



BRITA GRUPPE // 2016

CORPORATE RESPONSIBILITY BERICHT

BALANCE OUR IM PACT

Können kleine Maßnahmen helfen, unsere Welt im Gleichgewicht zu halten? Oder sind sie nur ein Tropfen auf den heißen Stein?



Bei BRITA sind wir fest davon überzeugt, dass jeder noch so kleine Tropfen einen wichtigen Beitrag leistet. Es ist höchste Zeit zu handeln. In unserem Corporate Responsibility Bericht wollen wir Sie auf unsere Reise in eine nachhaltige Welt mitnehmen.



LEIDENSCHAFT FÜR WASSER

Warum BRITA-Produkte eine ökologisch sinnvolle Alternative zu Flaschenwasser sind.



EINE GROSSE FAMILIE

Warum BRITA sich für seine Mitarbeiter und die Gesellschaft engagiert.



ZEIT ZU HANDELN

Warum BRITA einen nachhaltigen und zukunftsfähigen Umwelt- und Ressourcenschutz vorantreibt.

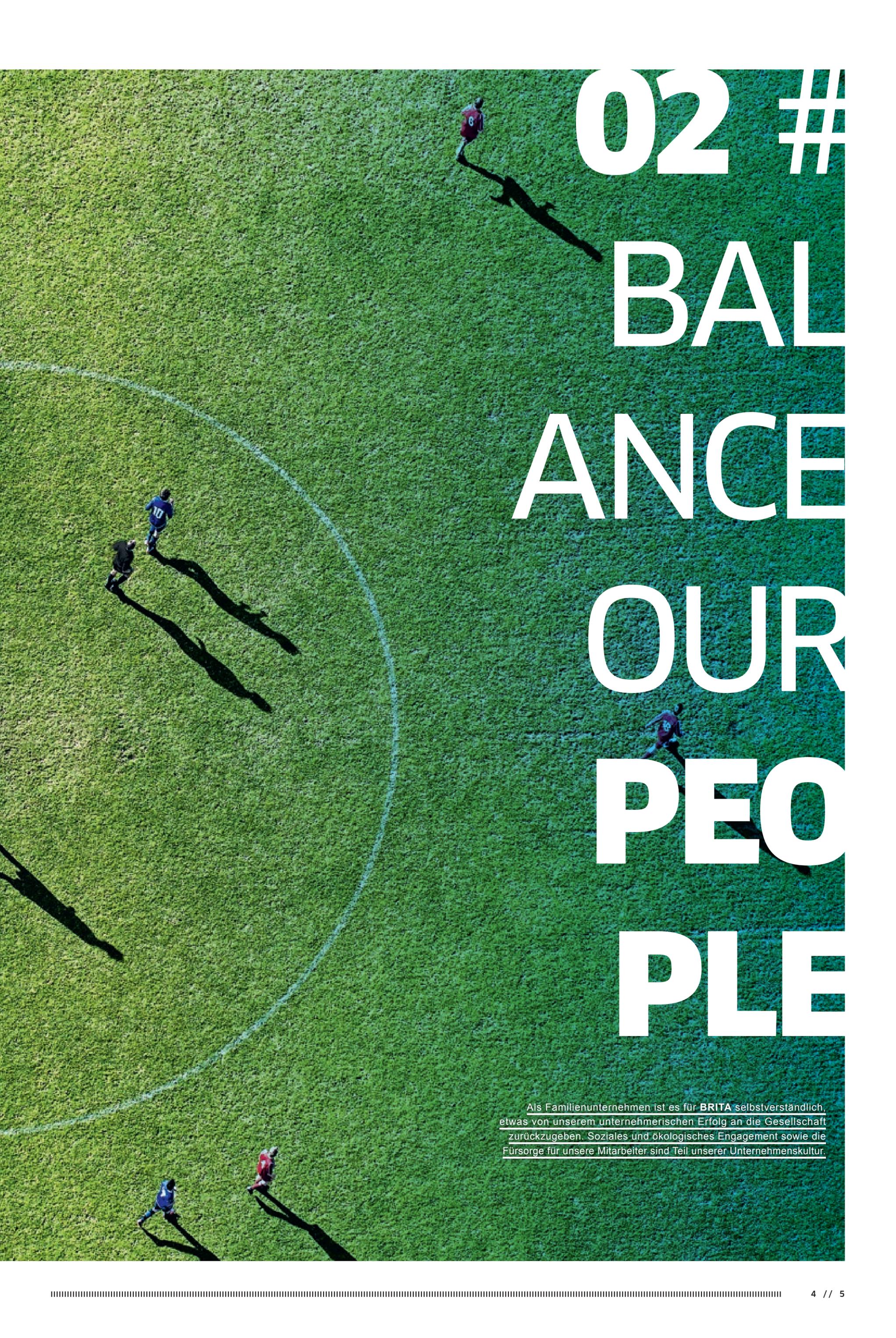
01 # BAL ANCE OUR PRO DUCT

Mit BRITA-Produkten erfüllen wir ein Grundbedürfnis der Menschen, nach wohlschmeckendem und ihren individuellen Vorlieben und Bedürfnissen angepasstem Trinkwasser. Wir möchten aber nicht nur den Durst der Menschen stillen. Mit BRITA-optimiertem Wasser, das eine smarte und ökologisch sinnvolle Alternative zu Flaschenwasser ist, wollen wir die Art und Weise, wie Menschen Wasser trinken, nachhaltig verändern.









02

BAL

ANCE

OUR

PEO

PLE

Als Familienunternehmen ist es für **BRITA** selbstverständlich, etwas von unserem unternehmerischen Erfolg an die Gesellschaft zurückzugeben. Soziales und ökologisches Engagement sowie die Fürsorge für unsere Mitarbeiter sind Teil unserer Unternehmenskultur.



03 #

BAL
ANCE
OUR
PLA
NET

Mit **BRITA**-Produkten können wir einen großen Beitrag zu einem nachhaltigeren, bewussteren Leben leisten. Das ist uns jedoch nicht genug: Mit unserer Corporate Responsibility Initiative *Balance the Impact* suchen wir eigeninitiativ und proaktiv nach Lösungen, Auswirkungen unserer Geschäftsaktivitäten auf die Umwelt stetig zu minimieren.







.....

Wasser als Grundlage des geschäftlichen Erfolgs von BRITA bedeutet für Sie also Verpflichtung zu nachhaltigem Handeln?

Das ist ganz ohne Zweifel so. Und unsere Konsumenten und Kunden weltweit haben eindeutig erkannt, dass unsere Produkte es auch ihnen ermöglichen, eine Entscheidung für einen genussvollen, aber eben auch umsichtigen Trinkwasserkonsum zu treffen. Für mich persönlich und BRITA insgesamt ist die Beschäftigung mit dem Thema Wasser weit mehr als ein Beruf, wirklich eher die sprichwörtliche Berufung. So soll unsere aktuelle Kampagne *thinkyourwater* ein Denkanstoß sein, sich grundsätzlich einmal mit dem Thema Wasser und der persönlichen Nutzung, Beschaffung von Wasser als Getränk und eventuellen Konsequenzen der Wahl eines bestimmten Wassers auseinanderzusetzen. Warum denn nicht einfach hygienisch einwandfreies Leitungswasser optimieren, statt Plastikwasserflaschen hin- und herzutransportieren? Vor allem, wenn die Entsorgung des Plastikmülls meist mit negativen Folgen für unseren gesamten Planeten und vor allem unsere Ozeane einhergeht. Bereits heute fließen mehr als 20 Milliarden Liter Wasser durch BRITA-Wasserfilter und helfen so dabei, CO₂-Emissionen zu verringern. Das ist ein tolles Ergebnis für uns, aber natürlich noch lange nicht genug.

BRITA gilt schon immer als innovatives Unternehmen. Innovation bedeutet Wandel, also stete Veränderung und damit etwas, womit sich Menschen durchaus auch schwer tun. Den Fortschritt auch zukünftig aufrechtzuerhalten und stetig weiterzuentwickeln trifft deswegen sicherlich nicht nur auf offene Ohren und Wohlwollen?

Veränderungen verunsichern Menschen, das ist ganz natürlich. Deswegen ist es wichtig, proaktiv, schnell und verlässlich Sicherheit und Orientierung zu geben. Bei BRITA wollen wir unsere Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen auf diesen Weg mitnehmen, denn uns ist bewusst, dass der eingeschlagene Kurs nur dann erfolg-

reich ist und, ganz ehrlich, auch nur dann Freude macht, wenn man ein eingeschworenes Team hat. Deshalb haben wir 2015 in einem mehrstufigen Prozess mit Informationsveranstaltungen, Workshops und einer sehr intensiven internen Kommunikation unsere neue Unternehmensstrategie *Conquer New Waters* eingeführt und über Unternehmens-, Geschäftsfeld- und Bereichsstrategien klare Orientierungspunkte für die Mitarbeiter gesetzt, indem wir diese jedem Mitarbeiter weltweit persönlich vorgestellt haben.

Unternehmerische Verantwortung zu übernehmen bedeutet generell Veränderung. Denkweisen müssen geändert, Prozesse überdacht und angepasst werden. Wichtig ist dabei wieder, dass alle an einem Strang ziehen. Mitarbeitern muss vermittelt werden, warum Dinge anders gemacht werden sollen, und sie brauchen Inspiration und Motivation, indem sie Fortschritte und Erfolge geschildert und erläutert bekommen. Wir setzen auf die Unterstützung unserer Mitarbeiter und dafür tun wir auch etwas. Besonders die interne Kommunikation spielt hier eine große Rolle. Wir veröffentlichen regelmäßig Newsletter zur Strategie und ihrer Umsetzung und zur Corporate Responsibility. Solche Publikationen, unser Intranet oder auch Veranstaltungsformate wie die Zukunftskonferenz, die wir 2013 mit unseren Mitarbeitern durchgeführt haben, sorgen dafür, dass es größtmögliche Transparenz und damit Orientierung und Sicherheit gibt. Das alles hilft, Mitarbeitern eventuelle Bedenken gegenüber Veränderungen zu nehmen und sie stattdessen für unsere Teamarbeit und -leistungen zu begeistern.

Von Oscar Wilde stammt der Satz: „Fortschritt ist die Verwirklichung von Utopien.“ Welche Utopie würden Sie gerne wahr werden lassen?

Ich spreche lieber von Vision als von Utopie – und denke sofort an BRITAs Vision: „Wir wollen die Art und Weise, wie Menschen Wasser trinken, nachhaltig verändern.“ Wenn man sie das erste Mal hört oder liest, klingt sie vermutlich sehr ehrgeizig, vielleicht sogar „utopisch“. Aber

sie hat eben auch die Portion Bodenhaftung, die eine gute Vision braucht, mit der ja ein zumindest potenziell erreichbares Ziel beschrieben wird. Bei BRITA beschäftigen wir uns seit über 50 Jahren tagtäglich mit Wasser, genauer: mit Wasser, das Menschen trinken. Das ist also ein Gebiet, auf dem wir uns extrem gut auskennen und auf dem wir auch wirklich den Anspruch erheben können – vor uns selbst, vor den Konsumenten, vor unseren Kunden und vor der Öffentlichkeit – hier etwas „Weltbewegendes“ zu bewirken. Und nichts weniger als das ist unsere Absicht, bei Menschen eine Verhaltensänderung in ihren Konsumgewohnheiten herbeizuführen. Nachhaltig, das heißt, sowohl mit positiven Auswirkungen für unsere Umwelt als eben auch dauerhaft.

Diese Vision ist der Motor, der uns im Unternehmen alle antreibt. Am Hauptsitz, in unseren Tochtergesellschaften überall auf der Welt, in Forschung und Entwicklung, in der Produktion, im Vertrieb, in der Verwaltung, im Marketing, in der Kommunikation, ja sogar in der Personalarbeit, denn letztlich brauchen wir ja immer mehr Menschen, die genau diese Vision mit uns verwirklichen wollen. Unsere Vision ist das, was unserem Handeln Sinn, Klarheit und Orientierung gibt.

Corporate Responsibility bei BRITA, die Initiative *Balance the Impact* und ein Aufruf zum Überdenken des Konsumverhaltens – wie passt das zusammen?

Bei der Recherche, Bemessung und Darstellung aller Aktivitäten, die wir heute bereits bei BRITA in puncto Corporate Responsibility umsetzen, und dem Erarbeiten dieses Berichts kristallisierte sich sehr schnell ein Kernstück heraus – unser Leuchtturmprojekt *Balance the Impact*. Der Gedanke hinter *Balance the Impact* ist ein ganz grundlegender. Wir wissen, dass wir als Unternehmen durch unsere Aktivitäten Auswirkungen auf die Umwelt haben. Diese wollen wir in möglichst großem Umfang „ausbalancieren“ – angefangen mit den von uns verursachten CO₂-Emissionen. Mit dem ersten Corporate Carbon Footprint, den wir für 2015 erhoben haben, wissen wir jetzt, wo wir dafür ansetzen können und haben schon wichtige Schritte in die richtige Richtung getan, zum Beispiel indem wir über 90 Prozent unseres Stroms aus erneuerbaren Energien beziehen. Natürlich werden wir uns, salopp gesagt, auf diesen Lorbeeren nicht ausruhen, sondern unsere Erkenntnisse zum Anlass für einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess nehmen.

In der Vorarbeit für diesen Bericht gab es aber für mich und für die vielen Mitarbeiter, die daran mitgearbeitet haben, ein weiteres Ergebnis, das uns begeistert und für die Zukunft inspiriert. Schon die Carbon Footprints einzelner Produkte belegten die ökologische Sinnhaftigkeit von BRITA-optimiertem Wasser im Vergleich zu Flaschenwasser. Auf der Grundlage von intensiven Studien haben wir jetzt ermittelt, welche Einsparungen an CO₂ schon heute dadurch entstehen, dass Verbraucher auf ein BRITA fill&enjoy oder ein BRITA fill&go Produkt

FAMILIENUNTERNEHMEN ZEICHNET AUS, DASS SIE NICHT AUF KURZFRISTIGE ERFOLGE HINARBEITEN, SONDERN LANGFRISTIGE ZIELE VOR AUGEN HABEN. NACHHALTIGKEIT IST FOLGLICH TEIL UNSERER KULTUR, UNSERES DENKEN UND HANDELNS.



BRITA CEO Markus Hankammer und Leiterin Unternehmenskommunikation Dr. Sabine Rohlf im Gespräch auf dem BRITA Campus in Taunusstein.





BEREITS HEUTE FLIESSEN MEHR ALS 20 MILLIARDEN LITER WASSER DURCH BRITA WASSERFILTER UND HELFEN SO DABEI, CO₂-EMISSIONEN ZU VERRINGERN. DAS IST EIN TOLLES ERGEBNIS FÜR UNS, ABER NATÜRLICH NOCH LANGE NICHT GENUG.

für unterwegs umsteigen. Es sind unglaubliche 250.000 Tonnen CO₂, die wir damit auf unserem Planeten einsparen! Das ist der jährliche CO₂-Ausstoß von etwa 130.000 PKW – ein fantastisches Ergebnis. Wir zahlen also schon sehr konkret auf den Nachhaltigkeitsgedanken unserer Unternehmensvision ein. Und mit *Balance the Impact* werden wir daran arbeiten, dass wir das in Zukunft fortsetzen – durch unsere Produkte und als Unternehmen, indem wir unsere Umweltauswirkungen kontinuierlich minimieren.

Nachhaltigkeit ist zum geflügelten Wort avanciert: Die meisten Unternehmen beschäftigen sich damit und zeigen das durch Nachhaltigkeitsberichte oder andere Projekte. Ist der Corporate Responsibility Bericht von BRITA demnach nur einer von vielen? Worin unterscheidet er sich?

Unser Corporate Responsibility Bericht orientiert sich an einem weltweit anerkannten Standard, dem GRI. Gleichzeitig war es uns sehr wichtig, dass unsere eigene Handschrift erkennbar ist. Das Ergebnis ist ein Bericht, der messbare Ergebnisse authentisch, verständlich, seriös und gleichzeitig aber auch lesbar und unterhaltsam offenlegt. Und wir wollen mit dem Bericht zeigen, wer wir wirklich sind, was genau uns auszeichnet und welche Wege wir gehen. Es geht uns dabei nicht darum, uns mit anderen zu messen. Viel wichtiger ist es uns zu zeigen, was wir bei BRITA im Bereich der Corporate Responsibility tun – und vor allem auch wie. Unser Leuchtturmprojekt *Balance the Impact* zeigt, dass wir mutig sind und neue Wege gehen.

Hand aufs Herz: Ist Ihr Engagement für den SV Wehen Wiesbaden Ihr Lieblingsprojekt in Sachen Corporate Responsibility?

Sport, und insbesondere der Fußballsport, begleitet mich schon mein ganzes Leben. Natürlich habe ich persönlich eine enge Verbindung zum SV Wehen Wiesbaden, schließlich habe ich in meiner Jugend selbst für den Verein gespielt. Dadurch entstand auch die starke Sponsoren-Beziehung. Mein Vater, Heinz Hankammer, hat das damals angestoßen, und über die Jahre ist das Engagement von BRITA weiter gewachsen. Ich empfinde Fußball als Sport, der begeistert und viele Emotionen weckt – nicht nur bei mir und meiner Familie, sondern bei so vielen Menschen in Deutschland und in der ganzen Welt. Das sieht man vor allem bei großen Events wie zuletzt bei der Europameisterschaft. Natürlich ist das eine schöne Sache. Aber letztlich ist jedes unserer Projekte auf seine Art besonders und leistet einen Beitrag zur BRITA Corporate Responsibility.

Einige Unternehmen haben gesonderte Abteilungen, die sich mit Corporate Responsibility Themen auseinandersetzen. Bei BRITA ist das auch ganz deutlich Chefsache. Wieso?

Alles, was wir in diesem Bereich tun, ist auch persönlich geprägt und damit eng mit den Werten eines mittelständischen Familienunternehmens verbunden. Ich möchte gerne wissen, was hier passiert und mich auch persönlich mit meinen Ideen einbringen. Aber das ist nur eine Seite. Natürlich gibt es im Unternehmen viele Abteilungen und Menschen, wenn nicht sogar alle, die an der Umsetzung von Projekten der Corporate Responsibility beteiligt sind. Es ist eine gemeinschaftliche Arbeit, und nur so kann es klappen. Wir wollen, dass Nachhaltigkeit und Verantwortung in allen Unternehmensbereichen von Bedeutung ist; da braucht man die entsprechenden Strukturen und Prozesse. Auch die internationalen Standorte sollen noch stärker eingebunden werden. Schließlich haben wir alle ein gemeinsames Ziel, auf das wir zugehen.

Wir haben über Corporate Responsibility auch eine Chance, unseren Geschäftserfolg ein Stück weiter auszubauen, und wollen das als Basis für weitere Erfolge nutzen. Natürlich muss dafür ein entsprechendes Fundament gebaut werden – das ist für mich der wirtschaftliche Erfolg. Man könnte es sozusagen als Kreislauf betrachten. Ein Unternehmen, dem es gut geht, kann auch außerhalb des eigentlichen Geschäfts etwas bewirken. Damit es erfolgreich ist, muss es aber auch über seine wirtschaftlichen Grenzen hinausblicken. Eins geht nicht ohne das andere. Nicht zuletzt daher ist Corporate Responsibility für mich auch Chefsache.

Die meisten Menschen assoziieren mit dem Begriff Nachhaltigkeit den rück-sichtsvollen Umgang mit dem Planeten oder wertvollen Ressourcen. In diesem Bericht sprechen Sie aber bewusst auch über das Thema „People“. Können Sie uns den Zusammenhang erläutern, den BRITA hier sieht?

Ohne unsere ganz besonderen Menschen geht bei BRITA gar nichts. Das klingt für Außenstehende schnell wie ein Klischee, ist aber etwas, was ich seit Jahrzehnten täglich sehe und erlebe. Menschen sind bei BRITA die Basis des Unternehmenserfolgs. Für unsere Mitarbeiter ein faires und motivierendes Arbeitsumfeld zu schaffen, ist essenziell für uns und gehört selbstverständlich zum Kern unserer Corporate Responsibility. Man darf aber nicht vergessen, dass gelebte unternehmerische Verantwortung nur funktionieren kann, wenn alle konsequent an einem Strang ziehen. Dazu gehört auch, dass die Mitarbeiter sozu-



Das Executive Board der BRITA Gruppe (v.l.n.r.): Dr. Hilmar Walde, Walter Funk, Markus Hankammer, Jörg Heise (hinten), Markus Kirschner, Dr. Rüdiger Kraege.

sagen selbst das Thema Corporate Responsibility verkörpern – zum Beispiel durch umweltfreundliches Verhalten am Arbeitsplatz oder das Einbringen von Ideen in Corporate Responsibility Projekte.

Herr Hankammer, Sie sind nicht nur in Deutschland und Europa mit Ihrem Unternehmen sehr gut aufgestellt, sondern auf der ganzen Welt. Die Bedingungen für nachhaltiges Handeln weisen hierbei sicherlich große Unterschiede auf. Wie sorgen Sie dafür, dass überall der hohe BRITA-Standard garantiert ist?

Richtig ist: Die Anforderungen sind von Markt zu Markt unterschiedlich. Was in einem Land wie Deutschland einfacher zu erreichen ist, kann anderswo viel komplizierter sein und umgekehrt. Da muss man einerseits flexibel sein, andererseits wollen wir natürlich die Messlatte für unsere Qualitäts- und Corporate Responsibility Standards überall gleich hoch halten. Um das zu schaffen, müssen wir ein paar grundlegende Dinge beachten. Es ist wichtig, einen allgemein gültigen „BRITA-Standard“ zu definieren und die internationalen Tochtergesellschaften frühzeitig einzubinden. Und natürlich müssen wir auch ihre Bedürfnisse zum Thema Corporate Responsibility erfragen und sie, wo nötig, dafür sensibilisieren. Auch hier kann ich wieder nur betonen, wie wichtig die Menschen sind, die für BRITA arbeiten, egal in welchem Land. Ich bin froh sagen zu können: Sie haben erkannt, dass das Thema wichtig ist und engagieren sich dementsprechend stark.

Eines der Markenversprechen von BRITA lautet *Leading in Sustainability*. Das sind große Worte, an denen die Kunden und auch die Gesellschaft Sie messen werden. Was tun Sie, um ihnen gerecht zu werden?

Wir merken, dass unsere Kunden, Geschäftspartner, aber auch die Gesellschaft höhere Ansprüche an uns und unser Handeln haben – auch deshalb wollen wir mit dem Corporate Responsibility Bericht ein gutes Level an Transparenz schaffen. Wir sind noch nicht perfekt, aber wir können auf das, was wir erreicht haben, stolz sein. Wir hoffen, dass unsere Stakeholder erkennen, dass wir es ernst meinen. Die Herausforderungen, die vor uns liegen, sind vielfältig. Nur ein Beispiel: Das Thema der begrenzten Ressourcen in wachsenden Unternehmen betrifft natürlich auch BRITA. Außerdem könnte es zu Konflikten zwischen wirtschaftlichen Zielen und Corporate Responsibility Aktivitäten kommen. Gerade beim Thema Nachhaltigkeit ist oftmals nicht direkt ersichtlich, wie groß der ökonomische Nutzen ist, d. h. man braucht einen langen Atem. Als Familienunternehmen, das finanziell unabhängig ist, haben wir aber einen solchen Atem – und die Begeisterung für dieses Thema, die den Unterschied macht.

VERANTWORTUNG FÜR DIE BRITA GRUPPE

UNSERE NÄCHSTEN SCHRITTE

- **Kontinuierliche Arbeit an Produktinnovationen sowie Forschung und Entwicklung im Bereich von Technologien zur Trinkwasseroptimierung und -individualisierung**
- **Konsequente Weiterentwicklung des zukunftsweisenden Segments der leitungsgebundenen Wasserspender durch Akquisition und internationale Expansion**
- **Weiteres Vorantreiben der internationalen Marktdurchdringung mit Fokus auf den asiatischen Märkten**
- **Fortführung und Intensivierung von Corporate Responsibility durch den Aufbau der notwendigen Strukturen und Entwicklung eines CR Programms**

DAS EXECUTIVE BOARD

Berichtszeitraum 2014/2015

Markus Hankammer (Chief Executive Officer BRITA Group)
Jörg Heise (Chief Operating Officer BRITA Group)
Walter Funk (Chief Financial Officer BRITA Group)
Markus Kirschner (Senior Vice President Europe)
Dr. Hilmar Walde (Chief Technology Officer BRITA Group)
Dr. Rüdiger Kraege (Senior Vice President Asia)

DAS IST BRITA

BRITA VISION

„Wir werden die Art und Weise, wie Menschen Wasser trinken, nachhaltig verändern.“

BRITA MISSION

„Wir bieten jedem das bestmögliche Trinkwassererlebnis – den individuellen Bedürfnissen entsprechend.“

UNSERE WERTE

Als Familienunternehmen orientieren wir bei BRITA uns schon immer stark und konsequent an Werten. Daran hat sich bis heute, trotz schneller Weiterentwicklung und starkem Wachstum in den vergangenen 50 Jahren, nichts geändert – und es wird auch in Zukunft so bleiben. Wir wissen, dass ganz bestimmte Werte für uns elementar sind, denn sie tragen ebenso zum Erfolg unseres Unternehmens bei wie betriebswirtschaftliche Strategien:



BRITA ist der weltweit anerkannte Experte auf dem Gebiet der Trinkwasseroptimierung und -individualisierung. 2016 feiern wir als global erfolgreiches deutsches, mittelständisches Familienunternehmen das 50-jährige Jubiläum unserer Unternehmensgründung. 1970 hat Heinz Hankammer mit seiner Erfindung des Tischwasserfilters für den Haushalt eine Marktnische entdeckt und anschließend konsequent den Markt dafür geschaffen. Heute steuern wir von unserem Hauptsitz in Taunusstein aus unsere Geschäftsaktivitäten auf der ganzen Welt. Ende 2015 arbeiteten weltweit 1.480 Menschen bei BRITA, 785 davon in Deutschland. Im gleichen Jahr erzielte die BRITA Gruppe mit ihren 23 nationalen und internationalen Tochtergesellschaften und Betriebsstätten, 4 Produktionsstätten und Vertreibern in über 60 Ländern auf allen fünf Kontinenten einen Gesamtumsatz von 429 Mio. Euro (währungsbereinigt 410 Mio. Euro). Das bedeutete ein Wachstum von 19 Prozent gegenüber dem Vorjahr. 82 Prozent des Gesamtumsatzes wurden außerhalb Deutschlands erzielt.

UMSATZ ENTWICKLUNG

(in Mio. Euro)



UNSER PRODUKT PORTFOLIO

BRITA Consumer

- fill&enjoy Filterkannen und fill&serve Karaffen
- fill&go Filterflaschen
- fill&boil – Geräte für die Heißwasserzubereitung
- BRITA Integrated Solutions – Filterkartuschen, die in Haushaltsgeräte von Partnerunternehmen integriert sind, z. B. in Wasserkocher, Kaffee- und Espressomaschinen
- connect&filter Wasserbars: Individueller Trinkgenuss mit gefiltertem, gekühltem, gesprudelttem und heißem Wasser
- connect&filter Filtersysteme: Optimale Filtrationsperformance mit Schwerpunkt auf asiatische Märkte

BRITA Professional

- Filter für Kaffeemaschinen, Vendingautomaten, Kombidämpfer und Backöfen, Spülmaschinen und Wasserspender
- Leitungsgebundene Wasserspender in Form von Stand-, Auf Tisch- und Untertischsystemen für Unternehmen, Kliniken, Gastronomie, Schulen

EIN INHABER GEFÜHRTES UNTERNEHMEN

Die BRITA GmbH (vormals Chemie BRITA Geräte) wurde am 1. Juli 1966 von Heinz Hankammer gegründet. 1970 kam ihm die Idee, Trinkwasser so einfach wie möglich für bestimmte Anwendungen – z. B. die Zubereitung von Tee – zu optimieren. Heute ist BRITA ein inhabergeführtes, eigenständiges und eigenfinanziertes Familienunternehmen in der Rechtsform einer Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH). Die BRITA GmbH bündelt die operativen Geschäfte.

Bis August 1996 war Unternehmensgründer Heinz Hankammer alleiniger Geschäftsführer. Im August 1996 trat Heinz Hankammers Sohn Markus ebenfalls in die Geschäftsführung ein. Am 1. Januar 1999 übergab Heinz Hankammer schließlich die alleinige Geschäftsführung an Markus Hankammer, der heute CEO der BRITA Gruppe ist, und übernahm den Vorsitz des neu gegründeten Aufsichtsrats. Seit 2014 hat Moss Kadey, der als einer der BRITA-Pioniere das Geschäft in Nordamerika aufgebaut hat, den Vorsitz; Heinz Hankammer wurde Ehrenvorsitzender. Die weiteren Mitglieder des Aufsichtsrats sind: Brita Hankammer und Prof. Dr. Gerd Walger, emeritierter Universitäts-Professor und Mitbegründer der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Universität Witten/Herdecke. Der Aufsichtsrat berät und kontrolliert die Geschäftsführung und das Executive Board. Neben Markus Hankammer ist Jörg Heise weiterer Geschäftsführer der BRITA GmbH und Chief Operating Officer der BRITA Group.

BRITA erwirtschaftet seit über zehn Jahren mehr als 80 Prozent seines Umsatzes außerhalb seines Heimatmarktes in Deutschland. Unsere internationalen Märkte sind mit ihren spezifischen Nutzungsgewohnheiten und Anforderungen auch immer stärker Motor für die Produkt- und Technologieinnovationen der Marke BRITA. Ein echter Meilenstein ist hier in der jüngsten Vergangenheit die geographische Expansion in Asien mit neuen Tochtergesellschaften in China und Taiwan zusätzlich zu der bereits vor zehn Jahren gegründeten Gesellschaft in Japan. Von einem Regional Headquarter in Hong Kong aus sollen künftig weitere asiatische Märkte erschlossen werden.

Auf Produktseite hat BRITA seit 2010 das neue und vielversprechende Segment der leitungsgebundenen Wasserspender mit Hilfe diverser Akquisitionen aufgebaut und konsequent weiterentwickelt. Nach dem Start in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Großbritannien stehen nun auch der französische und italienische Markt auf dem Plan.

BRITA: EINE ERFOLGS GESCHICHTE

mavea
INSPIRED WATER

CONQUER NEW WATERS

Mit neuer Unternehmensstrategie ins nächste Jahrzehnt

Der Kern des BRITA-Erfolgs sind die kontinuierliche Arbeit an Produktinnovationen und die Forschung und Entwicklung im Hinblick auf Technologien zur Optimierung und Individualisierung von Trinkwasser.

2015 konnte BRITA das zwölfte Jahr in Folge seinen Umsatz steigern und geht mit einem herausragenden wirtschaftlichen Erfolg, dem höchsten Umsatz und der höchsten Umsatzsteigerung in der Unternehmensgeschichte, in sein Jubiläumsjahr 2016. Mit unseren Mitarbeitern weltweit, die eng mit dem Unternehmen verbunden sind, dem zielgerichteten Ausbau unserer Geschäftsfelder und einem nachhaltigen Produktangebot wollen wir auch künftig weitere wichtige Wasseroptimierungsmärkte erobern. Unsere Strategie *BRITA 2020 – Conquer New Waters* spielt dabei eine wesentliche Rolle. Neben einer klaren Ausrichtung auf die Themen Diversifizierung (geografisch wie Produkt- und Technologie-seitig), Beschleunigung und Unternehmensegeist enthält sie konkrete Orientierungspunkte und Zielvorgaben, die die Richtung für jede Region und jedes Produktsegment vorgeben.

Markus Hankammer erklärt den Strategieansatz so:

„Wir setzen weiterhin auf unsere Expertise in einer genau definierten Produktnische und unser daraus abgeleitetes Produktangebot, dessen Vorzüge Menschen in der ganzen Welt verstehen. Warum nicht auf smarte Art und Weise Leitungswasser optimieren, statt Plastikwasserflaschen hin- und herzutransportieren und mit negativen Folgen für unseren Planeten und unsere Ozeane zu entsorgen?“

NACHHALTIGKEIT BRAUCHT COMPLIANCE

Corporate Compliance bei BRITA steht für mehr als nur das Einhalten von Regeln und Gesetzen. Es ist Teil der auf Corporate Responsibility ausgelegten Unternehmensstrategie und steht für integriertes, ethisches und wertorientiertes Verhalten als Basis für verantwortungsvolles Unternehmertum entlang der Wertschöpfungskette. Dazu entwickelt und implementiert Compliance präventive und reaktive Maßnahmen als Teil des Risikomanagements, die der Schadensvermeidung oder Früherkennung dienen.

Regelwidriges Verhalten ist niemals im Interesse von BRITA. Diesem Grundsatz sind Executive Board und alle Führungskräfte bei BRITA ausnahmslos verpflichtet. Integres und verantwortungsvolles Verhalten von jedem BRITA-Mitarbeiter ist ein elementarer Bestandteil unserer Geschäftskultur. Auf Verstöße gegen Gesetze, Kodizes und Standards reagieren wir konsequent, gegebenenfalls auch durch arbeitsrechtliche Schritte.

BRITA verfolgt ein wertebasiertes Compliance Management System, das auf der Eigenverantwortung der Mitarbeiter aufbaut. Compliance wird bei BRITA zentral gesteuert und in den verschiedenen Bereichen lokal umgesetzt. Die Compliance Funktion ist Teil der Rechtsabteilung, die am Hauptsitz in Taunusstein angesiedelt ist und direkt an den CFO berichtet. Die zentrale Compliance Funktion 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 für die Umsetzung der Maßnahmen zuständig sind.

Compliance sind bei BRITA alle Mitarbeiter. Dennoch kommt unseren Führungskräften eine besondere Rolle zu: Sie sind besonders verpflichtet, Vorbild für ihre Mitarbeiter zu sein. Um Compliance für jeden Mitarbeiter verständlich darzustellen, haben wir zwei zentrale Dokumente entwickelt: der Verhaltenskodex und die Awareness Broschüre *Compliance – Alle an einen Tisch*. Die Broschüren stehen aktuell in zehn Sprachen zur Verfügung. Compliance wird aber nicht durch Broschüren, sondern erst durch das wertorientierte Handeln der Mitarbeiter lebendig. Hier setzen wir auf Kommunikation und interaktive Workshops, um die Mitarbeiter zu selbstverantwortlichen Umgang mit Compliance Fragen zu motivieren und zu befähigen.

CORPORATE RESPONSIBILITY BEI BRITA

Aus seinem wirtschaftlichen Erfolg hat BRITA schon immer die Verpflichtung abgeleitet, einen Teil dieses Erfolgs an die Gesellschaft zurückzugeben. Die Verantwortung für das Thema Corporate Responsibility liegt bei BRITA CEO Markus Hankammer. Auf seine Initiative hin wurden in der Vergangenheit gesellschaftliches Engagement und Umweltschutz in die Tat umgesetzt. Zwischen 2013 und 2015 wurde ein Projekt initiiert und über ein Steering Committee gesteuert, das den CO₂-Fußabdruck von BRITA minimieren sollte. Aus diesem Projekt heraus entwickelte sich der Ansatz *Balance the Impact*, der heute das Dach für die Corporate Responsibility Aktivitäten bei BRITA bildet.

Seit 2016 bauen wir unter *Balance the Impact* eine Struktur auf, mit der Corporate Responsibility dauerhaft im Unternehmen verankert und vorangetrieben werden kann. Ein Kernteam bestehend aus Vertretern der Abteilungen Health, Safety & Environment, Group Corporate Communications und Brand Marketing sowie dem Nachhaltigkeitsbeauftragten (Manager Sustainability) soll diese Entwicklung überwachen und lenken. Zu den Aufgaben des Kernteams gehört es, Maßnahmen und Projekte zu initiieren und umzusetzen. Je nach Bedarf, werden Vertreter aus den Fachabteilungen in das Team hinzugezogen, so dass jedes Projekt und jeder Aspekt aus unterschiedlichen Blickwinkeln betrachtet wird. Das Kernteam berichtet im Rahmen eines Steering Committees regelmäßig an Markus Hankammer.

Corporate Responsibility ist ein umfangreiches Thema, für das eine funktionierende Organisation im Unternehmen notwendig ist. Diese Organisation und ein Corporate Responsibility Programm sowie die erforderlichen Strukturen werden bei BRITA

Weltweite Märkte

Zur BRITA Gruppe gehört weit mehr als nur die BRITA GmbH mit Hauptsitz in Taunusstein. Zahlreiche Tochterfirmen auf der ganzen Welt tragen genauso zum Fortschritt und Wachstum des Unternehmens bei. Auf dem nordamerikanischen Kontinent vermarktet die BRITA GmbH ihre Produkte unter der Marke MAVEA.

- BRITA GmbH, Deutschland (Hauptsitz)
- BRITA Water Filter Systems Distributors Pty Ltd., Australien
- BRITA China Co. Ltd., China
- BRITA Hong Kong Ltd., Hong Kong
- BRITA S.A.R.L., Frankreich
- BRITA Water Filter Systems Ltd., Großbritannien
- BRITA Italia s.r.l. Unipersonale, Italien
- BRITA Japan KK, Japan
- BRITA Korea, Korea
- BRITA Polska S.p.z.o.o., Polen
- BRITA Turkey Su Cözümleri Limited Sirketi, Türkei
- BRITA OOO, Russland
- BRITA AG, Schweiz
- BRITA Iberia S.L., Spanien
- BRITA Taiwan Co. Ltd., Taiwan
- MAVEA LLC, USA
- MAVEA Canada Inc., Kanada
- BRITA Ionox Deutschland GmbH
- BRITA Yource GmbH, Deutschland
- Asset S.r.l., Italien
- Oxymount AG, Schweiz
- Vivreau Limited, Großbritannien
- Vivreau USA LP, USA
- Vivreau Canada Inc., Kanada

schrittweise aufgebaut. Durch interne Prozesse soll sichergestellt werden, dass Corporate Responsibility Projekte effizient und mit Rückhalt aus allen Abteilungen durchgeführt werden können.

Unser Ziel ist es, die vielfältigen Maßnahmen, die wir bisher aus unserer Verantwortung heraus ganz selbstverständlich umgesetzt haben, systematisch zu steuern und daraus Impulse für unser Wachstum zu generieren. Deshalb wollen wir über die nächsten Jahre ein stimmiges Corporate Responsibility Programm aufsetzen, das die Ansprüche unserer Stakeholder berücksichtigt und uns als Unternehmen voranbringt.

AUSTAUSCH MIT STAKEHOLDERN

BRITA steht im kontinuierlichen Gespräch mit relevanten Stakeholdern wie z. B. Lieferanten, Geschäftspartnern, Verbrauchern und Behörden. So erhalten wir wichtiges Feedback – auch zu Corporate Responsibility Themen. BRITA Social Media Seiten, Messen oder Veranstaltungen dienen als gute Plattformen um sich mit Kunden auszutauschen. Unser Ziel ist es, in Zukunft auch zu konkreten Corporate Responsibility Fragestellungen mit unseren Stakeholdern in Dialog zu treten. Um dies umzusetzen, findet schrittweise eine Systematisierung statt. Der Fokus liegt hier jedoch zunächst auf der Stärkung der internen Kommunikation und Prozesse.

BRITA ist in vielen Netzwerken, Verbänden und Organisationen aktiv, die mit unserem Kerngeschäft in Verbindung stehen. Das bietet uns die Möglichkeit, uns mit verschiedenen Anspruchsgruppen und Stakeholdern auszutauschen und unser Fachwissen auszubauen. Durch diese externen Kontakte können wir zusätzliche Impulse für unser eigenes Geschäft generieren.

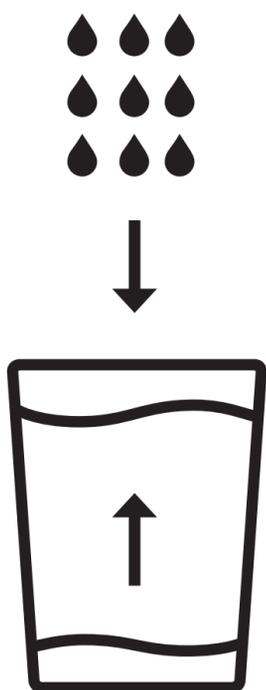
Auszug aus Organisationen, in denen BRITA Mitglied ist.

- AGV – Arbeitgeberverband Chemie und verwandte Industrien für das Land Hessen e.V.
- BLL – Bund für Lebensmittelrecht und Lebensmittelkunde e.V.
- DGE – Deutsche Gesellschaft für Ernährung e.V.
- DIN – Deutsches Institut für Normung e.V. (Normenausschuss Wasserwesen)
- FIGAWA – Bundesvereinigung der Firmen im Gas- und Wasserfach e.V.
- Forum Trinkwasser e.V.
- German Water Partnership e.V.
- HKI – Industrieverband Haus-, Heiz- und Küchentechnik e.V.
- IKV – Institut für Kunststoffverarbeitung in Industrie und Handwerk
- Markenverband e.V.

International:

- Aqua Europa
- EWTA – European Water Treatment Association
- SCAE – Speciality Coffee Association of Europe

TROPFEN FÜR TROPFEN ZUR NACHHALTIGKEIT



Jede der in diesem Bericht vorgestellten Maßnahmen haben wir in einen symbolischen Tropfen übersetzt. Diese Tropfen begleiten Sie in farblich hervorgehobenen Infokästen und am unteren Rand jeder Seite. Je weiter Sie mit Ihrer Lektüre des Berichts vorankommen, desto mehr füllen die Tropfen das Glas.

16
18
19
20
20
21



DEN MENSCHEN EIN BEDÜRFNIS

Nicht Beruf, sondern Berufung.
Bei BRITA dreht sich tagtäglich alles um das wichtigste Lebensmittel und eine bedrohte natürliche Ressource: Wasser.

DIE FILTERTRENDS VON MORGEN

BRITA Produkte sind nicht nur smart und funktional, sie sehen auch gut aus. Welche Trends kommen morgen im Produktdesign auf uns zu?

ALLES GESCHMACKS SACHE

Im BRITA Sensoriklabor heißt das Messinstrument Mensch. Wie man den unverfälschten Geschmack von Wasser analysiert.

AND THE AWARD GOES TO...

BRITA Produkte sind ausgezeichnet. Mit vielen nationalen und internationalen Designpreisen.

DIE WASSER VERSTEHER

Im BRITA Labor ist das geballte wissenschaftliche Wasser-Know-how versammelt. Hier wird Wasseranalytik betrieben.

EINE WIN-WIN SITUATION

Der BRITA Water Science Award ehrt herausragende Leistungen in der Wasserforschung.

01 # DEN MENSCHEN EIN BE DÜRF NIS

Wasser ist eines der wichtigsten Lebensmittel für den menschlichen Organismus. Täglich genügend Wasser zu trinken ist für unser Leben und unser Wohlbefinden zwingend erforderlich. Es stillt nicht nur den Durst, Wasser ist auch entscheidend für viele Körperfunktionen. Es fungiert als Lösungsmittel für Nährstoffe, reguliert die Körpertemperatur, hält den Blutdruck auf dem richtigen Niveau und schwemmt Giftstoffe aus. Müdigkeit, Konzentrationsschwäche und Kopfschmerzen sind Zeichen einer unzureichenden Wasserzufuhr, weist zum Beispiel das Forum Trinkwasser nach. Knapp 144 Liter Wasser trank jeder Deutsche 2015 – doppelt so viel wie noch 1970 – Tendenz steigend¹





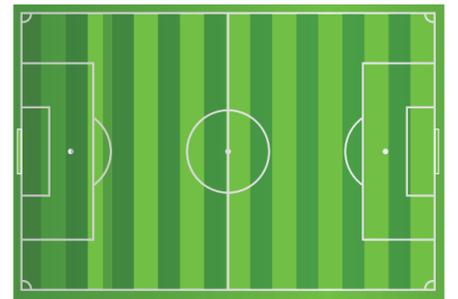
BRITA fill&go Vital



BRITA fill&serve Mind

So einfach wie überzeugend

Wie funktioniert eine BRITA Filterkartusche? Die Hüllen der Kartuschen selbst bestehen aus recyclingfähigem Kunststoff. Sie umschließen eine für die Trinkwasseroptimierung besonders geeignete Mischung aus Aktivkohle und Ionenaustauscher. Die Aktivkohle wird aus Kokosnussschalen gewonnen, die Ionenaustauscher sind synthetisch hergestellte Harze, die in granulierter Form verwendet werden. Sobald das Wasser mit dem Ionenaustauscher der Kartusche in Kontakt kommt, vermindert er den Kalkgehalt, aber auch Metalle wie Kupfer und Blei, falls sie installationsbedingt im Trinkwasser enthalten sind. Die Aktivkohle entfernt weitestgehend Stoffe, die sich störend auf den Geschmack des Trinkwassers auswirken, wie z. B. Chlor oder Chlorverbindungen.



Drei Gramm Aktivkohle, natürlicher Hauptbestandteil der BRITA Wasserfilter, haben dieselbe Oberfläche wie ein Fußballfeld. Das entspricht beeindruckenden 7.140 m².

Voll in unserem Element

Als Unternehmen, für das Wasser seit über 50 Jahren Geschäftsgrundlage ist, ist es BRITA ein Anliegen, Menschen für einen bewussten Umgang mit der wertvollen und bedrohten Ressource Wasser zu sensibilisieren. Wir wollen das Grundbedürfnis der Menschen nach wohlschmeckendem und ihren individuellen Vorlieben und Bedürfnissen angepasstem Trinkwasser erfüllen – und mit unseren Innovationen die Art und Weise, wie Menschen Wasser trinken, nachhaltig verändern.

Unsere Nutzer haben es bereits erkannt: Mit BRITA-optimiertem Wasser bieten wir heute schon eine smarte, ökologisch sinnvolle Alternative zu Flaschenwasser. „Die Vorteile unseres Angebots sind eindeutig. Man hat jederzeit frisches, optimiertes, individualisiertes Wasser zur Verfügung – ganz ohne schwere Kisten zu tragen oder sie über längere Strecken transportieren zu müssen. Was also komplett entfällt, sind Plastikmüll und der logistische Aufwand, um Flaschenwasser zu besorgen und im Gegenzug Leergut zurückzubringen – und dadurch verbessert sich natürlich die eigene Ökobilanz“, betont BRITA CEO Markus Hankammer.

Das Bewusstsein wächst

In den vergangenen Jahren ist in der Gesellschaft das Interesse an einem nachhaltigen Lebensstil stetig gewachsen – und mit ihm der Wunsch nach Produkten, die ihn ermöglichen. Grund dafür ist unter anderem die Diskussion über den Klimawandel und Möglichkeiten ihn noch einzudämmen. Aktuell steht zusätzlich auch die ernstzunehmende Bedrohung des Lebensraums Ozean durch den unverantwortlichen Umgang mit Plastikmüll im Brennpunkt des Interesses. Wissenschaftler schätzen, dass sich derzeit zirka 150 Millionen Tonnen Plastik im Meer befinden, jedes Jahr gelangen weitere 12,7 Millionen Tonnen Abfälle ins Meer, und zwar größtenteils Plastikabfälle.^{2,3} Das entspricht mehr als einem Müllwagen pro Minute. Laut einer Prognose des Weltwirtschaftsforums könnten im Jahr 2050 mehr Kunststoffabfälle in den Meeren schwimmen als Fische.² Plastik im Meer gefährdet zudem mittelbar den Menschen und seine Gesundheit: Lebewesen im Meer nehmen Mikroplastik auf und tragen es so in die Nahrungskette ein.

Nachweislich nachhaltig

Mit unseren Produkten können wir einen großen Beitrag zu einem nachhaltigeren, bewussteren Leben leisten, denn dass mit BRITA-Produkten gefiltertes Wasser tatsächlich eine ökologisch sinnvolle Getränkealternative ist, bestätigt uns auch der TÜV Rheinland. 2012 veröffentlichten wir in Kooperation mit dem IfaS Institut der Fachhochschule Trier den ersten Product Carbon Footprint für unseren Tischwasserfilter Aluna in Verbindung mit einer MAXTRA Kartusche. Dabei kam heraus, dass ein Liter BRITA-gefiltertes Wasser gerade einmal 7 Gramm CO₂-Emissionen

generiert. Betrachtet man dem gegenüber den Fußabdruck einer typischen Flasche stillen Wassers, der laut entsprechenden Branchenangaben bei 194 Gramm CO₂ pro Liter liegt, spricht das eindeutig für BRITA.⁴ Doch was bedeutet das eigentlich für die Umwelt?

Viele unserer Kunden greifen zu BRITA-Produkten, anstatt Wasser aus Flaschen zu trinken. Durch den Genuss von BRITA-gefiltertem Wasser konnten so in 2015 weltweit mehr als 250.000 Tonnen CO₂ vermieden werden. Das entspricht in etwa dem jährlichen CO₂-Ausstoß von 130.000 Mittelklassewagen!



¹ Verband deutscher Mineralbrunnen e.V.; bezieht sich auf Mineralwasser

² Mac Arthur Foundation/ World Economic Forum

³ Whale and Dolphin Conservation

⁴ European Federation of Bottled Water EFBW

DIE FILTER TRENDS VON MORGEN

Benjamin Schöpfer weiß schon heute, was morgen auf uns zukommt – zumindest im Produktdesign. Er leitet seit 2013 als Senior Productmanager Innovation und Design das Fachgebiet Innovation und Designmanagement der BRITA Gruppe.



Benjamin Schöpfer behält bei der Entwicklung neuer Produkte die Erwartungen der Kunden im Auge.

Hauptaufgabe des Design- und Innovationsmanagements ist es“, so Benjamin Schöpfer, „die Bedürfnisse der Konsumenten in ansprechend gestaltete, fortschrittliche Produkte zu übersetzen.“ Seit 2014 hat die Offensive durch vielfältige Projekte starken Aufwind bekommen: Über 20 Designprodukte wurden entworfen und Studien durchgeführt; auch eine BRITA Designsprache mit den dazugehörigen Design-Guidelines wurde konzipiert.

Auch eine Partnerschaft mit der Hochschule Fresenius gehört zu den Ergebnissen der Innovations-Offensive. Benjamin Schöpfer berichtet: „Im ersten Halbjahr 2016 haben wir schon elf Produkte gestaltet, entwickelt und umgesetzt. Einige davon haben Designpreise gewonnen – zum Beispiel der Tischwasserfilter fill&enjoy Fun, der erst vor wenigen Monaten die Jury des red dot awards überzeugen konnte.“ Dass BRITA-Produkte immer wieder ausgezeichnet werden, habe einen guten Grund, erläutert der Innovationsmanager: „Neben dem gestalterischen Aspekt spielt sicherlich die Tatsache, dass sich BRITA den Themen Trinkwasseroptimierung und Nachhaltigkeit widmet, eine entscheidende Rolle. Grundlage unseres Erfolgs ist die Verbindung von gesellschaftlich nachhaltigen Angeboten mit einem benutzerorientierten Ansatz. Dafür ist gutes Design unerlässlich.“

Benjamin Schöpfer behält bei der Innovation neuer Produkte immer die Erwartungen der Konsumenten im Auge: „Ohne die Akzeptanz des Kunden für unsere Produktentwicklungen können wir auch keinen Trend und vor allem keine Innovation gestalten. Um unsere Kunden

für die Marke BRITA zu begeistern und eine Wiedererkennbarkeit herzustellen, setzen wir auf die BRITA Design-Guidelines, die wir für einen längeren Zeitraum konzipiert haben. So stehen unsere Produkte für beides: Nachhaltigkeit und einen stringenten Markenauftritt.“

Nachhaltig innovativ

Das grundlegende Bedürfnis nach frischem, wohlschmeckendem Trinkwasser steht in allen Ländern, in denen BRITA seine Produkte vertreibt, an erster Stelle. Dennoch gibt es von Land zu Land sehr unterschiedliche, spezifische Ansprüche an die Nutzung. Das bedeutet, dass BRITA sein Produktportfolio und seine Innovationsentwicklung in länderspezifische Bereiche aufgliedert und für verschiedene Regionen auch unterschiedliche Produkte konzipiert. Ein großer Teil von Benjamin Schöpfers Arbeit besteht darin, Megatrends aufzuspüren und in Produkte umzusetzen. Ein Thema, das besonders in Europa, aber zunehmend auf der ganzen Welt die Gesellschaft bewegt, ist Nachhaltigkeit. Bei BRITA beschäftigt man sich aber natürlich nicht nur mit diesem Langzeit-Trend, so Benjamin Schöpfer: „Nachhaltigkeit ist sicherlich ein gesellschaftliches Bedürfnis, das das Geschäft von BRITA weiter prägen wird. Aber wie in vielen Branchen ist auch bei uns z.B. die Individualisierung von Produkten ein wichtiges Thema. Um tatsächlich voraussagen zu können, was auf uns und unsere Konsumenten zukommt, ist es wichtig, visionär zu denken und zu handeln. Nachhaltig und zukunftsorientiert.“

Organisationen, prominente Mitstreiter und treue Kunden, die nicht mehr auf BRITA-Produkte verzichten möchten und mit uns für einen nachhaltigeren Lebensstil eintreten:

TED-Konferenz

TED steht für Technology, Entertainment und Design. 1984 fand die erste TED-Konferenz statt, die eine Plattform für die Verbreitung zukunftsweisender Ideen bieten sollte. Heute reicht das Spektrum der legendären Kurzvorträge von Wissenschaft über Wirtschaft und Kunst bis zu globalen Fragen. Schon im zweiten Jahr in Folge hat die BRITA-Tochtergesellschaft Vivreau 2016 die Konferenz in Vancouver mit Wasserspendern unterstützt und die 2.000 Teilnehmer mit frischem, gefiltertem Wasser versorgt. „Die Organisatoren wollten auf dem Gelände auf keinen Fall Plastikflaschen verkaufen und damit die Nachhaltigkeitsappelle der Konferenz Lügen strafen. Da war Vivreau die perfekte Lösung“, so Drew Hamilton, Managing Director Vivreau Nordamerika.



Drink Up-Initiative

Ein weiteres Projekt, das von Vivreau in den USA als offizieller Partner unterstützt wird, ist die *Drink Up Initiative des Partnership for a Healthier America* mit ihrer Ehrenvorsitzenden, der Präsidentengattin Michelle Obama. Ziel der Initiative ist es, die Menschen in den USA dazu zu bringen, mehr Wasser zu trinken. Die First Lady setzt sich mit Unterstützung von einflussreichen Prominenten, wie z.B. Eva Longoria und John Legend, für eine gesündere Lebensweise ein.

Sterne Koch Yves Camdeborde

Wasser nicht als Durstlöscher, sondern als Grundzutat für eine Vielfalt von Gerichten ist die Idee hinter der Kooperation mit dem bekannten französischen Sterne Koch Yves Camdeborde. Für ihn sollte, genau wie hochwertige Produkte in Bioqualität, auch hochwertiges Wasser zum Kochen dazugehören. Yves Camdeborde erklärt, warum BRITA dafür so wichtig ist: „Erst Dank des mit BRITA-gefilterten Wassers können Obst, Gemüse, Fisch und Kaffee ihr volles Aroma entfalten.“



UCC Coffee UK & Ireland

Bereits seit 2009 gehört UCC Coffee UK & Ireland zu BRITAs wichtigsten Partnern im Professional Bereich. Das Unternehmen ist der führende Dienstleister für Kaffee-Komplettlösungen in Großbritannien, über 571 Millionen Tassen Kaffee werden jährlich von UCC Kunden serviert oder getrunken. Da Wasser essenziell wichtig für das perfekte Geschmackserlebnis beim Kaffeetrinken ist, setzt UCC europaweit ausschließlich auf die Expertise von BRITA in der Wasserfiltration. Eine langfristig angelegte Partnerschaft, die auf ähnlichen Werten basiert – denn beide Unternehmen sehen nachhaltiges und verantwortliches Wirtschaften als Kern ihres Selbstverständnisses. Das BRITA Kartuschen-recycling war sogar ein entscheidender Grund für das Zustandekommen der Zusammenarbeit. UCC selbst verwendet ausschließlich fair gehandelten Kaffee, unterstützt nachhaltigen Kaffeeanbau und Kooperativen, und gibt so direkt an die Kaffeewirtschaft zurück.



Therese Pflug-Ganß & Katharina Ganß

Therese Pflug-Ganß und ihre Tochter Katharina Ganß sind seit vielen Jahren treue BRITA-Kundinnen. Jeden Tag verwenden die beiden ihre Wasserfilter und die Trinkflasche fill&go. Therese Pflug-Ganß ist als passionierte Tee- und Kaffeetrinkerin besonders vom Geschmack begeistert, den ihre Lieblingsgetränke dank BRITA entfalten. Auch Katharina Ganß schmeckt der Tee mit BRITA-gefiltertem Wasser richtig gut, sie sieht jedoch noch weitere ganz praktische Vorteile: „Die Haushaltsgeräte verkalken nicht mehr und die Blumenvasen haben keine Kalkränder mehr.“



AND THE AWARD GOES TO...

Einen Design-Award zu gewinnen, ist jedes Mal eine große Ehre. BRITA durfte in den letzten Jahren sehr viele begehrte Preise mit nach Hause nehmen. Diese Auszeichnungen verstehen wir als schöne Bestätigung unserer Produktkonzepte.

Auch 2016 konnten wir schon wieder mehrere Designpreis-Jurys überzeugen. Mit dem Tischwasserfilter fill&enjoy Fun punktetten wir auf's Neue bei den Juroren des begehrten red dot awards und erhielten unsere achte Auszeichnung dieser Art. Die Jury honorierte vor allem die zeitgemäße, markante Anmutung des kompakten, neuartigen BRITA-Produkts. Die Wasserfilter Karaffe fill&serve Mind gewann den pro-K award für die Qualität des Kunststoffes. Bei diesem renommierten Preis setzte sich BRITA in der Kategorie „indoor“ durch. Die Jury aus Industrie-, Design- und Forschungsexperten beurteilte die Einsendungen nach Design, Innovation und Funktionalität. Die erfolgreiche Teilnahme am pro-K award berechtigt zugleich zur Teilnahme am German Design Award, der vom Rat für Formgebung ausgeschrieben wird.

In der Vergangenheit wurden bereits weitere BRITA-Produkte mit verschiedenen nationalen und internationalen Design-Preisen ausgezeichnet – der Tischwasserfilter Navelia 2008 zum Beispiel mit dem japanischen Good Design Award. Der enviva Wasserspender für die Trinkwasserversorgung in Büros oder anderen öffentlichen Einrichtungen wurde unter anderem 2011 mit dem Interior Innovation Award prämiert.

Form follows function

Warum ist besonders der red dot award so ein wichtiger Indikator für gutes Produktdesign? In dem international renommierten Designwettbewerb zeichnet eine Fachjury herausragende Lösungen aus den Bereichen Produktdesign, Kommunikationsdesign und allgemeine Designkonzepte aus. Jedes Jahr gehen allein in der Sparte „Produktdesign“ mehrere tausend Bewerbungen ein. Sich in diesem starken Wettbewerbsfeld durchzusetzen ist nicht nur eine Ehre für Designer, Hersteller und Vertreiber eines Produkts: Gewinner des red dot awards profitieren auch von seiner Wahrnehmung als eine Art international anerkanntes Qualitätssiegel und starkes Verkaufsargument.

Bei BRITA arbeiten Ingenieure, Entwickler und Designer eng zusammen, um den hohen Designstandard aufrechtzuerhalten und damit am Ende immer das bestmögliche Ergebnis herauskommt: eine Symbiose aus Einfachheit und Eleganz, Funktionalität und Ästhetik. Das alles ist auch in der neuen BRITA-Designsprache festgeschrieben, denn nur so wird aus einem ausgezeichneten Produktdesign ein besonderes Trinkerlebnis.

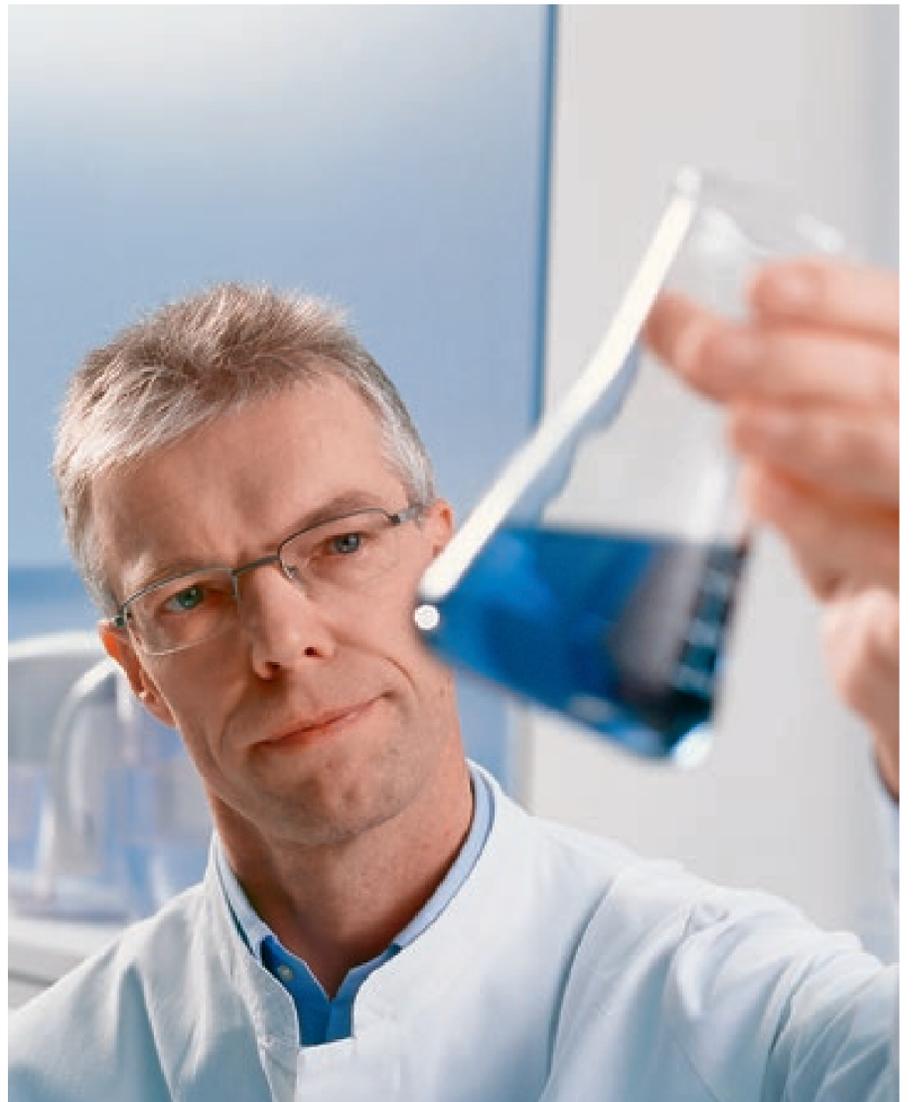


Dass BRITA ein wortwörtlich ausgezeichnetes Unternehmen ist, zeigt der Blick in den Trophäenschrank: Seit 2008 konnten bereits zehn Designpreise gewonnen werden. Dazu kommen 13 Unternehmensauszeichnungen, zum Beispiel für Nachhaltigkeit oder Vertriebskonzepte.

03

DIE WASSER VERSTEHER

Um hochqualitative Produkte wie BRITA-Wasserfiltersysteme entwickeln und produzieren zu können, die Menschen je nach individuellem Bedarf mit optimalem Trinkwasser versorgen, muss man die Ressource Wasser sehr genau verstehen.



Dr. Fried Lauterbach ist seit fast 20 Jahren Laborleiter bei BRITA und Mitglied in verschiedenen wissenschaftlichen Gremien wie der EU Kommission zur Revision der EU Trinkwasserrichtlinie.

Das Labor ist der Ort, an dem bei BRITA das geballte Wasser-Know-how versammelt ist. Im Gegensatz zum Sensorik-Labor, in dem der Geschmack mit dem „Messinstrument“ Mensch analysiert wird, werden hier das Filtratwasser mit Analysegeräten vermessen und die Filterprodukte und Werkstoffe auf ihre chemisch physikalischen Eigenschaften getestet. Geleitet wird es von Chemiker und Mikrobiologe Dr. Fried Lauterbach. Zusammen mit seinem Team von insgesamt 19 Mitarbeitern misst, analysiert und belegt er, dass unsere Produkte sicher sind, perfekt funktionieren und höchsten Qualitätsansprüchen genügen.

Das Labor gliedert sich in drei Bereiche: das Chemielabor, das Mikrobiologielabor und die Prüftechnik. „Chemie- und Mikrobiologielabor ähneln dem Labor eines Wasserwerks“, erläutert Dr. Lauterbach, „hier untersuchen wir Wasserproben auf ihre chemisch-physikalischen und mikrobiologischen Inhaltsstoffe wie zum Beispiel anorganische Spurenelemente und Schwermetalle.“ In beiden Laboren werden jedoch noch weitere Prüfungen mit filterspezifischen Messgeräten und Prüfständen durchgeführt, um unsere Produkte unter ganz realistischen Bedingungen testen zu können. So ist es zum Beispiel möglich, die fill&go Trinkflasche per Simulation ebenso großen Temperaturschwankungen auszusetzen, wie sie auch im täglichen Gebrauch vorkommen und zu analysieren, wie der Filter und die Werkstoffe der Flasche darauf reagieren.



2016 mit dem begehrten red dot Design Award ausgezeichnet:
der BRITA Tischwasserfilter fill&enjoy Fun.



EINE WIN-WIN SITUATION:

Der BRITA Water Science Award



Joris Buijter (links) und Dr. Sabine Rohlf (rechts), beide BRITA, mit Water Science Award-Gewinner Deniz Dalgic.

Ein interdisziplinäres Verständnis für die Ressource Wasser und dafür, wie man diese analysiert, behandelt und schützt, kann man wissenschaftlich erlernen: im Studiengang Water Science an der Universität Duisburg-Essen. Jedes Jahr absolvieren rund 20 Studenten diesen Studiengang, der die Bereiche Wasserchemie, Mikrobiologie und Wassertechnologie umfasst und damit Kernthemen abdeckt, die auch für BRITA relevant sind. Einer, der dieses Studium schon erfolgreich abgeschlossen hat, ist Joris Buijter. Er arbeitet jetzt als Experte für Produktentwicklung bei BRITA und hat vor zwei Jahren den BRITA Water Science Award ins Leben gerufen. Eine Auszeichnung, die besonders herausragende Masterthesen auf dem Fachgebiet der Wasserforschung ehrt.

Talente fördern und fördern

Deniz Dalgic und Senem Kara sind die beiden Preisträger, die den Water Science Award bisher entgegennehmen durften. Dalgic gewann 2014 den ersten Award und überzeugte neben seinen Professoren auch Joris Buijter: „Ich freue mich, dass wir in Zusammenarbeit mit den Professoren der Universität Duisburg-Essen auf Herrn Dalgics Masterarbeit aufmerksam geworden sind, da sie wichtige Fragen der Wasserchemie behandelt.“ Seine Masterarbeit schrieb der Absolvent, der einer der besten Studenten seines Jahrgangs war, im Bereich der Analytischen Chemie. Im letzten Jahr gewann Senem Kara den Award für ihre Auseinandersetzung mit einem Prozess, der Schadstoffe effektiv aus dem Wasser entfernt und damit die Qualität optimiert. Da Mikro-schadstoffe auch in Trinkwasser vorkommen können, ist ihre wissenschaftlich herausragende Arbeit äußerst relevant für BRITA und wurde unter anderem auch deshalb ausgezeichnet.

Joris Buijter erläutert die Bedeutung des Preises: „Der Water Science Award ermöglicht uns einen engen Kontakt zur Wasserwissenschaft und somit wertvolle Einblicke in die aktuelle Forschung in diesem Bereich. Außerdem lernen wir auf diesem Weg die Wasserspezialisten von morgen kennen und steigern unsere Bekanntheit unter den Studenten der Fachrichtung Water Science.“



Die Zusammenarbeit zwischen BRITA und der Universität Duisburg-Essen trägt zum wissenschaftlichen Austausch bei und ermöglicht uns Einblicke in den aktuellen Stand der Forschung.

04



Messung der Filterabscheideleistung auf dem vollautomatischen Kannenfilter-Prüfstand.

Die drei Laborbereiche haben ganz unterschiedliche Schwerpunkte, die wir hier kurz zusammengefasst haben.

Das Chemielabor

Trinkwasser besteht nicht nur aus Wasserstoff und Sauerstoff, sondern enthält eine Vielzahl von Inhaltsstoffen: Zum Beispiel Mineralsalze, zu denen auch die Wasserhärte gehört, Metalle, die unter anderem als natürliche Wasserinhaltsstoffe wie Eisen oder als Korrosionsprodukte der Wasserleitungsrohre wie Kupfer vorkommen, aber auch Desinfektionsmittel wie Chlor oder organische Stoffe. Im Chemielabor wird gemessen, welche dieser Stoffe der Filter mit welcher Abscheideleistung herausfiltert und wie lange hierbei die Lebensdauer des Filters ist. Man nennt das Filterkapazität. Hierfür stehen eine Reihe von modernsten Analysegeräten und Prüfständen zur Verfügung.

Daneben werden natürliche Trinkwässer analysiert, denn deren chemische Zusammensetzung ist regional sehr unterschiedlich.

Natürlich spielen auch die Wasseraufbereitungstechnik im Wasserwerk und nicht zuletzt das Wasserverteilernetz eine Rolle. Je nach Filtertyp werden verschiedene dieser Stoffe herausgefiltert, um für den Kunden eine individuell optimale Trinkwasserqualität zu erzeugen.

Das Mikrobiologielabor

Hier liegt der Schwerpunkt auf der Hygiene. Wir testen unsere Filterkartuschen im Neuzustand und im Betrieb, um zum Beispiel zu erforschen, wie häufig ein Kartuschenwechsel aus Hygieneaspekten sinnvoll ist. Da BRITA-Produkte für die Zubereitung von Lebensmitteln verwendet werden, sind unsere Hygienevorschriften ebenso streng wie in der Lebensmittelindustrie. Absolute Kontrolle gilt auch für die Betriebshygiene. Das Mikrobiologielabor stellt sicher, dass alle Rohstoffe und vorhandenen Verfahren immer den Hygieneanforderungen entsprechen und berät die Produktion darüber hinaus auch bei der Inbetriebnahme neuer Anlagen.

Die Prüftechnik

Hier werden Material, Bauteile und im Rahmen der Endproduktkontrolle natürlich auch die fertigen Produkte unter die Lupe genommen und auf Herz und Nieren geprüft. Getestet werden Stabilität, Dichtheit, Funktion bei Dauerbetrieb und wie die eingesetzten Materialien auf große Temperaturschwankungen oder den Kontakt mit Reinigungsmitteln reagieren. Kurz: Im dritten Laborbereich dreht sich alles darum, die hohe Qualität unserer Wasserfiltersysteme in Bezug auf Filtration, Filterleistung und Langlebigkeit sicherzustellen, die unsere Kunden von uns kennen und erwarten.

Organische Wasserinhaltsstoffe werden per Gaschromatograph/Massenspektrometer gemessen.



VERANTWORTUNG FÜR UNSER PRODUKT

UNSERE NÄCHSTEN SCHRITTE

- **Produktentwicklung: Weitere Optimierung des Produktentwicklungsprozesses und Ausbau bzw. Weiterführung des erfolgreichen, preisgekrönten Produktdesigns**
- **Operational Excellence: Ausbau des BRITA Excellence Systems (BEST)**
- **Zertifizierungen: Aufbau von normkonformen Managementsystemen an weiteren Produktionsstandorten**
- **Lieferantenmanagement: Einführung eines Supplier Relationship Management Tools in 2017**

QUALITY FIRST – DER BRITA QUALITÄTSANSPRUCH

Die hohe Qualität der BRITA-Produkte, für die wir auf der ganzen Welt bekannt sind, kommt nicht von ungefähr: Ein umfassendes Qualitätskonzept regelt die Kontrolle von den Rohstoffen bis hin zum Endprodukt.

Gleichbleibende, höchste Qualität und Sicherheit sind die wichtigsten Kriterien bei der Auswahl unserer Rohstoffe. Schließlich bilden sie die Grundlage unserer hochwertigen Produkte. BRITA hat mit seinen Lieferanten für die Basismaterialien Ionenaustauscher und Aktivkohle exklusive Verträge. Jeder Lieferant garantiert schriftlich, dass seine Ware den strengen BRITA-Spezifikationen für Rohmaterialien sowie den geltenden gesetzlichen Bestimmungen entspricht.

Alle eingehenden Rohmaterialien durchlaufen unser Eingangslabor und werden dort einer mikrobiologischen Untersuchung unterzogen. Diese umfassende Prüfung wird auch bei dem Ionenaustauscher durchgeführt, den wir im Rahmen unseres Kartuschenrecyclings in unserer hauseigenen Regenerieranlage zurückgewinnen. Alle Rohmaterialien gelangen erst dann zur Verarbeitung, wenn es keinen Grund zur Beanstandung durch die Mitarbeiter der Qualitätskontrolle gibt. Gesperrte oder nicht freigegebene Waren werden gekennzeichnet und die Mängel an die Lieferanten, bzw. an die Mitarbeiter im Bereich Recycling weitergegeben.

In der Produktion gelten ebenfalls hohe Qualitätsstandards und vor allem Hygienevorschriften, deren Einhaltung über eine ausführliche Prozessdokumentation sowie Überprüfungen an entsprechenden Kontrollpunkten sichergestellt wird. Auch wenn die BRITA-Produkte an den Handel ausgeliefert sind, gewährleistet BRITA die Rückverfolgbarkeit.

Auch die Endprodukte unterziehen wir einer kontinuierlichen Überprüfung, um die hohen, teils selbst auferlegten Qualitätsanforderungen permanent garantieren zu können. Namhafte, unabhängige Institute, Labors und Wissenschaftler testen fortlaufend unsere Produkte und bestätigen die hervorragende Arbeit unseres Qualitätsmanagements an den Produktionsstätten. Der TÜV Süd ist beispielsweise für die Prüfung der Filterkartuschen sowie des gesamten Wasserfiltersystems zuständig. Er bescheinigt regelmäßig die Lebensmittelechtheit und damit die Sicherheit unserer Produkte.

Wir streben für unsere Produkte weltweit Zertifizierungen an. Sie stärken das Vertrauen unserer Konsumenten in BRITA und sind ein weiterer Beleg dafür, dass wir unser Qualitätsversprechen erfüllen.

Auswahl Produkt-Zertifizierungen¹ (Stand Dezember 2015)

Zertifizierungen	
TÜV Oktagon	TÜV Süd – Prüfzeichen für Lebensmittelsicherheit (DE)
KTW	Kunststoffe im Kontakt mit Trinkwasser (DE)
ACS	Attestation de conformité sanitaire (FR)
TIFQ	Istituto per la qualità igienica delle tecnologie alimentari (IT)
WQA	Water Quality Association (USA)
NSF	National Sanitation Foundation (USA)
WRAS	Water Regulations Advisory Scheme (UK)
SVGW	Schweizer Verein des Gas- und Wasserfachs (CH)

Das umfangreiche Qualitätssicherungsprogramm wird kontinuierlich weiterentwickelt und verbessert, die strengen Vorgaben werden an allen Standorten der BRITA Gruppe umgesetzt. Den hohen Anspruch, den wir an unsere Produkte stellen, stellen wir auch an die Kommunikation mit dem Endverbraucher. Kunden erhalten leicht verständliche Informationen zu den BRITA-Produkten. Über den Servicebereich auf unserer Webseite, unsere Social Media Seiten und die Verbraucher-Hotline sind wir leicht erreichbar und beantworten Anfragen zeitnah und zuverlässig.

GOOD, BETTER, BEST – OPERATIONAL EXCELLENCE BEI BRITA

Besser geht es immer. Deshalb nehmen wir das Thema Operational Excellence sehr ernst. Unter dem Begriff sind Optimierungsprozesse im operativen Bereich zusammengefasst, die eine effiziente Wertschöpfung und kontinuierliche Verbesserung zum Ziel haben. So wollen wir Kundenbedürfnissen gerecht werden, Qualitätsstandards einhalten und gleichzeitig effizienter arbeiten.

Seit 2009 werden bei BRITA Operational Excellence Methoden eingesetzt und seit 2015 unter einem prägnanten Namen zusammengefasst: BEST. Die vier Buchstaben stehen für „BRITA Excellence System“. Gemeinsam mit unseren Mitarbeitern arbeiten wir daran, Verschwendung konsequent zu vermeiden und nachhaltige Verbesserungen zu erzielen. Die Umsetzung von BEST erfolgt über zwölf Mitarbeiter-Teams aus den Bereichen Produktion und Logistik. Es gibt zwei Koordinatoren und einen gemeinsamen Steuerkreis. Vorschläge der Mitarbeiter werden in einem Ideenspeicher gesammelt und entlang von drei Handlungsfeldern (People, Planet, Profit) sukzessive umgesetzt.

DREI TÄTIGKEITSFELDER VON BEST



PEOPLE

Arbeitsicherheit erhöhen
Ergonomie verbessern
Mitarbeiterzufriedenheit steigern



PLANET

Abfall reduzieren
Rohstoffeinsatz optimieren
Verbräuche reduzieren



PROFIT

Ausfallzeiten minimieren
Informationsfluss optimieren
Materialfluss optimieren
Ordnung und Standards schaffen
Produktivität erhöhen
Qualität verbessern
Verschwendung vermeiden

¹ Nicht alle Zertifizierungen gelten für alle Produkte.



Derzeit liegen über 500 Vorschläge der Mitarbeiter vor, mit denen die Prozesse bei BRITA effizienter und nachhaltiger gestaltet werden können. Gerade durch die Vermeidung von Verschwendung wird deutlich, dass Operational Excellence und unternehmerische Verantwortung Hand in Hand gehen. Denn wer unter minimalem Ressourceneinsatz das Maximale aus der Produktion herausholt, erhöht nicht nur die Produktivität, sondern schont gleichzeitig die Umwelt.

BRITA ist mit BEST auf die Herausforderungen der Zukunft vorbereitet. Demografische Veränderungen und wachsende Kundenbedürfnisse verlangen von uns, flexibel und effizient auf Veränderungen zu reagieren. Die Senkung von Herstellkosten, die Flexibilisierung der Fertigung und das Nutzen des gesamten Mitarbeiter-Know-hows sind Schlüssel zu einer effizienten Produktion und helfen, Arbeitsplätze zu sichern. Mit BEST haben wir eine Grundlage geschaffen, um diese Herausforderungen erfolgreich zu meistern.

ZERTIFIZIERTE MANAGEMENT SYSTEME

BRITA kann ein beispielhaftes Qualitäts-, Umwelt- und Arbeitsschutzmanagement nachweisen. Wir haben verschiedene Managementsysteme eingeführt, die eine systematische, prozessorientierte Arbeitsweise, Dokumentation und kontinuierliche Verbesserung ermöglichen. Im Rahmen einer Matrix-zertifizierung sind die größten Produktionsstandorte Taunusstein (Deutschland), Bicester (Großbritannien) und Neudorf (Schweiz) nach dem anerkannten Qualitätsmanagementstandard DIN EN ISO 9001 zertifiziert. Durch das Managementsystem wird sichergestellt, dass Unternehmensprozesse, Dienstleistungen und Produktion stetig optimiert und dadurch auch die Kundenzufriedenheit verbessert werden. Seit 2011 erfüllen diese Produktionsstandorte zudem die Anforderungen der Umweltmanagementnorm DIN EN ISO 14001 und der Arbeitsschutzmanagementnorm OHSAS 18001. Die Standorte Taunusstein und Bicester besitzen zusätzlich noch ein Energiemanagementsystem nach DIN EN ISO 50001. Insbesondere Geschäftspartner legen verstärkt Wert darauf, dass Umweltschutz und die Fürsorge für Mitarbeiter durch ein integriertes Managementsystem gewährleistet sind.

Im Rahmen von jährlichen Überwachungsaudits findet eine regelmäßige Überprüfung der verschiedenen Managementsysteme statt. Zukünftig sollen weitere BRITA-Produktionsstandorte die entsprechenden Managementsysteme aufbauen und danach zertifiziert werden. So können sich Mitarbeiter, Kunden und Partner darauf verlassen, dass BRITA als Unternehmen seine Prozesse kontinuierlich effizienter und seine Tätigkeiten zunehmend nachhaltiger gestaltet.

Seit 2012 ist die BRITA GmbH zudem nach dem BRC (British Retail Consortium) Global Standard for Consumer Products zertifiziert. Der Standard legt Kriterien für die Herstellung von sicheren, gesetzeskonformen und qualitativ hochwertigen Produkten fest und stellt hohe Anforderungen an Produktionsprozesse und deren Management. Seit 2015 besitzt auch die BRITA Water Filter Systems Ltd. in Großbritannien, unser britischer Produktionsstandort, die Zertifizierung.

Überblick Standort-Zertifizierungen (Stand Dezember 2015)

Zertifizierungen	Taunusstein	UK	CH (BRITA)
ISO 9001	•	•	•
ISO 14001	•	•	•
ISO 50001	•	•	
OHSAS 18001	•	•	•
BRC	•	•	

LIEFERANTEN MANAGEMENT

Als Produktionsunternehmen bezieht BRITA wichtige Rohstoffe und Materialien von einer Vielzahl an Lieferanten. Mit ihnen pflegen wir partnerschaftliche und oft langjährige Geschäftsbeziehungen. Um die Qualität unserer Produkte gewährleisten zu können, werden Lieferanten nach bestimmten Kriterien ausgewählt und mit Hilfe von Lieferantenaudits regelmäßig kontrolliert. Aktuell sind 62 unserer wichtigsten Lieferanten auditiert. Im Jahr 2014 wurden zwölf Lieferantenaudits durchgeführt, 2015 waren es 16.

5% 

Jährlich investiert BRITA 5 Prozent des Umsatzes in Forschung und Entwicklung. Über 50 Mitarbeiter arbeiten in diesem Bereich.

05 

Im Oktober 2015 haben wir ein neues Auditsystem eingeführt, im Zuge dessen auch der Kriterienkatalog für Lieferanten vollständig überarbeitet wurde. Neben den gängigen Forderungen aus dem Qualitätsmanagement nach ISO 9001 und unseren BRITA-spezifischen Qualitäts- und Prozessanforderungen sind Forderungen aus den Bereichen Umweltmanagement, Arbeitssicherheit, Hygiene, Social Responsibility und Compliance eingeflossen. Alle Lieferanten sind verpflichtet, unsere Anforderungen zu erfüllen.

Für 2017 ist die Einführung eines professionellen Supplier Relationship Management Tools geplant, um unser Lieferantenmanagement noch umfassender zu gestalten.

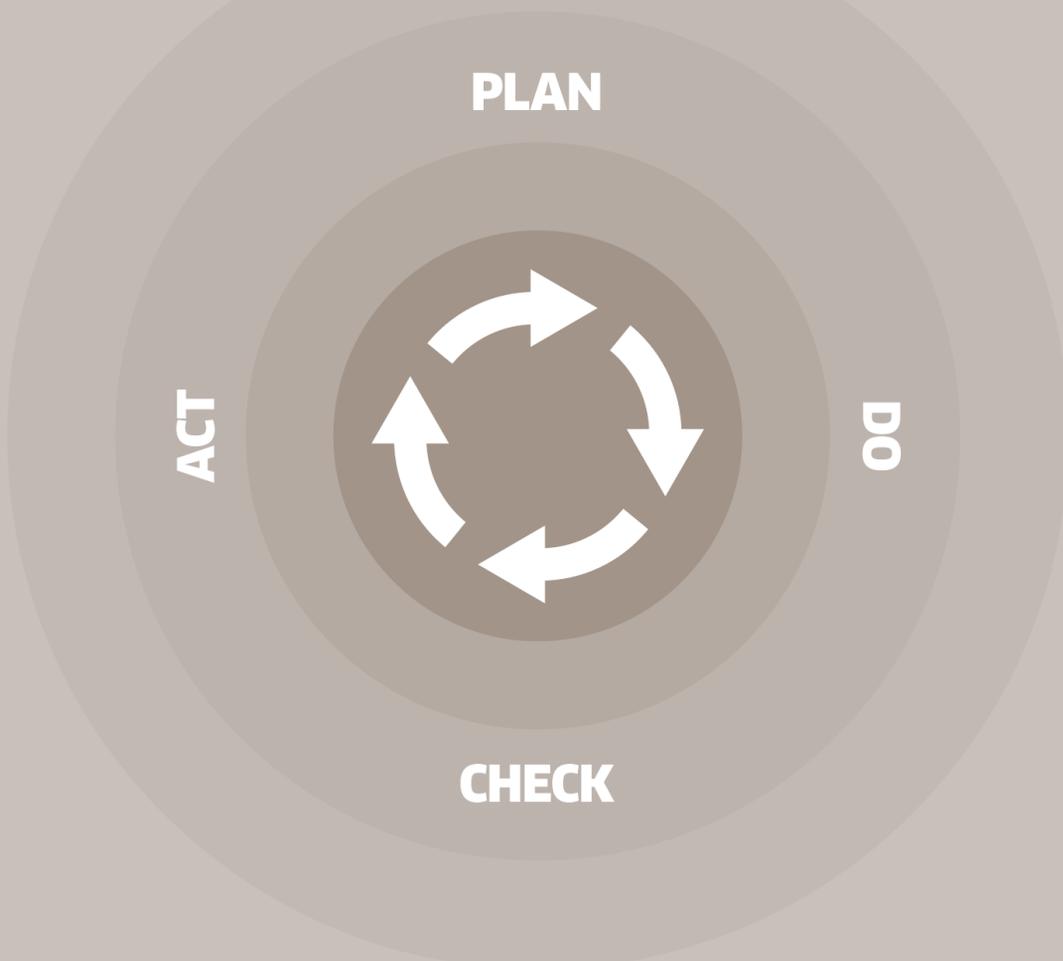
SOCIAL RESPONSIBILITY IN DER LIEFERKETTE

Ein Höchstmaß an Qualität bei der Auswahl der Rohstoffe und der Herstellung unserer Produkte sind für uns selbstverständlich. Genau wie die ethische Verantwortung, die sich aus unserer Geschäftstätigkeit ergibt. Integres und verantwortungsvolles Verhalten steht bei BRITA an erster Stelle. Alle unsere Mitarbeiter leben und arbeiten jeden Tag nach genau definierten Leitlinien und Grundsätzen, die wir in unserem Code of Conduct festgeschrieben haben.

Der im Code of Conduct aufgeführte Code of Ethics gilt auch für unsere Lieferanten. Zu den darin verankerten Grundsätzen gehört, dass wir die international anerkannten Menschenrechte respektieren. Außerdem lehnen wir jede Art von Zwangs-, Pflicht- und Kinderarbeit sowie Diskriminierung strikt ab. Lieferanten verpflichten sich, mindestens den gesetzlich vorgeschriebenen Mindestlohn zu zahlen bzw. ihren Arbeitern einen angemessenen Lebensstandard zu ermöglichen. Nationale Regelungen und Vereinbarungen im Hinblick auf Arbeitszeiten und bezahltem Urlaub sind einzuhalten.

Der BRITA Code of Conduct und Code of Ethics sind elementare Bestandteile unserer Unternehmenskultur und unseres Selbstverständnisses. Nur Lieferanten, die sich zur Einhaltung bekennen, können und werden langfristig mit uns zusammenarbeiten. Denn unternehmerische Verantwortung bei BRITA bedeutet auch, dass wir uns entlang der gesamten Wertschöpfungskette mit Themen der Corporate Responsibility auseinandersetzen.

DIE KONTINUIERLICHEN VERBESSERUNGSPROZESSE BEI BRITA ORIENTIEREN SICH AM BEKANNTEN PDCA-ZYKLUS.



Unsere Azubis sind unsere Zukunft

BRITA kann nur dank seiner hochqualifizierten Mitarbeiter so erfolgreich sein. Damit das auch in Zukunft so bleibt, bilden wir unseren Nachwuchs selber aus. Stellvertretend für unsere vielen Auszubildenden haben wir Romina Jaklin, Franziska Gruber und Christina Ploch getroffen. Die drei jungen Frauen haben im Juni 2016 erfolgreich ihre Ausbildung zur Industriekauffrau abgeschlossen und berichten über ihre letzten zwei Jahre bei BRITA.

Auf das Unternehmen aufmerksam wurden sie auf ganz unterschiedliche Weise: durch Empfehlungen aus dem Freundes- und Familienkreis, aber auch durch das Aufwachsen mit dem BRITA Wasserfilter im Elternhaus. Dass BRITA sich lokal aktiv engagiert und seinem Nachwuchs während der Ausbildung besondere Unterstützung in Form eines innerbetrieblichen Unterrichts zukommen lässt, verstärkte den positiven Eindruck, den die Auszubildenden bereits von dem Unternehmen hatten – und bekräftigte alle Drei in der Entscheidung, ihre berufliche Laufbahn bei BRITA zu beginnen.

Besonders die gute Reputation, die BRITA in der Region, Deutschland und der ganzen Welt genießt, hat die jungen Frauen überzeugt: „Das Image hat eine große Rolle gespielt, da wir unsere Ausbildung in einem angesehenen Unternehmen machen wollten, das uns unter-

stützt, fördert und fordert. Und das uns gute Perspektiven für unseren weiteren beruflichen Weg bieten kann. Außerdem fanden wir es wichtig, dass man sich als Mitarbeiter mit dem Unternehmen identifizieren kann, was uns durch BRITAs positiven Außenauftritt sehr leicht gefallen ist.“ Das funktioniert natürlich noch besser, wenn man BRITA schon aus der eigenen Familie kennt: „Ich bin sozusagen mit den BRITA-Wasserfiltersystemen aufgewachsen, da wir sie seit etwa 20 Jahren zuhause nutzen“, sagt Christina. Aber auch wenn man noch nie in Kontakt mit den Produkten gekommen ist, zeigen Rominas Erfahrungen, dass sie einfach für sich sprechen: „Vor meiner Ausbildung haben wir den Tischwasserfilter nicht genutzt, da wir zuhause vor allem Wasser mit Kohlensäure trinken. Aber seit er mit Beginn meiner Ausbildung bei uns eingezogen ist, möchten meine Eltern ihn nicht mehr missen – die Vorteile, wie der bessere Geschmack von Tee und Kaffee und der Schutz unseres Wasserkochers und unserer Kaffeemaschine vor Kalkablagerungen, haben sie vollkommen überzeugt.“

Verantwortung kennt kein Alter

Die Azubis beschäftigen und identifizieren sich auch privat mit den Unternehmensgrundsätzen der Nachhaltigkeit und des Umweltschutzes: „Es ist uns wichtig darauf zu achten, wie viel Müll wir Menschen produzieren. Beispielsweise

finden wir es sehr gut, dass in immer mehr Supermärkten keine Plastiktüten mehr kostenlos abgegeben werden. So wird das Bewusstsein der Menschen für den unnötigen Plastikkonsum verstärkt. Wir sind auch alle drei gerne bereit, unsere Einkäufe in Taschen oder gebrauchten Tüten zu transportieren, um die Umwelt zu schonen.“ Ein weiterer positiver Aspekt ist für Christina, Franziska und Romina das steigende Interesse an Elektromobilität – auch bei BRITA: „Unser Arbeitgeber unterstützt diesen Trend. Seit Anfang des Jahres gibt es Elektrotankstellen auf unserem Mitarbeiter-Parkplatz. Wir finden, das ist ein super Zeichen.“

Laut den Auszubildenden ist BRITA jedoch nicht nur in Sachen Nachhaltigkeit ein guter Arbeitgeber. Auch die besondere Kultur, die in dem Familienunternehmen gelebt wird, spielt für die Drei eine wichtige Rolle: „Als wir noch am Beginn unseres Berufslebens standen, hatten wir natürlich keine konkrete Vorstellung, was es bedeutet, in einem Familienunternehmen zu arbeiten. Heute wissen wir, wie wertvoll es ist, harmonisch und kameradschaftlich miteinander umzugehen, gemeinsam an einem Strang zu ziehen und so zusammen ein Ziel zu erreichen. Wenn man durch die BRITA-Gebäude läuft und

Kollegen trifft, ist eine herzliche Begrüßung selbstverständlich. Durch den guten Umgang der Mitarbeiter untereinander wird das Betriebsklima positiv beeinflusst, was unserer Meinung nach die Freude an der Arbeit vergrößert und uns im Arbeitsalltag zusätzlich motiviert.“

Diese Motivation haben Christina, Franziska und Romina auch während der letzten zwei Jahre gespürt und können daher eine Ausbildung bei BRITA nur weiterempfehlen: „Wir würden die Ausbildung definitiv noch einmal machen! Den Auszubildenden werden tolle Entwicklungsmöglichkeiten geboten, sie können unterschiedliche Abteilungen durchlaufen und so viele Eindrücke der verschiedenen Tätigkeiten eines Industriekaufmanns sammeln. In kurzer Zeit wurden wir bestens auf den Abschluss vorbereitet und erhielten durch die gute Zusammenarbeit mit den Abteilungen jedes Jahr spannende und umfangreiche Projekte für unsere Fachaufgabe, die Teil unserer Abschlussprüfung ist.“ Und die kann sich sehen lassen: Alle drei jungen Frauen haben ihre Prüfungen mit Bravour bestanden und freuen sich auf ihre ersten Anstellungen bei BRITA.



Kay Uwe Gebert verpackt und konfektioniert in den Werkstätten behinderter Menschen in Wiesbaden Rheingau-Taunus (wfb) BRITA-Produkte.

BRITA pflegt bereits seit 20 Jahren eine Kooperation mit der Behindertenwerkstätte in Wiesbaden. Beim wfb werden Kartonagen für BRITA konfektioniert und verpackt. Das ergibt pro Woche drei voll beladene Sattelzüge und entspricht einem Gewicht von 50 Tonnen.

Qualität ohne Wenn und Aber

Soziales Engagement kann ganz unterschiedlich aussehen – es muss nicht immer nur finanzielle Unterstützung sein. Auch durch Arbeit und eine konkrete, sinnvolle Aufgabe kann man Menschen fördern. Genau so engagiert sich BRITA für Menschen mit Behinderung in der Region.

Die Werkstätten behinderter Menschen in Wiesbaden Rheingau Taunus (wfb) begleiten jugendliche und erwachsene Menschen mit Behinderungen auf ihrem Weg ins Arbeitsleben und bieten ihnen die Chance, aktiv daran teilzuhaben. Michael Timpe ist Werkstatteleiter in Wiesbaden, einem der insgesamt fünf wfb-Standorte. Er erzählt, wie die Zusammenarbeit

mit BRITA zustande kam: „Vor rund 20 Jahren hat der damalige Werkstatteleiter, der selbst in Taunusstein gelebt hat, die Kooperation mit BRITA initiiert. Er ist auf das Unternehmen zugegangen, und so entstanden nach und nach immer mehr Aufträge für die wfb.“

Die Zusammenarbeit hat sich laut Michael Timpe in den vielen Jahren immer weiter verbessert und intensiviert. „Mit BRITA funktioniert alles reibungslos. Wir haben einen sehr guten Kontakt zu den Kollegen in der Disposition. Von dort erhalten wir auch unsere Aufträge“, so der Werkstatteleiter. Die Arbeiten finden in der Werkstatt vor Ort statt, das Material liefert BRITA an. Zu den Hauptaufgaben gehört die Konfektionierung und Verpackung der verschiedenen Produkte. Wenn der Auftrag er-

ledigt ist, werden die vollständigen Pakete wieder abgeholt. Pro Woche sind das etwa zwei bis drei Sattelzüge voll! Ungefähr 60-65 Menschen mit Behinderung arbeiten dauerhaft und ausschließlich für BRITA. Das entspricht rund 10 Prozent der wfb-Belegschaft.

Engagement, von dem alle profitieren

Die Tätigkeit für einen Arbeitgeber aus der freien Wirtschaft kann einem Menschen mit Behinderung helfen, davon ist Michael Timpe überzeugt: „Es macht unsere Mitarbeiter stolz, dass sie an einem Produkt mitarbeiten, das man überall kaufen kann. Die Arbeit tut ihnen nicht nur gut, sondern ist ihnen auch sehr wichtig. Das gibt es in anderen Betrieben vielleicht nicht immer, aber bei uns sind die

Mitarbeiter glücklich, wenn sie zur Arbeit kommen.“ Nicht nur für die wfb, auch für BRITA birgt die Zusammenarbeit viele positive Aspekte und Vorteile: „Natürlich ist es für uns bei dem wfb ein großer Vorteil, mit BRITA zusammenarbeiten zu dürfen. Sie sind unser größter Kunde, und wir sind sehr froh, so eine vertraute und langfristige Geschäftsbeziehung zu pflegen. Gleichzeitig sind wir aber ein ebenso verlässlicher Partner für BRITA. Und die Qualität unserer Arbeit unterscheidet sich nicht von der Qualität anderer Firmen. Die Kooperation zwischen den wfb und BRITA ist deshalb eine durchweg positive Situation für beide Seiten.“

Mehr als nur ein Sport

Schon 1978, als Markus Hankammer in der E-Jugend des SV Wehen Taunusstein gespielt hat, engagierte sich sein Vater und BRITA-Gründer Heinz Hankammer für den regionalen Fußballverein. Bereits nach wenigen Jahren wurde er 1982 zum Präsidenten gewählt, und die Zusammenarbeit zwischen BRITA und dem Verein wurde immer weiter ausgebaut. Seit 2007 heißt der Club SV Wehen Wiesbaden (SVWW) und spielt in der BRITA Arena der hessischen Landeshauptstadt. So eine langjährige Partnerschaft ist in der Fußballwelt schon einzigartig.

„Mit Heinz Hankammer war die Zusammenarbeit von Anfang an sehr eng, sein Sohn Markus Hankammer führt dies weiter. Für den SVWW ist das ein großer Segen“, so Daniel Mucha, Pressesprecher des Clubs. Das Unternehmen BRITA und der Fußballverein sind gemeinsam immer erfolgreicher geworden – das verbindet und macht die Kooperation intensiv und sehr persönlich. Sowohl BRITA als auch der SVWW sind auf Erfolge des Unternehmens und des Clubs gleichermaßen stolz. „Fußballvereine, die große Sponsoren haben, werden dafür oft kritisiert. Der SVWW ist aber tatsächlich ein Verein mit Tradition – wir feiern dieses Jahr bereits 90-jähriges Jubiläum. Uns fehlt zwar die Bundesliga-Tradition, aber wenn man beachtet, woher wir kommen, haben wir es schon sehr weit gebracht.“ Eine starke Parallele zu BRITAs Aufstieg von der kleinen Familienmanufaktur zum weltweit erfolgreichen Unternehmen.

Daniel Mucha betont, dass das Verständnis für die gegenseitigen Belange eine absolute Notwendigkeit für eine erfolgreiche Sponsoring-Partnerschaft ist. Wasser und Sport sind thematisch stark miteinander verbunden – und das ist auch gut so. Das Verhältnis zwischen Verein und Sponsor soll keine Einbahnstraße sein, bei der es nur um finanzielle Mittel geht.

Profispieler werden in der Jugend gemacht

Die Basis für einen erfolgreichen Verein beginnt nicht erst mit der Profimannschaft, sondern schon viel früher – nämlich in der Jugendarbeit. Auch hier spielt BRITA eine große Rolle: Im DFB-zertifizierten Nachwuchsleistungszentrum des SVWW werden junge Talente ausgebildet und gefördert. „Dieses Programm wäre ohne unseren Sponsor nicht möglich. Durch BRITAs Unterstützung können wir Spieler aus unserer eigenen Jugend bis hin zur Profikarriere begleiten. Das ist natürlich eine tolle Chance für unsere Fußballer“, erklärt Daniel Mucha. Auch in der Saison 2016/2017 konnten wieder drei Nachwuchsspieler in die erste Mannschaft des SVWW aufgenommen werden.

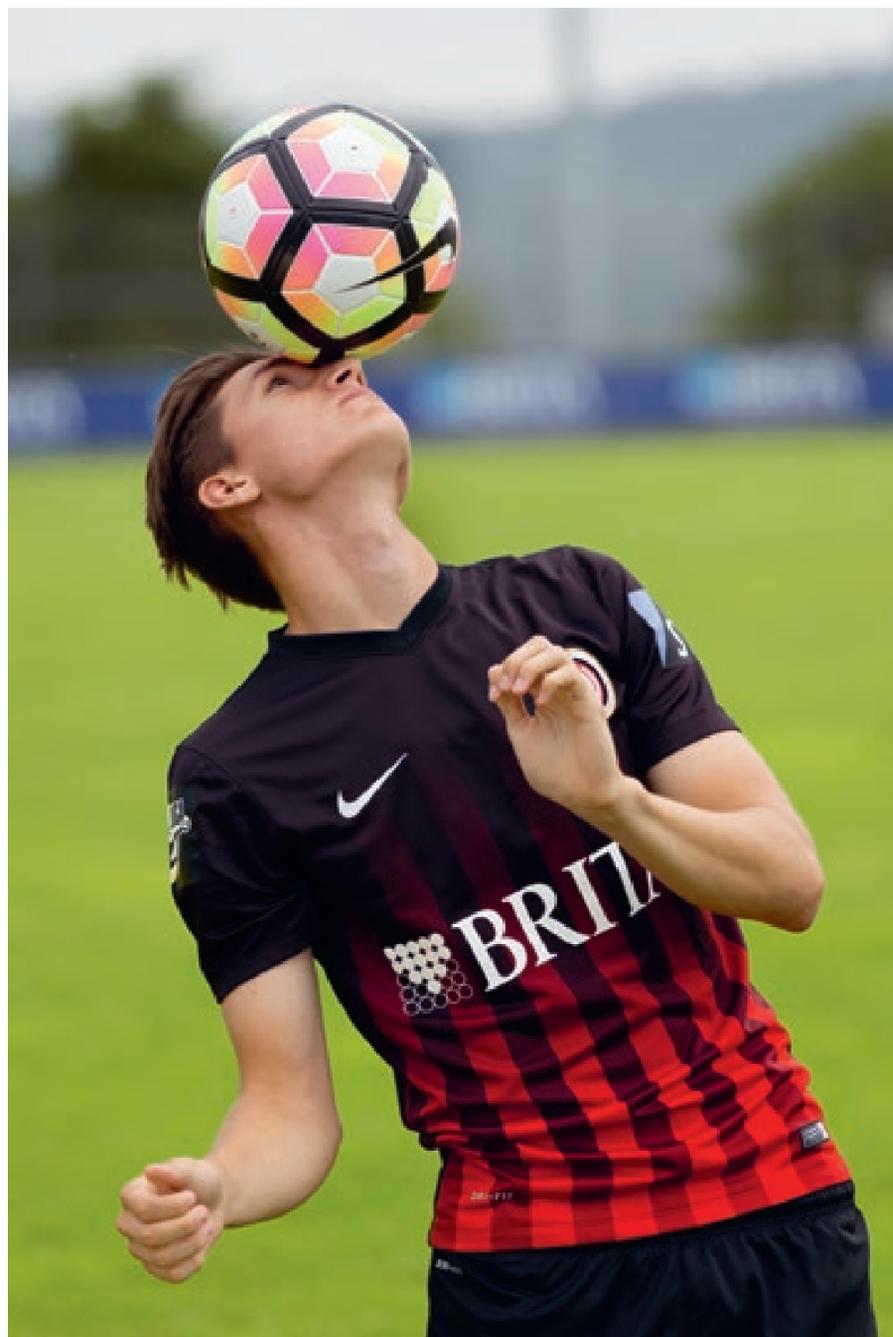
Der ganzheitliche Sponsoring-Ansatz ist die ideale Lösung, davon ist Daniel Mucha überzeugt: „Ohne BRITA geht es nicht. Alles, was wir erreicht haben – bis hin zum Aufstieg in die zweite Bundesliga – war nur mit der Unterstützung der Familie Hankammer und ihres Unternehmens möglich. Sie waren und sind ein Partner, auf den wir uns immer verlassen können. Davon träumen andere Fußballvereine. Auch in schwierigen Zeiten war die Partnerschaft zwischen BRITA und dem SVWW stark, und dieses solide Fundament ist auch der Garant für sportlichen Erfolg – hoffentlich für die nächsten 500 Jahre!“

Jann Bangert hat es von den Jugendmannschaften in den Profi-Kader des SV Wehen Wiesbaden (SVWW) geschafft: Seit 1. Juli 2016 spielt der Stürmer in der 1. Mannschaft.

348l



Pro Woche trinken die Profispieler des SVWW bei 6 Trainingseinheiten insgesamt 348 Liter – natürlich nur BRITA-gefiltertes Wasser. Die Kooperation zwischen dem Traditionsverein und dem Familienunternehmen besteht bereits seit fast 40 Jahren.



WIR GLAUBEN AN VIELFALT

Wir sind stolz darauf, uns als mittelständisches Familienunternehmen mit Stammsitz in Deutschland immer globaler aufzustellen. Jedes Jahr kommen weitere Märkte hinzu, in denen wir unsere Produkte vertreiben. Damit verändern sich die Aufgaben, die wir gemeinsam bewältigen müssen und auch die Anforderungen an unsere Mitarbeiter. Wir brauchen zukünftig ganz unterschiedliche Fähigkeiten und Potenziale und dafür sind wir bestens gerüstet. Schon heute arbeiten bei uns Menschen aus vielen unterschiedlichen Kulturen zusammen: Unsere Mitarbeiter und die BRITA-Standorte repräsentieren mehr als 40 Nationalitäten.

Ob vor Ort oder über Kontinente hinweg, unterschiedliche Arbeitsweisen und Kommuni-

kationsgewohnheiten bergen natürlich Herausforderungen. Vor allem aber eröffnen sich durch gelebte Internationalität auch ganz neue Möglichkeiten, alternative Sichtweisen und wertvolle Impulse, mit denen wir BRITA weiter voranbringen können. Damit sich unsere Mitarbeiter untereinander verstehen, bieten wir für alle Ebenen eine ganze Reihe von Kursen und Weiterbildungen an: von Deutsch-Sprachkursen für ausländische Mitarbeiter bis hin zu interkulturellen Trainings für Führungskräfte, die sich mit neuen Märkten wie China oder der Türkei beschäftigen. Internationalität und Offenheit bedeutet für uns auch, dass wir Besprechungen und Konferenzen oft auf Englisch halten. Viele Unternehmensbereiche führen notwendige Meetings an internationalen Standorten durch, um den Austausch mit Kollegen auf

globaler Ebene zu fördern und deren Arbeit vor Ort kennenzulernen.

Stark wachsende Internationalität als Karrierechance

Durch BRITAs stetig steigende internationale Bekanntheit erhalten wir im Taunussteiner Headquarter nicht nur immer mehr Bewerbungen aus dem Ausland. Die globale Expansion unseres Geschäfts führt auch zu entsprechend mehr Bedarf, Mitarbeiter aus Deutschland an internationalen Standorten einzusetzen oder internationale Kollegen einsatzweise in Taunusstein zu beschäftigen. „Generell wollen wir die internationalen Mitarbeiterereinsätze weiter steigern und diese gezielt zur Personalentwicklung nutzen“, erklärt Andreas Sauer, Director Human Resources. BRITA fördert diese Auslandseinsätze auf Zeit seit 2004 mit einer gezielten Entsendungs-Policy und positioniert sich damit einmal mehr als attraktiver Arbeitgeber, der seinen Mitarbeitern vielfältige Chancen zur beruflichen Weiterentwicklung bietet.

4



Bei BRITA wird Vielfalt gelebt: 40 verschiedene Länder sind aktuell durch Mitarbeiter oder internationale Standorte im Unternehmen vertreten.



KAR RIERE 2.0

BRITA bietet die Möglichkeit, Vieles von dem miteinander zu verbinden, was man sich als Mitarbeiter wünscht: eine solide Ausbildung, Flexibilität bei der Gestaltung der Arbeitszeit und interne Aufstiegsmöglichkeiten. Dass wir die Wünsche und Bedürfnisse unserer Mitarbeiter ernst nehmen, zeigt der Werdegang unserer langjährigen Mitarbeiterin Stefanie Menke.



Bei BRITA ausgebildet und inzwischen zur hochqualifizierten Führungskraft im Bereich Personal aufgestiegen: **Stefanie Menke.**

Im August 2003 begann sie ihre Ausbildung zur Industriekauffrau am Standort Taunusstein. Damals war ihr es vor allem wichtig, eine gute Ausbildung und anschließend eine feste Arbeitsstelle zu erhalten. Durch eine Stellenausschreibung in der Zeitung wurde sie auf BRITA aufmerksam. Viel wusste die junge Frau aus dem Rhein-Main-Gebiet damals nicht über das Unternehmen. Das sollte sich im Laufe der Jahre ändern, denn während ihrer Ausbildung erhielt sie Einblicke in verschiedene Geschäftsprozesse und die meisten Unternehmensbereiche.

Auch nach ihrer Ausbildung war es mit dem Lernen für Stefanie Menke nicht vorbei. Wer will, kann sich bei BRITA auf viele verschiedene Arten weiterbilden. Für diese Möglichkeiten ist Stefanie Menke unverändert sehr dankbar: „Mir wurden viele Wege und Chancen eröffnet. Die Einbindung in diverse Projekte war zum Beispiel ein ganz wichtiger Faktor für meine Weiterentwicklung.“ Stefanie Menke spezialisierte sich nach ihrer Ausbildung auf den Personalbereich und nutzte das Angebot eines berufsbegleitenden Studiums, um ihre

Kenntnisse weiter zu vertiefen. Das Vertrauen ihrer Führungskräfte und die Verantwortung, die man ihr übertrug, machten sie nicht nur stolz, sondern forderten sie auch stetig heraus.

Gemeinsam wachsen

Mittlerweile ist Stefanie Menke seit dreizehn Jahren bei BRITA. Während dieser Zeit hat sie die Chance bekommen „in einem wachsenden Unternehmen mitwachsen zu dürfen.“

Als Leiterin des Teams HR Services innerhalb der Personalabteilung ist sie heute selbst eine Führungskraft. Zu ihrem Aufgabenbereich gehören z. B. die Verantwortung für die Gehaltsabrechnung, die betriebliche Ausbildung, der Betrieb des Personalinformationssystems und die betriebliche Altersvorsorge. Aber nicht nur ihr eigener Karriereweg ist eine Erfolgsgeschichte. Auch das Familienunternehmen hat sich in dieser Zeit gewandelt: „Die Arbeitsweise ist professioneller und strukturierter geworden. BRITA ist internationaler, die Kulturen sind vielfältiger.“

„Rückblickend war es eine gute Entscheidung, die Ausbildung bei BRITA zu absolvieren“, sagt Stefanie Menke. Das Familienunternehmen gibt seinen Mitarbeitern die notwendigen Freiheiten, ohne die wirtschaftlichen Ziele aus den Augen zu verlieren: „Ich habe schon in den ersten Wochen gespürt, dass der Mensch hier im Vordergrund steht und als Basis für den Unternehmenserfolg wahrgenommen wird. BRITA investiert den Gewinn, der erzielt wird, auch wieder – in Wachstum, in Menschen, in die Zukunft. Die meisten Unternehmen haben solche Freiheiten nicht.“ Stefanie Menke konnte bereits von dieser Freiheit profitieren. Seitdem sie Mutter ist, ist sie „sehr dankbar, in einem Unternehmen wie BRITA arbeiten zu können. Vor allem die flexible Einteilung der Arbeitszeit hilft enorm.“ Stefanie Menkes Geschichte ist nur eine von vielen bei BRITA, aber sie zeigt, dass Familienunternehmen und Zukunftsorientierung perfekt zusammenpassen.

ATTRAK TIVER ARBEIT GEBER

Von unseren Mitarbeitern wünschen wir uns, dass sie sich überdurchschnittlich engagieren und sich gegenüber Kunden, Kollegen, Gesellschaft und Umwelt verantwortungsvoll verhalten.

855

JAHRE

BRITA ist ein Arbeitgeber, der viel für seine Mitarbeiter tut – und das wird mit Loyalität belohnt. Alleine im Jahr 2015 gab es insgesamt 54 Menschen, die schon mindestens zehn Jahre oder mehr für BRITA gearbeitet haben. Das sind zusammen gerechnet 855 Jahre Unternehmenszugehörigkeit!

13

Wir bieten ihnen dafür im Gegenzug ein positives Arbeitsumfeld, eine attraktive Vergütung und überdurchschnittliche Sozialleistungen. Dazu kommt der nötige Freiraum, um ihre Aufgaben zu erfüllen und persönlich zu wachsen.

Diese Personalpolitik, für die BRITA mehrfach ausgezeichnet wurde, ist ein wichtiger Erfolgsfaktor. Aber wie genau wird BRITA von der Öffentlichkeit als Unternehmen wahrgenommen? Wo liegen unsere Stärken als Arbeitgeber? Darauf antworten Menschen, die sich bei BRITA bewerben meist so: Attraktiv sind z. B. die Werte und Ziele, die BRITA als Familienunternehmen lebt und verfolgt. Auch das Thema Wasser und unsere Produkte an sich bekommen viele Sympathiepunkte. Dass wir auch nach 50 Jahren immer noch inhabergeführt, ein mittelständisches Unternehmen mit flachen Hierarchien und einer langfristigen Denkweise sind, gefällt sehr vielen Bewerbern. Bewerber wie Mitarbeiter loben auch unser Weiterbildungsangebot, die Internationalität und unsere tatkräftige „Hands-On“-Mentalität. Unsere Mitarbeiter schätzen außerdem die abwechslungsreichen Aufgabengebiete, kurzen Kommunikationswege und die erfolgreiche Ausbildung eigener Nachwuchskräfte.

Die beste Bestätigung unserer Attraktivität als Arbeitgeber und die erfolgreiche Personalpolitik ist jedoch die hohe Mitarbeiterloyalität. Es ist längst nicht mehr selbstverständlich, dass Mitarbeiter über mehrere Jahre ein und demselben Unternehmen treu bleiben. Unsere Belegschaft beweist das Gegenteil: In den vergangenen drei Jahren durften wir viele Jubilare mit ansehnlicher Betriebszugehörigkeit bei BRITA feiern – 2015 waren es stolze 54.

BRITA ist es wichtig, die eigenen Mitarbeiter zu fördern. Neben der Ausbildung im Unternehmen wird auch die externe Weiterbildung unterstützt. Schon seit vielen Jahren nutzen die Mitarbeiter die Möglichkeit, eine berufsbegleitende Weiterbildung zu absolvieren.

12

VERANTWORTUNG FÜR DIE MENSCHEN

UNSERE NÄCHSTEN SCHRITTE

- **Aufbau einer BRITA Akademie zur systematischen Förderung der Kompetenzen von BRITA – Mitarbeitern**
- **Talent Management: Weiterer Ausbau eines strukturierten Programms zur Entwicklung von Nachwuchskräften**
- **Global Workforce Management: Internationalisierung des Personalmanagements und Steigerung der Anzahl der Auslandseinsätze zur gezielten Entwicklung unserer Mitarbeiter**
- **Weitere Standardisierung und Internationalisierung des BRITA – Arbeits- und Gesundheitsschutzes**

Unser Selbstverständnis und unsere Verhaltensgrundsätze

Bei BRITA prägen Werte die Identität. Sie tragen ebenso zu unserem Erfolg bei wie wirtschaftliche Strategien. Diese Werte (Freiraum, Eigenverantwortung, Vertrauen, Teamgeist, Respekt und Offenheit) haben wir für die BRITA Gruppe in unserem Selbstverständnis festgeschrieben. Wir haben darin Grundsätze formuliert, die die Basis für die Zusammenarbeit der Mitarbeiter untereinander, aber auch von Mitarbeitern und Führungskräften legen.

UNSER VERHALTEN // UNSERE GRUNDSÄTZE

- Führen heißt bei uns Vorbild sein
- Eindeutig formulierte, erreichbare Ziele schaffen Freiraum
- Wir verstehen einander
- Internationalität ist unsere Chance und Zukunft
- Gesellschaftliche Verantwortung aktiv leben
- Wir fördern und wir fordern unsere Mitarbeiter
- Wir beurteilen und belohnen Leistung
- Wir lernen – unser Leben lang

14

Integres und verantwortungsvolles Verhalten und gegenseitige Wertschätzung ist ein unverzichtbarer und elementarer Bestandteil unserer Geschäftskultur. Unser Verhaltenskodex Code of Conduct fasst die hierfür notwendigen Leitlinien und Grundsätze zusammen und ist ein eindeutiges Bekenntnis zu einer werteorientierten Unternehmenskultur. Er wurde, zusammen mit der Broschüre *Compliance – Alle an einen Tisch*, mittlerweile in zehn Sprachen übersetzt. Unsere Mitarbeiter wurden weltweit für das Thema Compliance sensibilisiert und sind darin geschult, ethische wie rechtliche Grundsätze einzuhalten.

Für global handelnde Unternehmen rücken soziale und ökologische Fragestellungen zunehmend in den Fokus. BRITA bekennt sich zu dieser gesellschaftlichen Verantwortung. Im Verhaltenskodex ist deshalb neben Richtlinien für rechtlich einwandfreies Verhalten auch ein sogenannter Code of Ethics abgebildet. Die darin enthaltenen Grundsätze definieren unsere Geschäftsbeziehungen. Der Code of Ethics gilt auch für alle BRITA-Zulieferer.

GRUNDSÄTZE DES BRITA CODE OF ETHICS

- Keine Zwangs- oder Kinderarbeit
- Chancengleichheit und Ablehnung von Diskriminierung jeglicher Art
- Kontinuierliche Qualifizierung der Mitarbeiter
- Wahrung der Vereinigungsfreiheit
- Angemessene Bezahlung
- Einhaltung der gesetzlichen Arbeitszeitregelungen
- Gewährleistung von Arbeitssicherheit und -gesundheit
- Schutz der Umwelt

Partnerschaftliche Personalpolitik

BRITA erwartet von seinen Mitarbeitern ein überdurchschnittliches Engagement und setzt voraus, dass sie sich verantwortungsvoll gegenüber Kunden, Kollegen, Gesellschaft und der Umwelt verhalten. Im Gegenzug bietet das Unternehmen seinen Mitarbeitern ein positives Arbeitsumfeld, einen partnerschaftlichen Umgang, attraktive Vergütung und überdurchschnittliche Sozialleistungen. Alle BRITA-Mitarbeiter erhalten für die Erfüllung ihrer Aufgaben den Freiraum, den sie für ein produktives Arbeiten benötigen.

GROSSZÜGIGE SOZIALLEISTUNGEN:

- Betriebliche Altersvorsorge
- Home Office Angebote und flexible Arbeitszeitmodelle
- Lebens-Arbeitszeit-Konto
- Finanzielle Weiterbildungsförderung
- Möglichkeit zum berufsbegleitenden Studium
- Werksunterricht und Prüfungsvorbereitung für Auszubildende
- Umzugspaket für neue Mitarbeiter
- Subventionierte Kantine
- Kostenlose BRITA Filterkartuschen für alle Mitarbeiter

15

Viele der umfangreichen Sozialleistungen sind durch die enge Zusammenarbeit zwischen der Geschäftsführung, der Personalabteilung und dem Betriebsrat entstanden. Seit 1999 setzt sich letzterer stark für die Interessen der Mitarbeiter ein. Die Zusammenarbeit zeichnet sich durch respektvollen Umgang und ein wertschätzendes und faires Miteinander aus, das gleichzeitig Raum für unterschiedliche Standpunkte lässt. Alle Beteiligten sind an einer konstruktiven Diskussion, an zielgerichteten Lösungen interessiert. Dies sind die Voraussetzungen dafür, dass am Ende gemeinsame Lösungen gefunden werden können, in denen sich alle Seiten wiederfinden. Künftig wird die Integration neuer Führungskräfte und die Beibehaltung des etablierten, wertschätzenden Umgangs in einem global wachsenden Unternehmen eine Herausforderung sein, der wir aus den positiven Erfahrungen der Vergangenheit heraus aber zuversichtlich entgegenblicken.

Talent Management

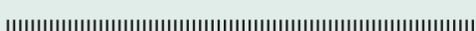
Mehrfach wurde BRITA in der Vergangenheit als Top-Arbeitgeber ausgezeichnet, unter anderem in Deutschland mit dem Gütesiegel „TOP JOB“ für mittelständische Arbeitgeber. Solche Preise sind besonders in der Rekrutierung von vielversprechenden Talenten und im Gespräch mit möglichen Bewerbern ein wichtiges Argument. Noch wichtiger ist aber die langfristige Bindung an das Unternehmen und die Weiterentwicklung der Mitarbeiter, denn das kontinuierliche Wachstum von BRITA basiert auf einer erfolgreichen und zukunftsorientierten Personalpolitik.

Talent Management beinhaltet bei BRITA die systematische Gewinnung, Entwicklung, Bindung und den Einsatz der Mitarbeiter im Unternehmen. Zur Unterstützung des Talent Managements wurde Anfang 2015 der Employee Performance & Development Process zunächst am Hauptsitz in Deutschland eingeführt mit dem Ziel, alle bisher erfolgreich genutzten Elemente wie Mitarbeitergespräche und Zielvereinbarungen zu integrieren und zu vereinfachen. Gleichzeitig sorgt das Talent Management insgesamt für mehr Transparenz über Mitarbeiterbeurteilung und -entwicklung im Unternehmen. Seit 2016 ist dieses Konzept auch in allen Tochtergesellschaften im Einsatz.

MIT ARBEITER KENNZAHLEN

In diesem Corporate Responsibility Bericht präsentiert BRITA erstmalig detaillierte Kennzahlen aus dem Bereich Personal. Für die Zukunft ist geplant, Entwicklungen abzubilden und Vergleiche über mehrere Jahre zu ermöglichen. Alle Kennzahlen gelten für die gesamte BRITA Gruppe, soweit nicht anders vermerkt.

Seit vielen Jahren steigen die Mitarbeiterzahlen bei BRITA kontinuierlich und stark. Als wachsendes Unternehmen benötigen wir immer neue, motivierte Mitarbeiter, die in den verschiedenen Unternehmensbereichen daran mitarbeiten, die BRITA-Geschäftsstrategie umzusetzen.



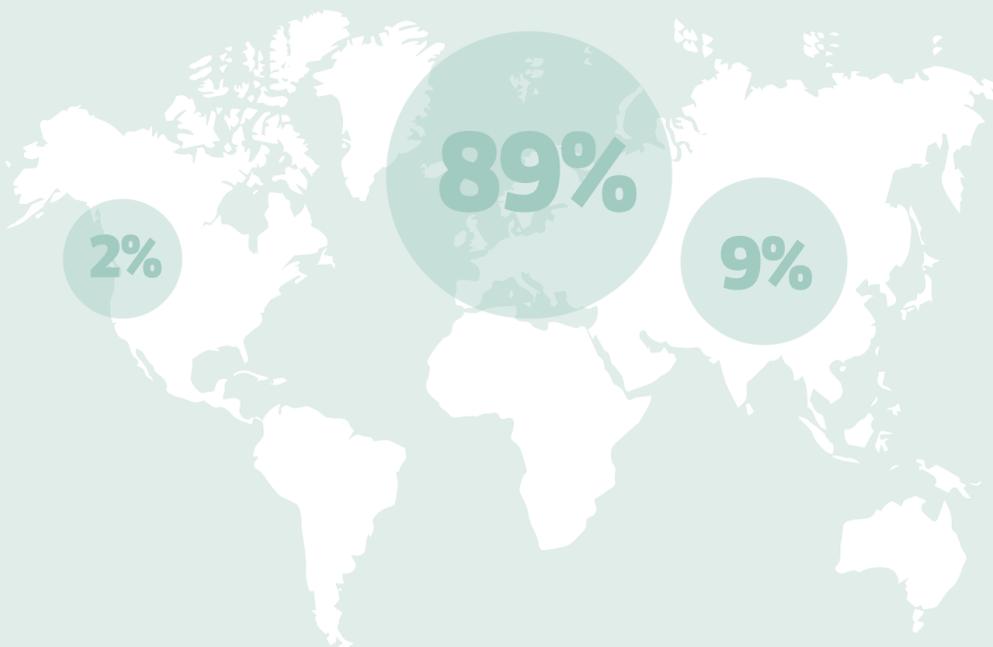
Entwicklung der Mitarbeiterzahlen:²

2013: 1.182 Mitarbeiter weltweit
2014: 1.430 Mitarbeiter weltweit
2015: 1.480 Mitarbeiter weltweit

BRITA ist ein globales Unternehmen mit einem aktuellen Produktionsschwerpunkt in Europa. Aus diesem Grund ist der Anteil der Mitarbeiter hier auch am größten. Die Region Asien ist für BRITA ein definierter Wachstumsmarkt, der schon heute große Beiträge zum Unternehmenserfolg leistet. Deshalb erwarten wir hier in Zukunft weiteres Wachstum bei den Mitarbeitern. In der Region Nordamerika haben wir keine Produktionsstätte, sondern sind vor Ort mit Vertriebsgesellschaften vertreten.

Verteilung der Mitarbeiter nach Regionen:²

- **Europa (inkl. Australien, Russland): 89%**
- **Asien (inkl. Türkei): 9%**
- **Nordamerika: 2%**



Ein zukunftsfähiges Unternehmen braucht eine vielfältige Belegschaft mit einer gesunden Altersstruktur. Der Grundstein dafür ist bei BRITA gelegt. Das Durchschnittsalter der Mitarbeiter liegt bei 41 Jahren, der Frauenanteil bei rund 40 Prozent. Wir werden weiterhin verstärkt Nachwuchskräfte einstellen, die sich langfristig mit dem Unternehmen entwickeln können.

Altersstruktur der Mitarbeiter:³

- **bis 30 Jahre: 16%**
- **30 < 50 Jahre: 63%**
- **über 50 Jahre: 21%**

Verteilung der Mitarbeiter nach Geschlecht:³

- **Männlich: 61%**
- **Weiblich: 39%**

BRITA möchte seinen Mitarbeitern ein angenehmes und motivierendes Arbeitsumfeld bieten. Dazu gehört auch die Möglichkeit, das Arbeitsleben flexibel zu gestalten, um den Bedürfnissen der Mitarbeiter gerecht zu werden. Der Anteil der in Teilzeit beschäftigten Mitarbeiter liegt bei 12%, die meisten davon arbeiten bei der BRITA GmbH in Deutschland. Wie in anderen Unternehmen sind auch bei BRITA ein Großteil der Teilzeitkräfte Frauen.³

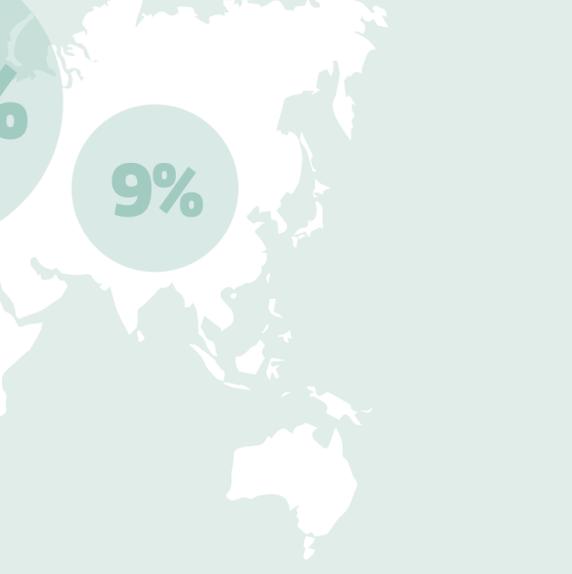
Mit 92% ist die große Mehrheit der Mitarbeiter bei BRITA unbefristet angestellt.³ Allerdings müssen auch wir auf bestimmte Entwicklungen und Situationen flexibel reagieren können, so dass ein gewisser Anteil an befristeten Stellen notwendig ist. Ziel ist aber immer, unseren Mitarbeitern langfristige Perspektiven zu bieten.

Dass wir dies schaffen und unsere Mitarbeiter BRITA treu bleiben, zeigt sich an der großen Zahl langjähriger Mitarbeiter. Im Jahr 2014 konnte allein die BRITA GmbH 33 Jubilare feiern, die länger als 10 Jahre im Unternehmen beschäftigt waren, 2016 sind es sogar 55.

Jubilare der BRITA GmbH				
	2013	2014	2015	2016
10 Jahre	22	20	32	27
20 Jahre	8	7	10	12
25 Jahre	8	5	7	10
30 Jahre		1	3	6
35 Jahre	2		2	
	40	33	54	55

Gesundheitsmanagement

Wir wollen verantwortungsvoll mit der Gesundheit unserer Mitarbeiter umgehen. Aus diesem Grund organisiert die BRITA GmbH Vorsorgemaßnahmen, die die gesetzlichen Vorgaben übertreffen. So bieten wir zum Beispiel Gripeschutzimpfungen und eine generelle Impfberatung an. Zusätzlich gibt es über unseren Betriebsarzt wechselnde Angebote wie Hautkrebs-screensings, Herzchecks, Augendruckmessungen oder Prostata-Untersuchungen.



Auch im Büroalltag spielt die Gesundheit eine wichtige Rolle: Mit höhenverstellbaren Schreibtischen und Stühlen richten wir unseren Mitarbeitern ergonomische Arbeitsplätze ein, um Rücken-, Knie- und Nackenleiden entgegenzuwirken. Arbeitsvorgänge in der Produktion, wie etwa das Tragen oder Heben von schweren Gegenständen, werden regelmäßig überprüft und aus gesundheitlicher Sicht optimiert. Zusätzlich bieten wir kosten-lose Fahrsicherheits- und Spritpartrainings für die Mitarbeiter mit Dienstwagen an.

Im BRITA-Gesundheitszirkel arbeiten Vertreter der Personalabteilung, der Abteilung Health, Safety & Environment, der Betriebsrat sowie freiwillige Mitglieder aus der Belegschaft zusammen. Das Gremium diskutiert regelmäßig mögliche Verbesserungen im Gesundheitsschutz und treibt durch verschiedene Aktionen, wie etwa die Durchführung eines Gesundheitstags 2014, das Thema voran.

GESELLSCHAFTLICHE VERANTWORTUNG WELTWEIT

Auswahl der unterstützten Organisationen in 2014 und 2015

BRITA GmbH, Deutschland	Teestube Wiesbaden / WWF – World Wildlife Fund / Flüchtlingshilfe Taunusstein
BRITA, Australien	OzHarvest / Manly Lions / Rotary Club of Ryde
BRITA, Frankreich	Action contre la Faim
BRITA, Japan	Zushi Beach Clean-Up / DONGURI no Kai (Acorn Club)
BRITA, Polen	Fundacja Pożywnie Darem Serca / Ronald McDonald Stiftung / Caritas
BRITA, UK	Change For Life / Kids' Cookery School / Wasps Premiership Rugby Coachclass Academy Project Waterfall of The Allegra Foundation / Help 4 Heroes / Hummingbird Centre Puzzle Centre / Marine Conservation Society
Vivreau, UK	Help 4 Heroes / Scotty's Little Soldiers / Care for Casualties Children with Cancer UK / Norwood Children's Home / Children in Need / Comic Relief Marie Curie Cancer Care / Macmillan Cancer Support / British Heart Foundation
Vivreau, USA	Sponsoring der TED Konferenzen / Partnership for a Healthier America "Drink up Initiative"

Auf Nummer sicher – Arbeitssicherheit bei BRITA

BRITA verpflichtet sich, die Sicherheit und Gesundheit der Mitarbeiter zu schützen, Verletzungen und Erkrankungen zu vermeiden und damit den Arbeitsschutz kontinuierlich zu verbessern. Dabei achtet das Unternehmen darauf, die geltenden rechtlichen Verpflichtungen und anderen Anforderungen im Arbeitsschutzmanagement nicht nur einzuhalten, sondern, wo möglich, auch zu übertreffen.

Wesentliche Aufgaben sind hierbei das Erstellen von Gefährdungsbeurteilungen zum Schutz der Mitarbeiter bereits bei der Konzeption von Anlagen sowie deren rechtskonformer Betrieb. Darüber hinaus werden regelmäßig Begehungen der Arbeitsbereiche durchgeführt. Die Abteilung Health, Safety & Environment wertet diese aus, leitet – sofern notwendig – Maßnahmen ein und berät gemäß den gesetzlichen Bestimmungen.

Alle Mitarbeiter werden regelmäßig hinsichtlich des Arbeits- und Gesundheitsschutzes geschult. Die Beschäftigten sind ihrerseits aufgefordert, ihre Vorgesetzten über Missstände zu informieren und Festlegungen zur Arbeitssicherheit konsequent einzuhalten. Die Arbeitssicherheit der BRITA-Produktionsstandorte Taunusstein, Bicester (UK) und Neudorf (Schweiz) ist nach dem internationalen Managementstandard OHSAS 18001 zertifiziert. In Zukunft soll der Arbeits- und Gesundheitsschutz im Rahmen des zu entwickelnden CR-Programms stärker zentral gesteuert und vereinheitlicht werden.

Arbeitsunfälle

Die Unfallhäufigkeitsquote ist ein Indikator für die Bemühungen eines Unternehmens, präventiv im Bereich Arbeitsschutz zu handeln und die Gesundheit der Mitarbeiter zu schützen. Eine Unfallquote von Null ist anzustreben. BRITA berichtet erstmalig die Kennzahl für die BRITA GmbH – zukünftig sollen auch weitere Standorte in der Kennzahl abgebildet werden.



Im Berichtszeitraum kam es zu keinen schwerwiegenden Unfällen oder gar Todesfällen. Bei den gemeldeten Unfällen war Unachtsamkeit die häufigste Ursache. Wir weisen unsere Mitarbeiter im Rahmen der jährlichen Sicherheitsunterweisung auf mögliche Gefahrenquellen hin und wollen damit die Achtsamkeit bei allen Tätigkeiten für BRITA erhöhen.

¹ Die abgebildeten Sozialleistungen gelten vollständig für Mitarbeiter der BRITA GmbH. In den Tochtergesellschaften können die Leistungen abweichen.

² Alle Mitarbeiter mit aktiven Verträgen, inkl. Praktikanten und Werkstudenten.

³ Daten liegen erstmals für Februar 2016 vollständig vor; inkl. BRITA Yource GmbH und BRITA Hong Kong Ltd.

⁴ Meldungspflichtige Unfälle mit Ausfallzeiten > 1 Tag; Wegeunfälle sind nicht eingerechnet; Berechnungsgrundlage sind 1.840 Stunden jährlich pro Arbeitskraft

03

ZEIT

ZU

HAN

DELN

Hitzewellen, vom steigenden Meeresspiegel bedrohte Küstenstädte, Dürren, schmelzende Gletscher und Pole – die Folgen des Klimawandels sind nicht zu übersehen. Die globale Erderwärmung ist schon lange wissenschaftlich bestätigt und laut Weltklimarat IPCC vorwiegend auf menschliche Einflüsse zurückzuführen. Es ist also höchste Zeit zu handeln.

BRITA CORPORATE CARBON FOOTPRINT 2015



ERDGAS



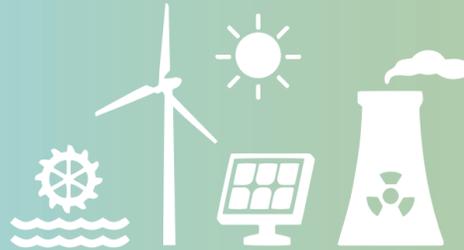
HEIZÖL



KRAFTSTOFFE

DIREKTE EMISSIONEN: SCOPE 1

ENERGIE 14.000 MWh
EMISSIONEN 2.920t CO₂e



STROMVERBRAUCH

INDIREKTE EMISSIONEN: SCOPE 2

ENERGIE 9.500 MWh
EMISSIONEN 470t CO₂e



3.390t CO₂e
23.500 MWh



1

ERHEBEN

CORPORATE CARBON FOOTPRINT REDUZIEREN & AUSBALANCIEREN

BEISPIELE UNSERER MASSNAHMEN SIND:



100% ÖKOSTROM AN PRODUKTIONSSTANDORTEN



LED BELEUCHTUNG IN BRITA-GEBÄUDEN



UMRÜSTUNG AUF ENERGIEEFFIZIENTE PRODUKTIONSTECHNIK



VERBESSERUNG DER ENERGIEEFFIZIENZ VON BRITA-GEBÄUDEN



UMWELTFREUNDLICHE CAR POLICY



**Ziel:
Ausgleich des
BRITA Carbon
Footprint**

2

PRÜFEN

3

AUSBALANCIEREN



Unternehmen sind mitverantwortlich für die Ursachen des Klimawandels und müssen deshalb auch Teil der Lösung sein. Wir von BRITA können mit unseren Produkten helfen, Emissionen zu vermeiden. Doch auch als Unternehmen können wir noch effizienter mit Ressourcen und Energie umgehen, um möglichst geringe Umweltauswirkungen zu erzeugen.

Balance the Impact – unsere Initiative für den Klimaschutz

Balance the Impact ist eine Corporate Responsibility Initiative, mit der BRITA als Unternehmen einen direkten Beitrag zum Klimaschutz leisten möchte – und zwar aus eigener Kraft und ohne den Zukauf von Kompensationszertifikaten.

Die Initiative verfolgt drei konkrete Ziele:

- Erstens wollen wir die klimaschädlichen Emissionen aus unseren Geschäftstätigkeiten erfassen.
- Zweitens steht die Reduzierung der Emissionen durch ein systematisches Carbon Management im Fokus, durch das sowohl der Verbrauch als auch Energiekosten gesenkt werden sollen.
- Das dritte Ziel ist das kontinuierliche „Ausbalancieren“ unvermeidbarer Emissionen durch Projekte, die CO₂ reduzieren oder gar nicht erst entstehen lassen.

Damit ein ganzheitlicher Corporate Responsibility Ansatz gewährleistet ist, berücksichtigen die Maßnahmen im Rahmen von *Balance the Impact* die drei Säulen der Nachhaltigkeit: People, Planet und Profit.

Uns ist wichtig, dass *Balance the Impact* nicht als starres Gegenrechnen von verursachten und kompensierten Emissionen gesehen wird. Wir verstehen es vielmehr als Selbstverpflichtung. Unsere Produkte reduzieren Plastikmüll, haben einen deutlich niedrigeren CO₂-Fußabdruck als Flaschenwasser und leisten damit einen wertvollen Beitrag zu einer nachhaltigeren Gesellschaft. Einen solchen Beitrag wollen wir auch als Unternehmen schaffen, indem wir die Umweltauswirkungen unserer Geschäftstätigkeit möglichst gering halten, uns aber gleichzeitig weiter entwickeln und weiter wachsen.

Ein stetiger Prozess

Den Grundstein für *Balance the Impact* legte eine Zukunftskonferenz, an der 2013 etwa 50 Mitarbeiter der BRITA GmbH teilnahmen. Während der Veranstaltung wurden über 700 Ideen und Vorschläge gesammelt, wie BRITA ein CO₂-neutrales Unternehmen werden könnte. Die Zukunftskonferenz mündete in ein Projekt mit dem Titel Carbon Neutral. Sowohl das bestehende Carbon Management, als auch der 2015 erstmals berechnete Corporate Carbon Footprint sind Ergebnisse aus diesem Projekt. Wir haben aber auch erkannt, dass das Erreichen des Status „CO₂-neutral“ nur bedingt geeignet ist, um einen fortlaufenden Verbesserungsprozess anzustoßen, mit dem wir unsere Emissionen kontinuierlich senken können. Aus diesem Grund haben wir beschlossen, mit *Balance the Impact* einen ganzheitlicheren und langfristigen Ansatz zu verfolgen.

Der erste BRITA Corporate Carbon Footprint

BRITA hat 2014 ein unternehmensweites Carbon Management eingeführt, um die Umweltauswirkungen unserer Geschäftstätigkeit besser verstehen und steuern zu können. Darüber erfassen wir für derzeit 12 BRITA-Gesellschaften unsere klimaschädlichen Emissionen und berechnen den BRITA Corporate Carbon Footprint. Denn nur, wenn wir wissen,

wo wir in unserer Wertschöpfungskette, welche Emissionen verursachen, können wir systematisch daran arbeiten, unsere Prozesse effizienter zu gestalten und unseren Energieverbrauch zu reduzieren.

Unser erster Corporate Carbon Footprint legt dar, welche Treibhausgasemissionen durch die Geschäftstätigkeiten der BRITA Gruppe im Jahr 2015 entstanden sind. Für den Corporate Carbon Footprint werden Energieverbräuche entlang der Wertschöpfungskette protokolliert, aufsummiert und in CO₂-Äquivalente (CO₂e) umgerechnet. Die Berechnungen basieren auf den Vorgaben des Greenhouse Gas (GHG) Protocol, einem international anerkannten Standard.

Das GHG Protocol definiert drei unterschiedliche so genannte Scopes, in die die Emissionen aufgeteilt werden. In Scope 1 fallen Energieverbräuche aus der direkten stationären oder mobilen Nutzung – wie Heizöl, Erdgas und Kraftstoffe für BRITA-eigene Fuhrparkfahrzeuge. 2015 verbrauchte BRITA 130.000 Liter Kraftstoff und 1.281.000 m³ Erdgas, durch die insgesamt 2.920 Tonnen CO₂e entstanden. Hauptverursacher unserer Energieverbräuche sind die Heizung und Kühlung unserer Produktions- und Bürogebäude sowie die Produktionsprozesse als solche, wobei Erdgas mit 88 Prozent den größten Anteil der Scope 1 Emissionen ausmacht.

In Scope 2 werden Emissionen aus dem Verbrauch von Elektrizität dargestellt. 2015 benötigte BRITA 9.500 MWh Strom, über 90 Prozent davon wurden in Form von zertifiziertem Ökostrom an unseren Produktionsstandorten in Taunusstein (Deutschland), in Neudorf (Schweiz) und in Bicester (Großbritannien) genutzt. Die insgesamt 470 Tonnen CO₂e, die in Scope 2 anfielen, wurden an den internationalen Standorten zum größten Teil durch den Betrieb von Büro- und Lagerräumen verursacht. Wir wollen auch in Zukunft daran arbeiten, unseren Stromverbrauch zu senken und dadurch nicht nur die Umwelt schonen, sondern auch Kosteneinsparungen erreichen.

Um die Effizienz unserer Wertschöpfung messen zu können, bringen wir unseren Energieverbrauch und die von uns erzeugten Emissionen in Relation mit unserem Umsatz. Wenn wir wissen, wie viel Energie wir brauchen, um einen bestimmten Umsatz zu generieren und wie viele Emissionen wir hierfür verursachen, können wir daran arbeiten, effizienter mit Energie und Ressourcen umzugehen. Dabei geht es weniger darum, dass wir uns mit anderen Unternehmen vergleichen wollen – dafür bewegt sich BRITA in einem zu kleinen Nischenmarkt. Stattdessen werden wir uns künftig an uns selbst messen und den Erfolg unserer Maßnahmen über die Kernindikatoren Energie- und Emissionseffizienz messen. Mit dem Carbon Management in Verbindung mit unseren zertifizierten Umwelt- und Energiemanagementsystemen setzen wir auf die richtigen Instrumente, um das auch zu erreichen.

Wir erfassen unsere direkten und indirekten Energieverbräuche und Emissionen und sind dadurch in der Lage, spezifische Prozesse und Arbeitsschritte ökologischer zu gestalten. *Balance the Impact* hört hier aber nicht auf. Wir wollen unsere Wertschöpfungskette ganzheitlich betrachten und verstehen, welche Auswirkungen unser Handeln und die Herstellung unserer Produkte auf die Umwelt und die Gesellschaft haben. Aus diesem Grund haben wir bereits damit begonnen, im Carbon Management auch Emissionen zu erfassen, die außerhalb der BRITA-Firmengrenzen anfallen – im so genannten Scope 3. Dazu gehören Emissionen aus der Nutzung der geleasteten Mitarbeiterfahrzeuge in der Dienstwagenflotte, aus Flügen, Zug- und Mietwagenfahrten während Dienstreisen sowie Ausstöße, die in den Vorketten von produktionsrelevanten Materialien wie der Aktivkohle oder dem Ionenaustauscher anfallen. Insgesamt fielen im Scope 3 für das Jahr 2015 42.480 Tonnen CO₂e an.

Wir stehen bei der Betrachtung der Emissionen unserer Wertschöpfungskette noch am Anfang. Deshalb haben wir den ersten Corporate Carbon Footprint genutzt, um zu verstehen, welche Daten uns vorliegen, woran wir weiter arbeiten müssen und welche Informationen wir künftig benötigen. *Balance the Impact* ist ein langfristiger Ansatz, mit dem wir schrittweise darauf hinarbeiten, ein tieferes Verständnis für unsere Geschäftstätigkeit zu entwickeln. Nur so können wir daraus Maßnahmen und Projekte ableiten, die unsere klimaschädlichen Emissionen sinnvoll und effizient reduzieren.

Die Basis für erfolgreichen Klimaschutz ist geschaffen

Der Schutz der Umwelt und insbesondere des Klimas ist für CEO Markus Hankammer und damit für BRITA eine Aufgabe, der wir uns als verantwortlich agierendes Unternehmen widmen müssen. Dieser Schutz ist uns aber auch ein Anliegen. *Balance the Impact* liefert die notwendigen Rahmenbedingungen für einen nachhaltigen und zukunftsfähigen Umwelt- und Ressourcenschutz bei BRITA, der messbar und nachvollziehbar ist. Erst dadurch werden unsere Bemühungen glaubwürdig für unsere Mitarbeiter und Außenstehende.

Die nächsten Schritte auf dem Weg zu einem möglichst emissionsfreien Unternehmen sind festgelegt. Weitere BRITA-Standorte werden in das Carbon Management aufgenommen, neue Projekte und Initiativen zur Reduzierung von Emissionen ins Leben gerufen – sowohl an den Produktionsstätten als auch an den Vertriebsstandorten. Wir werden unsere Fortschritte regelmäßig erfassen und daraus möglichst konkrete Ziele ableiten.

Als wachsendes und global expandierendes Unternehmen stellen diese Aufgaben eine besondere Herausforderung dar. Wir wollen all das erreichen, während wir gleichzeitig steigende Produktions- und Vertriebstätigkeiten verzeichnen und ambitionierte Strategieleitungen verfolgen. Vor großen Aufgaben hat sich BRITA bisher aber nie gescheut – nicht umsonst heißt unsere Unternehmensstrategie *Conquer New Waters*. Wir werden den bisher eingeschlagenen Weg weiter gehen, unsere seit jeher hochgesteckten Ziele auch in diesem Bereich weiter verfolgen und regelmäßig darüber berichten.



Lesen Sie hier den von der PricewaterhouseCoopers AG geprüften BRITA Corporate Carbon Footprint Bericht 2015

UMWELT SCHUTZ AUF DIE STRASSE GEBRACHT: DIE NEUE CAR POLICY

BRITA hat sich selbst verpflichtet, seine klimaschädlichen Emissionen zu reduzieren. Aus diesem Grund haben wir im Oktober 2015 die Dienstwagenregelung der BRITA GmbH überarbeitet und ökologischer gestaltet.

Die neue Car Policy belohnt umweltbewusste Entscheidungen bei der Fahrzeugwahl mit besseren Konditionen, während Dienstwagen mit hohem CO₂-Ausstoß entsprechend mit weniger finanziellen Anreizen gekoppelt sind. Achim Schneider, Teamleiter im Einkauf, Julia Friedmann aus der Personalabteilung und Stephan Herbst, Abteilungsleiter Health, Safety & Environment, erklären uns, welche Ziele sie bei der Konzeption des Programms im Sinn hatten.

„Die neue Dienstwagenregelung ist ein erster Schritt in die richtige Richtung. Mit etwa 180 Fahrzeugen betreiben wir schließlich einen relativ großen Fuhrpark“, sagt Stephan Herbst. Das Konzept der neuen Car Policy fördert den langsamen Abschied von Autos mit hohen Emissionen. Das freut nicht nur das Projektteam, sondern auch die Mitarbeiter. „Wir haben bisher durchweg positive Rückmeldungen bekommen. Derzeit sind etwa 20 Prozent der bestellten Dienstwagen Elektrofahrzeuge oder Plug-In-Hybride. Das ist für die kurze Zeit, in der es die Car Policy gibt, sehr erfreulich. Mit

fortschreitender Entwicklung und zunehmender Verfügbarkeit entsprechender Fahrzeuge wird sich dieser Anteil kontinuierlich erhöhen“, ist Julia Friedmann überzeugt. Natürlich wird niemand verpflichtet, ein Elektroauto zu fahren – Mitarbeiter können derzeit bei konventionellen Autos zwischen verschiedenen Modellen von sechs namenhaften Automobilbauern wählen. Bei Elektro- bzw. Plug-In-Hybridfahrzeugen erweitert sich die Palette sogar auf fünfzehn Hersteller. Bei den vielen Diskussionen, die derzeit in der Öffentlichkeit rund um das Thema Elektromobilität geführt werden, ist die oft noch geringe Reichweite der Fahrzeuge ein Thema. „Bei BRITA wurde dieser Punkt bedacht. Auf dem Mitarbeiterparkplatz gibt es 14 Stromladesäulen, die unsere Mitarbeiter kostenlos nutzen können. Sie werden mit Ökostrom betrieben, so dass keine CO₂-Emissionen entstehen“, erläutert Achim Schneider.

14

Auch bei BRITA liegt Elektromobilität im Trend: Deshalb gibt es insgesamt 14 Stromladesäulen auf dem BRITA-Gelände in Taunusstein.

17

Stephan Herbst beschreibt das Ziel der Car Policy: „Uns geht es zunächst einmal darum, in der Belegschaft eine Sensibilisierung für das Thema CO₂-Emissionen zu erreichen. Aber natürlich ist der CO₂-Ausstoß unserer Dienstwagenflotte auch eine faktische Stellschraube, um den BRITA Carbon Footprint zu reduzieren. Da die Mitarbeiter selbst entscheiden, welches Auto sie fahren wollen, ist die Entwicklung unserer Flotte zudem ein Indikator dafür, wie wichtig das Thema Klimaschutz den Mitarbeitern ist. Ich kann mir übrigens gut vorstellen, dass wir die Car Policy weiterentwickeln und daraus eine Mobilitäts Policy machen. In ihr könnten dann beispielsweise Aspekte wie etwa Car-Sharing oder Fahrradmobilität thematisiert werden.“

Die 14 Stromladesäulen auf dem BRITA-Mitarbeiterparkplatz werden mit Ökostrom betrieben – ganz ohne CO₂-Emissionen.



KERNINDIKATOREN¹ 2015

ENERGIEINTENSITÄT



EMISSIONSINTENSITÄT



¹ Auf Basis der Daten des Corporate Carbon Footprints



SUS TAIN ABILI TY HAT EIN GE SICHT

Bei ihr läuft alles zusammen,
was bei BRITA mit Nachhaltigkeit zu tun hat:
Nachhaltigkeitsbeauftragte Meike Rapp.



Meike Rapp ist der beste Beweis dafür, dass Corporate Responsibility bei BRITA einen hohen Stellenwert hat. Seit Januar 2016 ist sie als Managerin Sustainability offiziell für dieses Thema zuständig.

Ihre Aufgaben sind vielfältig: von der Konzeption und Umsetzung konkreter Projekte wie dem Corporate Responsibility Report über die Koordination fortlaufender Initiativen wie dem Carbon Management bis hin zur internen Kommunikation, Unterstützung der PR in ihrem Fachgebiet oder Beantwortung externer Anfragen. „Grundsätzlich kann man sagen, dass alles, was mit Nachhaltigkeit zu tun hat, früher oder später bei mir auf dem Schreibtisch landet und von mir gemeinsam mit den jeweiligen Fachabteilungen bearbeitet wird“, so Meike Rapp.

Auch wenn Corporate Responsibility BRITA schon immer wichtig war, wird jetzt noch stärker strategisch und strukturiert daran gearbeitet. Meike Rapp will zum einen das Interesse für Nachhaltigkeit und das Verständnis für ihre Arbeit innerhalb von BRITA fördern und zum anderen über alle relevanten Aspekte im Bilde bleiben. Daher sucht sie kontinuierlich den Kontakt zu und den Austausch mit allen Abteilungen und den Tochtergesellschaften weltweit. Über ein Steering Committee, das Corporate Responsibility Projekte überwacht und neue Maßnahmen anstößt, wird auch die Geschäftsführung regelmäßig über Fortschritte informiert.

MEIKE RAPP ZU IHREN PRIORITÄTEN UND IHRER VORSTELLUNG DAVON, WIE SIE DIE ZUKUNFT VON BRITA MITGESTALTEN MÖCHTE

Mit welchen Erwartungen und vor allem Zielen sind Sie nach Taunusstein gekommen?

Ich wusste, dass BRITA wie viele mittelständische Unternehmen im Bereich Corporate Responsibility bereits sehr engagiert ist, dass es aber ebenso Möglichkeiten geben würde, die Dinge weiter voranzutreiben. Zum Beispiel gab es noch keine feste Aufgabendefinition für die Umsetzung von Nachhaltigkeit und damit eine Position, in der ich noch vieles würde gestalten und prägen können. Eine spannende Herausforderung, wie ich fand. Natürlich habe ich grundlegende Ziele, die ich erreichen möchte: Projekte, die vor meiner Zeit angefangen wurden, will ich bestmöglich zu Ende bringen oder erfolgreich weiterführen. Ein erster Meilenstein ist schon erreicht: Wir haben eine neue Struktur für das Thema Corporate Responsibility aufgesetzt, von der ich glaube, dass wir mit ihr künftig Maßnahmen effizient und effektiv umsetzen können. Letztendlich geht es mir vor allem darum zu zeigen, dass wir durch unternehmerische Verantwortung, die sich nicht immer sofort in wirtschaftlichem Mehrwert ausdrücken lässt, die Marke BRITA stärken und langfristig unseren Erfolg sichern können.

Begleitet Sie das Thema Nachhaltigkeit auch in Ihrem Privatleben?

Ja, sicher, aber gar nicht so viel stärker als bei anderen Menschen. Natürlich achte ich darauf, das Licht auszuschalten, meinen Müll zu recyceln und Plastikabfall zu vermeiden. Gerade beim Einkaufen lege ich Wert auf Nachhaltigkeit und greife vor allem zu regionalen und saisonalen Produkten. Ich denke, dass ich Kaufentscheidungen bewusster treffe, weil ich mich eben beruflich fortwährend mit dem Thema auseinandersetze. Ich finde es grundsätzlich wichtig, dass wir zum Beispiel darüber sprechen, wo unsere Produkte herkommen oder wie sie produziert werden, und dass Menschen sich dadurch informiert für oder gegen ein Produkt entscheiden können. Denn Konsumenten können mit ihrem Kaufverhalten Unternehmen tatsächlich zum Nachdenken oder Umdenken bringen und damit wichtige Weichen stellen.

Der Corporate Responsibility Bericht ist ein wichtiges Projekt für Sie – worauf haben Sie besonderen Wert gelegt?

Da gibt es mehrere Dinge. Ich finde es wichtig, dass Unternehmen, die viel Gutes tun, das auch zeigen. BRITA kann jedenfalls bereits auf Vieles stolz sein. Außerdem habe ich für Transparenz plädiert, die für einen guten CR-Bericht grundlegend ist, und dafür auch die notwendige Unterstützung bekommen. Ich glaube, dass wir mit diesem Bericht unseren Kunden und Stakeholdern einen ziemlich tiefen Einblick geben – das spricht für die Überzeugung, mit der wir das Thema angehen. Und nicht zuletzt muss der Bericht faktisch richtig und qualitativ gut sein. Es geht nicht darum, perfekt sein zu wollen, sondern sich ernsthafte Ziele zu setzen und ehrlich und glaubwürdig darzustellen, wo wir im Hinblick auf diese Ziele stehen und was wir wie erreicht haben. Ein bisschen Bescheidenheit schadet da gar nicht. Dafür zeigen wir auf, dass wir viele konkrete Maßnahmen angestoßen haben und den Anspruch haben, uns stetig weiterzuentwickeln.

Wie schätzen Sie als Expertin für Corporate Responsibility BRITAs Position auf der Nachhaltigkeitskala ein? Was läuft schon sehr gut, worin sehen Sie noch Verbesserungspotenzial?

Das ist meiner Meinung nach nicht das richtige Bild, denn es gibt immer etwas, was man besser machen kann, und so wird das auch immer sein. Aber bei BRITA läuft Vieles schon richtig gut. Das liegt auch daran, dass es ein grundlegendes, intuitives Verständnis für Nachhaltigkeit, Umweltschutz und Mitarbeiterverantwortung gibt, die schon sehr lange Teil der gelebten Unternehmenskultur sind. Wir sind eben ein Familienunternehmen und handeln folglich aus Überzeugung und Tradition nach bestimmten, eben auch ethischen Prinzipien. Und natürlich hilft es, dass unser Produktangebot bereits den Nachhaltigkeitsgedanken in sich trägt. BRITA ist zudem ein sehr verlässlicher Partner, wenn es um soziales Engagement geht. Wir arbeiten mit einigen Organisationen schon über Jahre oder sogar Jahrzehnte hinweg zusammen.

Ich sehe aber durchaus auch Potenziale, die wir noch besser ausschöpfen können. Zum Beispiel können wir in die Produktentwicklung Fragen der Nachhaltigkeit noch stärker einfließen lassen – das geht von der Auswahl der Materialien über die Produktion bis hin zur Entsorgung. Des Weiteren ist es wichtig, gerade in der starken Wachstumsphase, in der wir uns momentan befinden, unsere Mitarbeiter nicht zu vergessen und zum Beispiel Weiterbildung oder Gesundheit am Arbeitsplatz entsprechend zu fördern. Und schlussendlich ist die Kommunikation, insbesondere auch innerhalb des Unternehmens, etwas, woran man kontinuierlich arbeiten muss, damit Führungskräfte und Mitarbeiter die Vorteile, die Corporate Responsibility bringen kann, erkennen und alle an einem Strang ziehen.



Corporate Responsibility hat bei BRITA einen hohen Stellenwert. Deshalb werden wir gemeinsam mit der Nachhaltigkeitsbeauftragten in Zukunft noch mehr Projekte zum Schutz unseres Planeten in die Tat umsetzen.

18

VOLLER ENERGIE

Hinter der Abkürzung EMS verbirgt sich das in Europa für Unternehmen mit über 250 Mitarbeitern vorgeschriebene Energiemanagementsystem. Auf das Wesentliche reduziert beschreibt es gleichzeitig auch die Aufgabe von Christian Hofmann bei BRITA: Energie messen und sparen. Christian Hofmann ist Energiemanager und als solcher dafür zuständig, dass BRITA mit Energie in jeglicher Form verantwortlich umgeht. Doch was genau macht ein Energiemanager eigentlich?



Ein neues Zählermanagement verbessert die Steuerung an Verbrauchsschwerpunkten und senkt so den Energiebedarf.

Zunächst einmal erfasst er die Energieverbräuche des Unternehmens und identifiziert, welche Aktivitäten oder Maschinen den höchsten Verbrauch erzeugen. Dafür muss er alle Anlagen gezielt überwachen und sicherstellen, dass alles problemlos läuft. Anknüpfend daran überprüft er, wo BRITA Energie einsparen kann, und macht praktische Vorschläge, wie genau das geschehen kann.

„Ziel meiner Arbeit ist es, mit Hilfe von technischen Maßnahmen oder mit Veränderungen in Prozessen den Energieverbrauch zu senken und die Energieeffizienz zu erhöhen. So können wir unsere Umweltauswirkungen und – schließlich sind wir ein Wirtschaftsunternehmen – gleichzeitig auch Kosten reduzieren“, erklärt Hofmann.

BRITA ist an den Produktionsstandorten Taunusstein (Deutschland) und Bicester (Großbritannien) nach der Energiemanagementnorm DIN EN ISO 50001 zertifiziert. Christian Hofmann unterstützt in diesem Kontext die Kollegen in England bei der Umsetzung von Vorgaben. Und die Ergebnisse zeigen: Es funktioniert. Von 2014 auf 2015 konnte die Intensität des Stromverbrauchs, gemessen an der dazugehörigen Kennzahl, an diesen Standorten um ca. 11 Prozent gesenkt werden. Ein ähnlicher Trend zeichnet sich beim Kraftstoffverbrauch und bei Betrachtung des Gesamtenergiebedarfs ab. Verschiedene Maßnahmen haben zu diesem erfreulichen Erfolg beigetragen: Durch die Erneuerung der Kälteanlagen sind diese jetzt deutlich umweltfreundlicher, ein neues Zählermanagementsystem verbessert die Steuerung an Verbrauchsschwerpunkten und kleine Anpassungen bei der Anlagensoftware führten zu einem niedrigeren Energieverbrauch.



Für die Zukunft ist noch viel geplant. So sollen weitere Gebäude auf dem BRITA Campus auf LED-Technik umgestellt werden, eine Photovoltaikanlage soll die Eigenstromversorgung ermöglichen und weitere Investitionen in Gebäude und Anlagen sind vorgesehen, um diese energieeffizienter zu machen. Vor allem in den Lüftungs-, Heiz- und Kälteerzeugungsanlagen steckt laut Christian Hofmann noch viel Potenzial zur Energieeinsparung. Dabei ist die Umsetzung nicht immer ganz einfach. „Die große Herausforderung besteht darin, die Anlagen und Prozesse zu optimieren, ohne dabei den laufenden Betrieb zu behindern“, erläutert der technische Betriebswirt. „Aber ich kann auf die volle Unterstützung der Fachabteilungen und vor allem jedes einzelnen Mitarbeiters zählen. Am Ende des Tages wollen einfach alle dazu beitragen, dass wir energetisch sinnvolle Lösungen finden, von denen das Unternehmen und die Umwelt profitieren.“

VOR BILD LICHES RECYCLING



Nicht nur die Erfindung unseres Wasserfilters war visionär. Auch beim Recycling unserer Produkte waren und sind wir Vorreiter. 1992 haben wir als erster Hersteller von Wasserfiltern angeboten, erschöpfte Kartuschen zu recyceln.

Heute betreiben wir in Taunusstein-Wehen unsere eigene Trennanlage. Hier werden die zurückgesandten Kartuschen geöffnet und die enthaltene Mischung aus Ionenaustauscher und Aktivkohle separiert. Alle Komponenten der Kartuschen werden danach auf unterschiedliche Weise wiederverwendet.

Der Ionenaustauscher wird in unserer Regenerieranlage mit integrierter Wasseraufbereitung verarbeitet, dem Kernstück unseres Recyclingprozesses. Das Material durchläuft mehrere Behandlungsschritte, bis es seine volle Leistungsfähigkeit zurückerhält. Danach erfüllt es wieder alle funktionalen, hygienischen und rechtlichen Anforderungen, die an brandneue Ionenaustauscher gestellt werden, und wird als Beimischung erneut in BRITA Kartuschen eingesetzt. Die Aktivkohle hingegen geht an die ursprünglichen Lieferanten zurück und kann nach einer Reaktivierung erneut als Rohstoff z. B. in der Abwasserbehandlung eingesetzt werden. Die Plastikteile der Kartuschen werden gereinigt und zu Granulat vermahlen, das an die Kunststoffindustrie abgegeben wird. Aus ihnen werden zum Beispiel Parkbänke oder Eimer hergestellt. Weitere Produktkomponenten wie etwa Steigrohre der Professional Kartuschen werden gereinigt, recycelt und anschließend in neue Produkte eingesetzt. So finden alle Materialien wieder zurück in den Stoffkreislauf.

Zahlen belegen, wie nachhaltig der BRITA-Produktionskreislauf dank unserer Recyclinganlage heute schon ist. Pro Jahr werden in Taunusstein-Wehen über 1.800m³ Ionenaustauscher und Aktivkohle aus mehr als drei Millionen Produkten zurückgewonnen. Im Vergleich zur Neuproduktion werden durch das Recycling des Ionenaustauschers 14 Prozent CO₂ Emissionen eingespart, weniger Rohmaterialien verwendet und somit weniger fossile Rohstoffe verbraucht. BRITA-Kunden leisten also mit der Rückgabe der erschöpften Kartuschen einen ganz konkreten Beitrag zum Umwelt- und Klimaschutz.

WENIGER PLASTIK IST MEER

Der gedankenlose Plastikkonsum und der verantwortungslose Umgang mit Plastikmüll haben weltweit fatale Folgen für die Ozeane.

Deren Verschmutzung – allein in Deutschland landet täglich eine Tonne Plastik im Meer – ist eine lebensbedrohliche Gefahr für viele Spezies. Wale, Delfine und andere Meeresbewohner verfassen sich in Plastikteilen und verenden, Korallen werden durch den schwimmenden Abfall zerstört – und weil Fische das Plastik für Nahrung halten, landet es am Ende in unserer Nahrungskette. Weil wir es als unsere unternehmerische Pflicht sehen, den sensiblen Lebensraum Meer zu schützen, hat sich BRITA mit einem starken Partner zusammengesetzt: Gemeinsam mit *Whale and Dolphin Conservation* (WDC) nehmen wir den Kampf gegen Plastikmüll auf. WDC ist die weltweit führende gemeinnützige Organisation, die sich ausschließlich dem Schutz von Walen, Delfinen und deren Lebensraum widmet. Pünktlich zu seinem 50-jährigen Jubiläum 2016 wird BRITA exklusiver Kooperationspartner der WDC-Kampagne *Weniger Plastik ist Meer*, die auf die Gefahren aufmerksam macht, die von Plastik für die Ozeane und ihre Bewohner ausgeht.

In der Zusammenarbeit mit WDC geht es BRITA um wesentlich mehr als die Bereitstellung finanzieller Mittel. Gemeinsam wollen wir auf verschiedene Arten über die verheerenden Folgen von Plastik im Meer aufklären und Menschen dazu bewegen, ihr Verhalten zu überdenken und zu ändern. Dafür werden wir unterschiedliche Wege beschreiten. Wir wollen breite Aufmerksamkeit generieren, indem wir gemeinsame Presse- und Öffentlichkeitsarbeit betreiben und auch die Social Media Kanäle nutzen. Bildungsarbeit mit Hilfe anschaulicher Unterrichtsmaterialien für Lehrer und Schulkinder steht ebenfalls auf der Agenda.

Nicht zuletzt die internationale Ausrichtung der Kooperation zeigt, wie ernst es BRITA mit *Weniger Plastik ist Meer* ist. Gesteuert wird die Zusammenarbeit von der BRITA GmbH in Taunusstein, die Tochtergesellschaften in aller Welt werden sich aber in das Projekt einbringen und vor Ort ganz individuell die Ziele von WDC unterstützen. Jede BRITA-Tochtergesellschaft wird zum Beispiel die Patenschaft für einen Meeressäuger übernehmen und kann darüber nicht nur direkt am Leben des Tieres teilhaben, sondern auch die Herausforderungen, die durch Plastikabfälle im Meer entstehen, am Beispiel der konkreten Spezies nachvollziehen. Das wiederum kann in dem jeweiligen Land einer breiten Öffentlichkeit erlebbar gemacht und die Botschaft von WDC so in alle Welt getragen werden.



VERANTWORTUNG FÜR DIE UMWELT

UNSERE NÄCHSTEN SCHRITTE

- **Carbon Management: Ausweitung der Emissionserfassung auf weitere BRITA-Tochtergesellschaften**
- **Carbon Management: Jährliche Erhebung des BRITA Corporate Carbon Footprint**
- **Umweltmanagement: Einführung einer Umweltaspektebewertung auf Produktebene**
- **Energiemanagement: Weitere Reduzierung des Energieverbrauchs durch technische und prozessuale Maßnahmen**
- **Einbindung der Tochtergesellschaften und aller Mitarbeiter weltweit zur Stärkung der gruppenweiten Kommunikation über Umwelt- und Ressourcenschutz**

Mit *Balance the Impact* hat BRITA den Grundstein gelegt, um sich als Unternehmen ganz pragmatisch am Klimaschutz zu beteiligen. Mit Hilfe des Carbon Management, mit dem wir unsere klimaschädlichen Emissionen erheben, können wir erkennen, wo wir unsere Umweltschutzmaßnahmen thematisch bündeln und effektiv setzen können – und zwar über das ganze Unternehmen hinweg. Für *Balance the Impact* greifen wir aber auch auf Instrumente und Prozesse zurück, mit denen wir in der Vergangenheit schon erfolgreich Umweltschutz betrieben haben – wie zum Beispiel unser Umwelt- und Energiemanagement.

BALANCE THE IMPACT

- Erfassen klimaschädlicher Emissionen
- Reduzieren des BRITA Corporate Carbon Footprint
- Investieren in Projekte zur CO₂-Vermeidung unter Berücksichtigung der drei Säulen der Nachhaltigkeit: **People, Planet und Profit.**

Systematischer Umwelt- und Ressourcenschutz

Wer sich tagesintags mit einer lebensnotwendigen natürlichen Ressource beschäftigt, für den ist es selbstverständlich, Rohstoffe schonend einzusetzen und im Umgang mit der Natur eine größtmögliche Sorgfalt an den Tag zu legen. Umweltbelastungen zu reduzieren und unsere Umwelleistung kontinuierlich zu verbessern ist deshalb integraler Bestandteil unseres Wirtschaftens. An den Produktionsstandorten Taunusstein (Deutschland), Bicester (Großbritannien) und Neudorf (Schweiz) haben wir 2011 ein Umweltmanagementsystem (UMS) nach DIN EN ISO 14001 eingeführt, um unsere Umweltaspekte steuern zu können. Durch das UMS können organisatorische und technische Abläufe im operativen Betrieb effizienter gestaltet, die Betriebskosten gesenkt und die Mitarbeiter für umweltfreundliches Verhalten sensibilisiert werden.

Anhand einer Umweltaspektebewertung haben wir die Themen Energie, Wasser, Abfall, Chemikalien bzw. Betriebsstoffe und Lärm als Schwerpunkte für BRITA festgelegt. In diesen Bereichen arbeiten wir mit besonderer Aufmerksamkeit daran, uns zu verbessern und unsere Umweltauswirkungen zu reduzieren.

Die Abteilung Health, Safety & Environment (HSE) begleitet im Rahmen des Umweltmanagements den jährlichen Reviewprozess mit internen Auditoren und steuert die Weiterentwicklung des Umweltprogramms. Der Umweltkoordinator als entscheidende Schnittstelle steht im regelmäßigen Austausch mit dem Energiemanager und dem Koordinator des BEST (BRITA Excellence System) Programms für Operational Excellence. So wird ein kontinuierlicher Verbesserungsprozess sichergestellt, durch den Verschwendung reduziert und der Ressourcenverbrauch verringert wird. Zudem werden über den Ideenspeicher von BEST umweltrelevante Vorschläge von Mitarbeitern direkt an den Umweltkoordinator geleitet und können so effizient geprüft und umgesetzt werden.

Energie effizient nutzen und reduzieren

Seit 2015 verfügen die BRITA GmbH und die BRITA Water Filter Systems Ltd (Großbritannien) über ein zertifiziertes Energiemanagementsystem (EMS) nach DIN EN ISO 50001. Mit dem EMS können die Energieverbräuche durch technische Maßnahmen oder Veränderungen in Prozessen systematisch und kontinuierlich gesenkt bzw. die Energieintensität optimiert werden. Eine von BRITAs Executive Board unterschriebene Energiepolitik definiert die konkreten Handlungsansätze und Verantwortlichkeiten. Darin verpflichtet sich BRITA, den Energiebedarf des Unternehmens und die daraus resultierenden CO₂-Emissionen zu reduzieren.

Als Schwerpunktthemen für das Energiemanagement wurden die Reduzierung von Energieverbräuchen, eine verbesserte Energieeffizienz in der Produktion und von Gebäuden sowie energiesparendes Verhalten von Mitarbeitern festgelegt.

Das Energiemanagement wird bei BRITA von einem Energiemanager koordiniert und weiterentwickelt, der in der Abteilung Facility Management angesiedelt ist. Zusätzlich gibt es einen Energiemanagementbeauftragten, der als direkte Schnittstelle zur Geschäftsleitung fungiert und die Umsetzung der Energiepolitik gegenüber der Geschäftsleitung verantwortet. Zudem wurde ein Energieteam aufgestellt. Es wählt Vorschläge für Verbesserungsmaßnahmen aus, bewertet sie, und unterstützt den Energiemanager dabei, das EMS im betrieblichen Alltag umzusetzen. Das Team setzt sich aus Vertretern von Engineering, Maintenance, Produktion, IT, Einkauf, Personalabteilung und Controlling sowie dem Umweltkoordinator, der gesamtverantwortlichen Elektrofachkraft und dem Ansprechpartner für integrierte Managementsysteme zusammen. Bei BRITA Water Filter Systems in Großbritannien ist ein Energiekoordinator für die Umsetzung des EMS vor Ort zuständig, der eng mit dem Energiemanager zusammenarbeitet.

Ein systematisches Umwelt- und Energiemanagement findet derzeit prioritär an den Produktionsstandorten in Taunusstein, Großbritannien und in der Schweiz statt. Künftig sollen weitere Tochtergesellschaften an die Standards der Managementsysteme ISO 140001 und 50001 herangeführt werden, damit unternehmensweit einheitliche Anforderungen erfüllt werden. Derzeit arbeitet BRITA daran, das Umwelt- und Energieprogramm zu vereinheitlichen und in ein CR-Programm weiterzuentwickeln, um noch stärkere Synergien zwischen den beiden Managementsystemen zu schaffen.

Sowohl das Energie- als auch das Umweltmanagement sind wichtige Werkzeuge, um unsere Umweltauswirkungen bzw. Emissionen kontinuierlich zu reduzieren und *Balance the Impact* umzusetzen.

LERNEN VON GLEICH GESINNTEN

Über die systematische Arbeit an Umwelt- und Energiethemen hinaus ist der Austausch mit anderen Unternehmen ein wichtiges Instrument der Weiterentwicklung für BRITA. In Netzwerken können wir von den Erfahrungen anderer lernen und dadurch neue Ideen und Ansätze ableiten.

ÖKOPROFIT ist ein von der Stadt Wiesbaden gefördertes, freiwilliges Beratungsprogramm, das Unternehmen dabei begleitet und unterstützt, ein Umwelt- und Energiemanagement auch abseits der ISO-Normen einzuführen. Zusätzlich bietet ÖKOPROFIT ein branchenübergreifendes lokales Netzwerk zur effektiven Umsetzung von betrieblichem Umweltschutz. Alle Mitglieder nutzen den Erfahrungsschatz der anderen Unternehmen und profitieren von den verschiedenen Workshops, die im Rahmen des Programms durchgeführt werden.

BRITA beteiligte sich 2013/2014 am ÖKOPROFIT Einsteigerprogramm, zu dem neben Beratungsterminen vor Ort auch eine Kommissionsprüfung gehört. Für die darauffolgende Runde 2014/2015 wurde BRITA in den ÖKOPROFIT-Klub aufgenommen. Das Netzwerk bietet Unternehmen, die bereits durch ÖKOPROFIT ausgezeichnet wurden, eine dauerhafte Plattform, den intensiven Erfahrungsaustausch und Wissenstransfer mit anderen umweltengagierten Unternehmen weiterzuführen. Zusätzlich hat sich der ÖKOPROFIT-Klub Wiesbaden als eines von 500 deutschen Energieeffizienz-Netzwerken registriert und sich dadurch verpflichtet, den jährlichen Energieverbrauch zu reduzieren.

Die Teilnahme an ÖKOPROFIT wird durch die Abteilung Health, Safety & Environment begleitet. Im BRITA ÖKOPROFIT-Team sind der Umweltkoordinator, der Manager Sustainability, der Energiemanager sowie die Leiter der Fachbereiche Health, Safety & Environment und Facility Management vertreten.

BRITA ist zudem seit 2014 Mitglied des Lernnetzwerks CO₂-neutrale Landesverwaltung des Landes Hessen, dessen Teilnehmer sich über technologische und strategische Wege zur Klimaneutralität austauschen.



Über 3 Millionen Filterkartuschen werden jährlich in der Recyclinganlage in Wehen aufbereitet. Sie werden hier in ihre Bestandteile zerlegt und für die Wiederverwendung aufbereitet. Mit Hilfe unserer eigenen Anlage werden damit Emissionen eingespart und die Umwelt aktiv geschützt.



90% ÖKO STROM

BRITA hat es sich zur Aufgabe gemacht, die eigenen Emissionen kontinuierlich zu reduzieren. Dafür setzen wir viele Maßnahmen um. Bereits heute beziehen wir über 90 Prozent unseres Stroms aus erneuerbaren Quellen.



EXTERNE RESSOURCEN FÜR DEN RESSOURCENSCHUTZ

In einem schnell wachsenden Unternehmen sind Zeit und Ressourcen begrenzt verfügbar und reichen daher oft nicht aus, um neue Ideen und Ansätze für Energie- oder Ressourceneffizienz ausführlich zu prüfen oder nachzuverfolgen. BRITA setzt deshalb auf Kooperationen mit Hochschulen. Im Rahmen von Bachelor- oder Masterthesen können so konkrete Vorschläge auf ihre Effektivität und Wirtschaftlichkeit geprüft und eine Entscheidungsgrundlage geschaffen werden. Die Studenten profitieren gleichzeitig davon, ganz praxisnah in einem Unternehmen einen Beitrag zur Lösungsfindung und zum Umweltschutz zu leisten.

In der Vergangenheit hat BRITA damit sehr gute Erfahrungen gemacht. Unter anderem trugen die Ergebnisse zweier Bachelorthesen dazu bei, dass der Wasserverbrauch signifikant reduziert werden konnte:

2014 Eine potenzielle Verringerung des Wasserverbrauchs um 10 Prozent in der BRITA-Regenerieranlage für recycelten Ionenaustauscher wurde identifiziert. Dies geht einher mit einer Reduzierung der Produktionskosten um etwa 9 Prozent. Die vorgeschlagene Änderung des Prozesses wurde 2015 umgesetzt.

2015 Die Möglichkeit einer zusätzlichen Einsparung von 13.200 m³ Wasser durch eine weitere Optimierung des Regenerationsprozesses wurde ermittelt. Die Umsetzung ist für das Jahr 2016 vorgesehen.

Wasserverbrauch BRITA im Jahr 2015:¹

64.600 m³ WASSERVERBRAUCH

¹ für alle Standorte, die im Carbon Footprint abgedeckt sind

² Abfallmengen beziehen sich auf die Produktionsstandorte Taunusstein (BRD), Bicester (UK) und Neudorf (CH)

ABFALLMANAGEMENT IST SYSTEMATISCHES RESSOURCEN MANAGEMENT

Abfälle zu vermeiden und zu reduzieren ist ein direkter Beitrag, den BRITA für die Umwelt leisten kann. Wir haben deshalb ein professionelles Abfallmanagement aufgebaut, mit dem wir sicherstellen, dass alle nationalen und internationalen Gesetzgebungen eingehalten werden. Außerdem gewährleisten wir durch das Abfallmanagement, dass keine Umweltschäden durch nicht-fachgerechtes Entsorgen oder Transportieren von Abfällen entstehen.

Das Abfallmanagement ist, unter der Verantwortung des Abfallbeauftragten, in der Abteilung Health, Safety & Environment angesiedelt, arbeitet aber eng mit dem Facility Management und anderen Abteilungen des Unternehmens zusammen. Anfallende Abfallmengen an den Produktionsstandorten in Bicester (Großbritannien) und Neudorf (Schweiz) werden an den Abfallbeauftragten gemeldet. Künftig soll das Reporting zum Abfallmanagement weiter international ausgebaut werden.

Bei BRITA fallen Abfälle zum größten Teil in der Produktion in Form von PPK (Papier, Pappe, Kartonagen), Restmüll und Folien an. Die Entsorgung umfasst, entsprechend der Definition des Kreislaufwirtschaftsgesetzes, sowohl nicht gefährliche als auch gefährliche Abfälle wie etwa Elektroschrott oder Spraydosen. Gefährliche Abfälle machen nur einen geringen Anteil unseres Abfallaufkommens aus. Die anfallende Abfallmenge der BRITA GmbH konnte bis 2014 um etwa 26 Prozent verringert werden. In 2015 verbuchten wir einen Anstieg der Abfallmenge um 12,3 Prozent, was auf das starke Wachstum und die damit verbundene Produktionssteigerung zurückzuführen ist. Die Abfallmenge stieg dennoch deutlich unterproportional zum Umsatzwachstum.

Anfallende Abfallmengen:²

	2013	2014	2015
Gesamtgewicht nicht-gefährliche Abfälle (t)	3004	2454	2756
Gesamtgewicht gefährliche Abfälle (t)	57	39	34

Das Abfallmanagement wird kontinuierlich weiterentwickelt. Für 2016 sind bereits konkrete Maßnahmen vorgesehen. Der Standort Frankfurt sowie die Verwaltung am Standort Taunusstein werden ein neues Abfallsammelsystem bekommen, um eine höhere Recyclingrate zu erreichen. Die Batteriesammlung am Standort Taunusstein soll im laufenden Jahr vereinheitlicht und über einen zentralen Service Point abgewickelt werden.

MASSNAHMEN (alle BRITA GmbH Taunusstein)	Geplant	Geschätzte Einsparungen (pro Jahr)
	umgesetzt	
Energie		
Softwareanpassung Anlagensteuerung	2015	30.000 kWh
Schrittweise Erneuerung, technische Verbesserungen an Lüftungsanlagen	fortlaufend	600.000 kWh
Umstellung auf LED-Beleuchtungsanlagen	fortlaufend	350.000 kWh
Neues Zählerkonzept	2017	100.000 kWh
Erneuerung von Pumpen	2017	50.000 kWh
Erneuerung der Dachhaut des Produktionsgebäudes	2017	120.000 kWh
Nachrüstung außenliegender Sonnenschutz	2017	
Mobilität		
Umweltfreundliche Firmenwagenrichtlinie	2015	20.000 l Treibstoff
Durchführung von Spritspar- und Fahrsicherheitstrainings für Firmenwagnutzer (jährlich)	2015	1.500 l Treibstoff
Elektroauto für die BRITA Hauspost	2016	
Ressourcen		
Entsorgerwechsel zu regionalem Anbieter am Zentrallager Frankfurt	2014	
Verringerung Wasserverbrauch in der Regenerieranlage	2015	10% Wasserverbrauch
Optimierung Regenerationsprozess für Ionenaustauscher	2016	13.200 m ³ Wasser
Optimiertes Abfallsammelsystem Zentrallager Frankfurt und Verwaltung Taunusstein	2016	
Weiteres		
Nutzung von Umweltpapier (FSC-zertifiziert, EU Ecolabel)	2012	
Nutzung von CO ₂ -neutralem Paketversand vom Zentrallager Frankfurt (> 120.000 Pakete jährlich)	2014	
Anschaffung von 50 energieeffizienten Druckern	2016	5.400 kWh Strom



Pro Tag verbraucht jeder Mitarbeiter 8 Blatt Papier.



UMWELTSCHUTZ BEI BRITA: STRUKTURIERT UND WELTWEIT

Systematischen Ressourcenschutz betreiben wir heute hauptsächlich an unseren Produktionsstandorten, da hier die größten Einsparpotenziale vorhanden sind. Über die Einhaltung der länderspezifischen gesetzlichen Vorgaben hinaus werden wir künftig an allen Produktionsstandorten einheitliche Anforderungen an Umwelt- und Ressourcenschutz stellen und diese strukturiert umsetzen. In einer Phase des starken Wachstums und zunehmender Internationalisierung bedeutet das aber auch, dass wir dies nicht von heute auf morgen umsetzen können. Wir streben deshalb eine schrittweise Harmonisierung unserer Umweltschutzaktivitäten in ein zu entwickelndes, ganzheitliches Corporate Responsibility Programm an.

Umweltschutz ist bei BRITA in den Handlungsgrundsätzen verankert und im Managementhandbuch sowie dem Code of Conduct als Handlungsrichtlinie für die Mitarbeiter festgehalten. Gerade auch deshalb sind unsere Tochtergesellschaften stark im Umwelt- und Ressourcenschutz engagiert und haben vielerorts eigenständig Maßnahmen und Prozesse aufgesetzt, um den Verbrauch von Materialien wie Druckerpapier oder Energie an sich zu reduzieren. Hier wollen wir künftig noch stärker zusammenarbeiten und gemeinsam konkrete Ansätze definieren, die für die gesamte BRITA Gruppe gelten.

Ausgezeichnetes Engagement

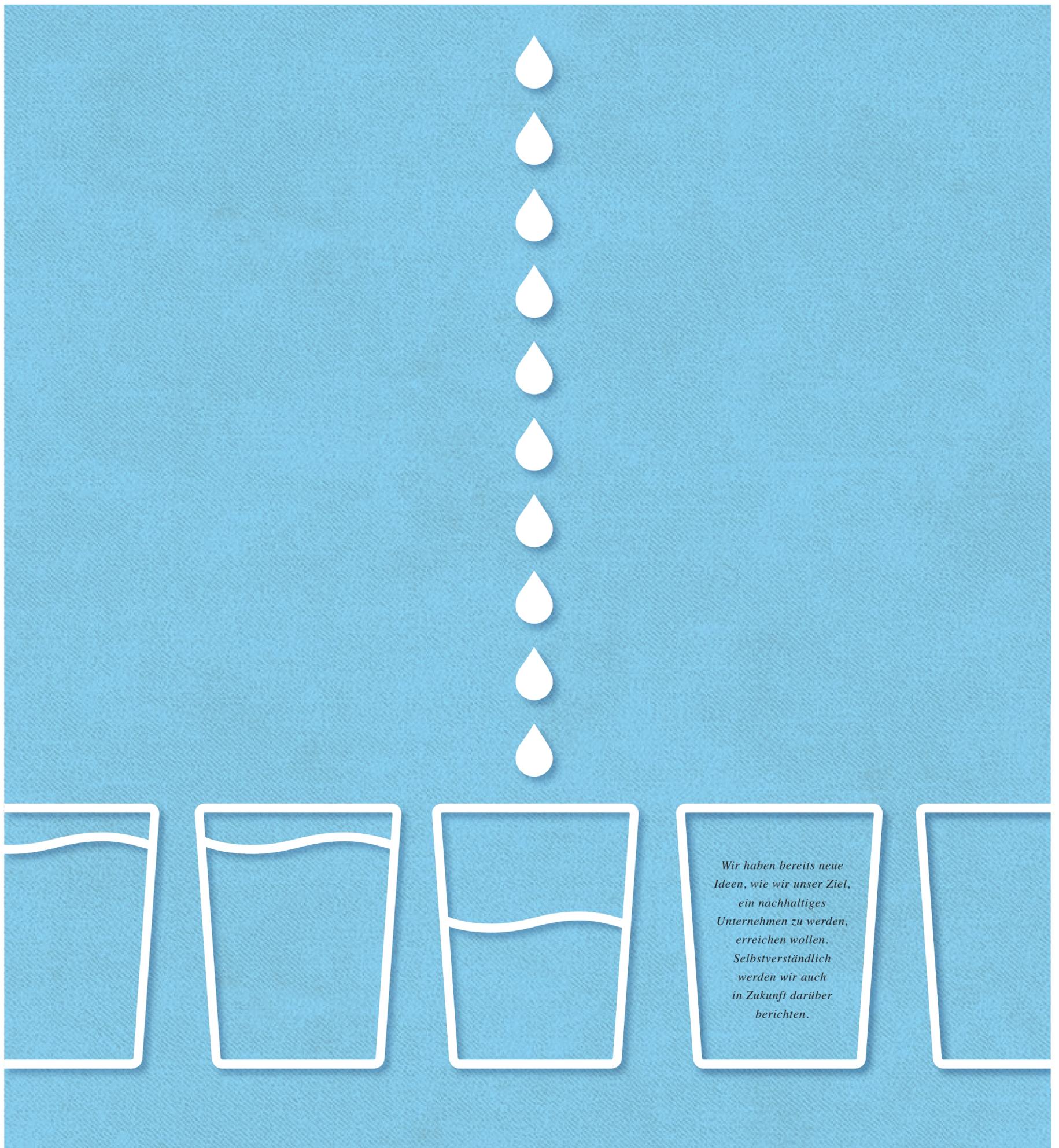
BRITA Tochtergesellschaften weltweit betreiben aktiven Umweltschutz. Die BRITA Water Filter Systems Ltd[≠] In Großbritannien wurde bereits mehrfach für ihre Maßnahmen zur Reduzierung von Umweltauswirkungen ausgezeichnet.

- **Vending Awards 2014 – Auszeichnung für die beste Umweltinitiative**
- **Footprint Awards 2015 – Auszeichnung als Nachhaltiger Zulieferer**
- **National Recycling Star Gold**
- **The Vendies 2016 – Auszeichnung für die beste Umweltinitiative**

Presseanfragen:

Dr. Sabine Rohlf
Leiterin Unternehmenskommunikation
Tel. +49 6128 746 5743
E-Mail srohlf@brita.net

Corporate Responsibility:
Meike Rapp
Manager Sustainability
Tel. +49 6128 746 5295
E-Mail mrapp@brita.net



*Wir haben bereits neue
Ideen, wie wir unser Ziel,
ein nachhaltiges
Unternehmen zu werden,
erreichen wollen.
Selbstverständlich
werden wir auch
in Zukunft darüber
berichten.*

Über diesen Bericht – Dieser Bericht dokumentiert die Leistungen der BRITA Gruppe im Rahmen der Corporate Responsibility. Er stellt die Ansätze, Ziele und Maßnahmen unserer CR-Arbeit vor. Die Zielgruppe sind sowohl Kunden als auch Mitarbeiter, Zulieferer, Geschäftspartner und die interessierte Öffentlichkeit. Der letzte Corporate Responsibility Bericht der BRITA Gruppe wurde 2012 veröffentlicht. Der Berichtszeitraum des aktuellen Berichts bezieht sich auf die Jahre 2014 und 2015. Kennzahlen, die darin vorgestellt werden, gelten deshalb, soweit nicht anders vermerkt, auch für diesen Zeitraum. Des Weiteren werden wichtige Ereignisse aus der ersten Hälfte des Jahres 2016 vorgestellt. Der Corporate Responsibility Bericht soll zukünftig regelmäßig, die nächste Ausgabe voraussichtlich 2018 veröffentlicht werden. Inhaltlich orientiert sich der Bericht an den Vorgaben der Global Reporting Initiative (GRI), erhebt jedoch nicht den Anspruch, diesen Standard zum jetzigen Zeitpunkt zu erfüllen. Zukünftig wollen wir die CR-Berichterstattung stetig und sinnvoll weiterentwickeln.

Im vorliegenden Corporate Responsibility Bericht, der für das gesamte Unternehmen gültig ist, verwenden wir den Begriff „BRITA Gruppe“. Dies ist zwar keine rechtlich geltende Unternehmenseinheit, fasst aber für eine bessere Verständlichkeit die BRITA GmbH und alle Tochtergesellschaften zusammen. Die veröffentlichten Kennzahlen gelten, soweit nicht anders gekennzeichnet, für die BRITA Gruppe. Aus Gründen der besseren Lesbarkeit verzichten wir auf die Verwendung von männlichen und weiblichen Sprachformen. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten natürlich gleichermaßen für beide Geschlechter.



Auflage: 3.000 Stück
Veröffentlichung: 29.09.2016