITA ein signifikantes Wachstum und die bisher erfolgreichsten Jahre der Unternehmensgeschichte.

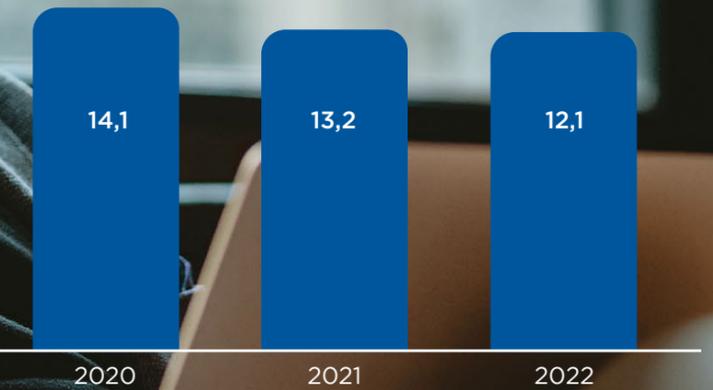
Die Emissionen in Scope 1 und 2 erfassen wir seit 2015 jährlich und vollständig. Die Emissionen in Scope 3 stellen eine deutlich größere Herausforderung

dar. Hier ist unser Ziel, eine möglichst vollständige Transparenz über die Emissionen in unserer Wertschöpfungskette zu erlangen.

Einen wichtigen Schritt dahin sind wir im Jahr 2022 gegangen, indem wir zwei zusätzliche Emissionskategorien in die Erfassung aufgenommen haben: den Pendelverkehr unserer Mitarbeitenden und unsere globalen Logistikaktivitäten. In der Kategorie zugekaufte Materialien haben wir neben den Rohmaterialien Ionenaustauscher und Aktivkohle erstmals auch zugekaufte Kunststoffbauteile in den Segmenten Consumer und Professional Filter berücksichtigt. Folglich verzeichneten wir ein Anstieg bei den Scope 3 Emissionen um etwa 34%. Insgesamt machte der Scope 3 im Jahr 2022 82.745 Tonnen CO₂ aus – und damit über 91% unseres gesamten Fußabdrucks.



Emissionsintensität (Scope 1+2)
in kg CO₂/1.000 €



| | 2020 | 2021 | 2022 |
|-----------------------------------|---------------|---------------|---------------|
| Scope 1: direkte Emissionen | 5.642 | 6.142 | 5.939 |
| Scope 2: indirekte Emissionen | 3.070 | 2.542 | 2.103 |
| Gesamtemissionen Scope 1+2 | 8.712 | 8.684 | 8.042 |
| Scope 3: weitere Emissionen | 61.563 | 53.946 | 82.745 |
| Gesamtemissionen | 70.275 | 62.631 | 90.788 |

Treibhausgasemissionen (in t CO₂)

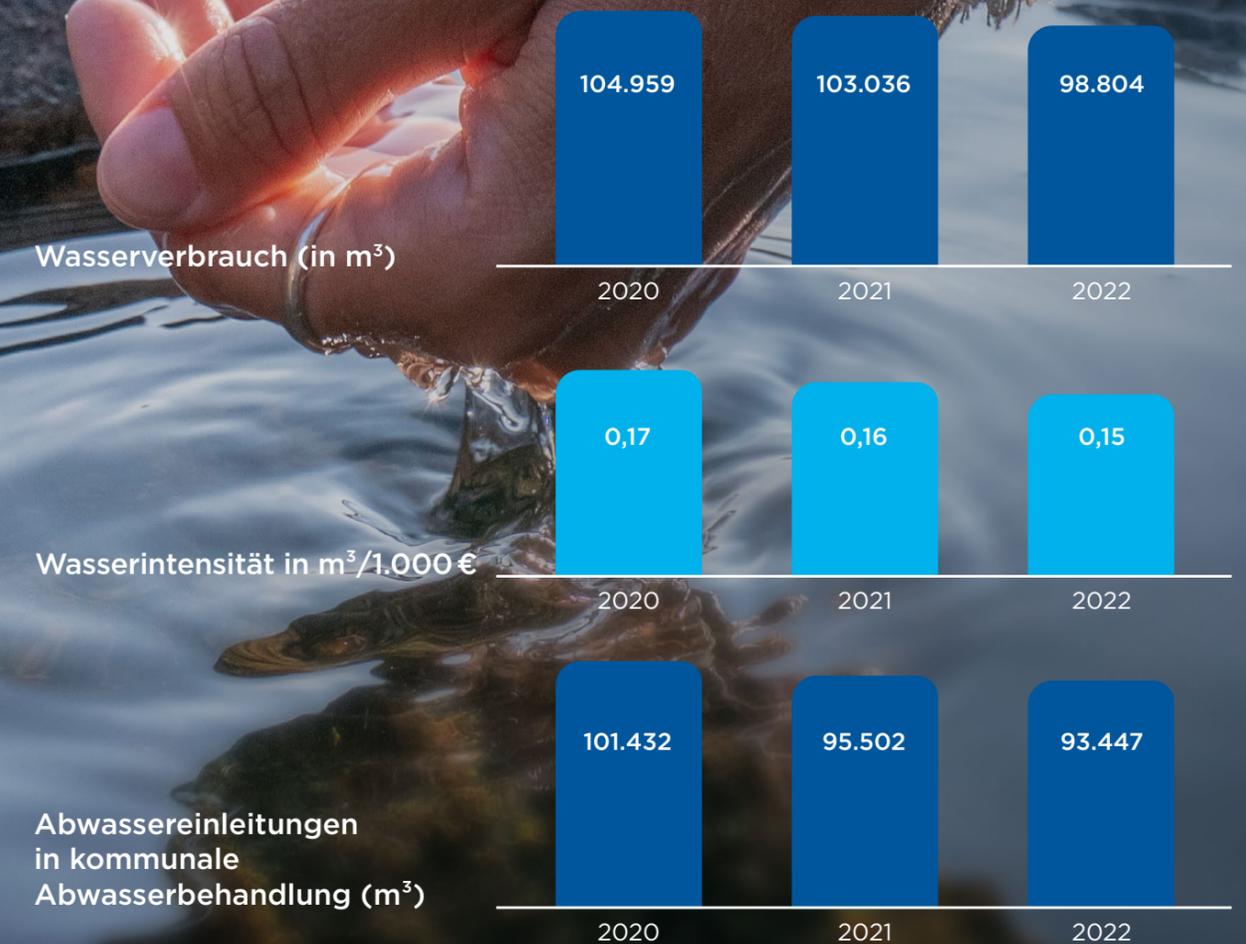
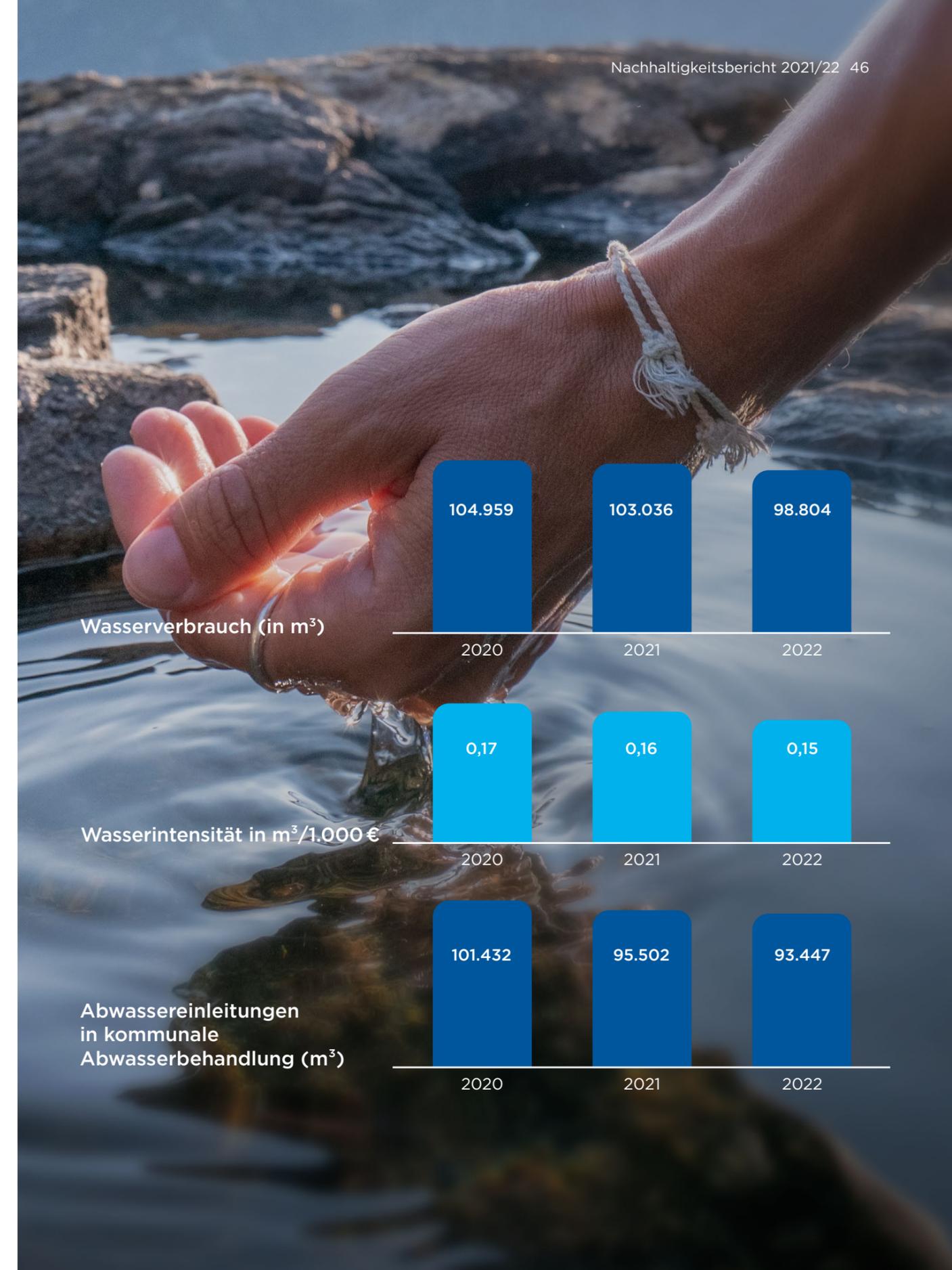
Wasser und Abfälle

Ressourcen schonen.



Innerhalb der BRITA Gruppe verbrauchen wir das meiste Wasser für die Dampfsterilisation unserer Filterkartuschen, für den Betrieb unserer Gebäude und für das Regenerieren des erschöpften Ionenaustauschers in unserem Recyclingprozess in Taunusstein. Das benötigte Wasser beziehen wir weltweit aus der lokalen Trinkwasserversorgung. Wo möglich setzen wir auf eine interne Kreislauf-führung, um die Menge an benötigtem Frischwasser zu reduzieren – so z.B. beim Ausspülen der gebrauchten Professional Filter Kartuschen in unserem Recyclingprozess. Durch diese und weitere Maßnahmen sank der Bedarf an Frischwasser im Jahr 2022 um knapp 6 % gegenüber 2020. Auch die Wasserintensität konnten wir seit 2020 kontinuierlich senken.

Der verantwortungsvolle Umgang mit der Ressource Wasser ist für uns eine Herzensangelegenheit. Deshalb sorgen wir mit einer hauseigenen Aufbereitungsanlage dafür, dass aus dem Regenerierprozess für den erschöpften Ionenaustauscher in Taunusstein nur einwandfreies Wasser zurück in die Kanalisation geleitet wird. Dabei stellen wir eine permanente Überwachung und strikte Kontrollen der Grenzwerte sicher. Außerdem überprüft ein externes und unabhängiges Prüfinstitut die Einhaltung der Werte mehrfach im Jahr. Bisher kam es zu keinem Vorfall, bei dem ein Gewässer verunreinigt wurde. Insgesamt wurden 2022 etwas über 93.000 Kubikmeter Wasser der kommunalen Abwasserbehandlung zugeführt.



Im Jahr 2021 betrug die Gesamtmenge der von uns produzierten nicht gefährlichen Abfälle 5.916 Tonnen, ein Anstieg von etwa 60% im Vergleich zu 2020. Dies ist größtenteils auf unser gestiegenes Produktionsvolumen, auf verschiedene Bauprojekte sowie die Inbetriebnahme neuer Anlagen zurückzuführen. Durch kreative Lösungen wie

Recyclinganteile weiter steigern und dadurch zu einer erfolgreichen Kreislaufwirtschaft beitragen

den Einsatz von Mehrwegkartonagen für Zukaufprodukte konnten wir jedoch bereits 2022 die nicht gefährlichen Abfälle auf 4.058 Tonnen reduzieren. Signifikante Veränderungen in den Abfallmengen zwischen 2021 und 2022 sind teilweise auch auf ein verbessertes und erstmals vollständiges Abfallreporting aller BRITA Standorte zurückzuführen – hier haben wir deutlich an Transparenz gewonnen.

Kunststoffe, PPK und Restmüll machen den größten

Anteil an unserem nicht gefährlichen Abfallaufkommen aus. Holzabfälle entstehen hauptsächlich beim Entsorgen von nicht reparaturfähigen Paletten und von Verpackungsmaterial im Dispenser Segment. Insgesamt ist der Anteil an gefährlichen Abfällen mit etwa 2% bis 3% am Gesamtabfallaufkommen kontinuierlich gering.

Über 70% unserer nicht gefährlichen Abfälle wurden 2022 recycelt. Diesen Anteil wollen wir weiter steigern und damit zu einer erfolgreichen Kreislaufwirtschaft beitragen. Außerdem wurden 21% einer Verbrennung mit Energiegewinnung zugeführt und weitere 6% einer reinen Verbrennung. Weniger als 1% unseres Abfallaufkommens wurde 2022 deponiert.

Diese Zahlen spiegeln die Herausforderungen, aber auch die Chancen wider, die sich aus unserem kontinuierlichen Wachstum ergeben. Wir sind entschlossen, unsere Effizienz im Bereich Abfall- und Wassermanagement weiter zu verbessern und damit unseren ökologischen Fußabdruck zu minimieren.

| | 2020 | 2021 | 2022 |
|--|--------------|--------------|--------------|
| Nicht gefährliche Abfälle gesamt: | 3.659 | 5.916 | 4.058 |
| Kunststoffe | | 1.272 | 557 |
| Papier, Pappe, Kartonagen (PPK) | | 3.089 | 1.064 |
| Restmüll* | | 931 | 1.927 |
| Metalle | | 122 | 96 |
| Holz | | 482 | 384 |
| Sonstige Abfälle | | 19 | 30 |
| Gefährliche Abfälle gesamt: | 70 | 105 | 98 |
| Elektroschrott | | 55 | 43 |
| Restmüll* | | 21 | 13 |
| Klämgrubenschlamm | | 24 | 13 |
| Chemikalien | | 5 | 7 |
| Bauabfälle | | - | 4 |
| Holz | | - | 18 |
| Gesamt: | 3.729 | 6.021 | 4.157 |

Abfallmengen nach Abfallart (in t)

* inkl. Küchen- und Gewerbeabfälle

Mitgestaltung und Wertschätzung

Motivierende Kultur.



Unser Erfolg hängt nicht nur von innovativen und hochwertigen Produkten ab. Auch unsere Mitarbeitenden prägen durch ihre Leidenschaft, ihr Engagement und ihre Ideen unser Unternehmen nachhaltig und schaffen damit eine offene und familiäre Unternehmenskultur. Deshalb legen wir großen Wert auf ein inspirierendes, motivierendes und positives Arbeitsumfeld. Die BRITA Philosophy bildet dabei den Grundpfeiler unserer Zusammenarbeit im Kollegium und mit unseren Führungskräften.

Prägend für die bestehende Betriebskultur bei BRITA ist aber auch die Mitarbeitendenvertretung. Der deutsche Betriebsrat vertritt seit 1999 die Mitarbeitenden am Hauptsitz in Taunusstein sowie an den Standorten in Bad Camberg und Beselich. Er besteht aktuell aus 15 Personen. Die Zusammenarbeit zwischen dem Betriebsrat, der Geschäfts-

führung und der Personalabteilung zeichnet sich durch gegenseitigen Respekt, Fairness sowie eine wertschätzende und lösungsorientierte Gesprächskultur aus. Darüber hinaus hat BRITA seit der Umfirmierung 2022 zusätzlich einen SE-Betriebsrat. Dieser hat keine Mitbestimmungsrechte, sondern ist ausschließlich für länderübergreifende Themen zuständig – insbesondere den Austausch von Informationen. Der SE-Betriebsrat besteht momentan aus neun Personen, die aus den fünf größten europäischen Landesgesellschaften entsendet werden. Weitere lokale Betriebsräte gibt es bei unseren Tochtergesellschaften in Italien und Frankreich.

Weltweit stellen wir sicher, dass faire Gehälter gezahlt werden, die im lokalen Markt wettbewerbsfähig sind. Unsere Leistungsbeurteilungen finden regelmäßig statt, sind objektiv und beruhen auf

den spezifischen Anforderungen der jeweiligen Positionen. Neben der finanziellen Vergütung bieten wir auch eine Vielzahl freiwilliger Zusatzleistungen an, die je nach Land und den lokalen Gegebenheiten unterschiedlich gestaltet sind. Auf diese Weise können unsere Tochtergesellschaften eigene Wege finden, um ihren Mitarbeitenden gegenüber Wertschätzung auszudrücken, sie zu motivieren und langfristig zu binden.

Zu den angebotenen Leistungen gehören u. a. flexible Arbeitszeiten, die auf die individuelle Lebenssituation abgestimmt werden können, großzügige Regelungen für das Arbeiten von zu Hause, umfangreiche Gesundheitsvorsorgeangebote und moderne Arbeitsplätze. Denn bei uns steht der Mensch im Mittelpunkt – immer und überall!



Talent Management

Mitarbeitende fördern.

8 MENSCHENWÜRDIGE
ARBEIT UND
WIRTSCHAFTS-
WACHSTUM



Seit einigen Jahren setzen wir an allen BRITA Standorten einen einheitlichen Prozess zur Mitarbeitendenbewertung und -entwicklung ein. Die Einführung der SuccessFactors-Software im Jahr 2020 hat diesen Prozess transparenter und zielgerichteter gemacht. Bis 2025 sollen 95 % unserer Mitarbeitenden Zugriff auf einen digitalen Talent-Management-Prozess bekommen. Dadurch erhalten sie mehr Möglichkeiten zur Selbsteinschätzung und können ihre berufliche Entwicklung aktiv gestalten.

Mit unserem BOLD-Programm, das 2017 eingeführt wurde, fördern wir vielversprechende Mitarbeitende auf ihrem Weg zu Führungsaufgaben. Das dreijährige modulare Programm umfasst Workshops, Mentoring und geschäftsbezogene Projekte. Die Teilnehmenden werden vom Executive Board anhand verschiedener Kriterien ausgewählt. Und diese Art der Nachwuchsförderung hat sich bewährt!

Ungefähr zwei Drittel aller offenen Führungspositionen können wir mittlerweile mit internen Talenten besetzen. Bis 2025 wollen wir zusätzlich eine

globale Job- und Projektbörse aufbauen, um den internationalen Austausch zwischen Headquarter und Tochtergesellschaften weiter zu fördern. Und wir wollen durch regelmäßige Skill-Gap-Analysen sicherstellen, dass wir immer wissen, wo wir durch Weiterbildung wichtige Fähigkeit auf- und ausbauen können.

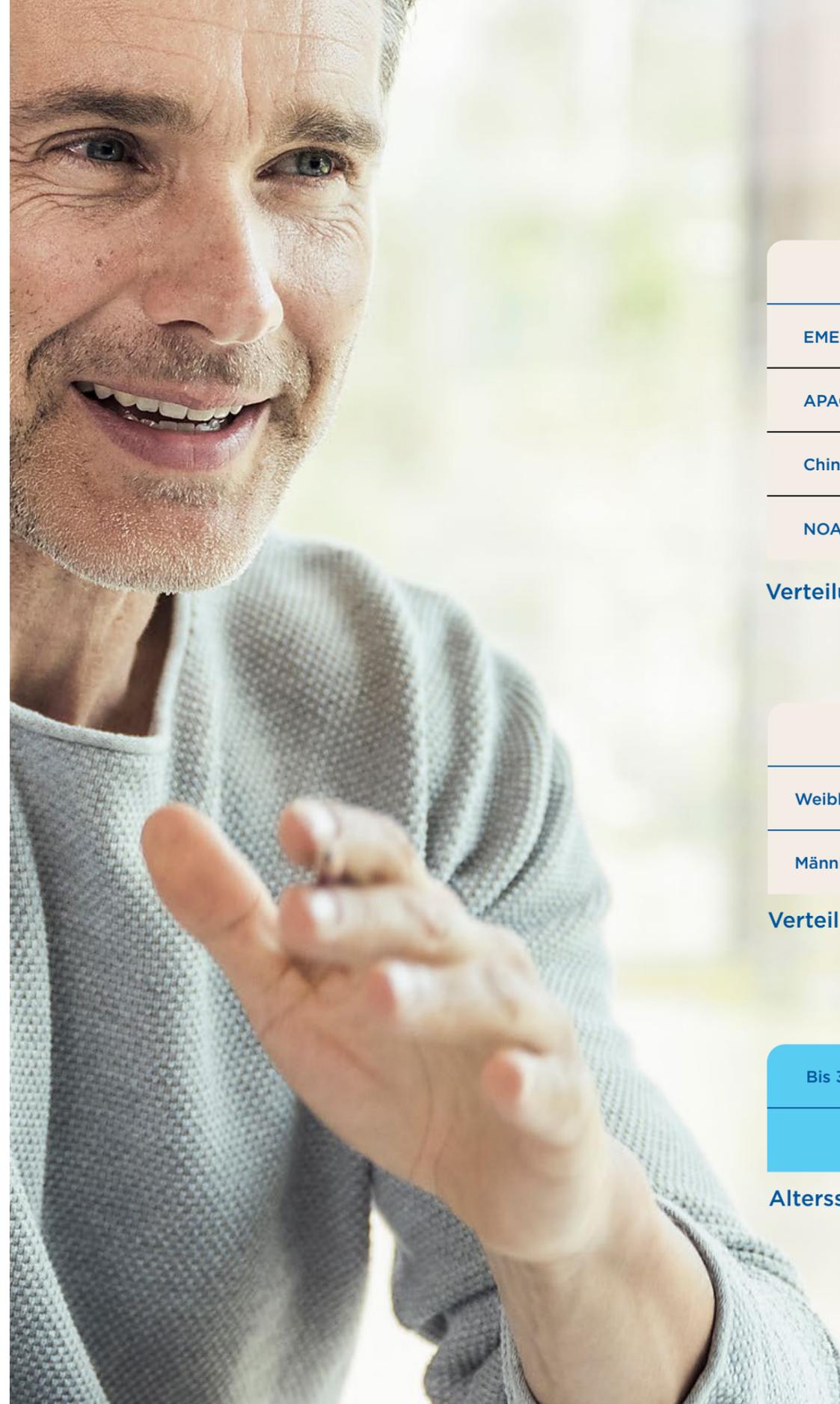
Und apropos Weiterbildung: Wir ermöglichen unseren Mitarbeitenden eine kontinuierliche fachliche und persönliche Weiterentwicklung: vom externen berufsbegleitenden Studium bis hin zu internen Schulungen in der BRITA Akademie. In dieser bieten wir Weiterbildungsmöglichkeiten in einem breiten Themenspektrum an – von Führungskompetenz und Self-Management über digitale und Software-Skills bis hin zu Sprachen und Persönlichkeitsentwicklung. Spezifisches Fachwissen bilden wir zudem in sogenannten Functional Academies aus. Diese gibt es bereits für Sales, Marketing und im Bereich Reporting & Analytics. Zusätzlich können Mitarbeitende über E-Learning-Angebote ihr Wissen über unsere Produktpalette vertiefen. Denn uns liegt die Weiterentwicklung unserer Mitarbeitenden am Herzen!



Mitarbeitendenzahlen

Qualifizierte Mitarbeitende sind der Grundstein für unseren nachhaltigen Erfolg. Über die Jahre hinweg haben wir unsere Mitarbeitendenzahlen kontinuierlich unserem beständigen Wachstum und unserer Entwicklung angepasst. Auch zwischen 2020 und 2022 ist die Anzahl der Mitarbeitenden um 2,5% gewachsen. Im selben Zeitraum stieg die Fluktuationsrate von 10,7% auf 15,2%, und nicht alle Stellen konnten direkt nachbesetzt werden. Diese Entwicklung ist insbesondere auf einen wettbewerbsintensiven Arbeitsmarkt und den spürbaren Fachkräftemangel in bestimmten Fachrichtungen zurückzuführen. Wir sind fest entschlossen, die Fluktuationsrate zu senken und durch gezielte Maßnahmen sicherzustellen, dass unsere talentierten Mitarbeitenden gerne bei BRITA arbeiten und eine erfüllende Karriere entwickeln können.

Auf globaler Ebene blieb die Verteilung der Mitarbeitenden stabil. In der Region APAC arbeiteten sowohl 2021 als auch 2022 jeweils 8% unserer Mitarbeitenden. In China lag der Anteil der Mitarbeitenden über beide Jahre ebenfalls konstant bei 7%.



| | 2020 | 2021 | 2022 |
|-------|------|------|------|
| EMEA | 81% | 83% | 82% |
| APAC | 9% | 8% | 8% |
| China | 7% | 7% | 7% |
| NOAM | 2% | 2% | 3% |

Verteilung Mitarbeitende nach Regionen

| | 2020 | 2021 | 2022 |
|----------|------|------|------|
| Weiblich | 39% | 39% | 38% |
| Männlich | 61% | 61% | 62% |

Verteilung Mitarbeitende nach Geschlecht

2020 und 2021 ohne Filltech GmbH, 2022 ohne LARQ

| Bis 30 Jahre | 31-50 Jahre | 51-60 Jahre | Über 60 Jahre |
|--------------|-------------|-------------|---------------|
| 18% | 58% | 20% | 3% |

Altersstruktur der Mitarbeitenden 2022

Ohne LARQ

Auch unsere Präsenz in der Region NOAM zeigte sich solide. Durch den Zukauf von LARQ erhöhte sich der Anteil an den Gesamtmitarbeitenden von 2% auf 3% im Jahr 2022. In der Region EMEA arbeiteten 2022 82% der BRITA Mitarbeitenden, verglichen mit 83% im Jahr zuvor. Ein Großteil der Mitarbeitenden in der Region EMEA ist dabei in unseren deutschen Produktionsstandorten und dem Headquarter angestellt. Da dort wichtige Zentralfunktionen wie z.B. Einkauf, Research & Development, IT und Human Resources ansässig sind, ist auch der Anteil der Region an den Gesamtbeschäftigten auf konstant hohem Niveau.

Bei BRITA setzen wir auf Vielfalt in der Belegschaft als Treiber von Innovation und Kreativität. Und wir wenden die Grundsätze von Fairness, Gleichberechtigung und Chancengleichheit im gesamten Unternehmen an. Daher ist es uns ein Anliegen, ein sicheres und inklusives Arbeitsumfeld zu schaffen, in dem sich alle unsere Mitarbeitenden entfalten

können. Mit Blick auf die Verteilung der Belegschaft nach Geschlecht ist der Anteil der weiblichen und männlichen Mitarbeitenden in den Jahren 2021 und 2022 nahezu konstant geblieben.

**Wir sind überzeugt, dass Vielfalt
in der Belegschaft ein Treiber von Innovation
und Kreativität ist**

Im Jahr 2022 waren 18% unserer Mitarbeitenden 30 Jahre oder jünger, während mit 58% die Mehrheit zur Altersgruppe der 31- bis 50-Jährigen gehörte. 20% unserer Belegschaft waren zwischen 51 und 60 Jahre alt, und 3% der Mitarbeitenden hatten das 60. Lebensjahr überschritten. Die Altersstruktur der Belegschaft ist über die letzten Jahre konstant geblieben und schafft ein dynamisches Umfeld, in dem Erfahrung und neue Impulse Hand in Hand gehen.

Wir setzen auf Stabilität und langfristige Perspektiven. Weltweit sind deshalb über 90% unserer Mitarbeitenden unbefristet angestellt. Gegenüber 2020 ist dies ein Anstieg um etwa 6% und ein Zeichen dafür, dass wir auch in Zeiten globaler Herausforderungen in unsere BRITA Familie investieren. Der Anteil der Mitarbeitenden der BRITA SE in Deutschland in einem tariflichen Arbeitsverhältnis lag im Berichtszeitraum konstant bei 55%. 37% bezogen 2021 und 2022 ein außertarifliches Gehalt. Werkstudierende machten 2021 6% und 2022 7% der Belegschaft aus. Die übrigen Mitarbeitenden befanden sich in einem tariflichen Ausbildungsverhältnis.



Gesundheit und Sicherheit

Anforderungen übertreffen.



Der BRITA Arbeitsschutz ist organisatorisch in der Abteilung Health, Safety & Environment angesiedelt. Sie kontrolliert Arbeitsplätze und Abläufe mithilfe von Gefährdungsbeurteilungen und Begehungen, um mögliche Risiken zu erkennen und Schutzmaßnahmen zu ergreifen. Der Arbeitsschutz berichtet regelmäßig an die Geschäftsführung, berät und empfiehlt Verbesserungsmöglichkeiten und legt globale Standards für die BRITA Gruppe fest. Alle Mitarbeitenden werden außerdem regelmäßig zu Themen des Arbeits- und Gesundheitsschutzes geschult.

Im Jahr 2022 gab es in der BRITA Gruppe 16 Arbeitsunfälle mit 172 Ausfalltagen. Hieraus ergibt sich eine Unfallquote pro einer Million Arbeitsstunden von 4,1. Im Vergleich zum Geschäftsjahr 2020 konnten wir unsere Unfallquote somit halbieren. Unachtsamkeit bleibt wie in den Vorjahren die häufigste Unfallursache. Wir sind dankbar, dass es im Berichtszeitraum keine schwerwiegenden Unfälle oder Todesfälle gab. Bei allen gemeldeten Unfällen wurden umgehend Sofortmaßnahmen

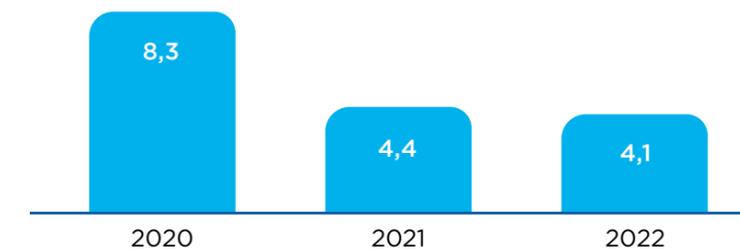
eingeleitet, und wir haben in Zusammenarbeit mit den Verantwortlichen entsprechende Abhilfemaßnahmen ergriffen. Darüber hinaus wurden zusätzliche Sicherheitsunterweisungen durchgeführt, um das Bewusstsein für Arbeitssicherheit innerhalb der Belegschaft weiter zu schärfen.

Mit dem BRITA Vital Programm bieten wir an den Standorten der BRITA SE in Deutschland seit einigen Jahren ein breites Spektrum an Gesundheitsvorsorgemaßnahmen an, die über die gesetzlichen Anforderungen hinausgehen. Dazu gehören Gripeschutzimpfungen, eine generelle Impfberatung sowie wechselnde Gesundheitsangebote wie Hautkrebsscreenings, Herzchecks und Blutzuckermessungen – und das alles kostenlos für unsere Mitarbeitenden. Zusätzlich gibt es eine Beratungshotline zu Gesundheitsthemen, einen monatlichen Newsletter und Angebote zu Sport, Ernährung, Resilienz und Work-Life-Balance.

Auch unsere Tochtergesellschaften weltweit beschäftigen sich bereits seit Jahren mit verschiedenen Themen rund um Gesundheit

und Wohlbefinden. Sie führen regelmäßig Initiativen und Aktionen in diesem Bereich durch, die seit 2023 auch unter dem Schirm von BRITA Vital laufen. Vital Ambassadors und Gesundheitszirkel treiben Gesundheitsthemen lokal voran und tauschen sich mit Kolleg:innen aus anderen Ländern aus. Ziel ist es, Erfahrungen, bewährte Praktiken, Materialien und Ideen für Veranstaltungen auszutauschen.

Unfallquote pro 1 Mio. Arbeitsstunden



Meldepflichtige Unfälle im Rahmen der Geschäftstätigkeit mit Ausfallzeiten \geq 1 Tag; Berechnungsgrundlage: 1.840 Stunden jährlich pro Vollzeitarbeitskraft; bezieht sich auf die BRITA SE, alle Produktionsstandorte sowie unsere Schweizer Niederlassung



Supply Chain Responsibility

Sorgfaltspflicht von A bis Z.



Die vertrauensvolle Zusammenarbeit mit den zu-liefernden Unternehmen entlang unserer globalen Lieferketten ist für uns als Produktionsunternehmen von großer Bedeutung. Dabei legen wir Wert auf partnerschaftliche Geschäftsbeziehungen auf Augenhöhe. Bei der Auswahl unserer zuliefernden Unternehmen stellen wir strenge Kriterien auf. Neben Qualitäts- und Prozessanforderungen berücksichtigen wir auch Aspekte wie Umweltschutz, Arbeitssicherheit, Arbeitsbedingungen und Compliance. Um sicherzustellen, dass zuliefernde Unternehmen unsere Mindeststandards erfüllen, fordern wir von ihnen regelmäßige Berichte zu ihren Aktivitäten in diesen Bereichen ein. Zudem werden ausgewählte Unternehmen von qualifizierten BRITA Mitarbeitenden vor Ort auditiert. Bestehende Anforderungen und Prozesse werden derzeit im Rahmen der Umsetzung des deutschen Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes (LkSG) überprüft und angepasst.

In Anbetracht unseres internationalen Wachstums und der Weiterentwicklung unseres Produktportfolios nehmen wir unsere Sorgfaltspflicht ernst.

Wir stehen zu unserer Verantwortung und wollen jegliche Form von moderner Sklaverei und Menschenrechtsverletzungen in unserer Wertschöpfungskette verhindern. Unsere zentralen Grundsätze haben wir in einem neuen Supplier Code of Conduct verankert, der 2023 veröffentlicht wird. Er definiert unsere Erwartungen bezüglich der Einhaltung international anerkannter Menschenrechte, würdigen Arbeitsbedingungen und Compliance.

Bei Einkaufsentscheidungen berücksichtigen wir neben sozialen auch energetische und umweltrelevante Aspekte und ermitteln die Auswirkungen von zugekauften Materialien auf unseren ökologischen Fußabdruck. Denn nachhaltiges Handeln hört nicht an unseren Werkstoren auf.

*Besonders relevant für BRITA:
Sorgfaltspflichten beim Einkauf von
Aktivkohle aus Kokosnussschalen*



Social Impact

Helfen, wo wir können.

6 SAUBERES WASSER
UND SANITÄR-
EINRICHTUNGEN



Soziales Engagement war und ist ein wichtiger Baustein unserer Nachhaltigkeitsaktivitäten. Als BRITA Gruppe arbeiten wir seit 2016 global mit der Whale and Dolphin Conservation (WDC) zusammen, die sich für den Schutz von Meeresräumen einsetzt. Und auch in Zukunft wollen wir über zentral gesteuerte Partnerschaften einen möglichst großen Impact erreichen – der zu uns, unserer Vision und unserem Unternehmen passt. Doch auch die lokalen Märkte engagieren sich in großen und kleinen Aktionen für soziale Zwecke. Hier einige Highlights aus den letzten beiden Jahren.

Spende an Plan International bei Spiel des SV Wehen Wiesbaden

Beim Aktionsspieltag anlässlich des Weltwassertags am 22. März 2022 setzten sich BRITA, Plan International und der SV Wehen Wiesbaden (SVWW) gemeinsam für sauberes Trinkwasser ein. Die SVWW-Profis liefen im Vorfeld des Charity-Spiels gegen Türkgücü München in Sondertrikots auf, die später in der SVWW-Schatztruhe versteigert wurden. Die Erlöse aus der Versteigerung kamen verschiedenen Hilfsprojekten zugute. Zudem überreichte BRITA als Hauptsponsor des SV Wehen Wiesbaden vor Anpfiff des Spiels eine Spende an Plan International, um die Sanierung von sieben Trinkwasserbrunnen in Malawi zu ermöglichen. Plan International stärkt mit dem Projekt „Kinder vor der Klimakrise schützen“ rund 2.500 Familien in Malawi gegenüber den Auswirkungen des Klimawandels: mit Schulungen zu nachhaltiger Landwirtschaft, dürreresistentem Saatgut – und natürlich verbesserter Wasserversorgung.



Kicken für Kinder:
BRITA und der SVWW
für Plan International



Klimaaktivist Dougie Poynter liest aus seinem Buch „The Whale Watchers“.

Kinderbuch für den guten Zweck

Das Kinderbuch „The Whale Watchers“ von McFly-Bassist und Klimaaktivist Dougie Poynter entstand 2022 in Zusammenarbeit mit BRITA UK und unserer langjährigen Partnerorganisation WDC. BRITA und WDC setzen sich seit 2016 für den Schutz der Meere und die Reduzierung von Plastikmüll im Meer ein. Das Buch zeigt Kindern die Rolle der Wale im Kampf gegen den Klimawandel auf und erklärt, warum wir sie vor den Gefahren der Einwegplastikverschmutzung schützen müssen. Für jeden Kauf erhält WDC mindestens 25% des Kaufpreises. Zusammen mit der Buchveröffentlichung unterstützte BRITA UK außerdem eine wissenschaftliche Studie über die Haltung von Kindern zum Klimawandel und rief einen Schulwettbewerb ins Leben, mit dem Projekte zur nachhaltigen Bildung unterstützt wurden.

BRITA hilft beim Jahrhunderthochwasser

Mit großer Bestürzung haben wir im Juli 2021 die dramatischen Entwicklungen und Auswirkungen der Flutkatastrophe im deutschen Ahrtal verfolgt. Auch Familien und Freunde von BRITA Mitarbeitenden waren betroffen. BRITA SE unterstützte die Opfer durch eine spontane Spende über 50.000 Euro an „Aktion Deutschland hilft“, einem Zusammenschluss verschiedener Hilfsorganisationen. Einige BRITA Mitarbeitende waren zudem persönlich vor Ort, um bei den Aufräum- und Aufbauarbeiten zu helfen. So auch Dirk Grizan, Senior Specialist im R&D-Team von BRITA: „Die Hilfsbereitschaft und das Engagement waren wirklich unvorstellbar groß. Die Eindrücke aus dem Ahrtal haben mich nachdrücklich geprägt.“ Die benötigten Geräte und Werkzeuge wurden zum Teil von der BRITA Familie gespendet. Denn auch in schweren Zeiten halten wir zusammen.



BRITA Mitarbeiter Dirk Grizan unterstützte bei den Aufräumarbeiten im Ahrtal.



BRITA engagiert sich für den Earth Day 2022

Insgesamt 159 Mitarbeitende unserer Tochtergesellschaften in der Region APAC beteiligten sich am 22. April 2022 an lokalen Aktionen für den Umweltschutz. BRITA Japan unterstützt seit vielen Jahren Baumpflanzaktionen am Mount Fuji. Selbst schlechtes Wetter konnte das Team nicht davon abhalten, auch 2022 an dieser Tradition festzuhalten und 22 neue Bäume zu pflanzen. In Indien engagierten sich ebenfalls über 30 Kolleg:innen bei einer Aufforstungsaktion im botanischen Garten Lal Bagh in Bangalore. Und in Australien, Japan und Taiwan trafen sich Teams für lokale Clean-Ups, bei denen insgesamt 400 Kilogramm Abfall eingesammelt wurden. Neben der Sensibilisierung für Nachhaltigkeitsthemen standen aber auch der Spaß und das Zusammengehörigkeitsgefühl im Fokus – denn als BRITA Familie wollen wir gemeinsam einen Beitrag für die Umwelt und die Gemeinschaft leisten.

*Gutes tun macht Spaß!
Unsere Teams engagierten sich
bei lokalen Clean-Ups.*



3 Fragen



an
Danilo Lino
Digital Marketing
Manager
BRITA UK

Wie bist du zu deiner Rolle als Sustainability Ambassador bei BRITA gekommen?

Ich habe mich schon vor BRITA für Nachhaltigkeit interessiert. In der Branche, in der ich früher gearbeitet habe, war ich nicht davon überzeugt, wirklich etwas zu mehr Nachhaltigkeit beizutragen. Seit ich bei BRITA bin, hat sich das geändert. Natürlich setze ich mich mit voller Kraft dafür ein, dass sich unsere Produkte gut verkaufen. Aber vor allem weiß ich, dass sie wirklich nachhaltig sind. Das gefällt mir am besten an meiner Rolle: Ich habe das Gefühl, wirklich etwas in der Welt verändern zu können!

Wie kann digitales Marketing helfen, die Nachhaltigkeitsbotschaft noch besser in den Köpfen der Menschen zu verankern?

Digitale Kanäle geben uns die Möglichkeit, mehr Menschen in höherer Frequenz und zu geringeren Kosten zu erreichen als auf traditionellen Wegen. Vor allem aber können wir den Kommunikationsstil an die jeweilige Zielgruppe anpassen. Das macht es viel einfacher, mit den Menschen wirklich überzeugend zu kommunizieren.

Welche persönlichen Werte motivieren dich, dich für mehr Nachhaltigkeit einzusetzen?

Ich engagiere mich einfach gerne – aus Dankbarkeit, Respekt, Gemeinschaftssinn und Verantwortung.

“
Ich habe das
Gefühl, ich kann
wirklich etwas
verändern
”



Herausgeber

BRITA SE
Heinz-Hankammer-Straße 1
65232 Taunusstein
Deutschland

sustainability@brita.net
www.brita.net



Veröffentlichungsdatum
November 2023

Bildnachweis

| | |
|--------------|---|
| Adobe Stock | S. 11 Bildnr. 116311628 |
| Shutterstock | S. 32 Bildnr. 1457002040, S. 33 Bildnr. 400524142 |
| unsplash | S. 3 Anthony Cantin, S. 30 Ishan Seefromthesky, S. 38 Alan Jones, S. 44 Dan Meyers, S. 47 Sam Uega |
| westend61 | S. 22 Bildnr. DIGF19303, S. 25 OPF000117, S. 26 Bildnr. CAVF95645, S. 33 Bildnr. JOSF01453, S. 43 Bildnr. AFVF01946, S. 45 Bildnr. JLPSF13881, S. 48 Bildnr. josef03500, S. 50 Bildnr. UUF24451, S. 51 Bildnr. FMKF04925 und PESF00470 |
| BRITA SE | alle weiteren Bilder |

