

# Our way to better.

Nachhaltigkeitsbericht 2023/2024



## Liebe Leserinnen, liebe Leser,

die vergangenen Jahre haben gezeigt, wie stark sich die Welt um uns herum verändert – ökologisch, gesellschaftlich, technologisch. Wer heute Verantwortung übernimmt, muss bereit sein, sich selbst zu hinterfragen und weiterzuentwickeln. Als Unternehmen. Als Organisation. Und als Teil eines größeren Ganzen.

Wir bei BRITA tun genau das: Wir arbeiten daran, unser Handeln konsequent an den Anforderungen einer besseren Zukunft auszurichten – und verfolgen dabei klare Ziele. Auch in den vergangenen zwei Jahren haben wir wichtige strategische Nachhaltigkeitsmaßnahmen vorangetrieben und uns insbesondere im Bereich des Carbon Managements entscheidend weiterentwickelt. Ein bedeutender Schritt war die Einreichung unseres offiziellen Letter of Commitment bei der Science Based Targets initiative Ende 2024. Damit haben wir uns verpflichtet, kurzfristige validierte CO<sub>2</sub>-Reduktionsziele bis 2030 festzulegen und bis 2050 Net-Zero zu erreichen. Als ersten Schritt haben wir das BRITA Net-Zero Board ins Leben gerufen, das unsere unternehmensweiten Net-Zero-Ziele in allen Geschäftsbereichen verankert und in Maßnahmen übersetzt.

Was uns antreibt, sind die Ergebnisse, die wir nachweislich mit unserer Arbeit erzielen können: 2024 wurden durch die Nutzung von BRITA Produkten weltweit rund 5,6 Milliarden Wasserflaschen ersetzt. Und dadurch auch viele Emissionen und große Mengen Abfall vermieden. Eine Zahl, die uns zeigt, wie viel möglich ist – und wie wichtig es ist, dranzubleiben.

Die kommenden Jahre werden entscheidend sein. Im Zuge der Entwicklung unserer Unternehmensstrategie bis 2030 überprüfen wir aktuell unsere wichtigsten Handlungsfelder. Auch auf unserem Weg zu Net-Zero geht es weiter: Bis Ende 2025 wollen wir konkrete CO<sub>2</sub>-Reduktionsziele definieren und diese von der Science Based Targets initiative validieren lassen. Gleichzeitig arbeiten wir daran, die Infrastruktur für die Datenerfassung unserer Nachhaltigkeitskennzahlen zu verbessern und Prozesse noch effizienter zu gestalten.

Wir haben heute die Grundlagen geschaffen, um den Veränderungen entschlossen zu begegnen und gemeinsam mit unseren Partnern, Kunden und Mitarbeitenden eine lebenswerte Zukunft zu gestalten. Aber Veränderung ist kein Selbstzweck. Sie ist notwendig. Und sie gelingt nur, wenn man sie mit Bedacht und Haltung gestaltet – das ist unser Anspruch. Ich bin stolz auf das, was wir bereits erreicht haben und gespannt auf den Weg, der vor uns liegt.

Ich wünsche euch eine anregende Lektüre.

Herzliche Grüße

**Markus Hankammer**



# Über diesen Bericht

A close-up photograph of a woman with dark hair, wearing a pink and blue plaid shirt, drinking water from a clear glass. The background is blurred, showing green foliage and a wooden structure.

In diesem Bericht stellen wir als BRITA Gruppe unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten vor. Wir beschreiben unser Verständnis von Nachhaltigkeit und unsere damit verbundene Strategie und Ziele. Darüber hinaus geben wir Einblicke in unsere umgesetzten und angestoßene Maßnahmen in diesem Bereich. Wir wenden uns mit diesem Report sowohl an Verbraucher:innen und B2B-Kunden als auch an Mitarbeitende, liefernde Unternehmen, Geschäftspartner und die interessierte Öffentlichkeit.

Der Berichtszeitraum des vorliegenden Reports umfasst die Geschäftsjahre 2023 und 2024, jeweils vom 1. Januar bis zum 31. Dezember. Der letzte Nachhaltigkeitsbericht der BRITA Gruppe wurde im November

2023 veröffentlicht. Um der steigenden Bedeutung von Nachhaltigkeitsthemen für die strategische Ausrichtung unseres Unternehmens gerecht zu werden, markiert der vorliegende Bericht den Beginn eines jährlichen Veröffentlichungsturnus.

Der Report orientiert sich an den Vorgaben der Global Reporting Initiative (GRI) sowie den European Sustainability Reporting Standards (ESRS). Jedoch erheben wir nicht den Anspruch auf Vollständigkeit. Die Inhalte wurden nicht extern geprüft.

Um die wesentlichen Themen der BRITA Gruppe mit Blick auf Nachhaltigkeit zu ermitteln, haben wir 2024

in Vorbereitung auf kommende Reporting-Vorgaben auf EU-Ebene eine Materialitätsanalyse durchgeführt und diese Anfang 2025 finalisiert. Dazu gehörten u.a. eine Bewertung der Auswirkungen, Risiken und Chancen unserer Geschäftsaktivitäten.

Der aktuelle Bericht umfasst die Nachhaltigkeitsaktivitäten der BRITA SE und aller dazugehörigen Tochtergesellschaften. Diese Einheit bezeichnen wir im vorliegenden Bericht als BRITA Gruppe. Der Begriff beschreibt keine rechtlich geltende Unternehmenseinheit und dient lediglich dem besseren Verständnis. Die veröffentlichten Kennzahlen gelten, soweit nicht anders gekennzeichnet, für die gesamte Unternehmensgruppe.

Vielfalt und Diversität sind fest in unserem Selbstverständnis und Unternehmenswerten verankert. Daher nutzen wir eine geschlechtersensible Sprache. Das bedeutet, dass wir überall dort, wo wir über natürliche Personen oder Personengruppen sprechen, neutrale Formulierungen verwenden oder den Gender-Doppelpunkt setzen. An den Stellen, an denen sich ein Begriff auf Unternehmen bezieht, in unserem Fall z.B. Kunden und Partner, gendern wir nicht.

# Inhaltsverzeichnis

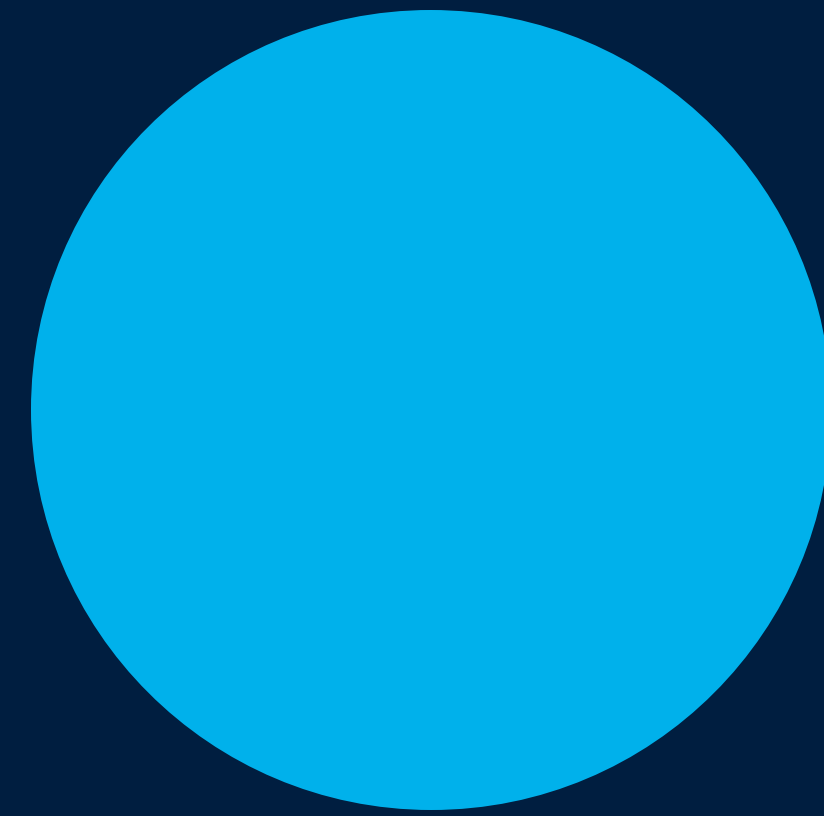
<b>Unternehmen</b>	<b>5</b>	<b>Strategie &amp; Ziele</b>	<b>41</b>	<b>Zahlen &amp; Fakten</b>	<b>66</b>	<b>Social Impact</b>	<b>91</b>
BRITA Gruppe	6	Nachhaltigkeitsansatz	42	Managementsysteme	68	Worldwide Water Stories	92
Executive Board	10	Organisationsstruktur	44	Energie & Emissionen	71	Aktiv für die Umwelt in Asien	96
Aufsichtsrat	12	Sustainable Development Goals	46	Wasser & Abfälle	76	BRITA x Viva con Agua	98
Standorte	14	Nachhaltigkeitsziele	48	Unternehmenskultur	81	BRITA meets Sober Girls UK	99
Geschäftsentwicklung	16	Fortschritte	52	Mitarbeitendenzahlen	84	Sozial engagiert in der Heimat	100
Investitionen	19			Gesundheit & Sicherheit	87	BRITA auf dem Tennisplatz	101
Produktinnovationen	23						
Mitarbeitende	27						
Governance & Compliance	29						
Lieferkettensorgfalt	33						
Stakeholder-Dialog	35						

## Ziele für nachhaltige Entwicklung

Wir unterstützen die Agenda 2030 der Vereinten Nationen und ihre Ziele für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, SDGs).

Wir markieren die Absätze, in denen wir Maßnahmen vorstellen, die auf die SDGs einzahlen, mit den entsprechenden Icons.

# Unternehmen



# Wer wir sind

Die BRITA Gruppe ist weltweit führend im Bereich der Trinkwasseroptimierung und -individualisierung. 1966 als Familienunternehmen gegründet, sind wir in drei strategische Segmente untergegliedert.





## Consumer

Der Bereich Consumer umfasst Produkte für den Heimgebrauch. Dazu gehören u.a. Tischwasserfilter, Trinkflaschen mit Filterkartusche, Sprudler zum Karbonisieren von Leitungswasser und verschiedene Geräte zur Zubereitung von Heißwasser.



## Professional Filter

Das Portfolio im Segment Professional Filter umfasst diverse Filterlösungen für die Anwendung im Profibereich. Dazu zählen beispielsweise Cafés und Bäckereien, aber auch die Gastronomie und Catering – kurz gesagt alle Bereiche, in denen Geschmack, Sauberkeit und Maschinenschutz eine besonders große Rolle spielen.



## Dispenser

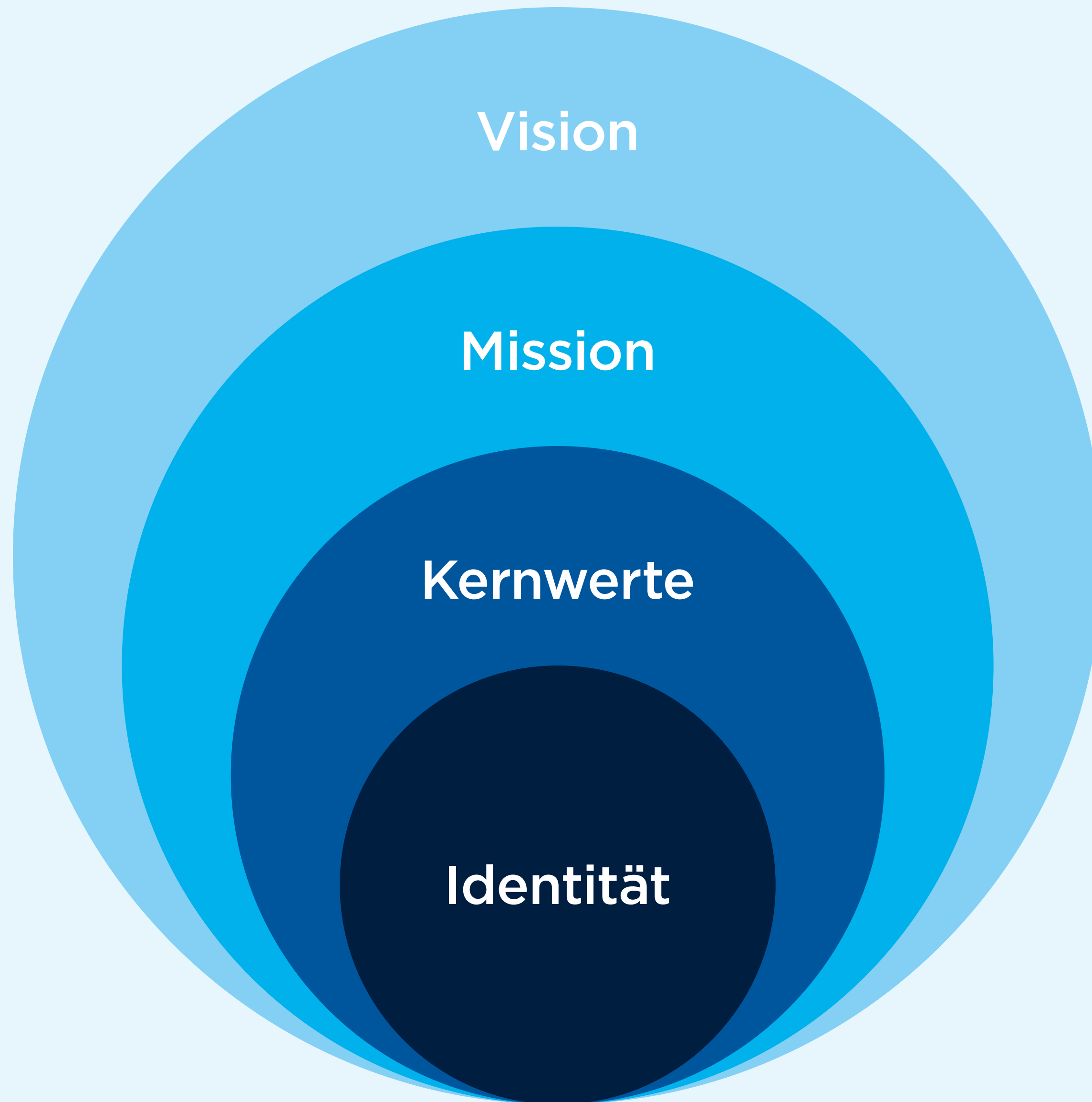
Das Dispenser Segment beinhaltet ein Sortiment an Premium-Wasserspendern. Diese werden insbesondere in Büros, aber auch in Krankenhäusern, Schulen und Behörden installiert und können gekühltes, stilles, heißes und gesprudelt Wasser ausgeben – natürlich immer gefiltert.

A photograph showing three people in a meeting. In the foreground, the back of a person's head and shoulder is visible. In the middle ground, a man with a beard and a green polo shirt is smiling. In the background, a man with a beard and a light blue jacket is also smiling. They appear to be in a modern office setting.

# Unsere BRITA Philosophy

Wir alle leben in einer Welt, die von einer hohen Dynamik und stetiger Veränderung geprägt ist. Technologien entwickeln sich in rasantem Tempo, Marktbedingungen wandeln sich und die Erwartungen der Gesellschaft an Unternehmen wachsen kontinuierlich. Wir sind fest davon überzeugt, dass diese Veränderungen nicht nur Herausforderungen, sondern auch immense Chancen bieten, um neue Wege zu beschreiten und nachhaltige Werte in unserem Unternehmen zu etablieren. Als innovativer Marktführer wollen wir den Wandel aktiv mitgestalten und haben dafür im Mai 2023 die neue BRITA Philosophy eingeführt.

In ihr fassen wir unsere Identität als globales Familienunternehmen, unsere Vision und Mission sowie unsere Unternehmenswerte zusammen. Die BRITA Philosophy bildet eine solide Basis, auf die wir uns zurückbesinnen können – gerade wenn Entscheidungen mit weitreichenden Auswirkungen getroffen werden müssen. Die Elemente der Philosophie definieren unser Selbstverständnis und verdeutlichen, wofür wir stehen und was wir in der Welt erreichen wollen. Besonders stolz sind wir auf die BRITA Identität, denn sie steht für unsere Leidenschaft für das was wir tun und für das Bestreben, einen echten Unterschied zu machen und die Welt nachhaltig zum Positiven zu verändern.



<b>Identität</b>	Wir sind BRITA. A Global Family. Fest entschlossen, die Welt des Wassers positiv und nachhaltig zu verändern.
<b>Kernwerte</b>	Denken in Generationen Persönliche Entwicklung Vertrauen & Respekt Ergebnisorientierung Vielfalt Agilität Eigenverantwortung
<b>Mission</b>	Wir bieten jedem das bestmögliche Trinkwassererlebnis – den individuellen Bedürfnissen entsprechend.
<b>Vision</b>	Wir werden die Art und Weise, wie Menschen Wasser trinken, nachhaltig verändern.

# Unser Executive Board





## Markus Hankammer

Chief Executive Officer  
BRITA Gruppe



## Stefan Jonitz

Chief Financial Officer  
BRITA Gruppe



## Dr. Rüdiger Kraege

Chief Commercial Officer  
Professional Filter/Dispenser  
BRITA Gruppe

BRITA wurde 1966 von Heinz Hankammer als kleiner Familienbetrieb in Taunusstein gegründet. Heute sind wir ein internationales Unternehmen und eine globale Marke.

Im Jahr 1999 übernahm Markus Hankammer in zweiter Generation die Geschäftsleitung. Komplettiert wurde das Executive Board der BRITA Gruppe im Berichtszeitraum von Stefan Jonitz und Dr. Rüdiger Kraege. Beide Vorstände sind seit vielen Jahren in der obersten Management-Ebene von BRITA tätig.

# Unser Aufsichts- rat



Seit der Umfirmierung von einer Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH) zur Societas Europaea (SE) im Jahr 2022 ist der Aufsichtsrat der BRITA SE das zuständige Kontrollgremium der BRITA Gruppe. Vor der Umwandlung war der Aufsichtsrat der Dachgesellschaft Hanvest Holding SE auch für die Aufsicht von BRITA zuständig.

Auch in den Geschäftsjahren 2023/2024 stand er dem Vorstand beratend zur Seite und kontrollierte dessen Handeln. Seit Mai 2022 besteht der Aufsichtsrat der BRITA SE aus drei festen und einem stellvertretenden Mitglied.



## Moss Kadey

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



## Brita Hankammer

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



## Prof. Dr. Gerd Walger

Stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrats der BRITA SE seit Mai 2022, Mitglied und stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrats der Hanvest Holding SE seit 1999, geschäftsführender Direktor des von ihm gegründeten Instituts für Unternehmer- und Unternehmensentwicklung IUU



## Andreas Land

Stellvertretendes Mitglied des Aufsichtsrats der BRITA SE seit Mai 2022, Mitglied im Aufsichtsrat der Hanvest Holding SE seit 2019, Gesellschafter der Griesson – de Beukelaer GmbH & Co. KG.

# Wo wir tätig sind

Der Unternehmenshauptsitz der BRITA Gruppe liegt in Taunusstein bei Wiesbaden. Von hier aus steuern wir unsere aktuell knapp 30 weltweiten Tochtergesellschaften.

Insgesamt sind wir mit unseren Produkten in rund 70 Ländern auf fünf Kontinenten vertreten.





### Unsere Gesellschaften

- **BRITA SE**  
Deutschland (Hauptsitz)
- **BRITA France S.A.R.L.**  
Frankreich
- **BRITA India Water Solutions Pvt. Ltd.**  
Indien
- **BRITA Taiwan Co. Ltd.**  
Taiwan
- **BRITA Wasser-Filter-Systeme AG**  
Schweiz
- **LARQ**  
USA
- **BRITA Belux B.V.**  
Belgien
- **BRITA Iberia S.L.**  
Spanien
- **BRITA Turkey Su Cözümleri Ltd. St.**  
Türkei
- **BRITA Wasser-Filter-Systeme AG**  
Schweiz
- **MAVEA Canada Inc.**  
Kanada
- **BRITA Benelux B.V.**  
Niederlande
- **BRITA Japan KK**  
Japan
- **BRITA Water Filter Systems Ltd.**  
Großbritannien
- **MAVEA LLC**  
USA
- **BRITA China Co. Ltd.**  
China
- **BRITA Korea Co. Ltd.**  
Korea
- **BRITA Water Filter Systems Pty. Ltd.**  
Australien
- **Vivreau Canada Inc.**  
Kanada
- **BRITA China Mfg. Ltd.**  
China
- **BRITA Nordic A/S**  
Dänemark
- **BRITA Water Filter Systems Pty. Ltd.**  
Australien
- **Vivreau USA LP**  
USA
- **BRITA Italia Mfg. Srl.**  
Italien
- **BRITA Vivreau GmbH**  
Deutschland
- **Filltech GmbH**  
Deutschland
- **BRITA Italia s.r.l.**  
Italien
- **BRITA Vivreau Ltd.**  
Großbritannien
- **BRITA Polska S.p.z.o.o.**  
Polen

### Produktionsstandorte

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

### Legende

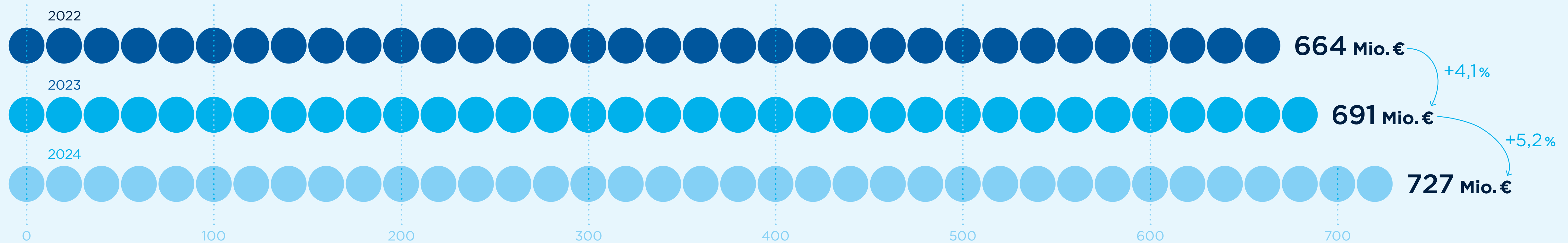
-  Unsere Gesellschaften
-  Distributoren-länder
-  Produktions-standorte

# So hat sich unser Geschäft entwickelt

Die Geschäftsjahre 2023 und 2024 sind für die BRITA Gruppe insgesamt sehr positiv verlaufen und waren geprägt von neuen Rekorden und wichtigen Meilensteinen.



## Umsatzerlöse der BRITA Gruppe



Trotz eines widrigen Marktumfelds, das von geopolitischen Konflikten, einer sich spürbar verlangsamenden Weltkonjunktur und hoher Inflation bestimmt war, erwirtschafteten wir 2023 Umsatzerlöse in Höhe von 691 Mio. Euro. Das entspricht einer Steigerung von 4,1% im Vergleich zum Vorjahr. Vor dem Hintergrund negativer Wechselkurseffekte und der im Vergleichsjahr 2022 noch verzeichneten Aufholeffekte bedingt durch die COVID-19-Pandemie, ist diese Entwicklung besonders bemerkenswert. Im Jahr 2024 gelang es uns, das Ergebnis nochmals

um 5,2% zu steigern und mit insgesamt 727 Mio. Euro erneut einen Rekordumsatz zu erzielen. Die umsatzstärksten Märkte in den vergangenen zwei Jahren waren Deutschland, China und Großbritannien. Insgesamt erwirtschaftete die BRITA Gruppe sowohl 2023 als auch 2024 mit 82% bzw. 81% den Großteil des Gewinns in den außerdeutschen Märkten.

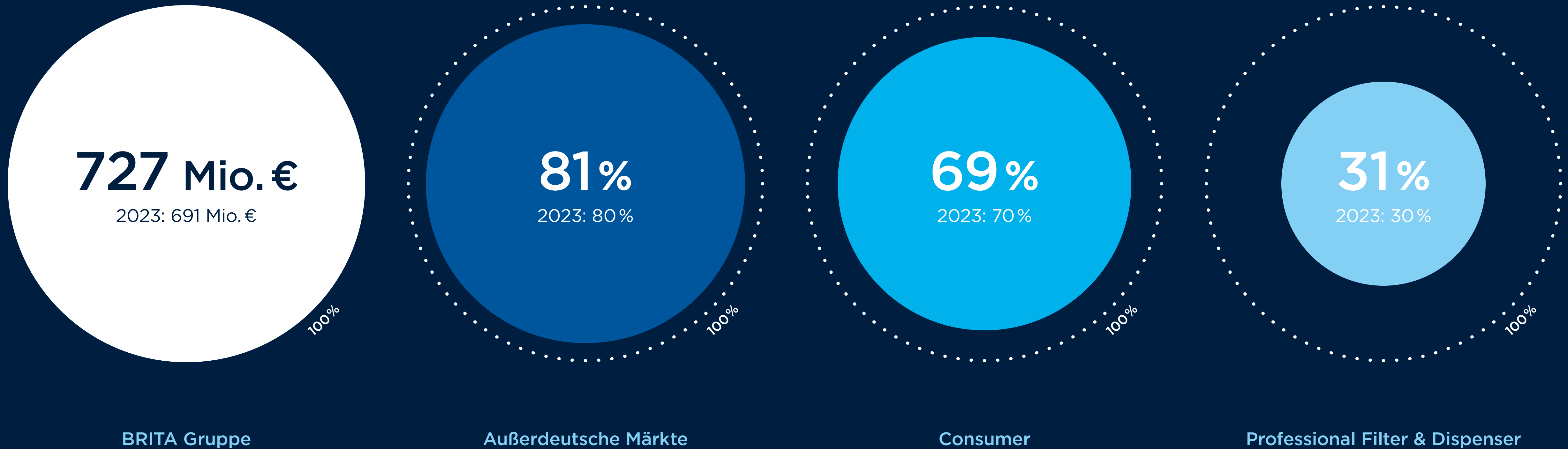
Im Geschäftsbereich Consumer haben wir zwar aufgrund der hohen Inflation eine deutliche Kaufzurückhaltung

seitens der Endverbraucher verzeichnet, konnten unseren Umsatz dennoch 2023 um 2,0% und 2024 um 3,3% steigern. Wie in den vorangegangenen Jahren entfiel mit 70% respektive 69% auch im Berichtszeitraum der größte Teil der Umsatzerlöse auf den Consumer Bereich.

Besonders erfreulich hat sich unser Geschäft in den Segmenten Professional Filter und Dispenser entwickelt. In beiden Segmenten zusammen stieg der Umsatz in 2023 und 2024 jeweils zweistellig um insgesamt 14% bzw. 10%.

Ihr Anteil am Gesamtumsatz der BRITA Gruppe erhöhte sich 2023 auf 30% und 2024 auf 31%. Wesentlich zu dieser Entwicklung beigetragen haben unter anderem die Ausweitung des Professional Filter Vertriebs auf die Märkte Südostasien und Nordamerika sowie Effizienzsteigerungen im Service-Bereich der SBS Dispenser. Beide Business Units profitierten zudem von der zunehmenden Digitalisierung unserer Prozesse.

## Aufteilung der Umsätze



# Strategische Investitionen für nachhaltiges Wachstum

Um den sich ändernden Marktanforderungen gerecht zu werden und unser Unternehmen zukunftssicher aufzustellen, haben wir in den Geschäftsjahren 2023 und 2024 eine Reihe an Investitionen getätigt. Darüber hinaus konnten wir wichtige Projekte erfolgreich abschließen.



Mit der Eröffnung des neuen BRITA Campus in Taunusstein ist 2023 ein zentrales Infrastrukturprojekt beendet worden. Nach insgesamt gut drei Jahren Bauzeit besteht der Campus nun aus dem kernsanierten Bestandsgebäude sowie einem modernen Neubau. Die beiden Gebäude sind über den sogenannten Terminal miteinander verbunden, der neben einem großzügigen Empfangs- und Aufenthaltsbereich auch ein Konferenzzentrum enthält.

Bereits in der Planungsphase wurde ein besonderes Augenmerk auf eine nachhaltige Bauweise und die Integration des Campus in die offene Landschaft gelegt. Das modulare Baukonzept erlaubt es uns, den BRITA Campus kleinteiliger zu erweitern, sollte dies durch unser anhaltendes Wachstum nötig werden. Die Holz-Beton-Hybridbauweise sorgt für eine verbesserte CO<sub>2</sub>-Bilanz unserer Gebäudeinfrastruktur. Durch diverse bauliche und technische Maßnahmen konnte außerdem die Energieeffizienz deutlich verbessert werden. Zur Anlage gehört auch ein Erdwärmesondenfeld. Hier wird durch Bohrungen Wärmeenergie gewonnen, die zur Beheizung der Gebäude genutzt wird. Zukünftig sollen die Außenanlagen noch erweitert und nutzbar gemacht werden, sodass auch das Arbeiten im Grünen möglich ist.



## Erschließung neuer Marktsegmente durch gezielte Zukäufe



Wir arbeiten täglich daran, unserer Mission gerecht zu werden und Menschen das bestmögliche Trinkwasser zu bieten, das ihren individuellen Bedürfnissen entspricht. Um unser Portfolio sinnvoll zu erweitern, evaluieren wir regelmäßig mögliche Kooperationen und strategische Akquisitionen.

Vor diesem Hintergrund haben wir im November 2023 eine Beteiligung an der Teaballs GmbH aus Gründau erworben. Das Start-up entwickelt und vertreibt kleine Presslinge aus reinem Tee, Pflanzenbestandteilen und Extrakten, die in kaltem oder heißem Wasser aufgelöst werden. Mit diesen sogenannten Teaballs lässt sich schnell und einfach ein Erfrischungsgetränk herstellen – ganz ohne Teebeutel oder Ziehzeit. Das Sortiment besteht aktuell aus ca. 32 Geschmacksrichtungen und ist in kleinen Glasflaschen erhältlich.



TEABALLS



## Ausbau unseres Direktvertriebs

Als Hersteller von Konsumgütern sind wir uns bewusst, dass sich nicht nur die Anforderungen an unsere Produkte, sondern auch an die Art und Weise, wie Menschen einkaufen, in den vergangenen Jahren stark verändert haben. Deshalb haben wir im Berichtszeitraum einen besonderen Schwerpunkt auf die Weiterentwicklung unseres Direct-to-Consumer-Geschäfts gelegt.

Den ersten großen Meilenstein haben wir im Mai 2024 erreicht, als wir in unserem Heimatmarkt Deutschland mit einer

neuen, modernen Website mit integriertem Online-Shop live gegangen sind. Die Website im neuen Design bietet eine optimierte User Experience und smarte Features. Über den Online-Shop können Verbraucher:innen mit wenigen Klicks ihre Lieblingsprodukte kaufen und sich bequem nach Hause liefern lassen.

Ende 2024 haben wir unsere Direct-to-Consumer-Vertriebskanäle um einen weiteren Baustein erweitert und die Türen des ersten BRITA Flagship Stores in unserem Headquarter in Taunusstein

geöffnet. Er vereint die digitale und die reale Welt und erlaubt es den Besucher:innen, unser Consumer Portfolio nicht nur zu sehen, sondern es in einem interaktiven Umfeld hautnah zu erleben. Der Flagship Store macht unsere Produkte dadurch greifbarer und bietet Raum für Inspiration. An der Waterbar können verschiedene Wassersorten probiert werden, während die Coffee Bar Kund:innen dazu einlädt, eine kurze Pause einzulegen und bei einem Getränk die Eindrücke auf sich wirken lassen.

# Wenn aus Ideen Produkte werden

Auch in den vergangenen zwei Jahren haben wir in allen Geschäftsbereichen eine Reihe neuer, innovativer Produkte und Dienstleistungen gelauncht.



# Consumer

Im Consumer Segment haben wir Anfang 2023 unsere neueste Kartusche MAXTRA PRO herausgebracht: Das Gehäuse besteht zu 50% aus bio-basiertem Kunststoff und ist zu 99% recyclebar.

Kurz darauf gelang uns mit der Markteinführung unseres ersten Tischwasserfilters aus Glas ein weiterer wichtiger Schritt zur Reduzierung von fossilem Kunststoff.

Ebenfalls seit 2023 erschließen wir mit dem BRITA Cube, dem ersten Wasser-

spender für zuhause, ein neues Produktsegment in den Märkten außerhalb Chinas. Er filtert nicht nur Leitungswasser mit der bewährten MAXTRA PRO Filtration, sondern erhitzt es auf Knopfdruck für die Zubereitung von Heißgetränken. Es kann dabei zwischen fünf Temperatureinstellungen (Ambient, 45°, 65°, 85°, 95°) und vier voreingestellten Volumina (150ml, 250ml, 350ml, 450ml) gewählt werden. Durch den Einsatz von UV-C Technologie beseitigt der BRITA Cube 99,999% der Bakterien im Wasser\*.

\*Getestet vom IWW, einem deutschen Institut für Wasserforschung (E.Coli).





## Professional Filter

Im Bereich Professional Filter haben wir 2024 mit der PROGUARD Gastronomy 200 eine All-in-One-Lösung für gewerbliche Küchen auf den Markt gebracht. Das innovative Filtrationssystem bietet dank state-of-the-art Technologie und hoher Filterkapazität langanhaltenden Schutz vor Verkalkung, Gips- und Korrosionsschäden für Kombidämpfer, Backöfen sowie Geschirrspüler und sorgt gleichzeitig für exzellente Spülergebnisse.

Darüber hinaus haben wir im gleichen Jahr unsere Kartuschenserie PURITY C Advanced mit Erfolg in der Region Nordamerika eingeführt. Die Kartuschen wurden um die zusätzliche Filtration von Chloraminen im Wasser weiterentwickelt und sind ideal für die Verwendung mit Profi-Kaffee- und Vending-Maschinen, aber auch mit Kombidämpfern und Öfen.

Der Launch war ein entscheidender strategischer Schritt in der Ausweitung unserer internationalen Marktanteile im Bereich Professional Filter.

Ebenfalls 2024 haben wir mit dem CO<sub>2</sub> and Waste Saving Calculator ein Tool auf den Markt gebracht, das für unsere Kunden ausrechnet, wie viel CO<sub>2</sub> und Plastikmüll sie durch eine Umstellung auf Filtration mit der PURITY C Kartusche einsparen können. Diese Einsparungen resultieren aus der nachhaltigen Produktion mit Ökostrom sowie der Reduktion von Emissionen durch unser Kartuschen-Recycling-Programm. Zusätzlich erhalten unsere Kunden ein Zertifikat mit ihren individuellen CO<sub>2</sub>- und Waste-Saving-KPIs, das sie in der eigenen Nachhaltigkeitskommunikation nutzen können.

# Dispenser

Bei den BRITA Wasserspendern lag der Fokus in den vergangenen zwei Jahren auf der Entwicklung neuer Technologien, der weiteren Implementierung unseres Portfolios in bestehenden Märkten und der Optimierung unseres Serviceangebots.

So haben wir 2024 mit PureProtect einen neuen Hygienestandard für Wasserspender eingeführt. Er sorgt dafür, dass während Phasen der Inaktivität 99% weniger Viren und Bakterien entstehen können. Dadurch wird nicht nur der Wasserverbrauch für die Reinigung selbst, sondern auch die danach erforderliche Spülmenge, z.B. nach Wochenenden, um 98% reduziert.

Ein weiterer Meilenstein im Geschäftsbereich Dispenser war der erfolgreiche Launch des Extra C-Tap in Nordamerika. Mit seinem modernen Design, der einfachen Bedienung und diversen Sicherheits-, Hygiene- und Nachhaltigkeitsfeatures gehört der Extra C-Tap zu den fortschrittlichsten Wasserspendern auf dem Markt und bietet fünf verschiedene Wassersorten aus nur einem Gerät.

Auch unser Serviceangebot haben wir ausweiten können. Mit der Einführung des ersten BRITA CO<sub>2</sub>-Zylinderservices bieten wir unseren Kunden einen komfortablen One-Stop-Shop im Bereich der Wasserspender. Unterstützt wird das Angebot durch eine Online-Bestellplattform, die eine Lieferung innerhalb von zwei bis fünf Arbeitstagen ermöglicht.



# Unsere Mitarbeitenden

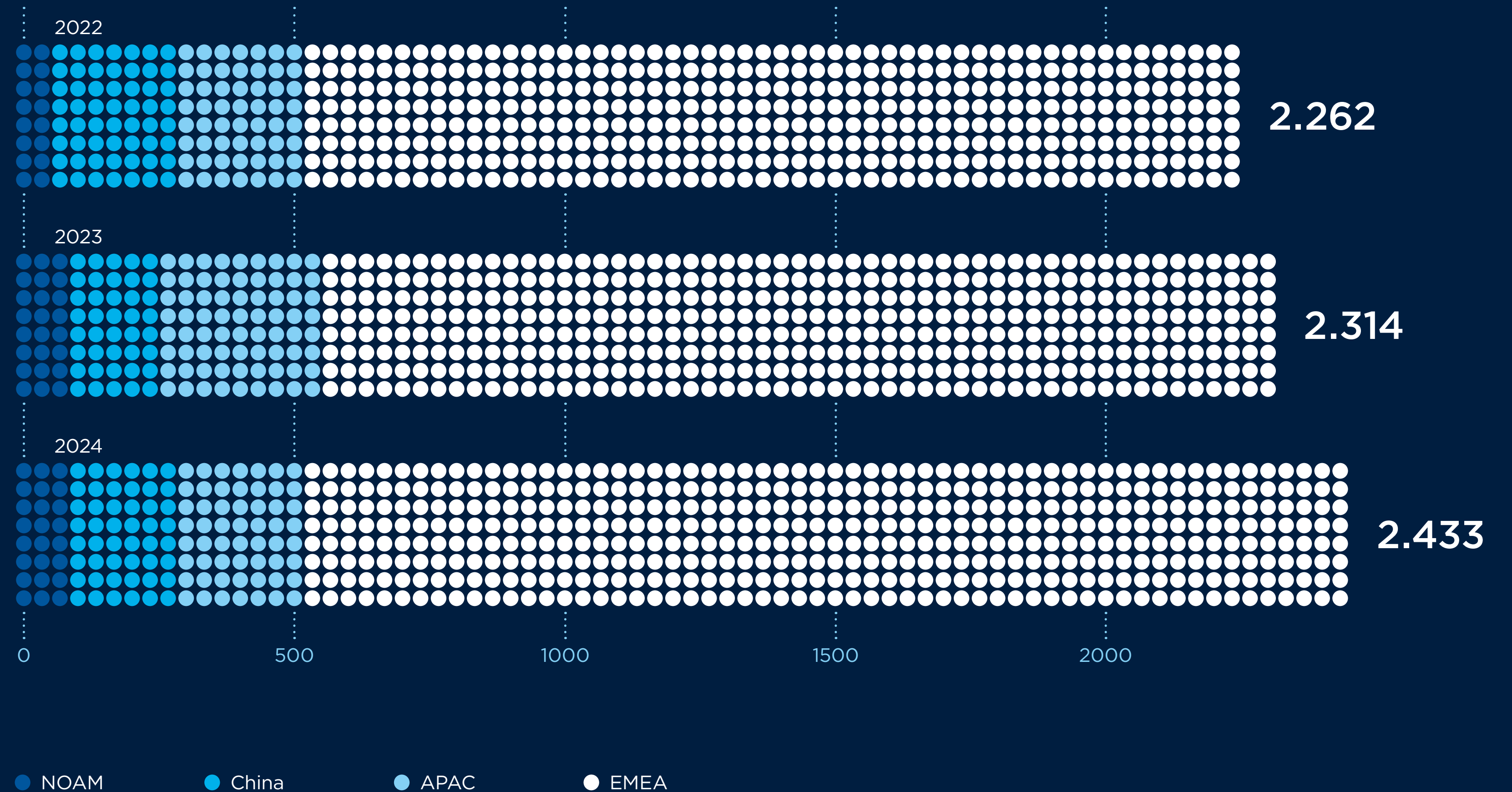


Unsere Mitarbeitenden bilden das Herzstück unseres Unternehmens. Sie bringen nicht nur ihr Talent, ihre Kreativität und ihre Fähigkeiten ein, sondern gestalten auch unsere Unternehmenskultur als BRITA Familie und tragen zum gemeinsamen Erfolg bei.

Daher ist es uns wichtig, für sie ein Arbeitsumfeld zu schaffen, das von gegenseitigem Respekt, Wertschätzung und Zusammenhalt geprägt ist. Dass uns dies gelingt, zeigen die Ergebnisse unserer ersten Great Place to Work Umfrage. Mit 84% war die Teilnahme an der Befragung gruppenweit beeindruckend hoch. Wir sind stolz darauf, dass insgesamt 15 Standorte als Great Place to Work zertifiziert wurden.



## Unser Team wächst: Mitarbeitende bei BRITA



# Unser Wertekompass



Um die Integrität von BRITA sicherzustellen, haben wir bindende Unternehmenspraktiken eingeführt und ein umfassendes Compliance-System implementiert. Die Grundlage hierfür bildet der [BRITA Verhaltenskodex \(Code of Conduct\)](#). Dieser beschreibt die ethischen Grundsätze, die unsere Geschäftstätigkeit und unser Verhalten leiten. Gleichzeitig bringt er Mitarbeitenden das Thema Compliance auf verständliche Art und Weise näher und sensibilisiert sie für mögliche Fallstricke im täglichen Arbeiten. Die im Code of Conduct beschriebenen Verhaltensweisen sind verbindlich für Mitarbeitende aller Hierarchieebenen inklusive des Vorstands.

Compliance wird bei BRITA zentral gesteuert und in den verschiedenen Bereichen lokal umgesetzt. Die Zentralfunktion Compliance gehört zu unserer Rechtsabteilung, die im BRITA Headquarter in Taunusstein angesiedelt ist und direkt an den CFO berichtet. Der Bereich überwacht weltweit die Einhaltung interner und externer Regularien und unterstützt im Unternehmen den Aufbau einer Compliance-Kultur.

Bei Verdacht auf Verstöße gegen unseren Code of Conduct leitet die Zentralfunktion die internen Ermittlungen. Die Financial Directors der einzelnen Länder fungieren als lokale Ansprechpartner für Compliance-Themen und sind für die Umsetzung der Maßnahmen verantwortlich. Darüber hinaus bietet die Zentralfunktion Compliance regelmäßig interaktive Workshops und Trainings an. Diese motivieren und befähigen unsere Mitarbeitenden zu einem selbstverantwortlichen und eigenständigen Umgang mit Compliance-Fragen. Seit Herbst 2024 gibt es außerdem eine Schulung zum Thema Compliance, die für die gesamte Belegschaft verpflichtend ist und jährlich wiederholt werden muss.

Wir sind der festen Überzeugung, dass alle Menschen es verdienen, mit Fairness, Respekt und Würde behandelt zu werden. Wir lehnen alle Formen von Zwangs- und Kinderarbeit, Sklaverei, Menschenhandel und Diskriminierung entschieden ab. Aus diesem Gedanken heraus setzen wir uns für die international anerkannten Menschenrechte ein, wie sie im UN Global Compact und den Arbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) festgelegt sind. Dieses Commitment endet nicht vor unseren eigenen Toren, sondern gilt entlang unserer gesamten Wertschöpfungskette.

Das Vertrauen in unser Geschäftsverhalten und unsere Professionalität ist das Fundament der Zusammenarbeit mit unseren Kunden und Partnern. Um dieses Vertrauen zu schützen, achten wir darauf, jegliche Art von Interessenskonflikt zu vermeiden. Wir dulden keine Form von Korruption oder Bestechung. Wir unterstützen den freien Wettbewerb und halten uns stets an die Spielregeln. Ebenfalls sprechen wir uns klar gegen Kartellbildung und Preisabsprachen aus. Wir nutzen unsere Marktposition nicht aus, um Druck auf andere Marktteilnehmende auszuüben.



**United Nations**  
Global Compact



**International**  
Labour  
Organization

## Sicher und anonym: Unser Whistleblower- System

Als Teil des Risikomanagements hat die Zentralfunktion Compliance präventive und reaktive Maßnahmen entwickelt, die mögliche Schäden frühzeitig erkennen und vermeiden. Darüber hinaus haben wir ein [Whistleblower-System](#) eingerichtet, über das Mitarbeitende, Geschäftspartner und andere Stakeholder mutmaßliche oder tatsächliche Verstöße gegen Gesetze oder interne Vorgaben melden können – bei Bedarf auch anonym.

Über das Whistleblower-System eingegangene Meldungen werden von einer externen Ombudsfrau entgegengenommen. Über ein Postfach kann die meldende Person dann mit der Ombudsfrau kommunizieren. Eingegangene Hinweise werden zunächst einer rechtlichen Erstbewertung durch die Ombudsfrau unterzogen. Dabei werden die Hinweise thematisch eingeordnet und auf Plausibilität geprüft. Im nächsten Schritt werden die plausiblen Hinweise an eine:n interne:n Ansprechpartner:in von BRITA weitergeleitet. Eine absolut vertrauliche Behandlung der Hinweise ist garantiert. Der oder die designierte BRITA Mitarbeitende prüft den Sachverhalt und ergreift Folgemaßnahmen.

Wir ermutigen ausdrücklich jede:n, von diesem System Gebrauch zu machen, damit wir Verstöße frühzeitig identifizieren und entsprechend handeln können. Nur durch partnerschaftliche Zusammenarbeit – sowohl

intern mit unseren Mitarbeitenden als auch extern mit Geschäftspartnern und Kunden – können wir langfristig sicherstellen, dass unser Unternehmenserfolg nicht auf Kosten von Mensch und/oder Umwelt geht.

Detaillierte Informationen zu unserem Whistleblower-System sowie den Abläufen und Eskalationsstufen können in der [BRITA Verfahrensordnung](#) nachgelesen werden. In den Jahren 2023 und 2024 gingen insgesamt drei bzw. fünf Meldungen ein. Sämtliche Vorfälle wurden vollständig abgeschlossen.

Unser Anspruch an gute Unternehmensführung geht jedoch deutlich über das Einhalten von Gesetzen und Mindeststandards in der Compliance hinaus. Wir wollen einen positiven und nachhaltigen Beitrag für die Gesellschaft und das Ökosystem leisten und wertebasiert handeln. Daher berücksichtigen wir ökologische und soziale Aspekte bei allen Entscheidungen, die wir als Unternehmen treffen. Dazu gehört für uns auch, dass wir einen angemessenen finanziellen Beitrag in den Regionen leisten, in denen wir produzieren, arbeiten und leben. Dies erreichen wir einerseits durch gute Arbeitsplätze und Dialoge auf Augenhöhe, andererseits durch unsere Steuerstrategie. Diese ist nämlich nicht auf das Prinzip der maximalen Steueroptimierung ausgelegt, sondern basiert auf Fairness und Transparenz.



## Verlässliche Partnerschaften durch klare Regeln: Der BRITA Supplier Code of Conduct

Unsere Erwartung an integriertes und verantwortungsvolles Verhalten endet nicht bei unseren eigenen Mitarbeitenden. Auch an unsere Geschäftspartner stellen wir diese Anforderung. Deshalb gelten für unsere Lieferanten die gleichen Compliance-Regeln wie für BRITA Mitarbeitende. Wir verbieten u.a. ausdrücklich den Einsatz von Kinder- und Zwangsarbeit oder Diskriminierung und fordern ein Bekenntnis zu den weltweit anerkannten Menschenrechten. Um unsere Erwartungen noch klarer zu definieren und zielgruppengerecht auf-

zubereiten, haben wir 2024 einen neuen [BRITA Supplier Code of Conduct](#) veröffentlicht und ausgerollt. Und damit wir sicher sein können, dass unsere Partner entlang der Lieferkette diese Vorgaben auch umsetzen, überprüfen und bewerten wir unsere Lieferanten regelmäßig mittels eines risikobasierten Ansatzes.

Bevor wir neue Geschäftsbeziehungen zu Lieferanten und anderen Dritten eingehen, prüfen wir gewissenhaft deren Identität und Geschäftsverhalten. Es ist unser

erklärtes Ziel, ausschließlich mit seriösen Partnern Geschäfte zu machen, die unter Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen arbeiten und Mittel aus legitimen Quellen verwenden. Wir verurteilen außerdem jegliche Form der Terrorismusfinanzierung und halten uns strikt an mögliche Exportkontrollen, Wirtschaftssanktionen und Embargobeschränkungen. Mit einem automatisierten Verfahren zur Prüfung von Sanktionslisten stellen wir sicher, dass (potenzielle) Geschäftspartner nicht auf diesen Listen stehen.

# Nachhaltigkeit in der Lieferkette





In der heutigen globalisierten Welt ist ein gut funktionierendes Lieferkettenmanagement unerlässlich, um wettbewerbsfähig zu bleiben und auf Marktveränderungen schnell reagieren zu können. Um unsere Lieferketten besser zu verstehen und wirksame Prozesse und Steuerungsmechanismen entwickeln zu können, haben wir uns in den Jahren 2023 und 2024 intensiv mit dem Thema Lieferketten Due Diligence beschäftigt. Dabei hatten wir zwar die Erfüllung des deutschen Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz im Blick. Aber es geht für uns dabei um mehr.

Wir wollen transparente und verantwortungsvolle Praktiken in der Lieferkette implementieren und Menschenrechts- und Umweltrisiken nicht nur an unseren eigenen Standorten, sondern auch bei Lieferanten frühzeitig erkennen und Abhilfe schaffen. Dazu haben wir uns 2023 in unserer [Human Rights Policy](#) ganz klar zu den Menschenrechten bekannt und diese durch eine Verschärfung der Thematik in unseren überarbeiteten Verhaltenskodizes noch stärker in unserem Selbstverständnis verankert.

Darüber hinaus führen wir seit Ende 2023 eine regelmäßige Risikobewertung unserer Lieferanten durch. Dabei betrachten wir zum einen den Standort des

Lieferanten und zum anderen die Materialgruppe der Güter, die das Unternehmen an uns liefert. Bei der Beurteilung der Standorte greifen wir auf externe, anerkannte Risikodatenbanken zurück. Die dabei identifizierten potenziell risikobehafteten Lieferanten werden anschließend anhand eines umfangreichen Self-Assessment-Fragebogens genauer analysiert und bewertet. Bislang wurde kein Lieferant als kritisch eingestuft. Das Verfahren befindet sich allerdings noch im Rollout. Unsere langjährigen und vertrauensvollen Geschäftsbeziehungen zu unseren Lieferanten, insbesondere an Hochrisikostandorten, haben wesentlich dazu beigetragen. Auch die Entscheidung, unsere Lieferketten wo möglich regional zu halten, zahlt sich jetzt aus. Dennoch liefert uns die jährliche Überprüfung wichtige Erkenntnisse und hilft uns, Wissenslücken in unserer Wertschöpfungskette Schritt für Schritt zu schließen.

Analog zur Risikobewertung unserer Lieferanten haben wir 2024 auch unsere eigenen Standorte analysiert. Für einige haben wir ein Social Audit bei einer externen Prüfungsgesellschaft in Auftrag gegeben. Die Ergebnisse werden wir nutzen, um unsere internen Prozesse zu verbessern.

# Gemeinsam Zukunft gestalten: Unser Stakeholder- Dialog



Die Grundlage unseres Erfolges ist das Vertrauen, das der Marke BRITA entgegengebracht wird. Wir wissen, dass dieses Vertrauen nur durch Transparenz und durch einen kontinuierlichen Austausch mit unseren Stakeholdern aufrechterhalten werden kann. Durch einen effektiven Stakeholder-Dialog gewinnen wir wertvolle Einblicke in die Bedürfnisse der verschiedenen Interessensgruppen. Insbesondere mit Blick auf Nachhaltigkeitsthemen hilft uns der regelmäßige Austausch, Trends und Erwartungen im Markt frühzeitig zu erkennen und unsere Strategien und Entscheidungen entsprechend zu gestalten.

Zu unseren wichtigsten Stakeholdern gehören unsere Mitarbeitenden, B2B-Kunden und Verbraucher:innen, Geschäftspartner, Handelspartner, Lieferanten sowie diverse lokale politische Akteure und die Presse. Das

Medium und die Möglichkeiten des Austauschs variieren je nach Interessensgruppe. Verbraucher:innen können beispielsweise über diverse Social-Media-Kanäle oder über unsere Hotline direkt mit uns in Kontakt treten. Darüber hinaus holen wir regelmäßig durch Befragungen und Marktforschung aktiv Feedback von Verbraucher:innen ein, welches wir bündeln, auswerten und in unsere Arbeit einfließen lassen. Im B2B-Bereich nutzen wir unter anderem Jahresgespräche, um uns mit Kunden, Geschäfts- und Handelspartnern sowie Lieferanten über aktuelle Entwicklungen auszutauschen und mögliche Kooperationen zu besprechen.

Insbesondere bei unseren Nachhaltigkeitsprojekten arbeiten wir oft Hand in Hand mit unseren Lieferanten zusammen, um bestmögliche Ergebnisse zu erzielen. Dazu gehören beispielsweise Projekte im Bereich

Verpackung, Logistik und Produktmaterialien. Unsere regelmäßige Präsenz auf relevanten Messen und Konferenzen bietet uns viele zusätzliche Gelegenheiten, mit Kunden und Lieferanten, aber auch mit Behörden oder Non-Profit-Organisationen ins Gespräch zu kommen. Mit Verwaltungen und der Presse kommen wir ebenfalls regelmäßig in Kontakt und pflegen einen professionellen und unkomplizierten Umgang.

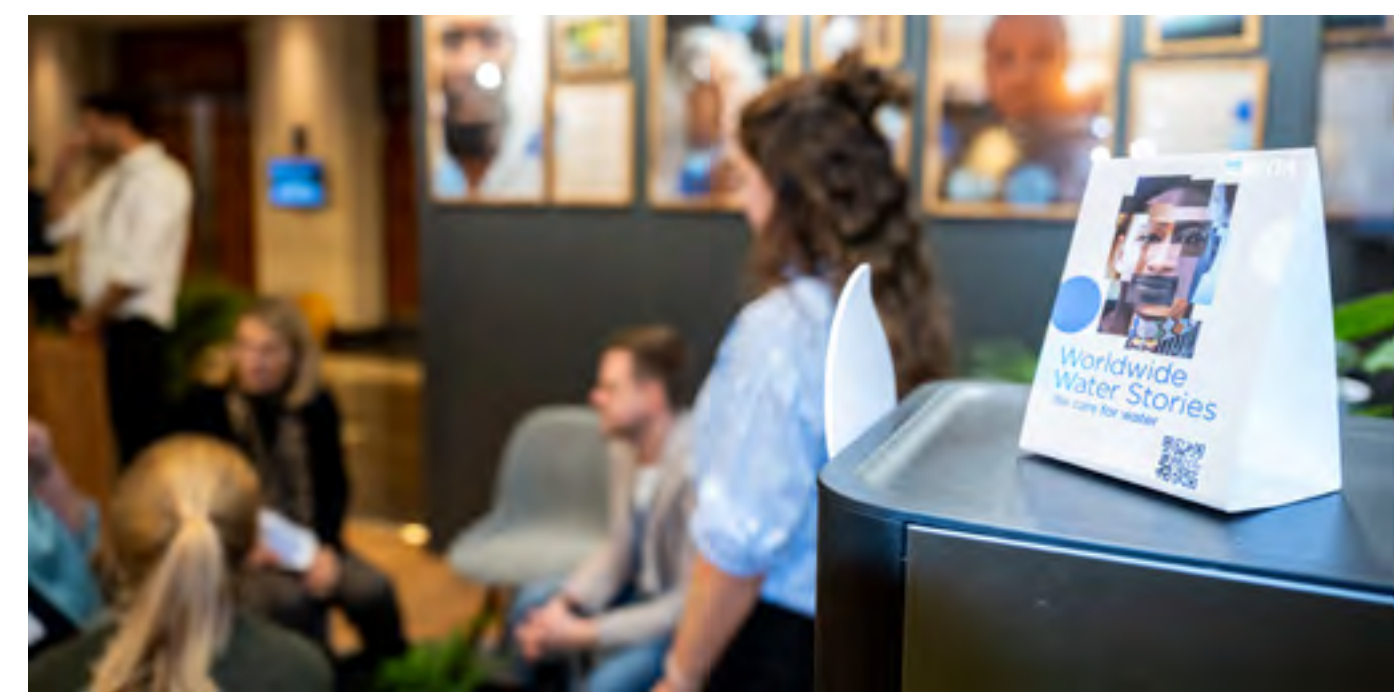
BRITA ist in verschiedenen nationalen und internationalen Netzwerken, Verbänden und Organisationen aktiv, die im Zusammenhang mit unserem Kerngeschäft stehen. So tauschen wir uns nicht nur regelmäßig mit wichtigen Stakeholdern und Peers aus, sondern erweitern auch kontinuierlich unsere Expertise, zum Beispiel durch die Mitarbeit in Fachgremien und Ausschüssen



## Unser Engagement für eine nachhaltige Zukunft

Auch in den Jahren 2023 und 2024 nahm BRITA als Kompetenzpartner für das Thema Wasser am Deutschen Nachhaltigkeitspreis (DNP) teil – einem der renommiertesten Auszeichnungen für Nachhaltigkeit in Deutschland. Auf dem dazugehörigen Kongress präsentierten wir 2024 unser Engagement eindrucksvoll mit einem Stand zu den [Worldwide Water Stories](#). Die Initiative erzählt inspirierende Geschichten von Menschen, die sich aktiv mit dem Problem der Wasserknappheit auseinandersetzen. Zudem bot unser Stand durch seinen wohnlichen Charakter eine einladende Atmosphäre und zeigte gleichzeitig einen Teil unseres Produktportfolios, unter anderem einen Wasserspender aus der Kooperation mit unserem Partner [Viva con Agua](#). Vor Ort tauschte sich unser Team mit führenden Akteur:innen der Nachhaltigkeitsszene aus.





Ein weiteres Highlight war in beiden Jahren das von BRITA gesponserte Diskussionspanel, bei dem jeweils Expert:innen aus Wissenschaft, Landwirtschaft, der öffentlichen Hand und NGOs das Thema Wasser als knappe Ressource beleuchteten. Sie schilderten aus ihren Perspektiven die Herausforderungen im Umgang mit Wasserknappheit und brachten sich mit unterschiedlichen Lösungsansätzen ein. Während 2023 der Fokus auf den Auswirkungen und Entwicklungen in Deutschland und Europa lag, wagten wir 2024 den Blick auf die globale Situation.

Wie bereits 2022 übernahm BRITA auch in den vergangenen beiden Jahren sowohl für die Kongressteilnehmenden als auch für die Bühnenakteur:innen die Wasserversorgung und stellte gefiltertes, gekühltes und gesprudelt Wasser aus unseren Dispensern zur Verfügung. Es ist toll, ein Teil dieses wichtigen Branchentreffs zu sein und wir freuen uns schon auf den DNP 2025!



Sybille Foing ist Director Marketing bei BRITA Frankreich und eine leidenschaftliche Verfechterin des Themas Nachhaltigkeit.

In ihrem Land, wo 80% der Menschen Wasser aus Flaschen trinken, ist das mehr als nur ein Kommunikationsthema. Es ist harte Überzeugungsarbeit.

**Sybille Foing** – Director Marketing, BRITA Frankreich

## „Wir waren schon eine authentische und nachhaltige Marke, bevor das Thema in aller Munde war“

### In meinem Element bin ich, wenn ...

... ich die Verbraucher:innen durch die Essenz und Authentizität einer Marke überzeuge, nahbar und ehrlich zu ihnen sein kann. Und sie nicht mit Marketingversprechen überhäufen muss. Ich weiß, dass Worte schnell gemacht sind. Doch in Frankreich begegnet man Produktversprechen mit Skepsis – gerade bei Lebensmitteln haben wir etliche Skandale hinter uns. Deshalb muss hier jede Botschaft stimmen. Wir müssen glaubwürdig und transparent sein. Und faktenbasiert argumentieren. Wenn wir über Nachhaltigkeit sprechen, dann müssen wir uns im Klaren darüber sein, dass die Menschen zuhören – aber eben sehr kritisch sind.

Dass ich so selbstbewusst sprechen kann, liegt an der Marke, die ich vertrete. BRITA ist schon seit jeher die Alternative zu Flaschenwasser. Unsere Kartuschen werden bereits seit über 30 Jahren recycelt – wir waren also schon eine nachhaltige Marke, bevor das Thema in aller Munde war. Wir verwenden bio-basierten Kunststoff und die Aktivkohle in den Filterkartuschen stammt aus Kokosnussschalen. Das sind keine Werbeaussagen. Das sind Tatsachen.

### Was ich bewegen will ...

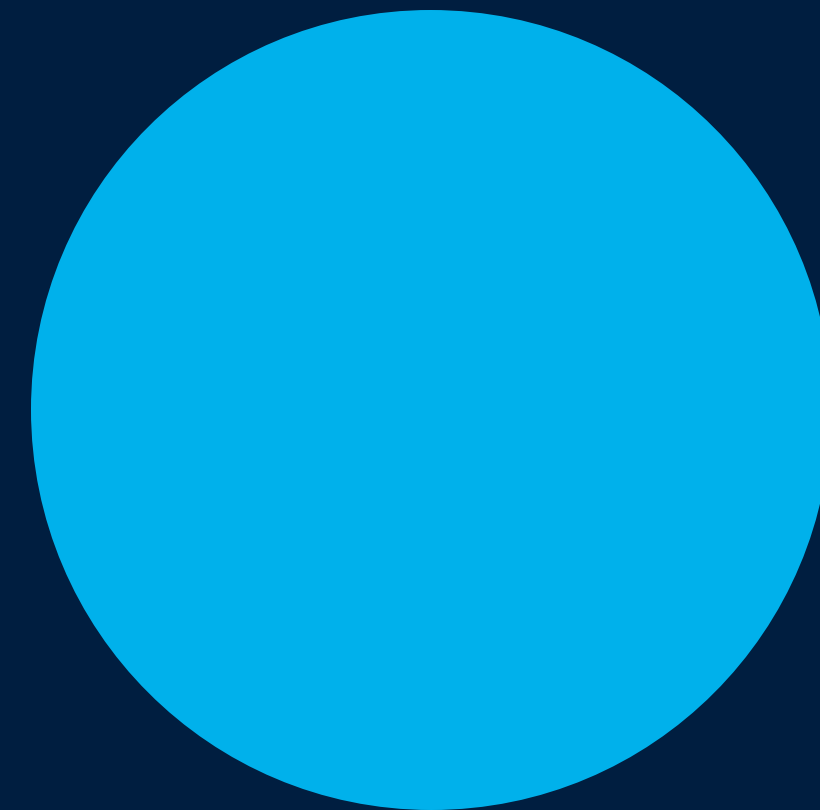
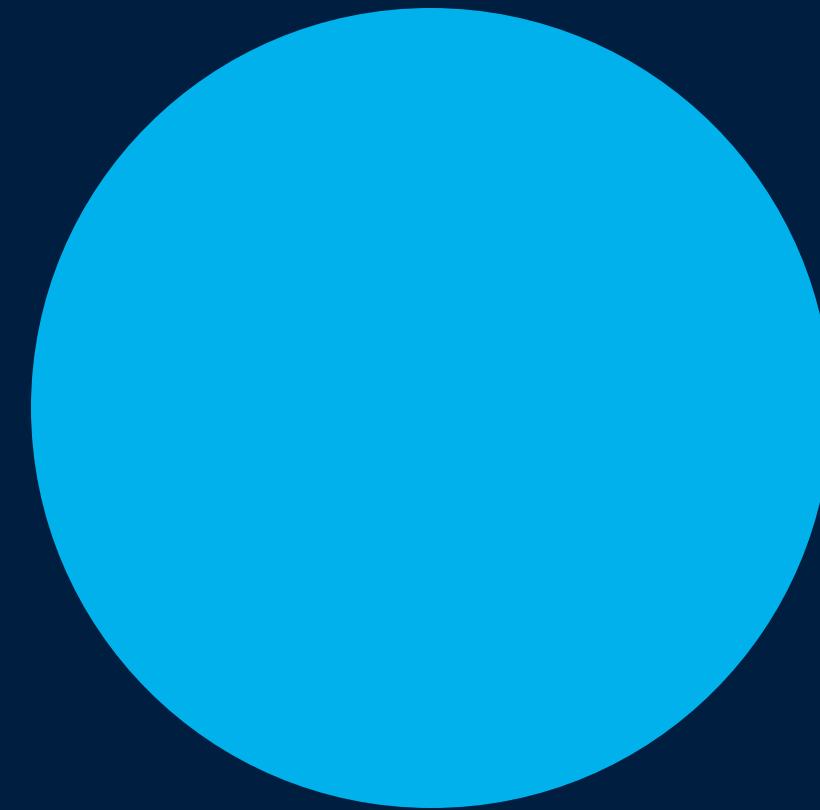
Ich möchte, dass mehr Menschen verstehen: Nachhaltigkeit ist kein Zusatz. Und schon gar kein Luxus. Sie gehört zum Wesen von BRITA. Klar, das ist unser Geschäftsmodell. Aber sie gehört auch zur Verantwortung von uns allen. Mir ist wichtig, dass wir nachvollziehbar kommunizieren – und verbindlich handeln. Gleichzeitig sehe ich die großen Hebel: Wenn es uns gelingt, Menschen zum Umstieg von Flaschenwasser auf mit BRITA gefiltertes Leitungswasser zu bewegen, verändern wir etwas Grundsätzliches. Für die Umwelt. Für die CO<sub>2</sub>-Bilanz. Für die Zukunft. Das ist meine Motivation: den Unterschied, den unsere Produkte bedeuten können, zu vermitteln.

### Was ich weitergeben möchte ...

Ich liebe das Meer. Ich segle – sportlich, schnell, mit einer Laser-Jolle an der bretonischen Küste. Und jedes Mal sehe ich es wieder: den Müll im Wasser. Das Plastik. Die Spuren von achtloser Nutzung. Da wird mir immer klar, dass jede Entscheidung zählt. Auch die kleinen. Ich bin Vegetarierin, fahre am Wochenende kein Auto, kaufe saisonal und regional ein. Zweimal pro Woche liefert uns eine ökologische Genossenschaft frische Produkte ins Haus.

Ich glaube: Nachhaltigkeit beginnt nicht mit einem Ziel – sondern damit, hinzuschauen. Und man ist nicht machtlos, Dinge zu verändern, die einem nicht gefallen. Auch wenn es erst einmal Kraft kostet. Als Mutter ist es mir wichtig, eine lebenswerte Welt für meine Kinder zu hinterlassen. Dafür setze ich mich ein.

# Strategie & Ziele



# Gemeinsam für eine bessere Zukunft

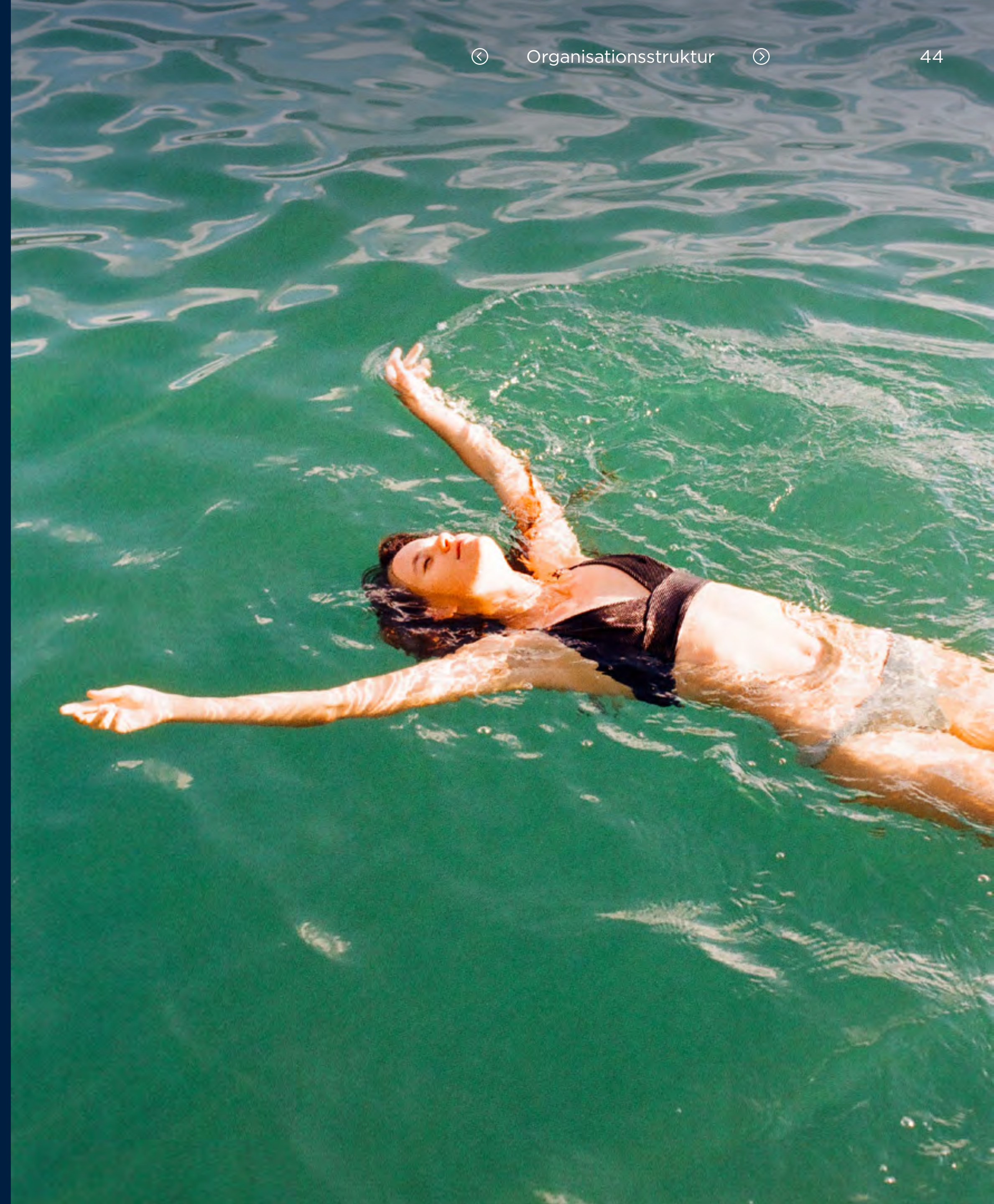




Nachhaltigkeit hat bei BRITA eine lange Tradition und steht im Mittelpunkt unserer Identität und unseres Handelns. Denn wir wollen einen positiven Einfluss auf unseren Planeten ausüben – nicht nur als verantwortungsbewusstes und zukunftsorientiertes Unternehmen, sondern auch, indem wir Veränderungen im Umgang mit Wasser anregen. Wir wollen die Menschen dazu befähigen, ihre Trinkgewohnheiten nachhaltig zu verändern und Wasser in Flaschen endgültig den Rücken zu kehren. Deshalb ist Nachhaltigkeit auch tief in unserer Strategie verankert. Das bedeutet, dass bei allen Geschäftsentscheidungen Umwelt- und soziale Aspekte mitgedacht werden. Um dieses Commitment zu unterstreichen und auch formell zu festigen, haben wir im Jahr 2023 eine neue [Sustainability Policy](#) veröffentlicht und implementiert. Wir verpflichten uns darin, einen lebenswerten Planeten für zukünftige Generationen zu hinterlassen und bekennen uns klar zum Schutz von Umwelt und Gesellschaft sowie zu einer guten Unternehmensführung.

Unser ambitioniertes Ziel ist es, nachhaltiges und langfristiges Wachstum für unser Unternehmen zu sichern. Und zwar auf eine Art und Weise, die umweltverträglich, sozial verantwortlich und wirtschaftlich tragfähig ist. Als international tätiges und gleichzeitig familiengeführtes Unternehmen sind wir in der besten Ausgangsposition, diesem Anspruch gerecht zu werden. Wir denken in langfristigen Strategien statt in kurzfristigen Erfolgen. Dabei wollen wir so arbeiten, dass gegenseitiges Vertrauen und Respekt sowohl innerhalb unseres Unternehmens als auch zwischen der BRITA Gruppe und ihren Kunden, Geschäftspartnern, Lieferanten sowie Verbraucher:innen gefördert werden. Wir schätzen Vielfalt und Integration, unterstützen die persönliche und berufliche Entwicklung aller Mitarbeitenden und übernehmen Verantwortung für unsere Produkte und Unternehmensaktivitäten.

# Weichenstellung von ganz oben





Nachhaltigkeit ist ein elementarer Bestandteil der Marke BRITA. Daher ist das Thema auch organisatorisch auf höchster Ebene, beim Executive Board, angesiedelt. Dieses trägt die Verantwortung für nachhaltiges Handeln im Unternehmen und erarbeitet in Abstimmung mit relevanten Abteilungen und Tochtergesellschaften die strategischen Nachhaltigkeitsziele für die Gruppe. Unser Anspruch ist es, mehr als nur das gesetzliche Soll zu erfüllen. Wir wollen ambitioniert sein und uns Ziele setzen, die für uns sinnvoll sind. Und wir wollen einen echten Impact erzielen. Das Executive Board überprüft regelmäßig unseren Fortschritt und nimmt bei Bedarf

Anpassungen vor. So stellen wir sicher, dass wir unsere Ziele konsequent verfolgen und unsere Pläne in die Tat umsetzen.

Um das Thema Nachhaltigkeit auch strukturell in unserer Organisation stärker zu verankern, haben wir bei BRITA eine eigene Sustainability-Abteilung etabliert. Sie gehört zum Bereich Group Brand and Sustainability und ist so über den CEO an das Executive Board angebunden. Die Abteilung trägt die Gesamtverantwortung für unternehmensweite Nachhaltigkeitsprozesse und -initiativen, die Nachhaltigkeitsstrategie sowie die Kommunikation und

Berichterstattung rund um dieses Thema. Das Sustainability-Team koordiniert unterschiedliche Formate wie das BRITA Sustainability Forum, an dem Kolleg:innen aus den verschiedenen Fachbereichen und Tochtergesellschaften als Sustainability Ambassadors teilnehmen. Das Forum bietet zum einen die Möglichkeit des regelmäßigen Austauschs zu Nachhaltigkeitsthemen und -initiativen. Gleichzeitig werden hier unsere Aktivitäten gruppenweit koordiniert und Synergien genutzt. Die Sustainability Ambassadors tragen dann Informationen in ihre Teams und erhöhen durch lokale Events das Bewusstsein für Nachhaltigkeit in ihrer Organisation.

# Unser Bekenntnis zu den SDGs



Als verantwortungsvolles und zukunftsorientiertes Unternehmen möchten wir auch über unser Tagesgeschäft hinaus unserer gesellschaftlichen Verantwortung nachkommen. Deshalb unterstützen wir die Agenda 2030 der Vereinten Nationen mit ihren 17 Zielen für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, SDGs). Die Ausrichtung auf die SDGs hilft uns, das große Ganze im Blick zu behalten und zu einer nachhaltigeren und gerechteren Welt beizutragen.

Unsere wesentlichen SDGs, auf die wir durch unsere Strategie direkt einzahlen, sind die Ziele 3 (Gesundheit und Wohlergehen), 12 (Nachhaltiger Konsum und Produktion) und 13 (Klimaschutz und Anpassung). Einen besonderen Stellenwert nimmt das SDG 6 (Sauberes Wasser und Sanitärversorgung) ein. Es ist fest in unserer Vision verankert und drückt unsere Verantwortung für die Ressource Wasser aus. Weitere SDGs, zu denen auf die wir durch unsere Geschäftstätigkeit einzahlen, sind SDG 7 (Bezahlbare und saubere Energie), 8 (Gute Arbeit und Wirtschaftswachstum), 14 (Leben unter Wasser) und 15 (Leben an Land).

## Vision und Vorsatz



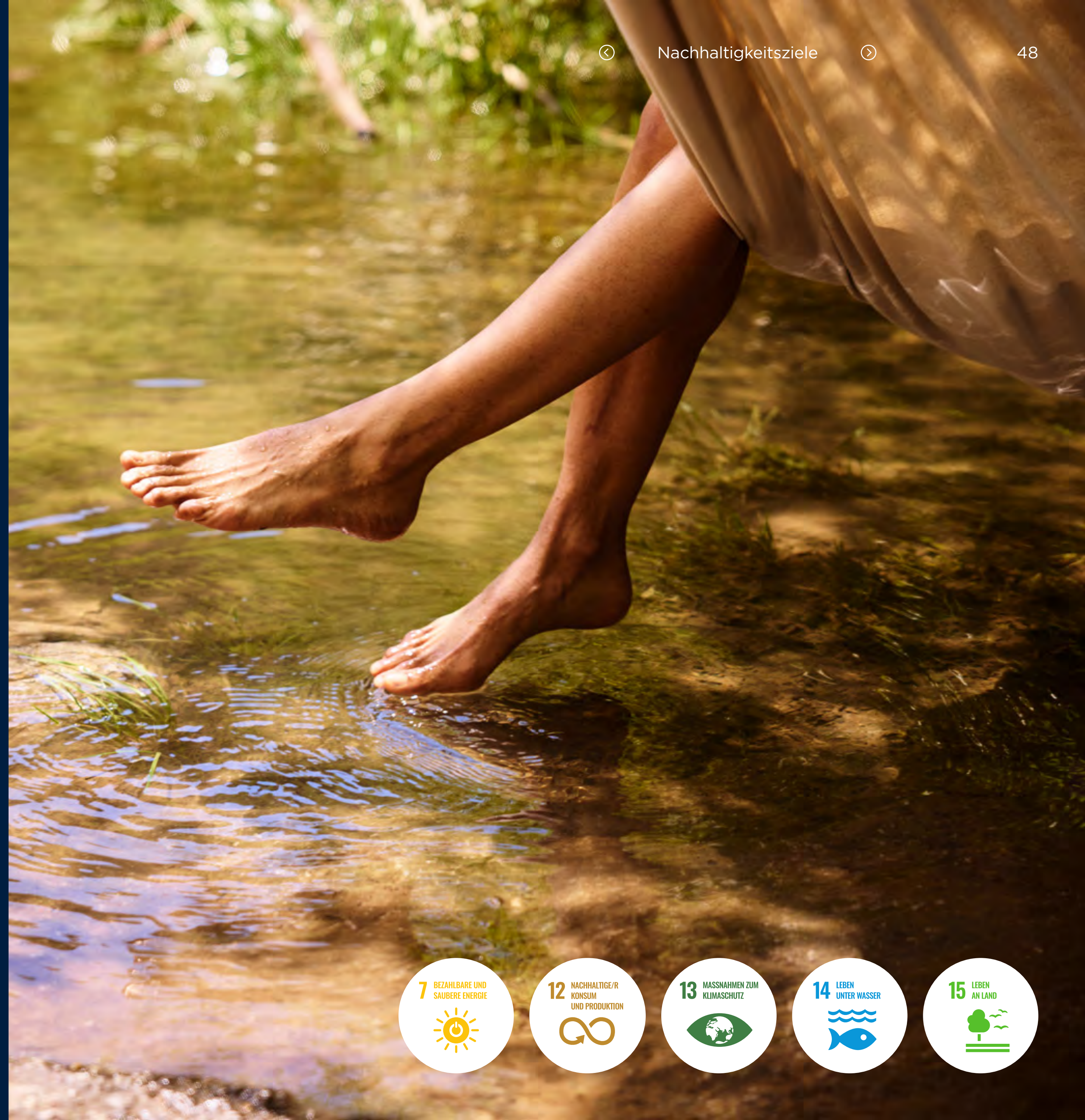
## Produkte und Geschäft



## Indirekte SDGs



# Unsere Nachhaltigkeitsziele im Überblick

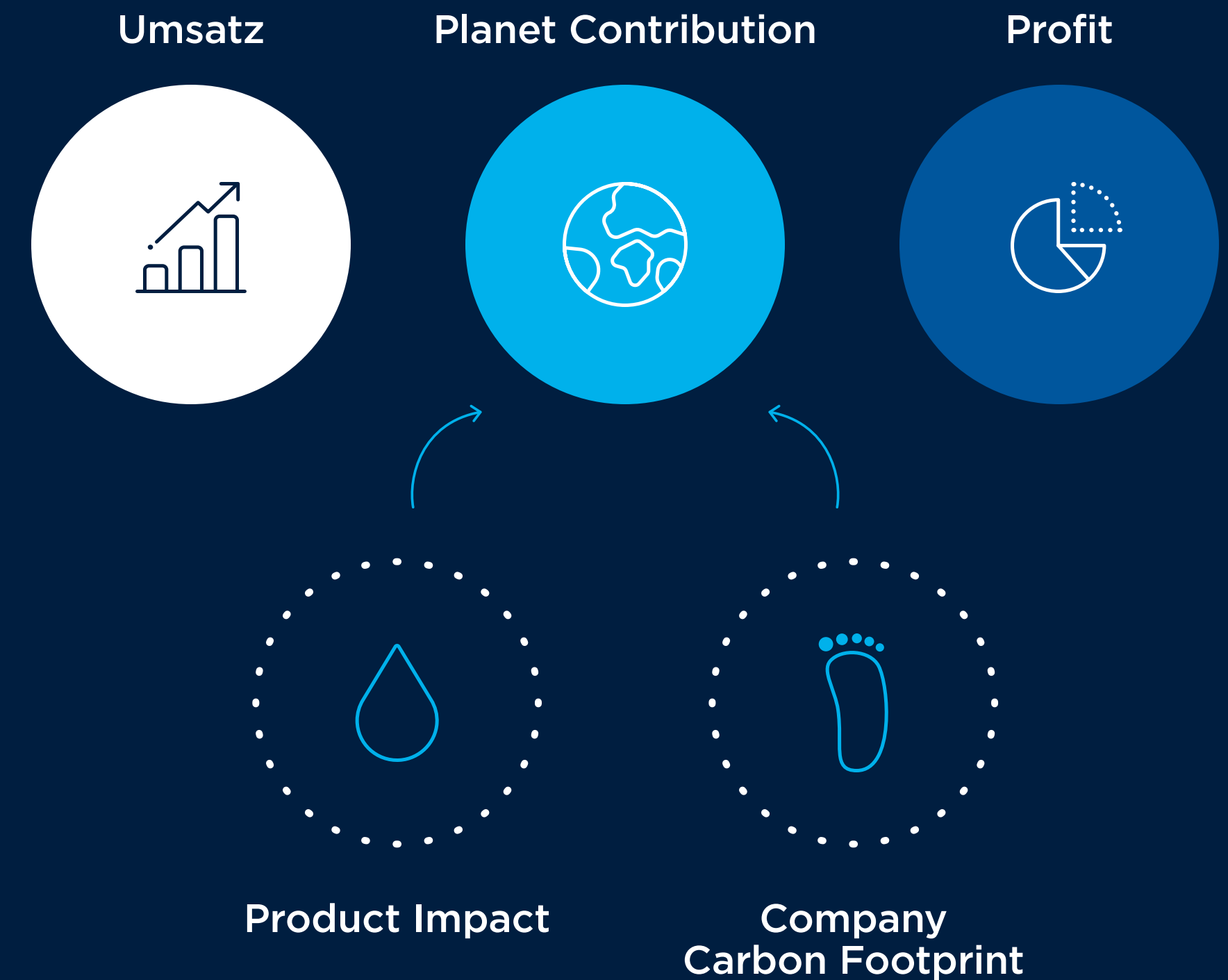


## Planet Contribution

Mit unserer im Jahr 2020 vorgestellten Unternehmensstrategie „Shaping Sustainable Solutions“ haben wir das Thema Nachhaltigkeit erstmals ins Zentrum unserer Geschäftsaktivitäten gestellt. Unser Ziel ist es, bis Ende 2025 der Anbieter für nachhaltige Trinkwasserlösungen zu werden. Zu diesem Zweck haben wir uns konkrete Ziele gesetzt und unsere Aktivitäten im Bereich Nachhaltigkeit messbar gemacht.

In diesem Zusammenhang war die Einführung der Planet Contribution als zusätzlicher Key Performance Indicator ein wichtiger Schritt. Dieser ist gleichgesetzt mit Umsatz und Gewinn. Damit ist die Planet Contribution eine wichtige

Steuerungsgröße im Unternehmen, die entsprechend bei Unternehmensentscheidungen berücksichtigt wird. Sie misst die Anzahl der durch BRITA Produkte jährlich vermiedenen Wasserflaschen, den sogenannten Product Impact, und stellt sie dem Company Carbon Footprint, also unserem unternehmensweiten CO<sub>2</sub>-Fußabdruck, gegenüber. Für den Product Impact haben wir uns das Ziel gesetzt, bis Ende 2025 jährlich 6,5 Milliarden Flaschen einzusparen. Gleichzeitig arbeiten wir daran, den Company Carbon Footprint so weit wie möglich zu reduzieren, um perspektivisch als Unternehmen Netto-Null-Emissionen zu erreichen.





Die Sustainability Charter bildet den strategischen Rahmen für unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten bis einschließlich 2025 und dient Mitarbeitenden, Führungskräften sowie Entscheidungsträger:innen als Leitbild und Orientierung. Sie gibt eine klare Richtung vor, schafft ein gemeinsames Verständnis unserer Ziele und hilft so dabei, Maßnahmen zu priorisieren.

In der Sustainability Charter haben wir vier Handlungsfelder festgelegt: Materialien, Verpackung, Wiederverwendung & Recycling sowie Emissionen. Diese Handlungsfelder haben wir gemeinsam mit diversen Stakeholder-Gruppen als die für uns strategisch relevantesten Themenblöcke definiert und mit konkreten, ambitionierten Zielen hinterlegt. Diese machen unsere Nachhaltigkeitsziele erstmals quantitativ messbar und helfen uns so, Ressourcen fokussiert einzusetzen und die richtigen Initiativen anzustoßen. Den Erreichungsgrad dieser Ziele messen und steuern wir mit spezifischen Kennzahlen.

## Sustainability Charter: Unsere Nachhaltigkeitsziele bis 2025

	Materialien	Verpackung	Wiederverwendung & Recycling	Emissionen
<b>Unsere Vorsätze</b>	Unsere Produkte helfen, Abfall und Emissionen zu vermeiden. Um diesen Nutzen zu verstärken, reduzieren wir unsere Abhängigkeit von fabrikneuen Kunststoffen und den Fußabdruck unserer Produkte.	Verpackungsmüll ist ein globales Problem. Wir reduzieren unseren Fußabdruck durch weniger Verpackung, weniger fabrikneue Kunststoffe und den Einsatz nachhaltiger Materialien.	Materialien wieder einzusetzen oder einem hochwertigen Recycling zuzuführen, steht für uns an erster Stelle. Wir wollen unseren Produktmaterialien zu einem sinnvollen zweiten Leben verhelfen.	Mit der Reduzierung unseres CO <sub>2</sub> -Fußabdrucks tragen wir direkt zum Klimaschutz bei. Das erreichen wir, indem wir Emissionen minimieren und sinnvolles Offsetting betreiben.
<b>Unsere Ziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fabrikneue Kunststoffe in unserem Kernportfolio um 30% reduzieren bis 2025</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>5.000 Tonnen Verpackungsmaterial einsparen bis 2025</li> <li>Ab 2025 keine fabrikneuen Kunststoffe in neuen Verpackungen</li> <li>100% recyclingfähige Verpackungen zur Förderung der Kreislaufwirtschaft</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Anteil des zurückgewonnenen Ionenaustauschers auf 20% erhöhen bis 2025</li> <li>System zur Aufarbeitung und Wiederverwendung von Wasserspendern bis 2023 einführen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Emissionen aus Scope 1+2 sowie aus Logistik, Fuhrpark und Dienstreisen ab 2023 klimaneutral</li> <li>Unser Weg zu Netto-Null-Emissionen festgelegt bis 2023</li> </ul>

# Was wir bisher erreicht haben und was noch vor uns liegt

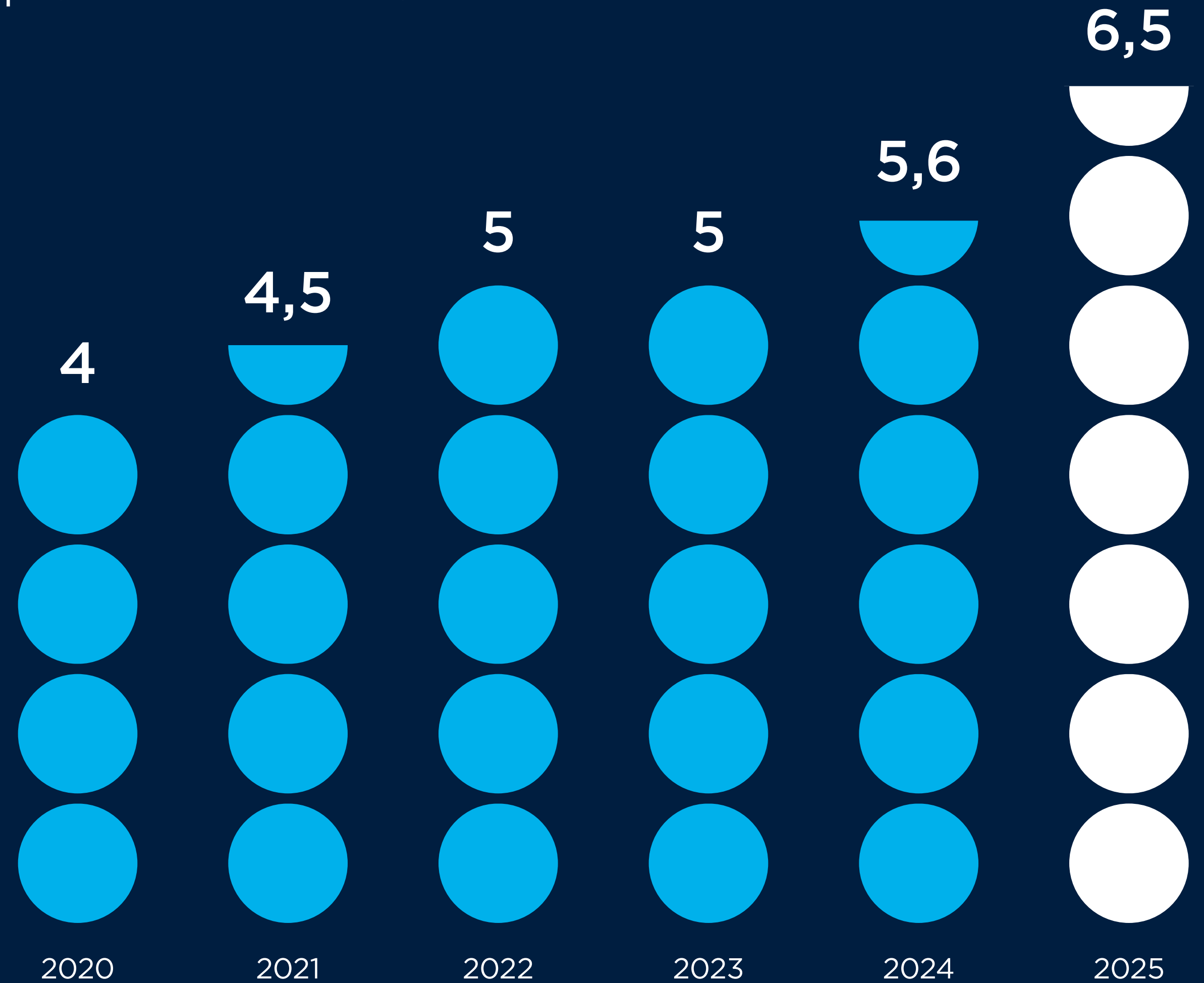


# Product Impact

Der Product Impact gibt an, wie viele Wasserflaschen durch die Nutzung unserer Produkte pro Jahr vermieden werden. Unser Ziel ist es, bis Ende 2025 jährlich 6,5 Milliarden Flaschen einzusparen. Und diesem Ziel kommen wir stetig näher: Während wir 2020 noch mit vier Milliarden jährlich eingesparten Flaschen in die Strategieperiode gestartet sind, ist diese Zahl zum Ende des Jahres 2024 bereits auf 5,6 Milliarden Flaschen angestiegen. Damit leisten wir mit unseren Produkten einen wichtigen Beitrag zur Schonung natürlicher Ressourcen und helfen, Abfall und Emissionen zu vermeiden.



## Vermiedene Wasserflaschen pro Jahr in Milliarden



# Materialien



## Ziel

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

Kunststoff ist aus unserem Alltag kaum wegzudenken. Aufgrund seiner Vielseitigkeit, Leichtigkeit und Kosteneffizienz hat er in vielen Bereichen eine wichtige Rolle eingenommen. Auch für unsere Produkte ist er aktuell noch ein wichtiger Rohstoff. Weil sie mit Trinkwasser in Berührung kommen, unterliegen unsere Produkte strengen Hygienevorschriften. Bei der Auswahl unserer Materialien sind daher neben Nachhaltigkeitsaspekten viele andere Eigenschaften zu berücksichtigen. Wir arbeiten dennoch stets daran, Alternativen zu finden, die eine geringere Umweltbelastung darstellen. Dies ist eine große Herausforderung, denn es gilt, nicht nur Regularien einzuhalten und Produktionsprozesse umzustellen, sondern auch keine Kompromisse bei Qualität oder Sicherheit einzugehen. Zudem muss die Lieferfähigkeit in ausreichenden Mengen jederzeit gewährleistet sein. Und wir machen Fortschritte: Den Anteil fabrikneuer Kunststoffe in unserem Kernportfolio haben wir zum Ende 2024 um 6,4% reduziert. Das bedeutet zwar, dass weitere Anstrengungen nötig sind, um unser Ziel einer Reduzierung um 30% zu erreichen. Wir sind jedoch auf dem richtigen Weg und stolz auf das bisher Erreichte.



## Weniger Neuplastik durch alternative Materialien

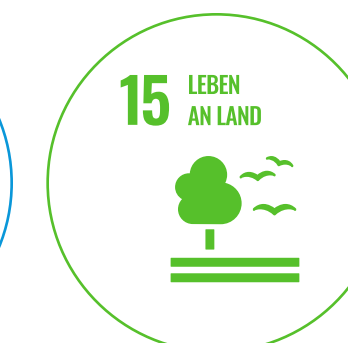
Aktuell setzen wir vor allem auf bio-basierten Kunststoff und Glas als Ersatz für fossiles Plastik. Bio-basierter Kunststoff wird ganz oder teilweise aus nachwachsenden pflanzenbasierten Rohstoffen gewonnen und ist genauso langlebig und recycelbar wie herkömmlicher Kunststoff. Für unsere Produkte verwenden wir ausschließlich bio-basierte Materialien, deren Herkunft wir nachvollziehen können und deren Produktion nicht mit dem Anbau von Lebensmitteln konkurriert. Das bedeutet konkret, dass wir nur bio-basierte Kunststoffe nutzen, die aus Nebenprodukten und Reststoffen anderer Prozesse hergestellt werden und sich entsprechend nicht mehr als Nahrungsmittel eignen. Seit 2021 arbeiten wir mit Lieferanten zusammen, die nach den Vorgaben des ISCC PLUS Labels produzieren. Dieser international anerkannte Zertifizierungsstandard verfolgt das bio-basierte Material über den gesamten Produktionsprozess und stellt so sicher, dass die verwendeten Rohstoffe aus nachhaltigen Quellen stammen.

Die Suche nach nachhaltigen Materialien ist und bleibt auch über die aktuelle Strategieperiode hinaus eine unserer zentralen Aufgaben. Für die meisten unserer Produkte berechnen wir mittlerweile Product Carbon Footprints, die uns unter anderem aufzeigen, an welchen Stellen Potenzial für mehr Nachhaltigkeit besteht. In allen drei Segmenten sind bereits Projekte angestoßen worden, um dieses Potenzial auszuschöpfen. Dabei wollen wir nicht nur den Einsatz von bio-basiertem Kunststoff in unseren Produkten ausbauen, sondern auch weitere Materialoptionen testen. Besonders interessant ist hier Kunststoffzyklal, dessen Anwendung in wasserberührenden Produktteilen zwar aktuell noch herausfordernd ist, aber beispielweise in den Gehäusen unserer Wasserspender verbaut werden kann. Wir arbeiten bereits daran. Zukünftig werden Nachhaltigkeitskriterien obligatorisch in der Entwicklung neuer Produkte berücksichtigt. So werden Ökodesign-Features wie Materialauswahl, Reparierbarkeit und Recyclingfähigkeit von Anfang an mitgedacht.



# Verpackung

Verpackungen sind notwendig, um unsere Produkte während des Transports und der Lagerung zu schützen und sicherzustellen, dass sie in einwandfreier Qualität bei Kunden und Verbraucher:innen ankommen. Gleichzeitig vermitteln sie wertvolle Informationen und sorgen für eine ansprechende Präsentation unserer Produkte im Verkauf. Auch zwischen den verschiedenen Stationen während der Herstellung sind Verpackungen unerlässlich – z.B. für den Transport der Rohmaterialien und Zwischenprodukte. Daher haben wir die Reduktion sowie die Auswahl von Verpackungsmaterialien als wesentliches Handlungsfeld unserer Strategie identifiziert. Bis zum Ende der Strategieperiode wollen wir insgesamt 5.000 Tonnen Verpackungsmaterial einsparen. Ab 2025 wollen wir keine fabrikneuen Kunststoffe mehr in unseren Verpackungen verwenden. Wo sich Verpackungen nicht vermeiden lassen, sollen sie zu 100% recyclebar sein.



In den vergangenen zwei Jahren haben wir uns unseren Zielen erfolgreich genähert. So haben wir beispielsweise seit 2021 durch die Verwendung von Mehrwegverpackungen in der Produktion bereits 445 Tonnen Kartonage eingespart. Hinzu kommen jährlich weitere 13 Tonnen Einsparung allein durch die Verringerung der Materialstärke bei der Stretchfolie, mit der wir die Paletten zu Transportzwecken umwickeln.

Ein weiterer wichtiger Ansatzpunkt zur Reduzierung von Verpackungsmaterialien ist der Onlinehandel, da ein zunehmend größerer Teil unserer Umsatzerlöse über digitale Kanäle erwirtschaftet wird. Durch die zusätzlichen Versandkartons und Füllmaterialien entstehen jedoch unnötig große Mengen an Verpackungsmüll. Um dies zu vermeiden, setzen wir bei bestimmten Produkten auf das sogenannte Ship-in-Own-Container-Konzept. Dabei werden die Produkte in der Originalverpackung ohne zusätzlichen Umkarton versendet. Seit der

Einführung der ersten Verpackungen dieser Art im Jahr 2021 konnten durch diese Initiative bereits ganze 1.060 Tonnen Versandmaterial eingespart werden.

Durch diese und weitere Maßnahmen konnten wir im Bereich der Verpackungen seit 2020 einige beachtliche Erfolge erzielen, an die wir mit künftigen Projekten anknüpfen werden. Insgesamt haben wir zum Ende des Berichtszeitraums 1.550 Tonnen Verpackung vermieden.

Unsere Verpackungseinsparungen hängen direkt mit unserem Verkaufsvolumen zusammen. Aufgrund verschiedener Ereignisse war das Marktgeschehen während der laufenden Strategieperiode unvorhersehbar volatil, sodass wir bisher nicht alle geplanten Maßnahmen umsetzen konnten. Entsprechend sind wir auch bei den Einsparungen noch nicht so weit, wie wir es uns vorgenommen haben. Dennoch sehen wir, dass unsere Initiativen und Maßnahmen Früchte tragen.



**Ziel 2** 100%ige Recyclingfähigkeit unserer Verpackungen

**Status**  auf Kurs



## Hohe Recyclingfähigkeit für mehr Kreislaufwirtschaft

Bei Verpackungen, die sich nicht vermeiden lassen, achten wir auf eine sehr gute Recycling- und Kreislauffähigkeit. Bereits heute sind all unsere Verpackungsmaterialien grundsätzlich recycelbar. Damit haben wir eines unserer strategischen Ziele im Verpackungsbereich bereits Jahre im Voraus erreicht!

Dass wir großen Wert auf die Recyclingfähigkeit unserer Verpackungsmaterialien legen, bedeutet auch, dass einige als nachhaltig wahrgenommene Materialien für uns nicht infrage kommen. Kompostierbare Folien zerfallen beispielsweise nur unter bestimmten Bedingungen, die selbst in industriellen Kompostieranlagen oftmals nicht erreicht werden. Darüber hinaus werden sie aufgrund ihrer Ähnlichkeit mit regulärem Plastik häufig fälschlicherweise im Recycling entsorgt,

wodurch sich die Qualität der Recyclingströme verschlechtert. Wir setzen auf eine unkomplizierte Kreislaufwirtschaft und haben uns daher bewusst für Kartonage und Kunststoff entschieden. Dabei haben wir uns auch hier ein klares Ziel gesetzt: Ab 2025 wollen wir in den Verpackungen neuer Produkte kein fossiles Neuplastik mehr einsetzen. Einen ersten Schritt in diese Richtung haben wir bereits 2022 mit dem BRITA Tischwasserfilter aus Glas getan, bei dessen Verpackung wir komplett auf Plastik verzichtet haben. Ob uns das ab 2025 wirklich bei allen Produktverpackungen gelingen wird, ist aufgrund regulatorischer und hygienischer Anforderungen leider fraglich. Wir geben jedoch nicht auf und arbeiten weiter an Lösungen.

# Wiederverwendung & Recycling



## Ziel 1

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

**Ziel 2** System zur Aufarbeitung von Wasserspendern

**Status**      Refokussierung erforderlich

Bei BRITA wurde Recycling schon früh mitgedacht. Seit mittlerweile mehr als 30 Jahren recyceln und regenerieren wir gebrauchte Kartuschen bzw. deren Ionenaustauscher. Und das direkt bei uns in Taunusstein. Damit leisten wir einen echten Beitrag zur Kreislaufwirtschaft, denn der Ionenaustauscher kann beliebig oft regeneriert und in neuen Produkten eingesetzt werden, ohne an Qualität zu verlieren. Bis Ende 2025 wollen wir den Anteil des recycelten Ionenaustauschers in unseren Produkten auf 20 % erhöhen. Mit Blick auf unsere Wachstumsraten in allen Segmenten und Märkten ist dies ein ehrgeiziges Ziel. Umso beachtlicher sind unsere Ergebnisse: Bereits Ende 2024 lag der Anteil bei 22%!

Doch nicht nur den Ionenaustauscher wollen wir aufbereiten und wiederverwenden. Auch bei den anderen Bestandteilen unserer Kartuschen ist es uns ein Anliegen, sie einer sinnvollen Verwertung zuzuführen. So wird beispielsweise die Aktivkohle von Lieferanten zurückgenommen und reaktiviert. Auch wenn wir diese reaktivierte Aktivkohle nicht wieder in unserer Produktion verwenden können, wird sie in diversen industriellen Anwendungen eingesetzt. Der glasfaserverstärkte Kunststoff unserer Professional Filter Kartuschen findet eine weitere Verwendung in Plastikelementen für die Automobilindustrie. Das Plastikgehäuse der Haushaltskartuschen wird derzeit dem gängigen Recyclingweg zugeführt.



Insgesamt hat unser gesamtes Kartuschen-Portfolio eine sehr gute Recyclingfähigkeit. Im Professional Bereich liegt diese bei etwa 80 bis 85%. Unsere aktuelle MAXTRA PRO Haushaltskartusche kann sogar zu 99% recycelt werden.

Besonders beeindruckend sind unsere bisherigen Erfolge beim Kartuschen-Recycling, da wir bei unseren Zielen wesentlich von der Mitwirkung unserer Kunden und der Verbraucher:innen abhängig sind. Denn wir können nur die Kartuschen recyceln, die an uns zurückgegeben werden. Um unsere Rückholquote zu steigern, haben wir in der laufenden Strategieperiode einige wichtige Maßnahmen angestoßen. So wollen wir es beispielsweise Verbraucher:innen ermöglichen, ihre gebrauchten Haushaltskartuschen bequem und ohne größeren Aufwand an uns zurückzusenden. Zu diesem Zweck haben wir gemeinsam mit Handelspartnern in vielen EMEA- und APAC-Märkten Sammelboxen aufgestellt, in die Verbraucher:innen ihre gebrauchten Kartuschen beim Einkauf einfach einwerfen können. Wir leeren die Sammelboxen regelmäßig und führen die Kartuschen dem Recycling

zu. Die Kartuschen aus unseren europäischen Märkten bringen wir in unsere Recyclinganlage nach Taunusstein. Besonders hier sehen wir, dass sich unsere Initiativen auszahlen: In den vergangenen zwei Jahren konnten wir die Menge der zurückgeführten Haushaltskartuschen in der Region EMEA um insgesamt 11% steigern! Dabei konnten wir in einigen Märkten eine besonders hohe Quote verzeichnen. In Frankreich, wo das Bewusstsein für Recycling bei den Verbraucher:innen stark ausgeprägt ist, haben wir beispielsweise zwischen 2023 und 2024 eine Verbesserung von 25% erreicht. Diese positive Entwicklung ist maßgeblich auf die Ausweitung der Kooperationspartnerschaften und die verstärkte Kommunikation rund um unser Recyclingprogramm zurückzuführen. In inzwischen mehr als 1.300 französischen Einzelhandelsfilialen bieten wir die Möglichkeit der Kartuschenrückgabe. Befragungen haben gezeigt, dass knapp 70% der BRITA Nutzer:innen, die vom Recycling wissen, regelmäßig davon Gebrauch machen. Diese Ergebnisse zeigen, dass die Bereitschaft, Kartuschen zurückzuführen, groß ist – oftmals ist es die Awareness, an der es zu arbeiten gilt.



## Verbesserte Rückholquoten durch Partnerschaften

Aus logistischen und teils regulatorischen Gründen ist es uns derzeit noch nicht möglich, Kartuschen aus Asien und Australien selbst zu recyceln. Daher arbeiten wir in diesen Regionen mit lokalen Partnern zusammen, die das Recycling für uns durchführen. Dabei setzen wir wie bei unserem hauseigenen Recycling hohe Qualitätsstandards und arbeiten ausschließlich mit Partnern zusammen, denen wir vertrauen und deren Recyclingprozess wir nachvollziehen können.

Um die Rückgabe der gebrauchten Kartuschen auch für unsere Professional Filter Kunden zu erleichtern, bieten wir seit 2022 die Möglichkeit, BRITA Sustainability Partner zu werden. Im Rahmen dieser Partnerschaft stellen wir Ready-to-use-Sammelboxen zur Verfügung, die entweder von uns oder einem Partnerunternehmen, oft im Rahmen der regelmäßigen Wartung, abgeholt werden. Für die Teilnahme an der Initiative stellen wir

ein jährliches Zertifikat aus, das dann wiederum für die eigene Nachhaltigkeitskommunikation genutzt werden kann. Die Initiative wird sehr gut angenommen, was sich in der seit Jahren konstant hohen Rückholquote von rund 55% im B2B-Bereich zeigt. Darin enthalten sind auch Kartuschen, die in unseren Wasserspendern eingesetzt werden.

Bei den Wasserspendern liegt unser strategischer Nachhaltigkeitsfokus auf dem Refurbishment, also der Wiederaufbereitung gebrauchter Geräte. In unseren absatzstärksten Märkten Deutschland, Frankreich und Großbritannien wird diese Maßnahme bereits umgesetzt. In einem ersten Schritt wird dabei bewertet, ob ein an uns zurückgegebener Wasserspender repariert bzw. wiederaufbereitet werden kann. Ist das der Fall, werden kritische Teile erneuert, das Gerät gereinigt und als gebrauchtes Modell zu vergünstigten Konditionen

erneut auf den Markt gebracht. Ist ein Wasserspender nicht reparierbar, wird er demontiert und die noch nutzbaren Einzelteile für die Reparatur anderer Geräte verwendet. Geräte, die nicht mehr verwendet werden können, führen wir dem Recycling zu oder entsorgen sie nach den jeweils geltenden Vorschriften. Auch wenn es bereits gute Ansätze im Refurbishment gibt – die zahlreichen Krisen während der vergangenen Jahre sind auch an uns nicht spurlos vorbeigegangen. Im Dispenser Segment war es daher notwendig, die strategischen Ziele neu zu priorisieren. Aufgrund dieser Entwicklungen konnten wir unser ursprüngliches Ziel, das Refurbishment der Wasserspender systematisch auf weitere Märkte und das Produktportfolio auszuweiten, noch nicht erreichen. Aber wir bleiben dran und sind entschlossen, das Ziel zeitnah wieder in den Blick zu nehmen und die entsprechenden Initiativen weiter voranzutreiben.



# Emissionen

Kann wirtschaftlicher Erfolg ohne Klimaschutz überhaupt gelingen? Unsere Antwort lautet: Nein. Daher hat das Thema Carbon Management im Berichtszeitraum eine besondere Rolle eingenommen. Wir sind fest entschlossen, unseren Planeten für zukünftige Generationen zu schützen und unseren Beitrag zur Erreichung der globalen Klimaziele zu leisten. Gemeinsam können wir eine nachhaltigere und grünere Zukunft schaffen, in der wirtschaftlicher Erfolg und Klimaschutz Hand in Hand gehen. Deshalb übernehmen wir Verantwortung für die Emissionen, die durch unsere Geschäftsaktivitäten entstehen.

Um unsere Auswirkungen auf die Umwelt entsprechend zu adressieren, arbeiten wir täglich daran, unseren gruppenweiten CO<sub>2</sub>-Fußabdruck weiter zu reduzieren. Damit leisten wir einen direkten Beitrag zum globalen Klimaschutz.



Was tun wir ganz konkret? Seit 2015 erfassen wir jährlich unseren globalen CO<sub>2</sub>-Fußabdruck gemäß dem Greenhouse Gas Protocol (GHG) Standard. Hierbei betrachten wir sämtliche Tochtergesellschaften der BRITA Gruppe und stellen sicher, dass die Qualität der Daten, die Transparenz und die Genauigkeit unserer Berichterstattung stets die hohen Anforderungen des GHG Protocol Standards sowie unserer Stakeholder erfüllen.

In die Berechnung unseres CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks fließen nicht nur die direkten Emissionen unserer Geschäftsaktivitäten mit ein, sondern auch jene, die in unserem Auftrag ausgestoßen werden. Für das Jahr 2024 konnten wir erstmals vollständige Transparenz über unsere Scope 3 Emissionen erreichen – eine wichtige Grundlage für die Arbeit an unserem erklärten Ziel, ein Net-Zero-Unternehmen zu werden.

In den beiden Berichtsjahren konnten wir gute Fortschritte bei der Reduzierung unseres CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks erzielen. So gelang es uns, die Scope 1 und 2 Emissionen von 2022 bis 2024 insgesamt um 10,2% zu reduzieren. Auch die Emissionen pro produzierter Kartusche sanken – um insgesamt 9,5% seit 2022. Diese Entwicklungen zeigen, dass wir trotz unseres wirtschaftlichen Wachstums nach wie vor auf einem guten Weg sind, unsere Emissionen weiter zu reduzieren. Wesentliche Treiber waren dabei vor allem gezielte und erhebliche Investitionen in unsere Gebäudeinfrastruktur und in die Eigenstromerzeugung. So haben wir beispielsweise mit dem erfolgreichen Ausbau der vorhandenen Photovoltaikanlage zur Versorgung des Hauptgebäudes von BRITA UK einen wichtigen Beitrag zur Reduzierung unserer Treibhausgasemissionen geleistet. Unsere detaillierten Energie- und Emissionskennzahlen sind unter „[Energie und Emissionen](#)“ zu finden.

---

**Ziel 1** Emissionen aus Scope 1+2, Logistik und Dienstreisen CO<sub>2</sub>-neutral ab 2023

**Status**  vorerst pausiert

---

**Ziel 2** Bis 2023 Weg zu Netto-Null-Emissionen festlegen

**Status**  voraussichtlich Ende 2025

## Unser Weg zu Net-Zero

Unser Ziel war es, bis Ende 2023 unseren Weg zu Net-Zero zu definieren. Dieses Ziel haben wir, wenn auch verspätet, erreicht. Denn wir haben im Herbst 2024 einen offiziellen Letter of Commitment unterschrieben und bei der Science Based Targets initiative (SBTi) eingereicht. Damit haben wir uns auch formell dazu verpflichtet, kurzfristige Reduktionsziele bis 2023 festzulegen und bis 2050 Netto-Null-Emissionen zu erreichen – ein wichtiger Schritt in Richtung einer nachhaltigen Zukunft. Um den Prozess zu begleiten und die unternehmensweiten Net-Zero-Ziele in allen Geschäftsbereichen zu verankern, haben wir Ende 2024 im ersten Schritt das BRITA Net-Zero Board ins Leben gerufen. Das Board setzt sich aus der Führungsebene verschiedener Unternehmensbereiche zusammen und wird gemeinsam mit dem Sustainability Team die umfassende

Net-Zero 2050 Roadmap mit Reduktionszielen und Aktionsplänen erarbeiten. Die Mitglieder des Boards verantworten in ihren Bereichen die Übersetzung der festgelegten Ziele in passende Maßnahmen und überprüfen regelmäßig deren Umsetzung sowie die Zielerreichung. Durch diese Herangehensweise stellen wir sicher, dass Nachhaltigkeit in allen Unternehmensbereichen gleichermaßen mitgedacht wird und kontinuierliche Verbesserungen und Fortschritte erzielt werden.

Bei der Ausarbeitung der Net-Zero-Roadmap haben wir beschlossen, das zweite Ziel im Bereich Emissionen vorerst ruhen zu lassen. Dieses Ziel betrifft nicht vermeidbare Emissionen aus Scope 1 und 2 sowie aus der Logistik, der Fahrzeugflotte und aus Dienstreisen, die durch Kompensation neutral gestellt werden sollen.

Einerseits wollen wir die Vorgaben der SBTi berücksichtigen, die eine Kompensation nur unter bestimmten Bedingungen ermöglichen. Andererseits haben wir seit der Festlegung des Ziels im Jahr 2020 viele Erkenntnisse gewonnen und die öffentlichen Diskussionen zum Thema CO<sub>2</sub>-Kompensation verfolgt. Auf Basis dieser Erkenntnisse haben wir uns entschieden, den Fokus unserer Anstrengung auf die Reduzierung und Vermeidung von Emissionen zu legen. Klar ist: Auf dem Weg zu Net-Zero werden auch wir langfristig nicht ohne die Kompensation von CO<sub>2</sub>-Emissionen auskommen. Wenn wir jedoch Emissionen kompensieren, dann möchten wir dies mit Bedacht und unter Anwendung höchster Qualitätsstandards tun. Mit Projekten, die zu BRITA passen und einen echten Beitrag zum Klimaschutz leisten. Dafür nehmen wir uns die Zeit, die wir benötigen.

**Stefan Hother** – Director Technical Department APAC, BRITA China

## „Nachhaltigkeit ist für mich keine Abteilung, sondern eine Haltung“

### In meinem Element bin ich, wenn ...

... Technik und Natur nicht im Widerspruch stehen. Ich leite ein zwölfköpfiges Entwicklungsteam an unserem Standort in Suzhou – eine moderne, boomende Stadt nahe Shanghai. Gemeinsam arbeiten wir an OEM-Produkten, also an Lösungen, die BRITA in Kooperation mit Partnern auf den Markt bringt. Was mich antreibt und begeistert: Technik, die durchdacht ist und Rücksicht auf unsere natürlichen Lebensgrundlagen nimmt.

Ich komme ursprünglich aus der Wasserchemie. Filtertechnologie ist für mich mehr als nur ein berufliches Thema. Und Nachhaltigkeit ist für mich keine Abteilung. Sie ist eine Haltung. Hier habe ich gelernt, mich für Details zu interessieren. Etwa, wenn wir für unsere Produkte Recyclingmaterialien einsetzen oder bei den Verpackungen nachhaltige Kartons ohne lackierte, vierfarbbedruckte Hüllen verwenden und natürliche Materialien wie Bambusvlies anstelle von Kunststofffolien nutzen.

### Was ich bewegen will ...

Ich glaube, dass Nachhaltigkeit nicht von oben verordnet werden kann. Sie muss mitgedacht werden – in jeder Entscheidung. In China ist das manchmal eine Herausforderung. Es gibt viele gute Entwicklungen, etwa beim Thema Mülltrennung, aber echtes Umdenken geschieht nicht auf Knopfdruck. Es beginnt bei den kleinen Entscheidungen, bei uns allen. So möchte ich Partner und Kunden von unseren ressourcenschonenden Ideen und Konzepten überzeugen, auch wenn man dafür viel Geduld und Überzeugungskraft mitbringen muss.

### Was ich weitergeben möchte ...

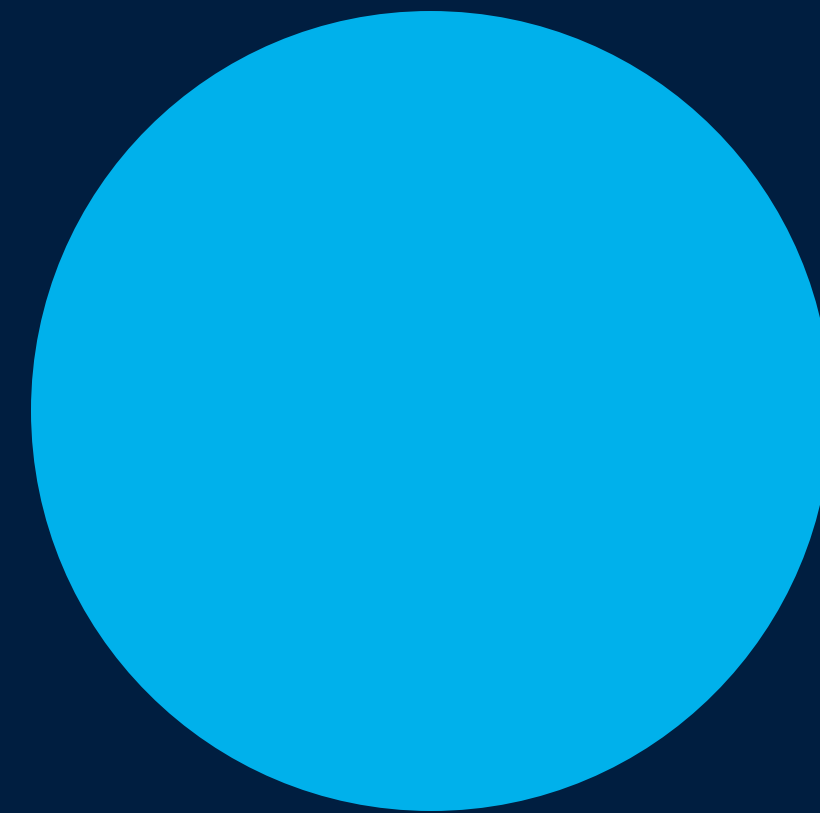
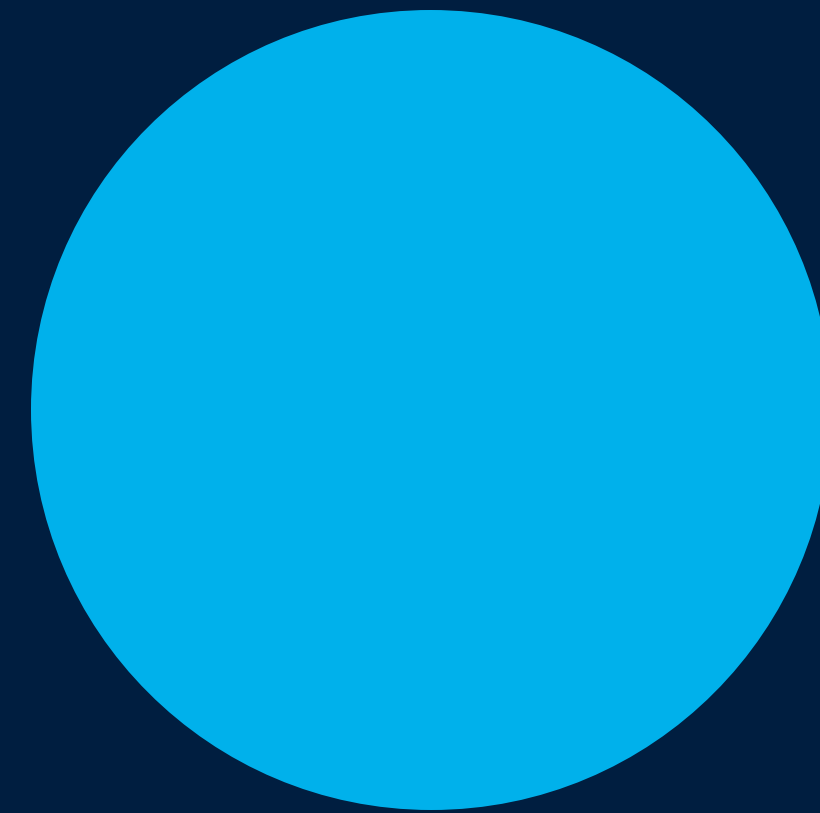
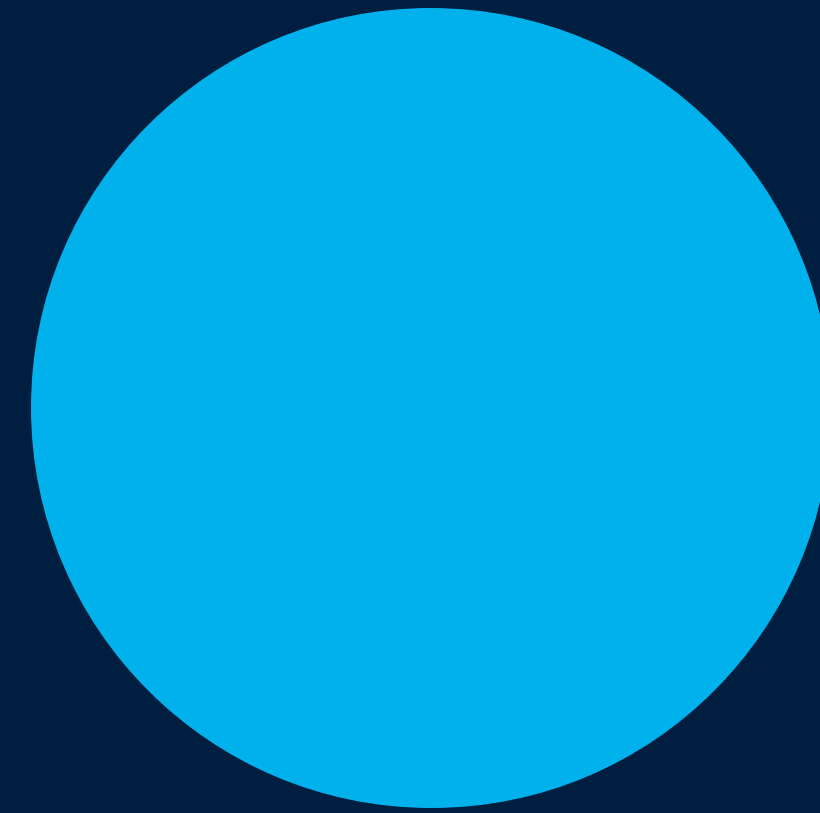
Verantwortung endet nicht mit der letzten Produktfreigabe. Sie reicht weiter und betrifft auch die Frage, wie wir leben. Gemeinsam mit meiner Frau engagiere ich mich seit Jahren im Tierschutz: In Zusammenarbeit mit einer Tierschutzorganisation retten wir Straßentiere in China und vermitteln sie an Familien in Deutschland. Bisher konnten wir über 100 Hunde retten. Vier Katzen leben inzwischen bei uns im Büro. Sie gehören dazu und erinnern mich jeden Tag daran, worauf es ankommt. Ich wünsche mir, dass wir als Unternehmen und als Gesellschaft verstehen: Nachhaltigkeit ist nichts, das man einmal abhakt. Es ist etwas, das man kontinuierlich und dauerhaft pflegt.



Stefan Hother leitet das Technical Department APAC und lebt seit sieben Jahren in China.

Gemeinsam mit seinem Team entwickelt er nachhaltige OEM-Produkte – mit technischem Know-how, klarem Blick und viel persönlichem Antrieb.

# Zahlen & Fakten





Auch über unsere strategischen Handlungsfelder hinaus setzen wir innerhalb unseres Unternehmens verschiedene Nachhaltigkeitsinitiativen um. In diesem Kapitel geben wir einen ausführlichen Einblick in unsere Nachhaltigkeitsprojekte, wichtige Kennzahlen und die Verantwortlichkeiten in verschiedenen Bereichen.

# Woran wir uns messen lassen

Um Abläufe und Prozesse in unserer Organisation effizienter zu steuern und stetig zu verbessern, haben wir für Qualität, Umwelt- und Arbeitsschutz zertifizierte Managementsysteme eingeführt. Auch unsere Kunden und Geschäftspartner erwarten von uns, dass wir Ressourcen und Energie mit Bedacht einsetzen und Maßnahmen zum Schutz von Mitarbeitenden implementiert und nachweisbar sind.



# Standortzertifizierungen

		ISO 9001	ISO 14001	ISO 45001	ISO 22000	BRC	SMETA
<b>Filterkartuschen</b>	BRITA Deutschland	●	●	●		●	●
	BRITA UK	●	●	●		●	●
	BRITA China	●	●	●			●
<b>Wasserspender</b>	BRITA Italien	●	●	●			
	BRITA VIVREAU DE	●	●	●			
<b>CO<sub>2</sub>-Zylinder</b>	Filltech	●			●		



Nachdem unser Werk in Italien im Oktober 2023 die ISO-Zertifizierung durchlaufen hat, erfüllen nun sämtliche Produktionsstandorte für unsere Filterkartuschen und Wasserspender die Standards der Normen ISO 9001 für Qualitätsmanagement, ISO 14001 für Umweltmanagement und ISO 45001 für Arbeitsschutz. Die Standorte in Deutschland und Großbritannien besitzen darüber hinaus noch die BRC-Zertifizierung für Lebensmittelsicherheit und haben, genauso wie unser Produktionsstandort in China, ein Social Audit nach SMETA durchlaufen. Auditiert werden dabei jeweils die Bereiche Sicherheit, Gesundheit, Umwelt und Geschäftsethik. Die Filltech GmbH, die CO<sub>2</sub>-Kartuschen für Sprudlersysteme befüllt, besitzt ebenfalls eine Zertifizierung nach ISO 9001 sowie nach ISO 22000 für Lebensmittelsicherheit. Und als erster Vertriebsstandort hat BRITA VIVREAU im Dezember 2024 die ISO-Zertifizierungen 9001, 14001 und 45001 erhalten. Aber auch unabhängig von Zertifizierungen und Auszeichnungen gelten an allen unseren Standorten einheitliche Anforderungen an Qualität, Arbeitssicherheit und Umweltschutz.

Vorangetrieben werden unsere Maßnahmen in den Bereichen Arbeits- und Umweltschutz von verschiedenen Abteilungen und Verantwortlichen. Dazu gehören das HSE-Team (Health, Safety & Environment) im Headquarter, die Produktion, das Gebäudemanagement, aber auch das Sustainability Team und die HSE-Verantwortlichen an den Produktionsstandorten. Auch unsere Tochtergesellschaften leisten durch zahlreiche verschiedene Initiativen einen wertvollen Beitrag. Durch regelmäßige interne und externe Audits stellen wir sicher, dass wir die richtigen Schwerpunkte setzen und unser Umweltmanagement kontinuierlich verbessern. Die Vielzahl an Maßnahmen, die wir jedes Jahr umsetzen, zeigt deutlich, dass Umweltschutz fest in unserer Unternehmenskultur verankert ist und dass wir uns für eine nachhaltige Zukunft einsetzen.

# Verbräuche senken, Effizienzen heben





Die Energie, die wir zum Betrieb unserer Gebäude und Produktionsanlagen benötigen, werden als CO<sub>2</sub>-Emissionen in Scope 1 und 2 erfasst. Deshalb setzen wir alles daran, diese Verbräuche kontinuierlich zu senken. Das Energiemanagement fällt dabei in den Verantwortungsbereich der Abteilung Group Real Estate. Sie sorgt auch dafür, dass wir alle gesetzlichen Anforderungen einhalten, wie beispielsweise regelmäßige Energieaudits gemäß DIN 16247 an allen relevanten Standorten. Kolleg:innen aus der Produktion und dem Bereich Industrial Engineering arbeiten eng mit Group Real Estate zusammen, um Verbesserungspotenzial zu identifizieren und Optimierungsprojekte anzustoßen – sowohl im laufenden Betrieb als auch bei Neubau und Sanierungen.

In den vergangenen zwei Jahren haben wir mehrere wichtige Infrastrukturprojekte zum Abschluss gebracht, die u.a. dazu beigetragen haben, unseren Energieverbrauch zu reduzieren. Dazu gehören z.B. der Umzug in den neuen BRITA Campus und der Ausbau der Photovoltaikanlage an unserem Standort in Großbritannien. Der neue Campus verfügt über diverse bauliche und technische Eigenschaften, die zu einer deutlich verbesserten Energieeffizienz beitragen. Dazu zählen beispielsweise die natürliche Regenwasserkühlung und ein Erd-

wärmesondenfeld. Dadurch wird weniger Energie zur Temperierung der Gebäude benötigt. Auch die Holz-Beton-Hybridbauweise des Campus trägt zur Verbesserung der CO<sub>2</sub>-Bilanz unserer Gebäudeinfrastruktur bei.

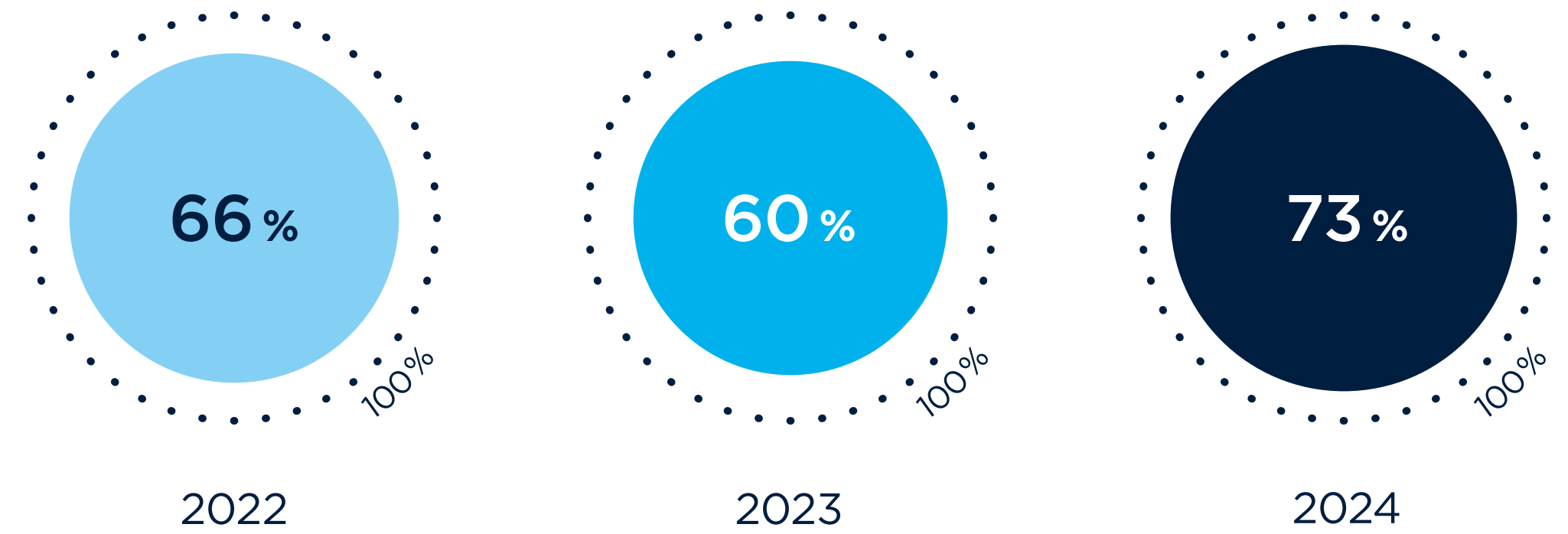
Im Bereich des direkten Energieverbrauchs zeigte insbesondere die voranschreitende Elektrifizierung des Fuhrparks Wirkung. Auch unsere Energieintensität, gemessen in Kilowattstunden pro 1.000 Euro Umsatz, verbesserte sich in den vergangenen zwei Jahren um 9,9% auf nunmehr 50,7. Seit Beginn der Strategieperiode 2020 konnten wir hier sogar eine Verbesserung von 25% erzielen.

Der Stromverbrauch der BRITA Gruppe ist im Berichtszeitraum insgesamt zwar leicht um 3,9% angestiegen. Der Anteil von zertifiziertem Ökostrom am Gesamtstromverbrauch lag bis Ende 2024 jedoch bei 73% – eine Steigerung von 11,2% seit 2022. Zu berücksichtigen ist außerdem, dass mit der Konsolidierung der LARQ Inc. nun ein zusätzlicher Standort in die Berechnung der Scope 2 Emissionen einfließt.

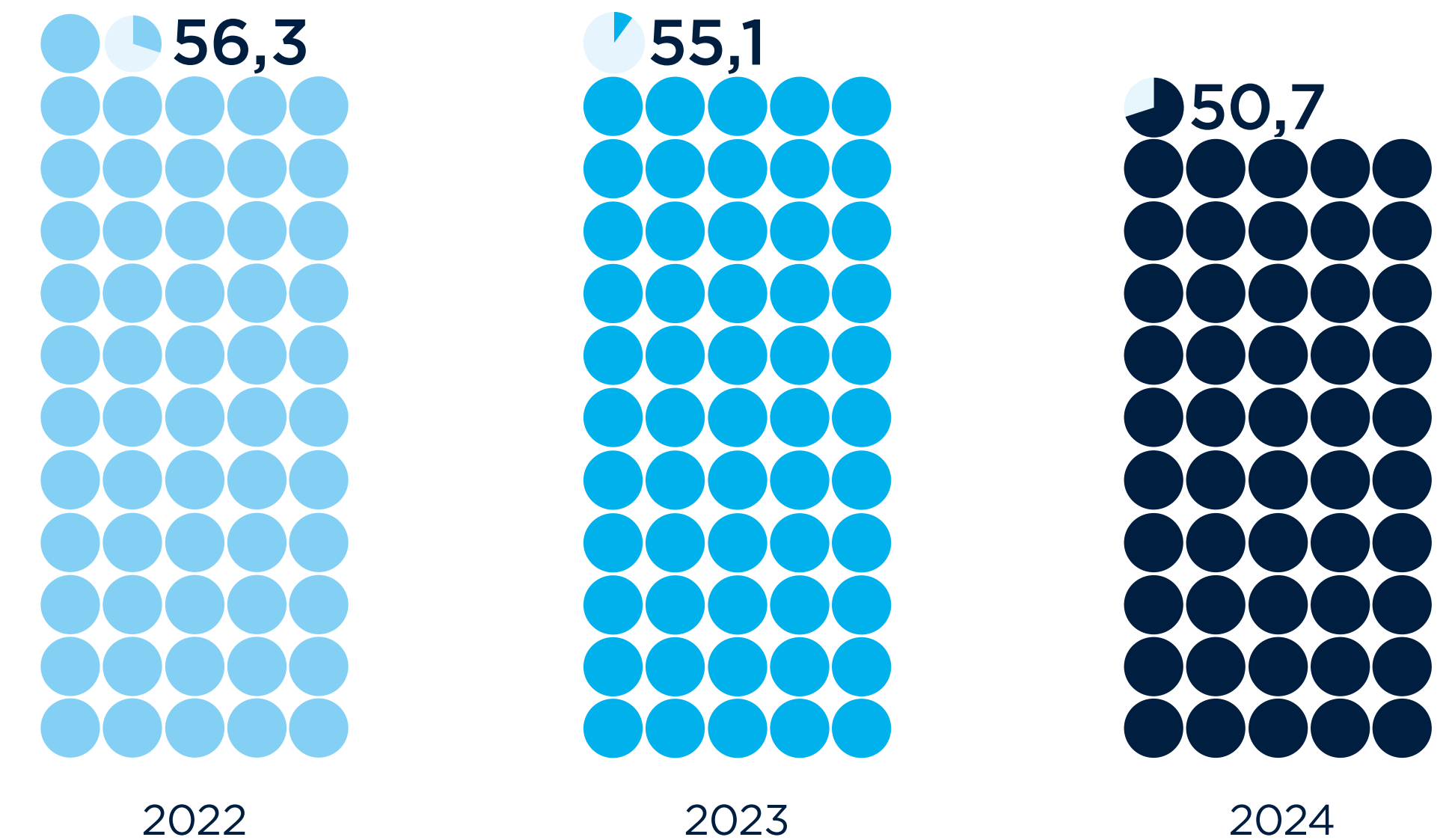
Energieverbrauch (in MWh)

	2022	2023	2024
<b>Direkter Energieverbrauch</b>	25.174	26.136	24.187
Brennstoffe	15.274	14.001	14.217
Kraftstoffe	9.497	12.118	9.970
<b>Indirekter Energieverbrauch (Strom)</b>	12.205	11.947	12.679
<b>Gesamter Energieverbrauch</b>	37.379	38.081	36.866

Anteil Ökostrom am Gesamtverbrauch der BRITA Gruppe



Energieintensität (in kWh/1.000 Euro)



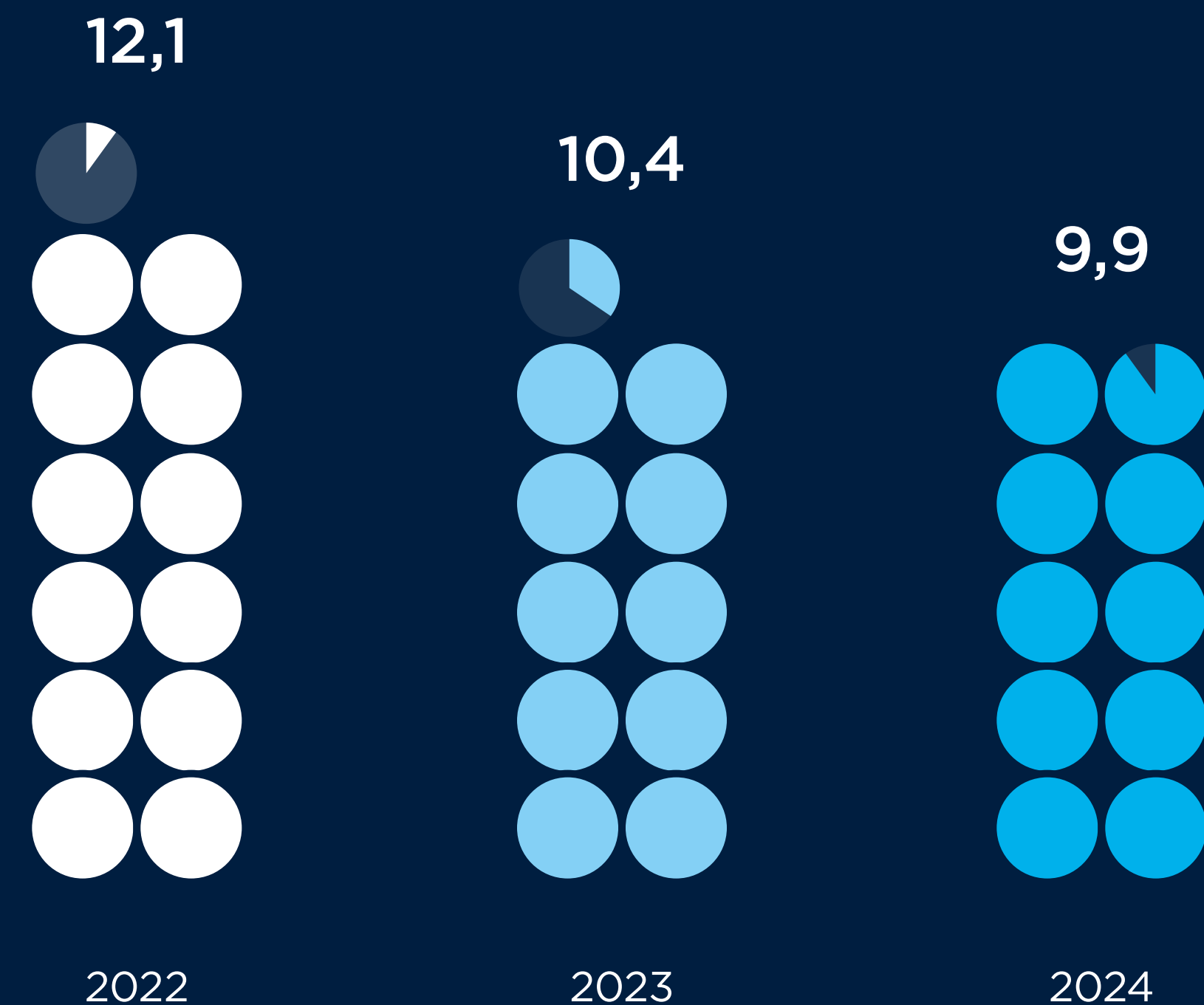
## Emissionen konsequent reduzieren

Auch bei den Emissionen konnten wir seit 2022 beachtliche Fortschritte erzielen. So gelang es uns, die direkten (Scope 1) und die indirekten Emissionen (Scope 2) um jeweils mehr als 10% auf 5.337 Tonnen respektive 1.882 Tonnen zu senken. Gleichzeitig konnten wir die Emissionsintensität im selben Zeitraum um 18% reduzieren. Seit 2020 verzeichnen wir hier sogar eine Verbesserung von fast 30%. Diese Ergebnisse zeigen, dass sich die zahlreichen Maßnahmen, die wir seit Beginn der Strategieperiode angestoßen und umgesetzt haben, auszahlen. Und dass es uns gelingt, unser stetiges Wachstum von unseren Emissionen aus Scope 1 und 2 zu entkoppeln.

Seit 2015 erfassen wir unsere Scope 1 und 2 Emissionen jährlich und in vollem

Umfang. Für 2024 ist es uns zum ersten Mal gelungen, die vollständige Transparenz über unsere Scope 3 Emissionen, also jene Emissionen, die entlang unserer Wertschöpfungskette entstehen, zu erlangen. Entsprechend sind durch die zusätzlich aufgenommenen Emissionskategorien unsere berechneten Emissionen aus Scope 3 seit 2022 stark angestiegen (rückwirkend auch für 2023 berechnet). Insgesamt lag der Scope 3 im Jahr 2024 bei 159.946 Tonnen und machte damit 95,7% unseres gesamten CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks aus. Die Hauptemissionsquellen waren dabei in beiden Berichtsjahren zugekaufte Materialien und Bauteile (2023: 59,2%, 2024: 59,8%), die Entsorgung und Verwertung verkaufter Produkte (2023: 18,1%, 2024: 20,0%) sowie die Nutzung verkaufter Produkte (2023: 8,3%, 2024: 7,0%).

### Emissionsintensität Scope 1+2 (in kg CO<sub>2</sub>/1.000 Euro)



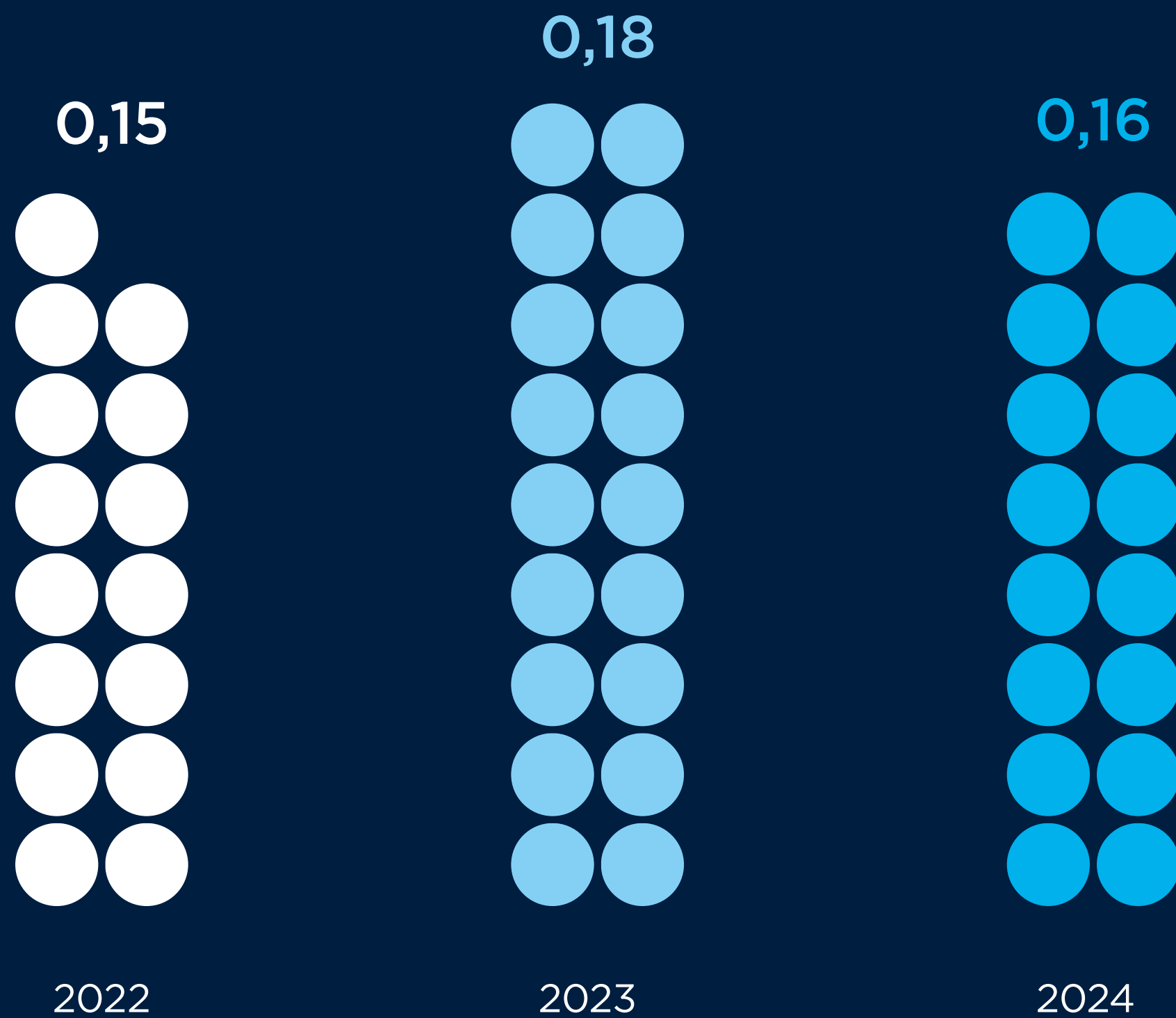
Treibhausgasemissionen (in t CO<sub>2</sub>)

	2022	2023	2024	Verteilung 2024
Scope 1: direkte Emissionen	5.940	5.323	5.337	3%
Scope 2: indirekte Emissionen	2.103	1.826	1.882	1%
Gesamtemissionen Scope 1+2	8.043	7.149	7.219	4%
Scope 3: weitere Emissionen	82.745	152.926	159.946	96%
<b>Gesamtemissionen</b>	<b>90.788*</b>	<b>160.074</b>	<b>167.165</b>	<b>100%</b>

\* Scope 3 noch nicht vollständig erfasst

# Effizient, kontrolliert, sauber

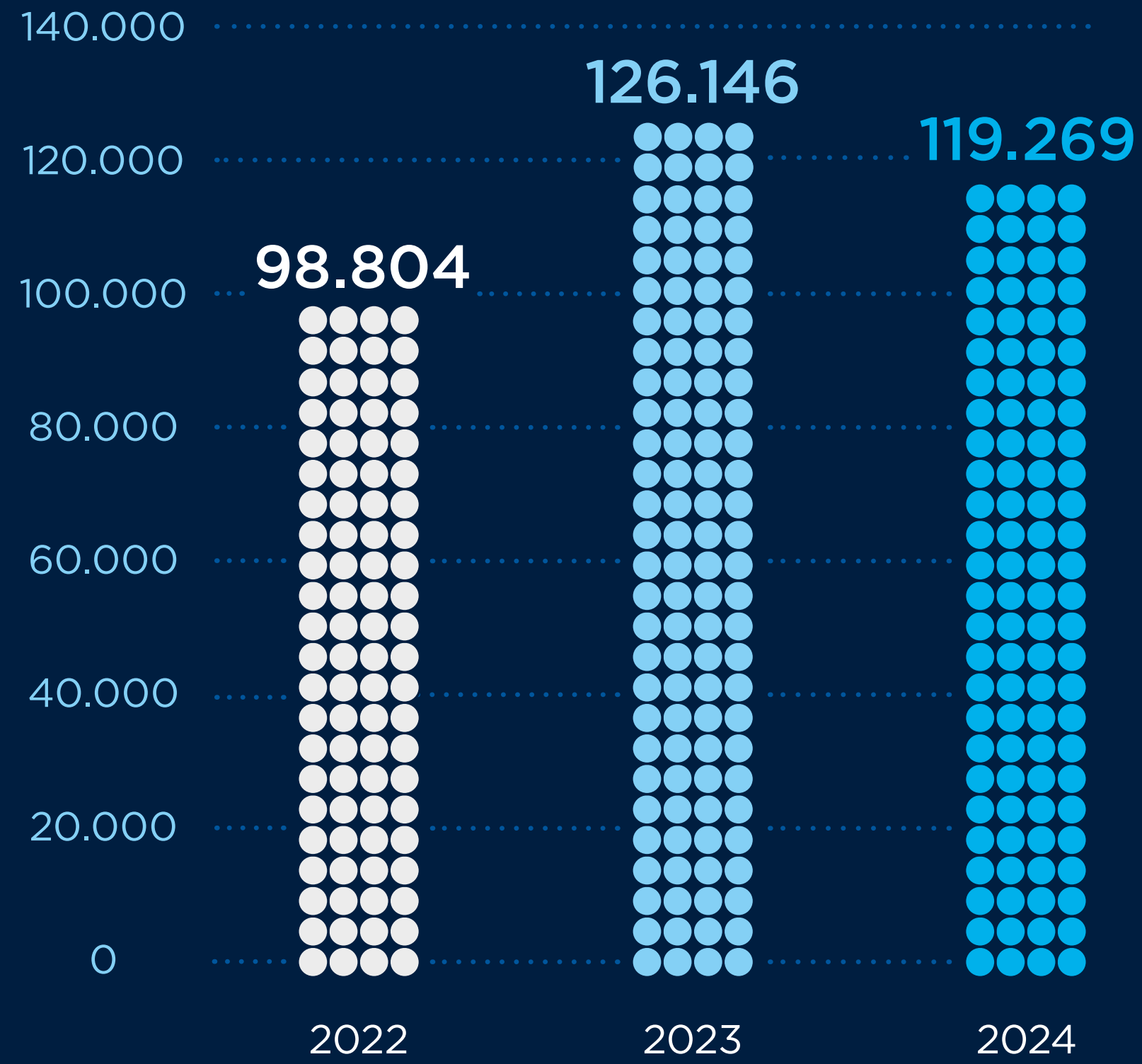


Wasserintensität in m<sup>3</sup>/1.000 Euro

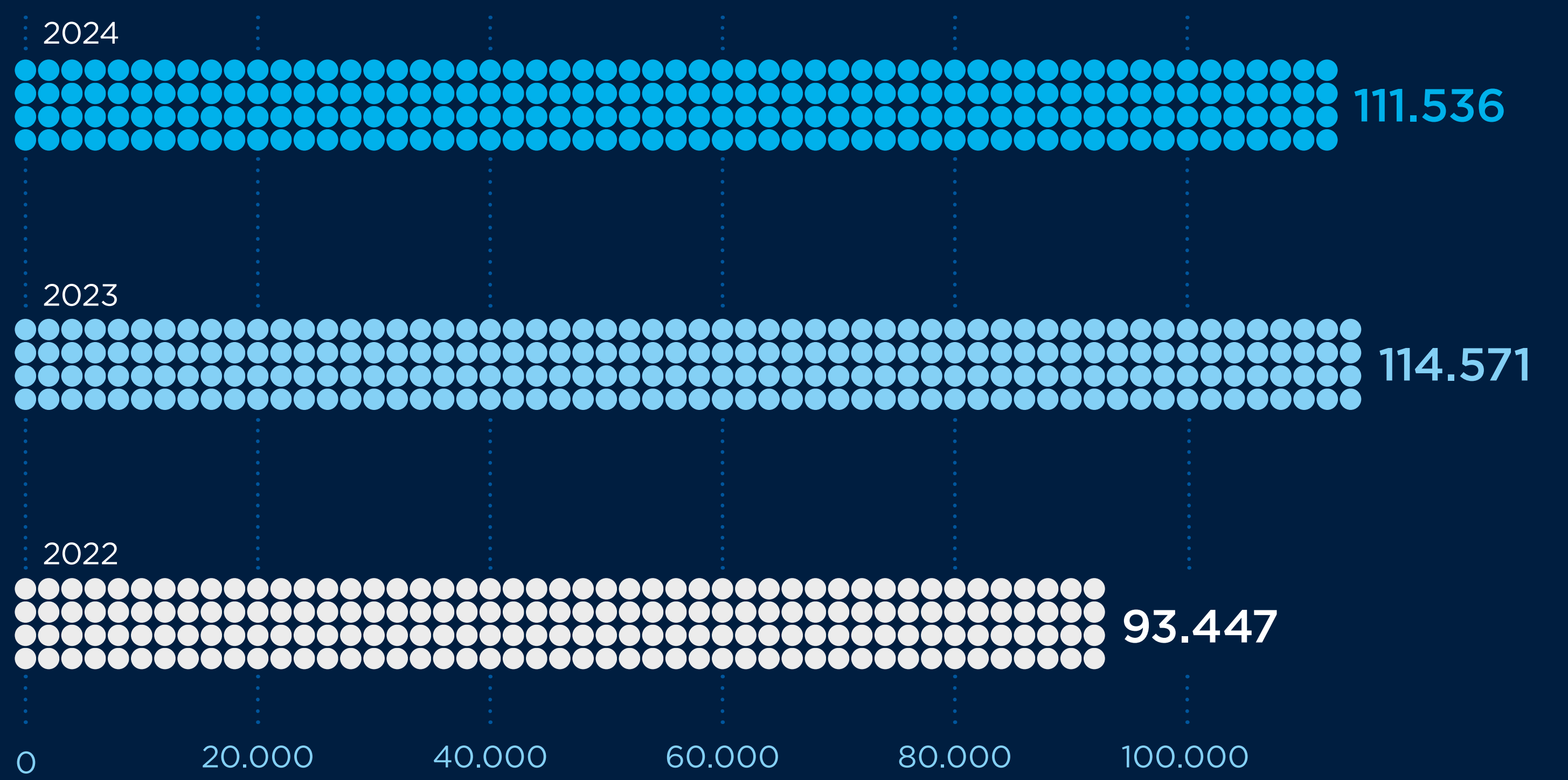
Gruppenweit verbrauchen wir das meiste Wasser für die Dampfsterilisation unserer Filterkartuschen, für den Betrieb unserer Gebäude und für das Regenerieren des erschöpften Ionenaustauschers in unserem Recyclingprozess in Taunusstein. Das hierfür benötigte Wasser beziehen wir jeweils aus der lokalen Trinkwasserversorgung. Wir arbeiten kontinuierlich daran, unseren Wasserverbrauch vor allem in der Produktion und im Regenerierprozess zu reduzieren. Wo möglich, setzen wir außerdem auf eine interne Kreislaufführung, um die benötigten Mengen an Frischwasser zu reduzieren.

Die Ressource Wasser hat für uns einen besonderen Stellenwert. Daher gewährleisten wir mithilfe unserer hauseigenen Aufbereitungsanlage, dass aus dem Regenerierprozess für den erschöpften Ionenaustauscher in Taunusstein ausschließlich einwandfreies Wasser in die Kanalisation zurückgeleitet wird. Dabei überwachen wir die Grenzwerte kontinuierlich und lassen sie mehrfach im Jahr durch externe, unabhängige Prüfstellen kontrollieren. Bisher kam es zu keinem Vorfall, bei dem ein Gewässer verunreinigt wurde. Im Jahr 2024 wurden insgesamt etwas mehr als 111.000 m<sup>3</sup> Wasser der kommunalen Abwasserbehandlung zugeführt.

Wasserverbrauch (in m<sup>3</sup>)



Abwassereinleitung in kommunale Abwasserbehandlung (in m<sup>3</sup>)





## Unsere Abfallbilanz

Die von uns im Jahr 2024 produzierte Menge an nicht gefährlichen Abfällen betrug insgesamt 3.517 Tonnen und ist damit im Vergleich zu 2022 um rund 13% zurückgegangen. Aufgrund der Umzüge mehrerer Tochtergesellschaften und des Umzugs in den neuen BRITA Campus fiel im Jahr 2024 einmalig eine hohe Menge an Sperrmüll an, die unter sonstige Abfälle verbucht wurde. Die Fluktuation der anderen Abfallarten ist auf reguläre Schwankungen des Produktionsvolumens und sonstiger Tätigkeiten zurückzuführen. Wie in den Vorjahren machen auch im Berichtszeitraum Kunststoffe, PPK und Restmüll den größten Anteil unserer nicht gefährlichen Abfälle aus. Holzabfälle entstehen hauptsächlich bei der Entsorgung von nicht reparaturfähigen Paletten und Verpackungsmaterial im Dispenser Segment.

Der Anteil der gefährlichen Abfälle ist in den vergangenen zwei Jahren mit 2-2,5% gleichbleibend gering geblieben. Den mit Abstand größten Posten bei den gefährlichen Abfällen stellt Elektroschrott dar, der hauptsächlich durch die Entsorgung von Wasserspenderteilen entsteht, im Berichtszeitraum aber auch durch Entsorgung alter Elektrogeräte im Rahmen unserer Umzüge beeinflusst wurde.

Mit 68% wurde der Großteil unserer Gesamtabfallmengen 2024 recycelt. Es ist unser Ziel, diesen Anteil weiter zu steigern und somit eine erfolgreiche Kreislaufwirtschaft zu fördern. Zusätzlich wurden 31% der Verbrennung mit Energiegewinnung zugeführt. Weniger als 1% unseres weltweiten Abfallaufkommens wurde 2024 deponiert.

## Nicht gefährliche Abfälle (in t)

	2022	2023	2024
Kunststoffe	557	798	850
Papier, Pappe, Kartonagen (PPK)	1.064	1.024	1.055
Restmüll*	1.927	1.137	1.121
Metalle	96	45	28
Holz	384	371	353
Sonstige Abfälle**	30	36	111
<b>Nicht gefährliche Abfälle gesamt</b>	<b>4.058</b>	<b>3.413</b>	<b>3.517</b>

\* inkl. Küchen- und Gewerbeabfälle

\*\* inkl. Bauabfälle, Batterien, Glas und Elektroschrott

## Gefährliche Abfälle (in t)

	2022	2023	2024
Elektroschrott	43	62	65
Restmüll*	13	0	0
Klärgrubenschlamm	13	19	15
Chemikalien	7	3	4
Bauabfälle	4	0	0
<b>Gefährliche Abfälle gesamt</b>	<b>80</b>	<b>84</b>	<b>84</b>
<b>Abfälle gesamt</b>	<b>4.138</b>	<b>3.497</b>	<b>3.601</b>

# Mitarbeitende im Fokus





Unser Erfolg als Unternehmen beruht nicht nur auf innovativen Produkten und hochwertigen Services. Es sind insbesondere unsere Mitarbeitenden, die durch ihren täglichen Einsatz, ihre Leidenschaft und ihr Einfallsreichtum unsere Unternehmenskultur prägen und uns nach vorne bringen. Ohne sie wäre BRITA nicht BRITA. Dafür möchten wir etwas zurückgeben: ein inspirierendes und positives Arbeitsumfeld sowie einen fairen Umgang miteinander über Hierarchieebenen hinweg.

Ein wichtiger Bestandteil unseres Betriebsklimas ist die Mitarbeitendenvertretung. Seit 1999 vertritt der deutsche Betriebsrat die Mitarbeitenden an unserem Hauptsitz in Taunusstein, in unserer Produktion in Bad Camberg sowie in unserem Zentrallager in Beselich. Er besteht aktuell aus 15 Personen. Die Zusammenarbeit zwischen Betriebsrat, Geschäftsführung und Personalabteilung zeichnet sich seit jeher durch gegenseitigen Respekt, Fairness und eine Gesprächskultur auf Augenhöhe aus. Seit unserer Umfirmierung im Jahr 2022 gibt es bei BRITA außerdem einen SE-Betriebsrat. Dieser hat keine Mitbestimmungsrechte, sondern ist ausschließlich für länderübergreifende Themen zuständig, insbesondere den Austausch von Informationen. Der

SE-Betriebsrat setzt sich aus neun Vertreter:innen der fünf größten europäischen Landesgesellschaften zusammen. Darüber hinaus gibt es weitere lokale Betriebsräte an unseren Standorten in Italien und Frankreich.

Weltweit bieten wir unseren Mitarbeitenden faire und im lokalen Markt wettbewerbsfähige Gehälter. Zusätzlich bieten wir eine Vielzahl freiwilliger Zusatzleistungen, die sich zwar in den einzelnen Ländern unterscheiden, aber jeweils an die lokalen Gegebenheiten und Bedürfnisse unserer Mitarbeitenden angepasst sind. Unsere jährlichen Leistungsbeurteilungen sind stets objektiv und orientieren sich an den spezifischen Anforderungen der jeweiligen Positionen.

Zu den angebotenen Zusatzleistungen gehören u. a. flexible Arbeitszeiten, großzügige Regelungen für Remote Work, umfangreiche Angebote zur Gesundheitsvorsorge sowie zeitgemäße Arbeitsplätze und -ausstattung. Zukünftig wollen wir unser Angebot an Zusatzleistungen stärker global betrachten und steuern.



Bei BRITA glauben wir fest an lebenslanges Lernen. Daher liegt uns die Aus- und Weiterbildung unserer Mitarbeitenden besonders am Herzen. Wir bieten verschiedene Möglichkeiten der fachlichen und persönlichen Weiterentwicklung, wie beispielsweise das berufsbegleitende Studium, externe Fortbildungen oder interne Schulungen in der BRITA Akademie, die wir sowohl online als auch im Präsenzformat anbieten. Die möglichen Themen bilden ein breites Spektrum ab: von Führungskompetenz und Selbstmanagement über Software-Skills bis hin zu Sprachen und Persönlichkeitsentwicklung. Für die Bereiche Marketing, Sales und Reporting & Analytics bieten wir in sogenannten Functional Academies spezifische Weiterbildungsangebote. Über unser vielfältiges

E-Learning-Angebot können Mitarbeitende außerdem ihr Wissen über unsere Produktpalette vertiefen.

Im Jahr 2017 haben wir das BRITA Opportunities for Leadership Development (BOLD) Programm ins Leben gerufen. In diesem Programm bilden wir vielversprechende Mitarbeitende zu unseren Führungskräften von Morgen aus. In dem dreijährigen modularen Programm lernen Teilnehmende durch geschäftsbezogene Projekte, Workshops und persönliches Mentoring, Führungsverantwortung zu übernehmen. Und diese Methode der Nachwuchsförderung hat sich bewährt: Mittlerweile besetzen wir knapp zwei Drittel aller offenen Führungspositionen mit internen Talenten.

Zur jährlichen Bewertung und Entwicklung unserer Mitarbeitenden setzen wir an allen Standorten auf einen einheitlichen Prozess. Die im Jahr 2020 eingeführte SuccessFactors-Software trägt zur Transparenz und Zielgerichtetheit des Prozesses bei. Sie bietet den Mitarbeitenden die Möglichkeit einer umfassenden Selbsteinschätzung und die Chance, ihre berufliche Entwicklung aktiv mitzugestalten. Um auch unternehmensseitig immer im Bilde zu sein, wo wir durch Weiterbildung Potenziale auf- und ausbauen können, haben wir 2024 die ersten Skill-Gap-Analysen als Pilotprojekt im Bereich Digital Marketing durchgeführt. Unser Ziel ist es, diese Vorgehensweise systematisch zu erweitern und auf weitere Bereiche zu übertragen.

# Unser Team auf einen Blick





Qualifizierte und gut ausgebildete Mitarbeitende sind das Fundament unseres langfristigen Erfolgs. Und mit unserem Unternehmen wächst auch unsere BRITA Familie. Auch zwischen 2022 und 2024 ist die Gesamtzahl der Mitarbeitenden um 7,6% angestiegen. Gleichzeitig ist die Fluktuationsrate im gleichen Zeitraum von 15,2% auf 10,4% gesunken.

Auf globaler Ebene blieb die Verteilung der Mitarbeitenden nahezu unverändert. In der Region APAC waren 2024 8% unserer Mitarbeitenden tätig, was einem Rückgang von einem Prozentpunkt gegenüber dem Vorjahr entspricht. In der Region NOAM lag der Anteil der Mitarbeitenden über beide Jahre konstant bei 3%. In China ist der Anteil der Mitarbeitenden leicht angestiegen: Während 2023 noch 6% der BRITA Mitarbeitenden an unserem chinesischen Standort tätig waren, waren es 2024 7%. Sowohl 2023 als auch 2024 arbeitete mit einem Anteil von 82% der Großteil unserer Kolleg:innen in der Region EMEA, insbesondere an unseren deutschen Produktionsstandorten und dem Headquarter in Taunusstein. Aufgrund der dort ansässigen wichtigen Zentralfunktionen wie z. B. Einkauf, Research & Development, IT und Operations ist insgesamt auch der regionale Beschäftigungsanteil auf konstant hohem Niveau.

### Verteilung Mitarbeitende nach Regionen (in %)\*

	2022	2023	2024
<b>EMEA</b>	83	82	82
<b>APAC</b>	8	9	8
<b>China</b>	7	6	7
<b>NOAM</b>	2	3	3

\* ohne LARQ

## Verteilung Mitarbeitende nach Geschlecht (in %)\*

2022 2023 2024

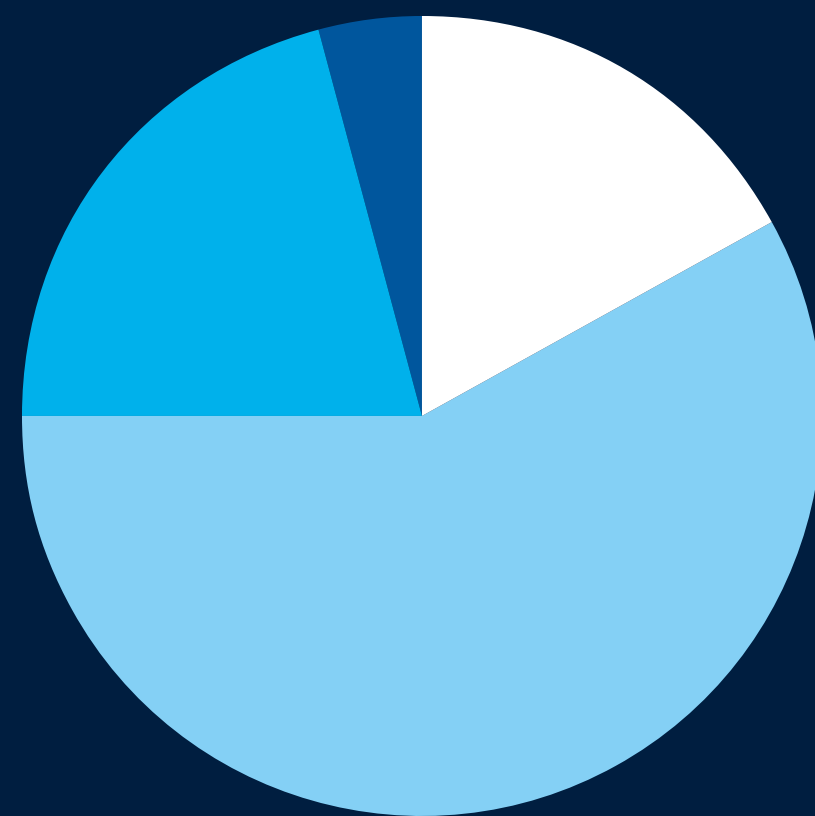
Weiblich	38,4	39,6	39,9
Männlich	61,6	60,4	60,0
Divers	n/a	n/a	0,1

## Verteilung Führungskräfte nach Geschlecht (in %)\*

2023 2024

2023	2024
38,6	38,3
61,4	61,7

## Altersstruktur der Mitarbeitenden 2024\*



- bis 30 Jahre (17%)
- 31-50 Jahre (58%)
- 51-60 Jahre (21%)
- über 60 Jahre (4%)

Vielfalt ist einer unserer Kernwerte. Wir sind davon überzeugt, dass unsere Teams von Diversität profitieren. Unser Ziel ist es, in unserem gesamten Unternehmen eine Atmosphäre zu schaffen, in der sich alle gleichermaßen wertgeschätzt und fair behandelt fühlen und ihr Potenzial voll entfalten können. Aktuell arbeiten bei BRITA Mitarbeitende aus 66 Nationen zusammen. Mit Blick auf die Verteilung der Belegschaft nach Geschlecht lag der Anteil der weiblichen Mitarbeitenden 2024 bei 39,9%. Bei den Führungskräften ist der Anteil der Frauen im gleichen Zeitraum nahezu konstant geblieben. 0,1% der Belegschaft identifizierten sich als divers. Da wir diese Kategorie erst seit 2024 erfassen, liegen für die vorangegangenen Jahre entsprechend keine Daten vor. Im Jahr 2024 waren 17% der BRITA Mitarbeitenden 30 Jahre oder jünger. Der Großteil der Beschäftigten fällt in die Altersgruppe 31-50 Jahre. Weitere 21% der Belegschaft sind zwischen 51 und 60 Jahre alt, während 4% das 60. Lebensjahr überschritten haben.

Wir wollen unseren Mitarbeitenden eine langfristige Perspektive bei BRITA bieten. Daher sind gruppenweit 87% der Beschäftigten unbefristet angestellt. Im Jahr 2023 lag der Anteil der tariflich beschäftigten Mitarbeitenden der BRITA SE in Deutschland bei 53% und 2024 bei 52%. Damit liegt der Wert konstant auf hohem Niveau. Im gleichen Zeitraum bezogen jeweils 38% ein außertarifliches Gehalt. Der Anteil der Werkstudierenden lag in beiden Berichtsjahren konstant bei 7%. Die übrigen 2% im Jahr 2023 und 3% im Jahr 2024 der Kolleg:innen befanden sich in einem tariflichen Ausbildungsverhältnis.

# Präventiv handeln



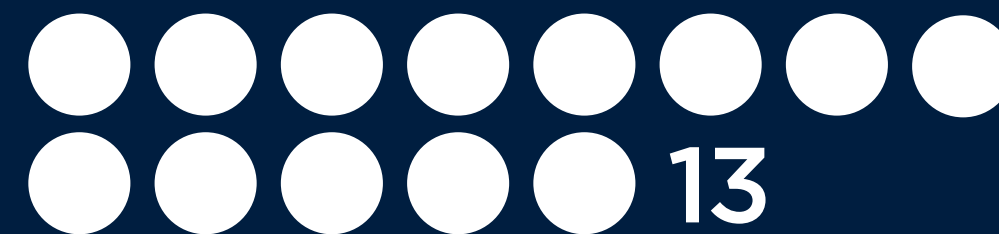
Der BRITA Arbeitsschutz wird von der Abteilung Health, Safety & Environment (HSE) organisiert. Sie inspiziert regelmäßig Arbeitsplätze und kontrolliert Prozesse. Ziel ist es dabei, potenzielle Risiken frühzeitig zu identifizieren und gegebenenfalls erforderliche Schutzmaßnahmen zu ergreifen. Das HSE-Team berichtet regelmäßig an den Vorstand, berät zu Themen rund um den Arbeitsschutz und legt verbindliche gruppenweite Standards fest. Darüber hinaus nehmen alle Mitarbeitenden jährlich an Schulungen zu Arbeits- und Gesundheitsschutz teil.

Die Arbeit von HSE trägt dazu bei, dass sich die Anzahl der Arbeitsunfälle und Unfallquoten seit vielen Jahren auf einem konstant niedrigen Niveau bewegt. Im Jahr 2024 gab es in der BRITA Gruppe 28 Arbeitsunfälle, die insgesamt 343 Ausfalltage verursachten. Die daraus resultierende Unfallquote beläuft sich auf 6,7 Unfälle pro einer Million Arbeitsstunden. Wie in den Vorjahren ist Unachtsamkeit die Hauptursache für Unfälle. Schwerwiegende Unfälle oder gar Todesfälle gab es nicht. Bei allen gemeldeten Unfällen wurden umgehend Sofortmaßnahmen eingeleitet und gemeinsam mit den Verantwortlichen wurden, wo angebracht, zusätzliche Schutzmaßnahmen eingeführt.

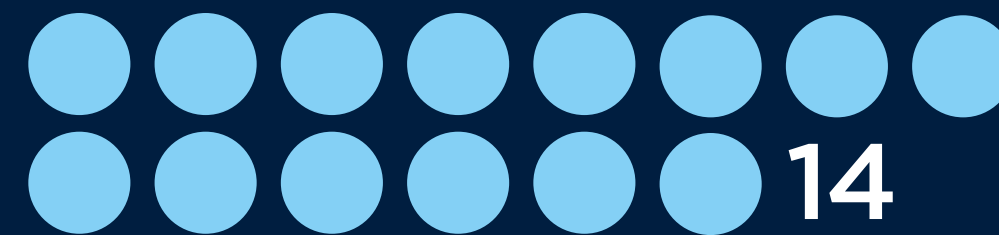
## Übersicht Arbeitsunfälle

### Anzahl Arbeitsunfälle\*

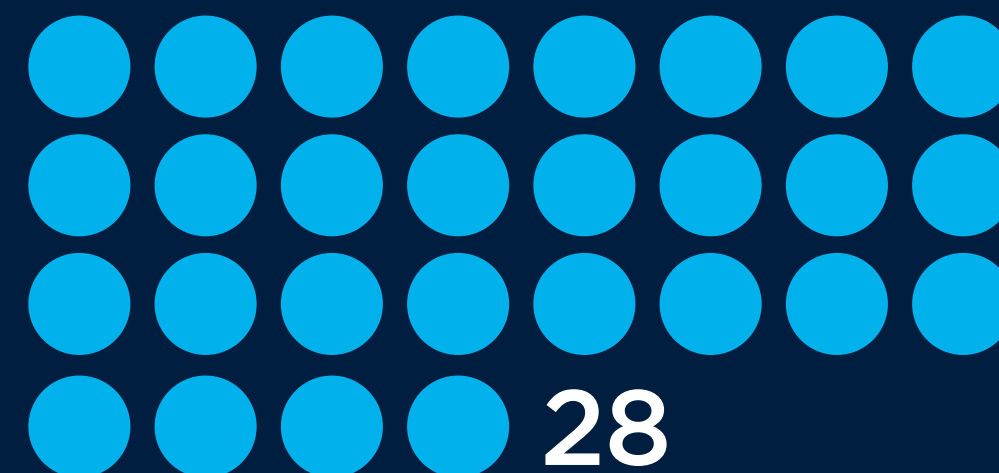
2022



2023



2024



### Unfallquote pro 1 Mio. Arbeitsstunden\*

2022



2023



2024



\* Meldepflichtige Unfälle im Rahmen der Geschäftstätigkeit mit Ausfallzeiten  $\geq 1$  Tag; Berechnungsgrundlage: 1.840 Stunden jährlich pro Vollzeitarbeitskraft; bezieht sich auf die BRITA SE, alle Produktionsstandorte sowie BRITA Schweiz und BRITA Vivreau Deutschland und UK.



## BRITA Vital: Gesundheit ganzheitlich denken

Auch für die physische und mentale Gesundheit unserer Mitarbeitenden wollen wir einen Beitrag leisten. Daher bieten wir seit einigen Jahren mit dem BRITA Vital Programm ein breites Spektrum an kostenlosen Gesundheitsvorsorgemaßnahmen und Unterstützungsangeboten an unseren Standorten in Deutschland an. Dazu gehören regelmäßige Hautscreenings, Herzchecks und Impfungen. Außerdem bieten wir eine Beratungshotline für alle Lebenslagen sowie verschiedene Sportangebote und -Challenges an. Zusätzlich gibt es einen Newsletter, in dem jeden Monat ein neues Thema rund um ein gesundes und vitales Leben vorgestellt wird, sowie Angebote zu Ernährung, Resilienz und Work-Life-Balance.

Auch in unseren Tochtergesellschaften wollen wir die Gesundheit der Mitarbeitenden fördern. Seit einigen Jahren gibt es bereits an unseren weltweiten Standorten diverse Initiativen und Aktionen, die seit 2023 auch unter dem Schirm von BRITA Vital durchgeführt werden. In jedem Land treibt ein Vital Ambassador Gesundheitsthemen in der eigenen Organisation voran und koordiniert den lokalen Gesundheitszirkel, der aus freiwilligen Mitarbeitenden besteht. Außerdem finden in regelmäßigen Abständen internationale Abstimmungstreffen statt, in denen Erfahrungen ausgetauscht, Best Practices und Veranstaltungsideen geteilt und so Synergien genutzt werden können.



Christoph Petersen leitet den Newsroom bei BRITA.

Was ihn umtreibt? Dass man versteht, worum es bei Nachhaltigkeit und bei Diversität wirklich geht – in einer Gesellschaft, in der die gemeinsamen Grundlagen zunehmend infrage gestellt werden.

**Christoph Petersen** – Managing Editor BRITA Newsroom

## „Nachhaltigkeit ist eine Einstellung gegenüber allem, was verletzlich ist“

### In meinem Element bin ich, wenn ...

... Nachhaltigkeit vielschichtig erzählt werden darf. Ich komme aus dem Journalismus, habe Politikwissenschaft und Soziologie studiert. Und vielleicht bin ich deshalb besonders hellhörig, wenn es um einfache Wahrheiten geht. Denn oft sind sie nicht einfach – und auch nicht wahr.

Im BRITA Newsroom arbeiten wir daran, die Kommunikation unseres Unternehmens zu stärken, indem wir in Themen denken. Denn komplexe Zusammenhänge wie „Wasser – Mikroplastik – Kreislaufwirtschaft“ lassen sich nicht in Claims oder Slogans auflösen. Vielmehr verdienen sie es, ausführlich erzählt zu werden. Mit Respekt für die Komplexität. Und mit Klarheit in der Haltung.

### Was ich bewegen will ...

Ich sehe Nachhaltigkeit nicht nur als Umweltbegriff, sondern als Einstellung gegenüber allem, was verletzlich ist – Natur, Gesellschaft, Mensch. Deshalb interessiere ich mich auch für soziale Fragen. Ich habe bei BRITA ein BOLD-Projekt mitgestaltet, das Diversität im Unternehmen fördert und an der Tone-of-Voice Guideline mitgeschrieben – mit dem Ziel, Sprache inklusiver zu machen.

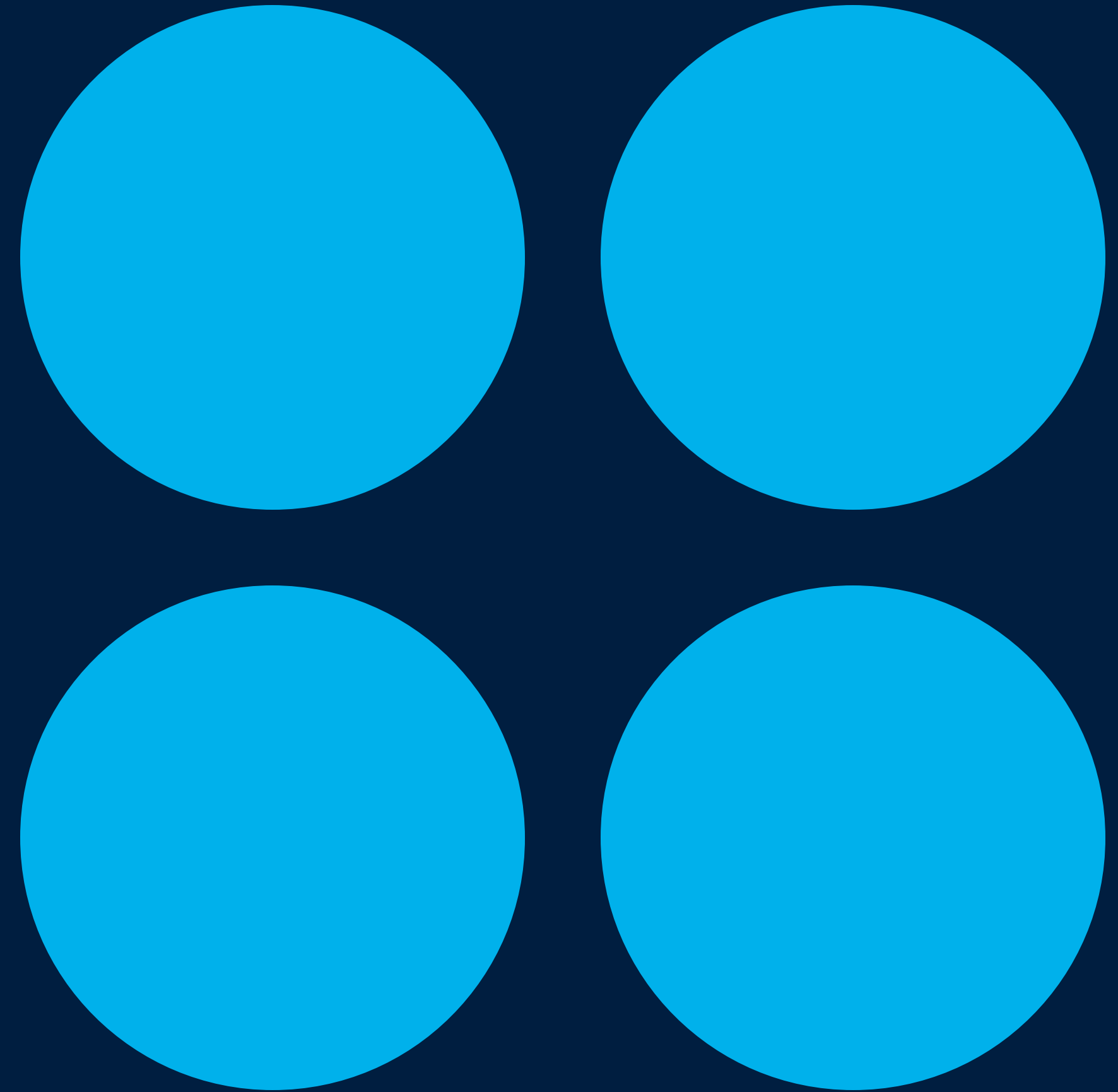
Ich bin überzeugt: Wer Vielfalt ernst nimmt, muss sie sichtbar machen. Und wer Nachhaltigkeit ernst nimmt, darf sie nicht auf Umweltthemen reduzieren. Die Dinge sind selten einfach. Aber das macht sie nicht weniger wichtig. Wir sollten sie nicht mit dem Label „zu schwierig“ abtun.

### Was ich weitergeben möchte ...

Ich weiß, dass gesellschaftlicher Fortschritt kein Selbstläufer ist, sondern etwas, das erkämpft und verteidigt werden muss. Gerade in einer Zeit, in der errungene Rechte wieder infrage gestellt werden. Diversität ist für mich kein Modethema. Es ist eine Frage von Respekt. Von Zugehörigkeit. Und von Gerechtigkeit.

Was ich weitergeben möchte? In meinem Job vielleicht dies: Kommunikation kann mehr als Informationen vermitteln. Sie kann Haltung zeigen. Sie kann Differenz aushalten. Und sie kann helfen, eine Welt zu gestalten, in der mehr Menschen gehört werden und weniger ausgeschlossen sind.

# Social Impact



# Mit Ideenreichtum gegen die Wasserknappheit

## World Water Day: Tackling Water Scarcity

Was ist, wenn kein Wasser mehr aus dem Wasserhahn kommt? Genau dieses Szenario drohte 2018 in Kapstadt Realität zu werden. Die südafrikanische Metropole stand kurz vor dem sogenannten „Day Zero“ – dem Tag, an dem die städtische Wasserversorgung vollständig zusammenbricht. Nur durch das entschlossene, gemeinschaftliche Handeln der Bevölkerung konnte diese Krise verhindert werden. Das ist nur eine von insgesamt zwölf bewegenden Geschichten, die BRITA zum Weltwassertag am 22. März 2024 als Teil der Worldwide Water Stories aufgezeichnet hat. Mit der Initiative wollen wir das Engagement von Menschen, Innovator:innen und

Organisationen sichtbar machen, die mit kreativen Lösungsansätzen der weltweiten Wasserkrise begegnen. Seit seiner Einführung im Jahr 1993 macht der Weltwassertag darauf aufmerksam, dass Milliarden von Menschen weltweit keinen Zugang zu sauberem Trinkwasser und sanitären Einrichtungen haben. Der Schutz von Wasser und der nachhaltige Umgang mit dieser lebenserhaltenden Ressource sind für uns bei BRITA eine Herzensangelegenheit. Daher möchten wir durch unsere Unterstützung des Weltwassertags Bewusstsein schaffen und andere inspirieren, sich gemeinsam mit uns für den sicheren Trinkwasserzugang für alle einzusetzen.

Die Geschichten handeln von Menschen, die Wasserknappheit überwunden haben und sich mit großem Engagement für den Zugang zu Trinkwasser einsetzen. Sie bieten neue Perspektiven, stärken unser Verständnis für diese globale Herausforderung und laden dazu ein, Teil eines gemeinsamen, friedensfördernden Wandels zu werden.

Im Folgenden stellen wir drei dieser Geschichten vor. Die ausführlichen Videos und alle weiteren Worldwide Water Stories finden sich auf der [Website](#) – ein Besuch lohnt sich!



## Eine Geschichte über den Traum eines Erdbeerbefeldes in Kenia



Eric Bosire, ein Visionär aus Kenia, wuchs in einer landwirtschaftlich geprägten Gemeinschaft auf, die unter extremen Wetterbedingungen litt. Überschwemmungen und lange Dürreperioden machten eine nachhaltige Bewirtschaftung fast unmöglich – meist blieb nur eine Erntesaison pro Jahr. Aus dem Wunsch heraus, etwas zu verändern, entwickelte Eric eine wirkungsvolle Lösung: Ein System, das Regenwasser speichert und mithilfe von Solarenergie für die Tröpfchenbewässerung nutzbar macht. Damit gelingt es, Felder auch in Trockenzeiten zu bewässern – und sogar Erdbeeren anzubauen, wo zuvor nur Wüste war.

Dieses System fördert die Unabhängigkeit lokaler Kleinbauern und macht sie resilienter. Inspiriert von Eric's Engagement unterstützte BRITA dieses Projekt 2023 mit einer Spende in Höhe von 15.000 Euro, um Kleinbauern in Kenia dabei zu helfen, Wasser effizient zu nutzen, ihre Einkommensquellen zu sichern und langfristige Perspektiven aufzubauen.



## Wenn einer Stadt das Wasser ausgeht: Der Umgang mit einer drohenden Katastrophe.

Kapstadt ist von Wasser umgeben und doch von extremer Wasserknappheit betroffen. 2018 stand die Metropole kurz vor dem „Day Zero“ – dem Tag, an dem die städtische Wasserversorgung vollständig eingestellt werden sollte. Die Wasseraktivistin Helen Moffett erlebte hautnah, wie Menschen unter Aufsicht von Polizei und Militär stundenlang an Wasserstellen anstehen mussten. Nur durch das entschlossene Handeln der Bevölkerung konnte die Krise damals abgewendet werden. Doch für Helen war klar: Das war kein Einzelfall. Klimawandel, Bevölkerungswachstum und eine veraltete Infrastruktur stellen große Herausforderungen dar. Helen setzt sich seitdem mit voller Hingabe für den Wasserschutz ein. Was als einfacher Blog mit Alltagstipps zum Wassersparen begann, entwickelte sich schnell zu einer vielbeachteten Bewegung. Ihre praktischen Tipps verbreiteten sich viral und mündeten schließlich in der Veröffentlichung eines Buches. Ihr Ziel: Menschen für den sparsamen, verantwortungsvollen Umgang mit Wasser zu sensibilisieren, bevor sich ähnliche Krisen erneut ereignen.



## Wasser aus dem Nebel: Ein Wald als Wasserspender

Saúl Oliva Cabrera verfolgt eine klare Vision: Einen Wald schaffen, der sich selbst sowie seine Umgebung langfristig mit Wasser versorgen kann. Seine Lösung: Nebelwassersammler, die Feuchtigkeit aus der Luft auffangen und nutzbar machen. Auf den Kanarischen Inseln, wo natürliche Wasserquellen zunehmend versiegen und viele Wälder bereits verschwunden sind, schafft Saúl mithilfe dieser Technologie die Grundlage für großflächige Aufforstung. Die Nebelwassersammler dienen dabei der Bewässerung junger Bäume – mit

dem Ziel, in rund 40 Jahren einen eigenständigen Wald entstehen zu lassen, der das lokale Wassersystem nachhaltig stärkt.

Die Anwendung ist denkbar einfach und vielseitig: Auch abgelegene Gemeinden und landwirtschaftliche Betriebe profitieren von dieser innovativen, leicht zugänglichen Technologie. Saúl teilt seine Erfahrungen inzwischen auch international und trägt so zur globalen Lösung der Wasserknappheit bei.

## Der Blick in die Zukunft

Unser Einsatz für den nachhaltigen Umgang mit Wasser und unsere Awareness-Initiativen sind keine One-Off-Aktionen. So wollen wir in den kommenden Jahren die Worldwide Water Stories weiterentwickeln, neue Geschichten erzählen und zusätzliche Projekte fördern. Gleichzeitig werden wir weitere Initiativen rund um das Thema Wasserschutz starten, um der BRITA Identität langfristig gerecht zu werden.





# Mit Herz und Hand für die Umwelt

Auch unsere Tochtergesellschaften in Asien setzten in den letzten zwei Jahren zahlreiche Nachhaltigkeitsinitiativen um. Das Ziel war dabei nicht nur, der Natur und der Gesellschaft etwas zurückzugeben, sondern auch das Umweltbewusstsein der Mitarbeitenden zu stärken. Die Initiativen stehen exemplarisch dafür, wie jede:r Einzelne durch lokales Handeln zu einer besseren Welt beitragen kann – ganz im Sinne unseres gemeinsamen Nachhaltigkeitsgedankens bei BRITA.

## Gemeinsam für saubere Strände und Seen

In China sind Strandreinigungsaktionen längst ein fester Bestandteil unseres Nachhaltigkeitsengagements. Ende 2024 trafen sich erneut 16 BRITA Mitarbeitende am Sanjia-Hafen in Shanghai, um gemeinsam mit Freiwilligen aus der Gemeinde Heqing in Pudong den dortigen Strand zu säubern. Unterstützt von einer lokalen Umweltschutzinitiative konnten dabei insgesamt 248 Kilogramm Meeresmüll – darunter Plastikflaschen, Glasflaschen und sogar ein alter Gefrierschrank – eingesammelt und fachgerecht entsorgt werden.

Auch das Team von BRITA Hongkong setzt sich mit viel Engagement für saubere Küsten ein. Im Rahmen einer jährlichen Strandreinigung in Shui Hau, organisiert in Kooperation mit der gemeinnützigen Umweltschutzorganisation The Green Earth, sammelten die Teilnehmenden – darunter auch BRITA Group CFO Stefan Jonitz – beeindruckende 135 Kilogramm Müll.

Anlässlich des Weltwassertags im März 2024 initiierte BRITA Indien gemeinsam mit der Nichtregierungsorganisation The Anonymous Indian Charitable Trust ein Umweltprojekt zum Schutz des Tarahunise-Sees in Bangalore. Die Initiative umfasste eine Kombination aus lokaler Mobilisierung, der Einbindung von Mitarbeitenden und einer begleitenden Online-Kampagne zur Sensibilisierung der Öffentlichkeit. Ein zentrales Element war die Errichtung kleiner schwimmender Inseln oder Pflanzenflöße: Sie bieten Lebensraum für Tiere, filtern das Wasser auf natürliche Weise und fördern so das ökologische Gleichgewicht des Sees. Mit dem Projekt unterstützt BRITA Indien gezielt die Verbesserung der Wasserqualität sowie das Wohlbefinden und die Gesundheit der lokalen Gemeinschaft.



## Bäume pflanzen für Klima, Wasser und Biodiversität

Wälder leisten einen zentralen Beitrag im Kampf gegen den Klimawandel und zum Erhalt der Biodiversität. Im Zuge der Kooperation mit The Green Earth nahm BRITA Hongkong an einer Baumpflanzaktion teil, die nicht nur einen wichtigen Umweltbeitrag leistete, sondern den Teilnehmenden auch die Möglichkeit bot, der Natur näherzukommen.



Bereits seit 2007 engagiert sich auch BRITA Japan im Rahmen des Mt. Fuji Forest Restoration Project für Wiederaufforstung – denn wer Berge und Wälder pflegt, schützt auch Wasser und Leben. Gemeinsam mit der Non-Profit-Organisation Donguri und Menschen aus der Umgebung entstehen artenreiche Wälder und sauberes Wasser für kommende Generationen – ganz im Sinne der BRITA Vision. Im Jahr 2024 pflanzten 28 Teilnehmende rund 150 Setzlinge von Buche, Mizunara-Eiche und Magnolie. Trotz körperlicher Anstrengung war die Aktion von Sinnhaftigkeit und Gemeinschaftsgefühl geprägt. Besonders berührend: Einige der in früheren Jahren gepflanzten Bäume sind inzwischen stattlich gewachsen.

## Soziale Verantwortung zeigen

BRITA Hongkong zeigt zudem Engagement für gesellschaftlichen Zusammenhalt: Bei einem „Kindness Walk“ verteilten Mitarbeitende Hilfspakete an wohnungslose Menschen – eine Initiative, die nicht nur den Bedürftigen half, sondern auch bei den Helfenden große Freude auslöste. Geplant ist zudem ein gemeinsames Event mit der Organisation Food Angel, bei dem aus überschüssigen und gespendeten Lebensmitteln gesunde Mahlzeiten für Bedürftige zubereitet werden – ein starkes Zeichen für soziale Verantwortung und gegen Lebensmittelverschwendung.





## Wasser verbindet

Seit Februar 2024 kooperiert BRITA Deutschland mit dem gemeinnützigen Verein Viva con Agua, der sich mit seiner Vision Wasser für alle weltweit für den Zugang zu sauberem Trinkwasser einsetzt. Für uns ist die Zusammenarbeit eine konsequente Erweiterung unserer eigenen Vision, die Art und Weise, wie Menschen Wasser trinken, nachhaltig zu verändern. Denn bei beiden Marken steht Wasser im Mittelpunkt.

Im Rahmen der Kooperation können Unternehmen, öffentliche Einrichtungen, Hotels und Restaurants BRITA Wasserspender in der Viva con Agua Edition mieten. Für jeden gemieteten Wasserspender werden monatlich 30 Euro an Viva con Agua gespendet – Mittel, die beispielsweise für den Bau von Brunnen in wasserarmen Regionen eingesetzt werden. Zusätzlich zum Wasserspender wird auch die Wave-Glasflasche im Viva

con Agua Design angeboten. Beide Produkte tragen dazu bei, Konsument:innen auf die Bedeutung vom Zugang zu sauberem Trinkwasser und die wichtige Arbeit des Vereins aufmerksam zu machen.

Mit dieser Partnerschaft leisten wir einen konkreten Beitrag zum Sustainable Development Goal (SDG) Nr. 6: Sauberes Wasser und Sanitäreinrichtungen für alle – ein Ziel, zu dem sich BRITA klar bekennt. Denn auch heute haben viele Menschen weltweit keinen Zugang zu sicherem Trinkwasser. Die langfristige Partnerschaft mit Viva con Agua steht erst am Anfang. Spannende gemeinsame Projekte und Aktionen sind bereits in Planung, zum Beispiel, um bei Großveranstaltungen eine nachhaltige Wasserversorgung anzubieten und auf den Zugang zu Wasser als Menschenrecht aufmerksam zu machen.

# Nüchtern feiern mit der Sober Girl Society

In Kooperation mit der Sober Girl Society, der weltweit größten Community für Frauen, die alkoholfrei leben oder darüber nachdenken, das zu tun, veranstaltete BRITA UK im Dezember 2024 das Event „Festive Sober Sweat“. Bei der weihnachtlich inspirierten Tanzsession lernten die Teilnehmerinnen verschiedene Choreografien. Zwischen den Tanzseinheiten konnten sich die Sober Girls

mit gefiltertem Wasser aus ihren BRITA Flaschen erfrischen. Das Ziel der Veranstaltung: Spaß, Bewegung und Gemeinschaft – ganz ohne Alkohol. Nach diesem gelungenen Auftakt freuen wir uns darauf, die Zusammenarbeit mit der Sober Girl Society auch im Jahr 2025 fortzusetzen – mit weiteren alkoholfreien Partys und Events.



# Gemeinsam für unsere Heimat



## Medizinische Hilfe für alle: Unterstützung der Malteser-Initiative in Wiesbaden

Soziales Engagement bedeutet für uns bei BRITA nicht nur, weltweit Verantwortung zu übernehmen – auch in unserem direkten Umfeld setzen wir uns aktiv für die Gemeinschaft ein. Als familiengeführtes Unternehmen mit starken regionalen Wurzeln liegt uns das Wohl der Menschen vor Ort besonders am Herzen. Im Jahr 2024 unterstützte BRITA zum Beispiel die Initiative der Malteser Wiesbaden, die auf dem Gelände der Helios Dr. Horst Schmidt Kliniken eine medizinische Anlaufstelle für Menschen ohne Krankenversicherung aufgebaut haben. Ziel dieser Einrichtung ist es, auch jenen den Zugang zu ärztlicher Hilfe zu ermöglichen, die sich eine

reguläre medizinische Versorgung nicht leisten können – unabhängig von Herkunft oder Einkommen. Behandelt werden die Patient:innen von ehrenamtlich arbeitendem Fachpersonal. Um diese wichtige Arbeit in Wiesbaden zu ermöglichen, finanzierte BRITA dringend benötigtes medizinisches Equipment wie beispielsweise ein Ultraschallgerät. So können einfache Untersuchungen direkt vor Ort durchgeführt werden. Mit dieser Unterstützung möchten wir dazu beitragen, dass auch sozial benachteiligte Menschen Zugang zu gesundheitlicher Versorgung erhalten – ein wichtiges Zeichen für gesellschaftliche Verantwortung.



## Weihnachtsspende 2024: Wünsche erfüllen und gemeinsame Erlebnisse schenken

Zu Weihnachten 2024 startete BRITA eine besondere Spendenaktion: Gemeinsam sammelten unsere Mitarbeitenden Spenden, um den Kindern und Jugendlichen der Stiftung Juvente eine Freude zu bereiten. Durch die großzügigen Spenden der BRITA Mitarbeitenden konnten wir den 17 Kindern nicht nur individuelle Weih-

nachtswünsche erfüllen. Auch gemeinsame Ausflüge wie in den Kletterwald, die Trampolinhalle oder zum Lasertag wurden ermöglicht. Mit großer Euphorie und Freude nahmen die Kinder ihre Geschenke entgegen. Ein schönes Beispiel dafür, wie kleine Gesten Großes bewirken können – gerade zur Weihnachtszeit.

# BRITA bringt frisches Wasser auf den Tennisplatz

Als Unternehmen, das nachhaltige Trinkwasserlösungen anbietet, möchten wir auch im Sport, wo Hydration eine besondere Rolle spielt, Präsenz zeigen und uns für den Konsum von gefiltertem Leitungswasser statt Flaschenwasser einsetzen. Um dieses Ziel zu erreichen, sind wir in den letzten Jahren mehrere Kooperationen mit Sportvereinen und -organisationen eingegangen. So kommen unsere Wasserspender bereits u.a. beim FC Chelsea, Arsenal London und den Tottenham Hotspurs zum Einsatz. Ein besonderes Augenmerk in den letzten zwei Jahren lag auf dem Tennissport, den wir aktiv dabei unterstützen, nachhaltiger zu werden. In Spanien ist BRITA Iberia seit 2024 offizieller Nachhaltigkeitspartner des renommierten Conde de Godó Turniers in Barcelona, einem der bedeutendsten ATP-500-Turniere. Neben sportlichen Höchstleistungen setzt das Turnier auch ein starkes Zeichen für soziales und ökologisches Engagement und ist ein echter Vorreiter auf dem Gebiet. Im Rahmen der Partnerschaft übernimmt BRITA durch den Einsatz unserer Wasserspender die nachhaltige Wasserversorgung auf dem gesamten Gelände – also für die mehr als 100.000 Besucher:innen sowie alle

Angestellten und Tennis-Profis. Für den Anfang ist unser Ziel, pro Veranstaltung 15.000 Wasserflaschen einzusparen. Darüber hinaus planen wir weitere Aktionen, um die Tennisstiftung des Turniers zu unterstützen und Awareness für nachhaltigen Wasserkonsum zu schaffen.

Auch in Großbritannien ist BRITA seit 2024 offizieller Wasserpartner der Lawn Tennis Association (LTA). Ziel der Zusammenarbeit ist es, die Nutzung von Flaschenwasser bei Tennisturnieren der LTA deutlich zu reduzieren. Bereits beim ersten gemeinsamen Event im Jahr 2024 konnten durch den Einsatz von BRITA Wasserspendern, die auf dem Platz und auf dem Besucher Gelände installiert wurden, knapp 220.000 Flaschen eingespart werden. Gleichzeitig möchten wir auch in der Kooperation mit der LTA das Bewusstsein für gesunde Trinkgewohnheiten innerhalb der Tennisgemeinschaft stärken. Ob Spieler:innen, Trainer:innen, Mitarbeitende oder Fans – durch den einfachen Zugang zu frischem, gefiltertem Wasser leisten wir einen wertvollen Beitrag zur Versorgung und zum Wohlbefinden aller Beteiligten.



## Impressum

Herausgeber  
BRITA SE  
Heinz-Hankammer-Straße 1  
65232 Taunusstein  
Deutschland

[sustainability@brita.net](mailto:sustainability@brita.net)  
[www.brita.net](http://www.brita.net)



Veröffentlichungsdatum:  
Juli 2025

## Bildnachweis

### iStock:

S. 79 Bildnr. 1414465875

### Getty:

S. 71 Bildnr. 1023154796

### LTA & Getty Sport:

S. 101

### Shutterstock:

S. 33 Bildnr. 1072985774

S. 45 Bildnr. 2644709953

S. 67 Bildnr. 2534377385

S. 68 Bildnr. 1809490795

S. 76 Bildnr. 1442987486

### Unsplash:

S. 29 Polina Kuzovkova

S. 32 Nastuh Abootalebi

S. 34 Sid Suratia

S. 99 Chris Yang

S. 100 Elen Sher

### BRITA SE:

alle weiteren Bilder

