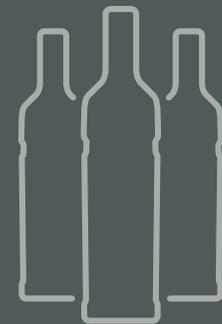




BERENTZEN-GRUPPE
Durst auf Leben



Nachhaltigkeitsbericht
2021





Inhalt

2 Einführung

- 3 Vorstandsvorwort
- 5 Unternehmensporträt
- 7 Wesentliche Kennzahlen

8 Grundlagen

- 8 Nachhaltigkeitsstrategie
- 12 Nachhaltigkeitsmanagement
- 15 Stakeholder-Engagement
- 18 Compliance und Transparenz

21 People

- 25 Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit
- 33 Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz
- 37 Aus- und Weiterbildung
- 39 Unser Engagement

41 Planet

- 43 Wertschöpfungskette
- 46 Wasser
- 48 Klimaschutz
- 53 Umgang mit Ressourcen

58 Products

- 59 Nachhaltige Produkte und Verpackungen
- 61 Klimaneutrale Produkte
- 64 Produktsicherheit und -qualität
- 66 Verantwortungsvolle Beschaffung

70 Anhang

- 70 Über diesen Bericht
- 73 GRI-Inhaltsindex
- 79 Impressum

(1) Einführung

Über diesen PDF-Bericht

Dieses PDF-Dokument ist für die Nutzung am Bildschirm optimiert. Für eine optimale Anwendung der Verlinkungen laden Sie die PDF-Datei herunter und öffnen Sie diese im Adobe Acrobat. Sie können sowohl über das Inhaltsverzeichnis als auch über verlinkte Seitenverweise direkt zu den gewünschten Inhalten springen. Mithilfe der folgenden Buttons, welche im vorliegenden Bericht in der Funktionsleiste zu finden sind, gelangen Sie wieder zurück auf die Absprungseite oder auf angrenzende Seiten.

Navigation über die Funktionsleiste



Suchen



Kontakt

Seite zurück

Seite vor

Zuvor besuchte Seite

Weitere Funktionen



Interner Link/Sprungmarke (innerhalb dieses Dokuments)



Externer Link (außerhalb des Dokuments)

Redaktioneller Hinweis

Ein einheitlicher Schreibstil für die Berücksichtigung der verschiedenen Geschlechter und Geschlechtsidentitäten hat sich noch nicht durchgesetzt. Aus Gründen der leichteren Lesbarkeit wird daher die männliche Form verwendet. Sie steht stellvertretend für Personen jeglichen Geschlechts. Die verkürzte Sprachform beinhaltet keine Wertung.



Einführung

Vorstandsvorwort

Unternehmensporträt

Wesentliche Kennzahlen

Grundlagen

People

Planet

Products

Anhang

*Sehr geehrte Damen und Herren,
liebe Kollegen und Leser,*

Klimawandel, prekäre Arbeitsbedingungen, Verschmutzung von Ökosystemen, Artensterben, Hungersnöte, Rassismus – die Reihe an globalen Missständen ließe sich weiter fortsetzen. Dass etwas dagegen getan werden muss, bezweifelt niemand. Ökologische und soziale Nachhaltigkeit ist zu einer Frage des Überlebens der Menschheit geworden, und daher müssen wir alle gemeinsam – Politik, Wirtschaft und Gesellschaft – unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten weiter intensivieren. Vonseiten der politischen Entscheidungsträger gibt es auf allen Ebenen eine Reihe von Initiativen, die im Zusammenhang mit den drei Säulen der Nachhaltigkeit – Ökonomie, Ökologie, Soziales – stehen. EU-Taxonomie, Corporate Sustainability Reporting Directive, Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz und Änderungen des Verpackungsgesetzes sind nur ein paar Beispiele, die unseren unternehmerischen Alltag neben unserem eigenen, intrinsischen Nachhaltigkeitsengagement beeinflussen. Das Thema Nachhaltigkeit, das in unserer Unternehmensgruppe, deren Wurzeln über 260 Jahre zurückreichen, ohnehin immanenter Teil unseres Selbstverständnisses ist, bekommt durch die verschiedenen verbindlichen Regelwerke ein immer größeres Gewicht in unserer Organisation, unseren Prozessen sowie in den einzelnen Fachabteilungen und Bereichen.

Um ein deutliches und sichtbares Statement abzugeben, welche herausragende Bedeutung wir den verschiedenen Aspekten von Nachhaltigkeit zumessen, sind wir im vergangenen Jahr dem United Nations Global Compact (UNGC) beigetreten, der weltweit größten und wichtigsten Initiative für verantwortungsvolle Unternehmensführung. Wir bekennen uns damit zu den zehn universellen Prinzipien des UNGC, die verschiedene Bereiche wie Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruption berücksichtigen.



Vorstand der Berentzen-Gruppe (von links): **Ralf Brühöfner**, **Oliver Schwegmann**



Einführung

Vorstandsvorwort

Unternehmensporträt

Wesentliche Kennzahlen

Grundlagen

People

Planet

Products

Anhang

In unserem Nachhaltigkeitsbericht 2020 haben wir Ihnen unsere neue Nachhaltigkeitsstrategie vorgestellt, in deren Rahmen wir auf Basis unserer drei Handlungsfelder People – Planet – Products drei wesentliche Zielgrößen definiert haben: “0 – Zero accidents and improved health”, “100 – Hundred percent resource efficiency”, “100 – One hundred sustainable products”. Auf unserem Weg zur Erreichung dieser Ziele sind wir im vergangenen Jahr ein gutes Stück vorangekommen. Wir haben damit begonnen, einzelne Unterthemen in Fachabteilungen und Projektgruppen zu dezentralisieren, um eine umfangreiche Implementation und eine konstante Weiterentwicklung von verschiedenen Maßnahmen sicherzustellen. Zur Steuerung des gesamten Prozesses haben wir ein Sustainability Council mit wesentlichen Bereichsverantwortlichen gegründet, in dem alle Fäden zusammenlaufen.

Diesen Schritten werden viele weitere folgen. Einiges von dem, was wir bereits erreicht haben und was wir zukünftig planen, können Sie in diesem Nachhaltigkeitsbericht nachlesen. Wir würden uns freuen, wenn Sie uns dazu ein Feedback geben oder auch sonst mit uns zu den verschiedenen Nachhaltigkeitsthemen in Kontakt treten, zum Beispiel unter csr@berentzen.de. Lassen Sie uns gemeinsam unsere Nachhaltigkeitsbestrebungen konsequent weiterführen.

Ihre

Ralf Brühöfner

Oliver Schwegmann



Einführung

Vorstandsvorwort

[Unternehmensporträt](#)

Wesentliche Kennzahlen

Grundlagen

People

Planet

Products

Anhang

Mit einer Unternehmensgeschichte von über 260 Jahren sind wir – die Berentzen-Gruppe – einer der ältesten Hersteller von Spirituosen in Deutschland. Die Berentzen-Gruppe Aktiengesellschaft mit Sitz in Haselünne, Deutschland, ist das oberste Unternehmen der Berentzen-Gruppe, die neben der Muttergesellschaft aus mehr als 20 nationalen wie internationalen Tochtergesellschaften besteht. Der Konzern erwirtschaftete im Geschäftsjahr 2021 einen Umsatz in Höhe von 146,1 Mio. Euro (154,6 Mio. Euro im Jahr 2020) und beschäftigte zum Stichtag 31. Dezember 2021 an sieben Standorten in drei Ländern 489 Mitarbeitende (507 Mitarbeitende im Jahr 2020).

Unsere Geschäftstätigkeit umfasst im Wesentlichen die Herstellung und den Vertrieb von Spirituosen und alkoholfreien Getränken sowie die Entwicklung und den Vertrieb von Frischsaftsyste­men. Dementsprechend ist das Geschäft in die Segmente *Spirituosen*, *Alkoholfreie Getränke* und *Frischsaftsyste­me* aufgegliedert. Im Segment *Spirituosen* sind Vermarktung, Vertrieb und Handel von Spirituosen in den Vertriebsbereichen Marke Inland und Export- und Handelsmarken zusammengefasst. Im Segment *Alkoholfreie Getränke* sind Vermarktung, Vertrieb und Handel von alkoholfreien Getränken abgebildet. Im Segment *Frischsaftsyste­me* sind je nach Systemkomponente Entwicklung, Vermarktung, Vertrieb und Handel von Fruchtpressen, Orangen sowie Abfüllgebinden erfasst. Unter den Übrigen Segmenten werden im Wesentlichen die touristischen und Veranstaltungsaktivitäten der Berentzen-Gruppe sowie das von einer lokalen Konzerngesellschaft betreute Geschäft mit Spirituosen in der Türkei erfasst.

Wir produzieren die Spirituosen und alkoholfreien Getränke derzeit an vier Standorten in Deutschland: Spirituosen in Minden sowie in der Berentzen Hof Destillerie in Haselünne. Alkoholfreie Getränke werden in Haselünne und Grüneberg produziert.



In Stadthagen, Deutschland, befindet sich zudem das von einem externen Dienstleister betriebene Logistikzentrum des Konzerns für den Vertrieb von Spirituosen. Das operative Geschäft im Segment *Frischsaftsyste­me* wird vom Standort Linz, Österreich, aus betrieben und gesteuert.



Einführung

Vorstandsvorwort

[Unternehmensporträt](#)

Wesentliche Kennzahlen

Grundlagen

People

Planet

Products

Anhang

Marken, Produkte und Märkte

Mit traditionsreichen Spirituosenmarken und attraktiven Private Label-Produkten sind wir kompetenter Ansprechpartner des Handels und der Gastronomie. Das Markenportfolio an Spirituosen umfasst dabei neben international bekannten Marken wie *Berentzen* oder *Puschkin* auch deutsche Traditionsspirituosen wie *Strothmann*, *Doornkaat* oder *Bommerlunder*.

Mit unserer Tochtergesellschaft Vivaris Getränke GmbH & Co. KG (im Folgenden Vivaris) sind wir seit Jahrzehnten im deutschen Erfrischungsgetränkemarkt tätig. Im Sortiment eigener Marken werden die Getränke der Marke *Mio Mio* national distribuiert. Regional bedeutsame eigene Marken sind u. a. *Emsland Quelle* und *Märkisch Kristall* mit Produkten in den Segmenten Mineralwässer, Limonaden und Fruchtsaftgetränke. Ergänzt wird das Sortiment durch Energy Drinks. Die zweite Säule des Unternehmens ist das seit über 50 Jahren betriebene Konzessionsgeschäft, im Rahmen dessen die Gesellschaft seit Januar 2015 auf der Grundlage eines langfristigen Vertrages für die bedeutende deutsche Erfrischungsgetränkemarke *Sinalco* in Herstellung und Vertrieb aktiv ist. Darüber hinaus werden alkoholfreie Markenprodukte im Rahmen von Dienstleistungsvereinbarungen mit der *Sinalco*-Unternehmensgruppe und weiteren Auftraggebern abgefüllt.

Mit unserer Tochtergesellschaft Citrocasa GmbH (im Folgenden Citrocasa) mit Sitz in Linz, Österreich, sind wir als Systemanbieter im Geschäft mit Frischsaftsystemen tätig. Das unter der Marke *Citrocasa* geführte Gesamtangebot umfasst neben Orangenpressen auch besonders safthaltige und nach der Ernte unbehandelte Orangen der Marke *frutas naturales* und spezielle Flaschen für die Abfüllung von frisch gepresstem Orangensaft. Darüber hinaus werden zunehmend auch Granatapfelpressen vertrieben. Die Kernkompetenzen liegen in der fortlaufenden Entwicklung und Optimierung des Systems, im technischen Service und der Belieferung mit Früchten und Flaschen.

Mit dieser Marken- und Produktvielfalt in den Bereichen *Spirituosen*, *Alkoholfreie Getränke* und *Frischsaftsysteme* verfügen wir über ein breit gefächertes Sortiment in unterschiedlichen Preissegmenten und für nahezu jeden Geschmack.

Traditionell liegt der Hauptabsatzmarkt unserer Spirituosen in Deutschland, welcher insbesondere von einem starken, nachfrageseitig sich weiterhin konzentrierenden Lebensmitteleinzelhandel geprägt ist. Mit einem Vermarktungsschwerpunkt in Europa sind wir international in rund sechzig Ländern weltweit sowie im Duty-Free-Geschäft vertreten. Der Vertrieb dort erfolgt entweder über zur Steuerung und Anpassung der regionalen Vertriebsmaßnahmen einbezogene eigene Tochtergesellschaften oder schwerpunktmäßig über Distributeure.

Mit den Produkten der Marke *Mio Mio* ist der Geschäftsbereich *Alkoholfreie Getränke* national distribuiert. Daneben erstreckt sich das Kernabsatzgebiet mit den regional bedeutsamen Marken auf die nord- und ostdeutschen Bundesländer einschließlich Berlin sowie Teile Hessens und Nordrhein-Westfalens. Die wichtigsten Absatzkanäle sind der Lebensmitteleinzelhandel, Getränke-Abholmärkte sowie die Gastronomie (über Getränkefachgroßhändler).

Hauptabsatzgebiete für die Produkte des Segments *Frischsaftsysteme* sind die von konzerneigenen Vertriebsteams betreuten Kernregionen Österreich und Deutschland sowie die Märkte Frankreich, USA, Großbritannien, Skandinavien und Osteuropa. Der weltweite Vertrieb von Geräten in nahezu fünfzig Länder erfolgt außerhalb Österreichs und Deutschlands über lokale Distributeure. Wesentliche Vertriebskanäle sind der Lebensmitteleinzelhandel, der Außer-Haus-Verpflegungsmarkt („Out-of-Home-Market“) sowie die Gastronomie („On-Trade Channel“).

**Einführung**

Vorstandsvorwort

Unternehmensporträt

Wesentliche Kennzahlen

Grundlagen**People****Planet****Products****Anhang**

	2021	2020	2019
People			
Personalbestand [Anzahl]	489	507	498
Fluktuationsquote [%]	16,6	9,5	12,1
Teilzeitquote [%]	15,3	15,8	15,9
Frauenquote [%]	34,6	35,1	35,9
Arbeitsunfälle [Anzahl]	12	9	12
Krankenquote [%]	4,3	3,9	4,3
Planet			
Gesamtemissionen [t CO ₂ e] ¹⁾	6.703,2	5.285,4	5.972,2
Abfall- und Wertstoffaufkommen [t]	3.669,4	4.076,4	3.725,4
Wasserverbrauch [in Tausend m ³]	400,6	489,8	485,2
Abwasseraufkommen [in Tausend m ³]	228,5	240,8	224,3
Energieverbrauch [GWh]	26,8	26,9	30,6
Strom aus erneuerbaren Energien [%]	97,9	98,0	97,4
Products			
Klimaneutrale Artikel [Anzahl]	42	34	0
<i>Alkoholfreie Getränke</i>			
Fertigprodukt [Mio. Liter]	123,4	161,8	166,8
Füllungen [Mio. Stück]	161,6	191,1	192,8
Anteil Mehrweg-Gebinde [%]	86,7	69,3	69,1
Anteil Glas-Gebinde [%]	58,1	46,8	39,3
<i>Spirituosen</i>			
Fertigprodukt [Mio. Liter]	51,2	56,6	56,8
Füllungen [Mio. Stück]	127,7	145,2	146,0
Anteil Glas-Gebinde [%]	99,3	98,7	99,0

¹⁾ Im Geschäftsjahr 2021 wurde die Berechnung der Scope 3 Emissionen ausgeweitet. Für die erstmalig erfassten Emissionen sind 1.168,2 t CO₂e angefallen.



Einführung

Grundlagen

Nachhaltigkeitsstrategie

Nachhaltigkeitsmanagement

Stakeholder-Engagement

Compliance und Transparenz

People

Planet

Products

Anhang

(2) Grundlagen

Als breit aufgestellter Getränkekonzern, der auf eine Unternehmensgeschichte von über 260 Jahren zurückblicken kann, ist langfristiges Denken fester Bestandteil unserer Unternehmenskultur. Wir sehen uns jetzt und in Zukunft als verantwortungsvoller Arbeitgeber und als lebendiger Teil der Gesellschaft. Als produzierende Unternehmensgruppe tragen wir die Verantwortung für unsere Produkte und ihre Verbraucher und legen deshalb einen zunehmend stärkeren Fokus auf eine nachhaltig operierende Wertschöpfungskette sowie auf Produktangebote, die einen verantwortungsbewussten Genuss fördern und/oder besonders natürlich und gesund sind. In einer Zeit, in der der Schutz der Umwelt zu den wesentlichen globalen Herausforderungen gehört, sehen wir es als Teil unserer unternehmerischen Verantwortung an, die natürliche Lebensgrundlage für nachfolgende Generationen zu erhalten.

Angesichts der wachsenden Herausforderungen im Hinblick auf den Klimawandel, auf knapper werdende Ressourcen sowie steigende Anforderungen unserer Stakeholder legen wir mit unserer Nachhaltigkeitsstrategie einen besonderen Fokus auf das Thema Nachhaltigkeit und arbeiten an der kontinuierlichen Weiterentwicklung unseres Nachhaltigkeitsmanagements.

(2.1) Nachhaltigkeitsstrategie

Eine verantwortungsvolle Unternehmensführung leistet einen essenziellen Beitrag, um die Zukunft unseres Unternehmens zu sichern. Hierfür bildet unsere Nachhaltigkeitsstrategie, deren Ziele bis in das Jahr 2025 umgesetzt werden und darüber hinaus fortwirken sollen, den Rahmen. Die Strategie folgt dabei unserem Nachhaltigkeitsverständnis: Langfristig wirtschaftlich erfolgreich zu sein und gleichzeitig Verantwortung für Gesellschaft und Umwelt zu übernehmen.



Basierend auf unseren drei Handlungsfeldern People, Planet und Products — den Themen, die wir in unserer Wesentlichkeitsanalyse als relevant eingestuft haben — und unter Hinzuziehung der konzernrelevanten Sustainable Development Goals (SDGs) haben wir konkrete Ziele, Maßnahmen und Aktionspläne erarbeitet, die eine nachhaltige Entwicklung der Unternehmensgruppe mess- und steuerbar machen. Damit setzen wir den Ausbau unserer Nachhaltigkeitsaktivitäten, die wir in den vergangenen Jahren systematisch strukturiert und stetig erweitert haben, fort.

Einen wesentlichen Beitrag zu unseren bisherigen Erfolgen leisteten unsere Nachhaltigkeitsziele 2018-2020. Diese Nachhaltigkeitsziele wurden zum Ende des Geschäftsjahres 2020 durch unsere Nachhaltigkeitsstrategie abgelöst.



Einführung

Grundlagen

Nachhaltigkeitsstrategie

Nachhaltigkeitsmanagement

Stakeholder-Engagement

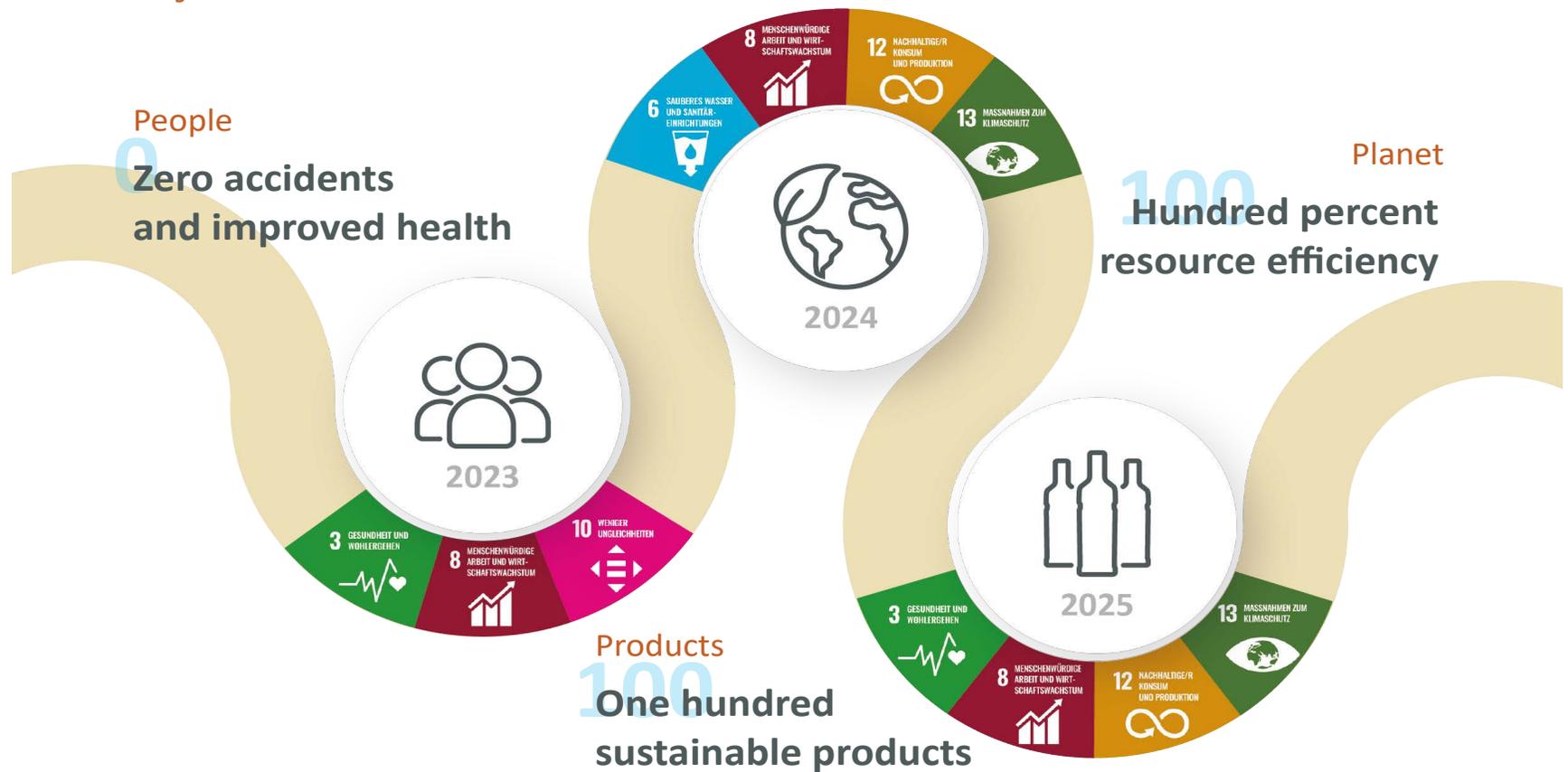
Compliance und Transparenz

People

Planet

Products

Anhang



Der Entwicklungsprozess unserer Nachhaltigkeitsstrategie gliederte sich in zwei Phasen. In der ersten Phase haben wir die internen und externen Anforderungen unserer Stakeholder im Bezug auf die Nachhaltigkeitsleistung der Berentzen-Gruppe zusammengetragen sowie aktuelle und zukünftige Entwicklungen, Herausforderungen und Trends im Nachhaltigkeitsmanagement analysiert. In Abstimmung mit den Fachabteilungen haben wir den Status-quo unserer aktuellen Nachhaltigkeitsaktivitäten sowie die Verbesserungspotenziale und den Handlungsbedarf für die Unternehmensgruppe ermittelt. Aus den Ergebnissen dieser Auswertung wurden unterschiedliche Zieldimensionen und -vorschläge

abgeleitet. In einem internen Workshop wurden diese Zielvorschläge gemeinsam mit dem Vorstand und den Geschäftsführern diskutiert, priorisiert und konkretisiert. Am Ende des Workshops wurden die finalisierten Zielvorschläge gegenübergestellt und jeweils ein übergeordnetes Nachhaltigkeitsziel pro Handlungsfeld People, Planet und Products verabschiedet.

In der zweiten Phase erfolgte die Ausarbeitung der einzelnen Nachhaltigkeitsziele in interdisziplinären Arbeitsgruppen. Es wurden Maßnahmen definiert, Aktionspläne erstellt sowie Fristen und Verantwortlichkeiten festgelegt.



Einführung

Grundlagen

Nachhaltigkeitsstrategie

Nachhaltigkeitsmanagement

Stakeholder-Engagement

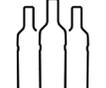
Compliance und Transparenz

People

Planet

Products

Anhang

Handlungsfeld	Ziel	SDGs	Maßnahmen	Status	Frist
 People	Zero accidents and improved health	  	Entwicklung und Implementierung des neuen betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM)-Konzepts	erledigt	
			Einführung eines BGM-Steuerungskreises	in Umsetzung	
			Überarbeitung der Kennzahlensystematik, Implementierung eines neuen Monitorings und Definition von Leistungsindikatoren	in Umsetzung	
			Erarbeitung eines internen Kommunikationskonzepts für das neue BGM-Konzept	in Umsetzung	2023
			Weitere Implementierung des neuen BGF-Programms „Citrofit“ bei Citrocasa	in Umsetzung	
			Beitritt und Umsetzung der Arbeitssicherheitskampagne „Vision Zero“		
			Aktualisierung des Verhaltenskodex	in Umsetzung	
 Planet	Hundred percent resource efficiency	   	Aufbau eines digitalen monatlichen Monitorings der Umweltkennzahlen an den Produktionsstandorten	in Umsetzung	
			Definition von Leistungsindikatoren und Festlegung von Zielwerten im Handlungsfeld Planet		
			Einführung eines Umweltmanagementsystems nach ISO 14001	in Umsetzung	
			Ableitung von Effizienzpotenzialen und Entwicklung einer Effizienzstrategie zur Optimierung des Ressourcenverbrauchs	in Umsetzung	2024
			Fortlaufende Digitalisierung der Fruchtpressen zur Verbesserung der Ressourceneffizienz	in Umsetzung	
			Optimierung der Logistikprozesse bei Citrocasa	in Umsetzung	
 Products	One hundred sustainable products	   	Ausgestaltung eines Kriterienkatalogs für nachhaltige Produkte	in Umsetzung	
			Projektierung der Roadmap zur Steigerung des Anteils nachhaltigerer Produkte		
			Entwicklung von Leitlinien für umweltfreundlichere Produktverpackungen	in Umsetzung	
			Überprüfung und Scoring der Produktverpackungen in Bezug auf die neuen Leitlinien für umweltfreundlichere Produktverpackungen		2025
			Überarbeitung ausgewählter Produktverpackungen		
			Entwicklung eines Business Partner-Screenings		
Aktualisierung des Marketing- und Lieferantenkodex					



Fokussiert vorangehen – unser Wesentlichkeitsansatz

Wir richten unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten konsequent an dem Kriterium der Wesentlichkeit aus. Basis für die Identifizierung von nachhaltigkeitsrelevanten Themen für die Berentzen-Gruppe ist das Instrument der Wesentlichkeitsanalyse. Im Jahr 2019 führten wir bereits unsere zweite Wesentlichkeitsanalyse durch.

Einführung

Grundlagen

Nachhaltigkeitsstrategie

Nachhaltigkeitsmanagement

Stakeholder-Engagement

Compliance und Transparenz

Im Ergebnis dieses Prozesses wurden die Themen:

- Compliance und Transparenz,
- Arbeitgeberattraktivität und -verantwortung,
- Wasser,
- Umgang mit Ressourcen,
- nachhaltige Produkte und Verpackungen sowie
- verantwortungsvolle Beschaffung

People

Planet

Products

Anhang

als wesentlich für die Berentzen-Gruppe identifiziert. Detaillierte Informationen zum Wesentlichkeitsprozess finden sich in unserem  [Nachhaltigkeitsbericht 2019](#).

Um den wesentlichen Themen einen übergeordneten Rahmen zu geben wurden die drei Handlungsfelder People – Planet – Products definiert. Sie spiegeln unser Nachhaltigkeitsverständnis wider und konzentrieren unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten auf drei zentrale Bereiche. Dabei stellt das Thema „Compliance und Transparenz“ eine unabdingbare allgemeine Grundvoraussetzung unserer verantwortungsvollen unternehmerischen Tätigkeit dar. Infolgedessen ist das Thema nicht einem spezifischen Handlungsfeld zugeordnet. Es wird von uns vielmehr als unerlässliches Fundament aller Nachhaltigkeitsaktivitäten verstanden.

Die einprägenden neuen Handlungsfelder ziehen sich als Konstante durch die Nachhaltigkeitskommunikation und finden sich dementsprechend strukturell im vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht, im Geschäftsbericht und auf der Corporate Website der Berentzen-Gruppe wieder.



Sustainable Development Goals

Im Rahmen des Prozesses zur Wesentlichkeitsanalyse im Jahr 2019 haben wir uns ebenfalls intensiv mit den  [Sustainable Development Goals](#) (SDGs) auseinandergesetzt. Die 17 Ziele für eine nachhaltige Entwicklung und ihre 169 Unterziele wurden im Rahmen der Agenda 2030 von den Vereinten Nationen (UN) entwickelt und verabschiedet. Die SDGs sollen der Sicherung einer nachhaltigen Entwicklung auf ökonomischer, sozialer sowie ökologischer Ebene dienen. Für Unternehmen bieten sie daher einen guten Orientierungsrahmen, um ihre Geschäftsaktivitäten auf eine nachhaltige Entwicklung auszurichten.

Zur Identifikation der für uns relevantesten SDGs haben wir uns in einem internen Workshop mit den einzelnen SDGs und deren Unterzielen auseinandergesetzt. Um die Bedeutung der SDGs auf nationaler Ebene mit einfließen zu lassen, haben wir uns ebenfalls mit der Nachhaltigkeitsstrategie der deutschen Bundesregierung beschäftigt. Darin berichtet die Bundesregierung über ihr Verständnis der SDGs, ihre Bestrebungen sowie Aktivitäten für eine nachhaltige Entwicklung.



Einführung

Grundlagen

- Nachhaltigkeitsstrategie
- Nachhaltigkeitsmanagement
- Stakeholder-Engagement
- Compliance und Transparenz

People

Planet

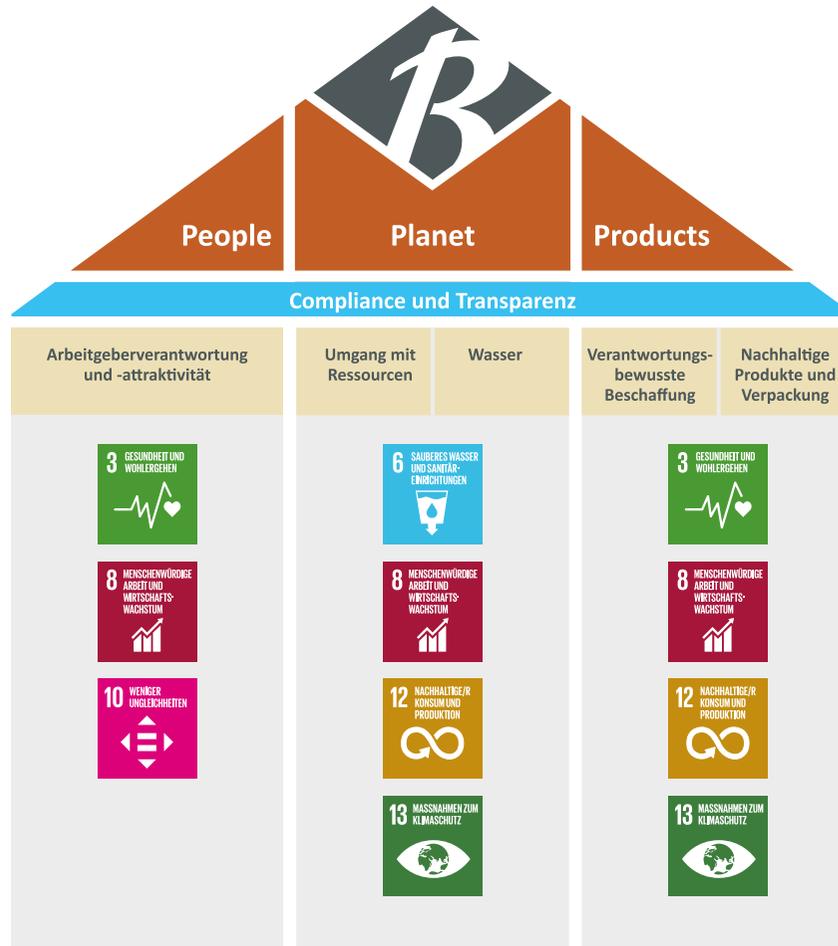
Products

Anhang

Unser Engagement zu den konzernrelevanten SDGs ist den folgenden Kapiteln des vorliegenden Nachhaltigkeitsberichts zu entnehmen. Darüber hinaus leisten wir kontinuierlich unseren Beitrag zur Erreichung der SDGs und der Agenda 2030.

Das folgende Schaubild zeigt das Zusammenspiel unserer Handlungsfelder, wesentlichen Themen und konzernrelevanten Sustainable Development Goals.

Unsere Handlungsfelder, wesentlichen Themen und konzernrelevanten Sustainable Development Goals



(2.2) Nachhaltigkeitsmanagement

Zur Wahrnehmung unserer unternehmerischen Verantwortung orientieren wir uns an national und international anerkannten Standards wie beispielsweise den ILO Kernarbeitsnormen und den OECD-Leitsätzen für multinationale Unternehmen. Im Monat April 2021 sind wir darüber hinaus der weltweit größten Initiative für verantwortungsvolle Unternehmensführung beigetreten: dem United Nations Global Compact (UNGC). Mit der Unterzeichnung seiner zehn Prinzipien in den Bereichen Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umwelt und Korruptionsprävention bekennen wir uns zu zentralen Grundlagen unternehmerischer Nachhaltigkeit. Damit verdeutlichen wir, dass verantwortungsvolle Unternehmensführung Teil unseres unternehmerischen Denkens und Handelns ist.

Zu den wichtigsten Aufgaben des Nachhaltigkeitsmanagements gehört es, Nachhaltigkeit systematisch in den Strukturen und operativen Prozessen des Unternehmens zu verankern sowie unser Nachhaltigkeitsverständnis und unsere Nachhaltigkeitsstrategie im Bewusstsein unserer Beschäftigten sowie externen Stakeholdern zu etablieren.

Sustainability Council

Zur effizienteren Steuerung von Nachhaltigkeitsthemen wurde im Geschäftsjahr 2021 ein sogenanntes Sustainability Council gegründet. Das Steuerungsgremium verfolgt das Ziel, Nachhaltigkeitsthemen zu dezentralisieren, erfolgreich in die Fachabteilungen und Unternehmensprozesse zu integrieren sowie die Nachhaltigkeitsstrategie kontinuierlich weiterzuentwickeln.

Der Vorstand fungiert als Sponsor des Sustainability Council und nimmt gemeinsam mit den Verantwortlichen verschiedener relevanter Fachabteilungen und zentralen Konzernfunktionen an den Sitzungen teil. Die Besetzung des Council verdeutlicht, dass sich das gesamte Management mit den Nachhaltigkeitszielen identifiziert und für diese eintritt.



Einführung

Grundlagen

Nachhaltigkeitsstrategie

Nachhaltigkeitsmanagement

Stakeholder-Engagement

Compliance und Transparenz

People

Planet

Products

Anhang

Darüber hinaus befähigt das regelmäßige Führungskräftegremium die Organisation dazu, das Unternehmen in ökologischer und sozial verantwortlicher Weise zu führen und mit den geschäftlichen Interessen in Einklang zu bringen.

Das Ressort Corporate Social Responsibility koordiniert als Zentralfunktion die konzernweiten Nachhaltigkeitsaktivitäten und treibt diese voran. Gleichzeitig berichtet es als Stabsstelle direkt an den Finanzvorstand und fungiert als Impulsgeber. Die relevanten Nachhaltigkeitsthemen innerhalb und außerhalb der Unternehmensgruppe werden mit dem Vorstand und den jeweiligen Ressorts diskutiert und priorisiert. Die oberste Verantwortung für die strategischen Entscheidungen in Bezug auf Nachhaltigkeit und die Überwachung der Ziele im Konzern liegt beim Vorstand. Die operative Umsetzung erfolgt durch die Verantwortlichen in den Ressorts der Berentzen-Gruppe Aktiengesellschaft und in deren verbundenen Tochtergesellschaften.



Die Berentzen-Kodizes

Als Wegweiser, um unser Nachhaltigkeitsverständnis in den Geschäftsalltag zu integrieren, dienen unsere sogenannten Berentzen Kodizes. Sie basieren auf geltenden Gesetzen sowie weiteren etablierten Standards und drücken die Erwartungen der Unternehmensgruppe an ihre Beschäftigten, Lieferanten, Marketing- und Kommunikationspartner sowie Dritte aus, die an der Wertschöpfungskette der Unternehmensgruppe beteiligt sind.

Unser  [Verhaltenskodex](#) gibt allen Beschäftigten konzernweit Leitlinien für richtiges Handeln im Sinne einer verantwortungsvollen Unternehmensführung vor und stellt gleichzeitig den sorgsamen Umgang mit Ressourcen sicher. Im Bewusstsein unserer gesellschaftlichen Verantwortung enthält der  [Marketingkodex](#) konkrete Richtlinien für die produktbezogene Kommunikation und den verantwortungsbewussten Umgang mit unseren Produkten. Der  [Lieferantenkodex](#) dient zur Gewährleistung eines gemeinsamen Verständnisses bezüglich angemessener Lebens- und Arbeitsbedingungen von Beschäftigten und bildet die Grundlage für eine nachhaltige Geschäftsbeziehung.

Zu den Eckpfeilern einer verantwortungsvollen Unternehmensführung gehört ebenfalls die Einhaltung anerkannter Corporate Governance Prinzipien. Wir bekennen uns zu dem im Deutschen Corporate Governance Kodex niedergeschriebenen Ordnungsrahmen und dessen Leitideen. Demzufolge legen wir Wert auf die enge Zusammenarbeit zwischen Vorstand und Aufsichtsrat und auf die Achtung der Interessen der Aktionäre, Mitarbeiter und sonstiger dem Unternehmen verbundenen Stakeholdern. Wir setzen auf eine offene Kommunikation, einen verantwortungsbewussten Umgang mit Risiken und eine ordnungsgemäße Rechnungslegung und Abschlussprüfung.



Einführung

Grundlagen

Nachhaltigkeitsstrategie

[Nachhaltigkeitsmanagement](#)

Stakeholder-Engagement

Compliance und Transparenz

People

Planet

Products

Anhang

Als Aktiengesellschaft unterliegen wir dem deutschen Aktienrecht und verfügen daher über ein duales Führungssystem, bestehend aus Vorstand und Aufsichtsrat. Der Vorstand ist als Leitungsorgan an das Unternehmensinteresse gebunden und der Steigerung des nachhaltigen Unternehmenswerts verpflichtet. Die Mitglieder des Vorstands tragen gemeinsam die Verantwortung für die gesamte Geschäftsführung und entscheiden über Grundsatzfragen der Geschäftspolitik und Unternehmensstrategie sowie über die Jahres- und Mehrjahresplanung. Der Aufsichtsrat überwacht und berät den Vorstand bei der Geschäftsführung. In regelmäßigen Abständen erörtert der Aufsichtsrat die Geschäftsentwicklung und Planung sowie die Strategie und deren Umsetzung. Detaillierte Informationen zur Struktur und zu den Aufgaben des Vorstands sowie Aufsichtsrats sind im  [Geschäftsbericht](#) zu finden.

Dem wachsenden Interesse unserer Stakeholder an unternehmerischer Nachhaltigkeit begegnen wir mit umfassender Transparenz, der stetigen Weiterentwicklung unserer Nachhaltigkeitsberichterstattung und insbesondere durch die Quantifizierung unserer Nachhaltigkeitsperformance.

Eine Gold-Medaille, auf die wir stolz sind!

Um unsere Nachhaltigkeitsperformance objektiv beurteilen zu lassen, haben wir im Geschäftsjahr 2021 erstmalig das EcoVadis Nachhaltigkeitsrating durchgeführt. Unsere Leistungen im Bereich der Nachhaltigkeit wurden mit 72 von 100 möglichen Punkten bewertet und demzufolge mit einer Gold-Medaille gewürdigt. Mit dieser Auszeichnung gehören wir zu den besten 5 % aller von EcoVadis bewerteten Unternehmen.

EcoVadis ist ein weltweiter Anbieter von Nachhaltigkeitsbewertungen mit über 75.000 teilnehmenden Unternehmen. Die Methodik von EcoVadis basiert auf internationalen Nachhaltigkeitsstandards wie der Global Reporting Initiative, dem United Nations Global Compact und der ISO 26000 und umfasst die vier Themenbereiche Umwelt, Arbeits- und Menschenrechte, Ethik und nachhaltige Beschaffung. Im Mittelpunkt des Ratings steht die Analyse, inwiefern das Unternehmen Nachhaltigkeitsprinzipien in seine Geschäfts- und Managementsysteme integriert hat.





Einführung

Grundlagen

- Nachhaltigkeitsstrategie
- Nachhaltigkeitsmanagement
- Stakeholder-Engagement
- Compliance und Transparenz

People

Planet

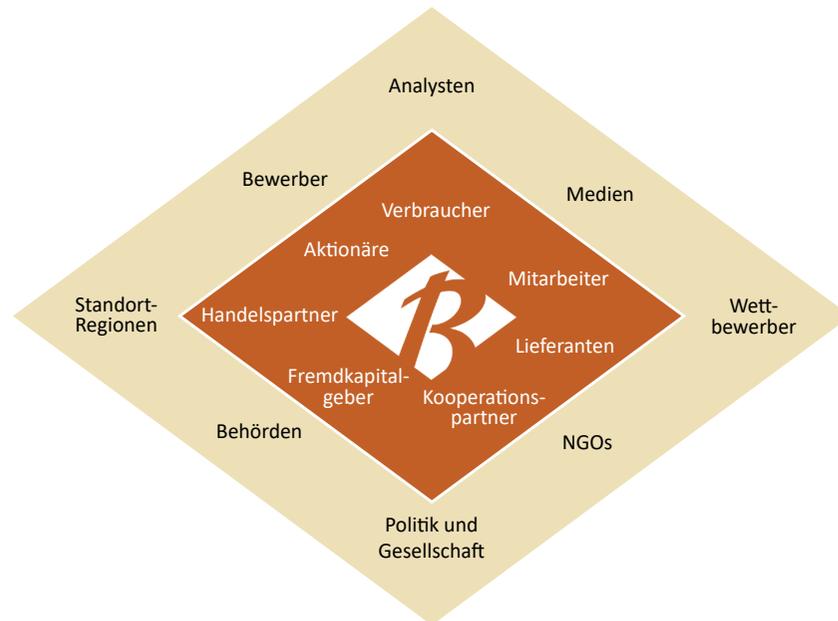
Products

Anhang

Der Dialog und Austausch mit unseren Stakeholdern ist für uns sehr wichtig. Wir sind der Meinung, nur wer bereit ist zuzuhören und Anregungen sowie Ansprüche ernst nimmt, kann langfristig erfolgreich wirtschaften.

Die folgende Grafik zeigt unser Stakeholder-Universum. Als strategisch wichtige Stakeholder betrachten wir Vertreter von Gruppen, auf deren Zufriedenheit wir für unseren Unternehmenserfolg besonders angewiesen sind. Diese sind im Inneren der Grafik aufgeführt. Im Geschäftsjahr 2019 haben wir im Rahmen der Wesentlichkeitsanalyse ebenfalls das Stakeholder-Universum auf seine Aktualität hin überprüft.

Unser Stakeholder-Universum



Wir präferieren den persönlichen Dialog und direkten Austausch mit unseren Stakeholdern. Da uns dies nur begrenzt möglich ist, arbeiten wir bereits seit einigen Jahren intensiv an dem stetigen Ausbau der unterschiedlichen Dialogformen und Informationsquellen. Der Relaunch unserer Corporate Website stand beispielweise im Geschäftsjahr 2020 im Fokus. Im Berichtsjahr haben wir zudem mit der Überarbeitung der Internetseiten unserer Tochterunternehmen begonnen. Zudem entwickelten wir eine neue Social-Media Strategie, um zukünftig unsere Stakeholder zielgruppenspezifischer anzusprechen und ihnen bedarfsgerechte Informationen zur Verfügung zu stellen. Die Umsetzung der neuen Strategie ist mit Beginn des Geschäftsjahres 2022 gestartet.

Wir stehen mit unseren Stakeholdern in einem offenen und transparenten Dialog. Die Anregungen und Anliegen der Stakeholdergruppen werden von den Vertretern der Berentzen-Gruppe erfasst und fließen über die unterschiedlichen Abteilungen in die Unternehmenstätigkeit und Nachhaltigkeitsstrategie ein.

Mitarbeiter

Alle Mitarbeiter sind Botschafter der Berentzen-Gruppe und tragen die Grundsätze und Wertvorstellungen nach außen. Auf einer unternehmenseigenen Social Intranet-Plattform finden sie vielfältige interne Informationen sowie tagesaktuelle Meldungen zur Unternehmensentwicklung und können sich standortübergreifend zu verschiedenen Themen austauschen. Einmal im Monat werden die Mitarbeiter hier mit dem Pressespiegel über die Berichterstattung zur Berentzen-Gruppe informiert. Auf den Betriebsversammlungen berichten die Betriebsräte und die Geschäftsleitung ebenfalls über aktuelle Themen. Weitere Dialogformen sind beispielsweise betriebliche Aushänge, Teambesprechungen und Mitarbeiterentwicklungsgespräche sowie die Geschäfts-, Quartals-, Halbjahres- und Nachhaltigkeitsberichte.



Einführung

Grundlagen

Nachhaltigkeitsstrategie

Nachhaltigkeitsmanagement

[Stakeholder-Engagement](#)

Compliance und Transparenz

People

Planet

Products

Anhang

Handelspartner und Kooperationspartner

Mit Handelspartnern und Kooperationspartnern stehen wir im Rahmen unserer Geschäftsbeziehungen in einem stetigen Austausch. Hier zählt für uns insbesondere der persönliche Kontakt. In regelmäßigen Jahresgesprächen sowie auf diversen Messen und Branchenveranstaltungen kommen Mitarbeiter mit ihnen zusammen und tauschen sich über aktuelle Themen und Trends aus oder stellen neue Produkte vor. Weitere Dialogformen sind beispielsweise auch Fachmedien und Branchenzeitungen.

Verbraucher

Der Austausch mit den Verbrauchern erfolgt auf vielen Kanälen, via Post oder Email über den Kundenservice, ebenso wie über die sozialen Netzwerke oder auch Veranstaltungen. Der überwiegende Teil der Kundenanliegen, wie allgemeine Anfragen etwa zu Inhaltsstoffen, ehemaligen Produkten, Sponsoring-Möglichkeiten, Bezugsquellen etc. wird durch die Unternehmenskommunikation beantwortet. Für die Bearbeitung eingehender Reklamationen ist das Qualitätsmanagement der Berentzen-Gruppe verantwortlich. Alle anfragenden Verbraucher erhalten eine persönliche und individuelle Antwort. Weitere Dialogformen sind beispielsweise die Marken- und Produktwebsites sowie Online- und Printmedien.

Lieferanten

Wir pflegen mit unseren Lieferanten langfristige Geschäftsbeziehungen und einen vertrauensvollen Umgang. Sie haben den größten Einfluss auf Nachhaltigkeitsthemen in der Wertschöpfungskette. Mit wichtigen Lieferanten bestehen Liefer- und Qualitätssicherungsvereinbarungen, auch in Bezug auf Aspekte der Nachhaltigkeit. Sie alle sind dazu aufgefordert, insbesondere den Lieferantenkodex einzuhalten. Mit seiner Verabschiedung wurde der Prozess gestartet, den Dialog über Nachhaltigkeitsthemen mit den Lieferanten zu intensivieren. Darüber hinaus setzen wir im Dialog mit den Lieferanten ebenfalls auf den persönlichen Kontakt und gegenseitige vor Ort Besuche.



Aktionäre und Fremdkapitalgeber

Die wesentliche Plattform zum Austausch mit den Aktionären stellt die jährliche Hauptversammlung der Berentzen-Gruppe Aktiengesellschaft dar. Die Notierung der Aktie im Regulierten Markt (General Standard) der Frankfurter Wertpapierbörse verpflichtet uns zur Veröffentlichung eines Jahresfinanzberichts und eines Halbjahresfinanzberichts. Der Jahresfinanzbericht wird in der Berentzen-Gruppe Aktiengesellschaft in Form eines jährlichen Geschäftsberichts erstellt. Des Weiteren sind Ad-hoc-Mitteilungen, Managers' Transactions und Stimmrechtsmitteilungen zu veröffentlichen. Um gegenüber den Aktionären ein Höchstmaß an Transparenz zu schaffen, haben wir uns darüber hinaus entschieden, auf freiwilliger Basis die Kapitalmarktöffentlichkeit im Rahmen eines Q1- sowie eines Q3-Zwischenberichts zu informieren.



Einführung

Grundlagen

Nachhaltigkeitsstrategie

Nachhaltigkeitsmanagement

[Stakeholder-Engagement](#)

Compliance und Transparenz

People

Planet

Products

Anhang

Zudem werden alle relevanten Unternehmensnachrichten nicht nur als Pressemitteilung, sondern auch als Corporate News gezielt im Kapitalmarkt veröffentlicht. Interessierte Investoren können sich im Rahmen von Eigenkapitalmarktkonferenzen, Roadshows und weiteren Gesprächsformaten, an denen die Vorstände der Berentzen-Gruppe Aktiengesellschaft persönlich teilnehmen, unmittelbar über die Unternehmensgruppe, ihre wirtschaftliche Entwicklung sowie die zukünftige Ausrichtung informieren. Im Berichtsjahr haben wir zum ersten Mal einen eigenen Investorentag durchgeführt, um den Austausch mit den Akteuren des Kapitalmarkts zu intensivieren. Dieses Format soll zukünftig im jährlichen Turnus stattfinden. Regelmäßige Dialoge finden gleichfalls mit unseren Fremdkapitalgebern statt.

Mitgliedschaft in Verbänden und Vereinen

Die Mitgliedschaft in Verbänden und Vereinen ermöglicht den Austausch mit unterschiedlichen Expertenkreisen und unterstützt die Berentzen-Gruppe in vielen Arbeitsbereichen.

Im Berichtsjahr waren wir beispielsweise in den folgenden Organisationen, Vereinen und Verbänden Mitglied:

- Arbeitgeberverband der Ernährungsindustrie Nordrhein-Westfalen (AEN)
- Gesellschaft der Freunde und Förderer der deutschen Mineralbrunnenindustrie e.V. (GFF)
- Förderverein des Haselünner Sportvereins
- Historischer Korn- und Hansemarkt Haselünne e.V.
- Markenverband e.V.
- MMM Club e.V.
- Schutzverband der Spirituosen-Industrie e.V.
- Science to Business GmbH der Hochschule Osnabrück
- Verband der Ernährungswirtschaft e.V. (VdEW)
- Verband Deutscher Mineralbrunnen e.V. (VDM)
- Versuchs- und Lehranstalt für Brauerei in Berlin e.V. (VLB Berlin)
- Wachstumsregion Ems-Achse e.V.
- Wirtschaftsrat der CDU e.V.



Einführung

Grundlagen

Nachhaltigkeitsstrategie

Nachhaltigkeitsmanagement

Stakeholder-Engagement

Compliance und Transparenz

People

Planet

Products

Anhang

(2.4) Compliance und Transparenz

Wir sind überzeugt davon, dass eine verlässliche und verantwortungsvolle Unternehmensführung die Basis für langfristigen wirtschaftlichen Erfolg ist. Dies bedeutet für uns, dass Compliance mehr umfasst als die Einhaltung der im Einzelfall jeweils einschlägigen nationalen und internationalen Rechtsvorschriften, internen Unternehmensrichtlinien und Industriestandards. Compliance bedeutet für uns auch, dass wir nach ethischen Prinzipien und freiwillig eingegangenen Selbstverpflichtungen und anerkannten Werten handeln.

Um sich rechtskonform, ethisch einwandfrei und den Unternehmensgrundsätzen gemäß zu verhalten, sind Richtlinien und Leitbilder erforderlich, die den Beschäftigten die gewünschten Handlungen und Haltungen aufzeigen. Durch diese elementaren Grundlagen soll sichergestellt werden, dass sich die Beschäftigten im Rahmen ihres unternehmensbezogenen Handelns rechtmäßig verhalten und sich dabei gegenseitig mit Respekt und Wertschätzung begegnen. Zu diesem Zweck wurden die Berentzen Kodizes etabliert.

Diese Kodizes (Verhaltens-, Marketing- und Lieferantenkodex) stellen die grundlegenden Compliance-Richtlinien der Berentzen-Gruppe dar und beinhalten u.a. verbindliche Vorgaben zur Korruptions- und Geldwäscheprävention, zum Wettbewerbs- und Kartellrecht sowie zur Vermeidung von Interessenskonflikten. Gleichzeitig geben sie Auskunft darüber, welche Rechte unseren Mitarbeitern oder den Beschäftigten von Lieferanten zustehen, wie verantwortungsvoll für die Produkte der Unternehmensgruppe geworben wird und welche Umweltvorgaben erfüllt werden sollen. Managementsysteme und Audits gewährleisten die Einhaltung von Umwelt-, Qualitäts- und Sozialstandards, deren Überprüfung regelmäßig durch interne oder externe Instanzen vorgenommen wird. Soziales und kulturelles Engagement, insbesondere im lokalen Umfeld, leistet einen Beitrag zur Entwicklung der Standortregionen und stärkt die regionale Attraktivität des Unternehmens.

Neben den Kodizes existieren weitere Richtlinien, Anweisungen und Vorkehrungen zur Sicherstellung der Compliance in der Berentzen-Gruppe. Deren Regelungsgegenstände umfassen sowohl die unternehmens- bzw. konzerninterne Organisation – dies insbesondere im Rahmen von Geschäftsordnungen, Kompetenzrichtlinien, Berechtigungskonzepten und des internen Kontrollsystems – als auch materielle Inhalte, die zum Beispiel in Handbüchern niedergelegt sind.

Verantwortungsvoller Umgang mit Risiken

Als national und international operierender Konzern in der Lebensmittelbranche unterliegen wir einer Vielzahl von Rechtsvorschriften, aus denen wir rechtlichen und regulatorischen Risiken ausgesetzt sind. Dazu zählen insbesondere Vertrags- und Haftungsrisiken im Rahmen der jeweiligen nationalen und internationalen Bestimmungen des Mängelgewährleistungs- und Produkthaftungsrechts, des Lebensmittelrechts, des Verbraucherschutzrechts, des Wettbewerbs- und Kartellrechts, des Marken- und Patentrechts, des Umwelt-, Bau- und Planungsrechts, des Arbeits- und Arbeitsschutzrechts, des Außenwirtschafts- und Zollrechts, des Steuerrechts, sowie Bestimmungen im Zusammenhang mit Einkaufsaktivitäten und der Beschaffung.

Da potenziell compliancebezogene Risiken in allen operativen und administrativen Bereichen der Unternehmensgruppe auftreten können, ist es das Ziel der Compliance-Richtlinien und der darüber hinausgehenden Richtlinien, Anweisungen und sonstigen Vorkehrungen, die Einhaltung nationaler und internationaler Rechtsvorschriften zu gewährleisten sowie zugleich Rechtsverstöße, insbesondere Korruption, seitens der Berentzen-Gruppe und ihrer Beschäftigten zu verhindern. Im Geschäftsjahr 2021 wurde dieses Ziel erneut erreicht, da keine Korruptionsfälle oder Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten und Verstöße gegen das Kartell- und Monopolrecht zu verzeichnen waren.



Einführung

Grundlagen

Nachhaltigkeitsstrategie

Nachhaltigkeitsmanagement

Stakeholder-Engagement

Compliance und Transparenz

People

Planet

Products

Anhang

Nachhaltigkeitsrisiken, die zu unternehmerischen Risiken führen können, sind ein weiteres Aktionsfeld unseres Managements. Dabei geht es nicht nur um das Beurteilen und Vermeiden von Risiken, sondern auch um das Ausschöpfen von Chancen. Die Identifikation und Bewertung von Risiken ist fester Bestandteil unseres Risikomanagements. Umfangreiche Informationen zum Risikomanagementsystem sind im  [Geschäftsbericht](#) zu finden.

Risiken im Zusammenhang mit dem Klimawandel gewinnen für uns insbesondere indirekt an Bedeutung, da wir uns in erster Linie Transitionsrisiken ausgesetzt sehen. Kurzfristig werden verschärfte gesetzliche Anforderungen, Vorschriften, Standards und Normen Auswirkungen auf unseren Arbeitsalltag haben. Mit der freiwilligen Einführung eines Umweltmanagementsystems und der Planung und Umsetzung einer Effizienzstrategie wollen wir uns bestmöglich auf künftige Anforderungen und Vorschriften vorbereiten. Mit der EU-Taxonomie und den von der Europäischen Union geplanten Erweiterungen der Regelungen zur nichtfinanziellen Berichterstattung (Corporate Sustainable Reporting Directive - CSRD) entstehen umfangreiche neue Berichtspflichten, die zukünftig auch die Nachhaltigkeitsberichterstattung verändern werden.

Die steigenden gesetzlichen Nachhaltigkeitsanforderungen an unsere Produkte und Unternehmenstätigkeit sind für uns als mittelständisches Unternehmen durchaus herausfordernd, dennoch betrachten wir diese vornehmlich als Chance. Weitere Informationen zu dem Umgang mit potenziellen Nachhaltigkeitsrisiken und eine Beschreibung der Vorsorgemaßnahmen sind thematisch in den einzelnen Kapiteln des vorliegenden Nachhaltigkeitsberichts aufgeführt.

Compliance-Organisation

In der Berentzen-Gruppe ist die Wahrnehmung der Verantwortung für das Thema Compliance organisatorisch grundsätzlich zentral bei der Berentzen-Gruppe Aktiengesellschaft für die gesamte Berentzen-Gruppe eingerichtet. Gesetzlich verantwortliches Organ für das Thema Compliance bei der Berentzen-Gruppe Aktiengesellschaft und damit auch der Berentzen-Gruppe insgesamt ist der Vorstand im Rahmen seiner Gesamtverantwortung für die Leitung des Unternehmens und der Unternehmensgruppe. Neben dem Vorstand ist der Aufsichtsrat der Berentzen-Gruppe Aktiengesellschaft im Rahmen der ihm obliegenden Überwachungsfunktion auch für die Compliance bei der Berentzen-Gruppe Aktiengesellschaft und damit der Berentzen-Gruppe insgesamt mit verantwortlich. Die Überwachungsfunktion des Aufsichtsrats erstreckt sich nicht nur auf das direkte Vorstandshandeln, sondern insbesondere auch darauf, ob der Vorstand seiner Aufgabe zur Sicherstellung der Compliance im Unternehmen nachkommt.

Unterhalb der Organisationsebene des Vorstands ist die Verantwortung für das Thema Compliance an das zentral bei der Berentzen-Gruppe Aktiengesellschaft eingerichtete Compliance Committee unter der Leitung des Chief Compliance Officers übertragen. Bestandteile der Steuerung von Compliance und Risikomanagement bilden darüber hinaus die organisatorisch zentral verankerte Interne Revision der Unternehmensgruppe und ihr internes Kontrollsystem.

Gegenstände der Internen Revision sind insbesondere eine Überprüfung der wesentlichen internen Geschäftsprozesse, anlassbezogene Prüfungen sowie – entweder im Zusammenhang mit diesen oder losgelöst davon – eine Prüfung der Kontrollmechanismen des internen Kontrollsystems. Dessen prozessintegrierte und prozessunabhängige Kontrollmaßnahmen bilden die Elemente des internen Überwachungssystems.



Einführung

Grundlagen

Nachhaltigkeitsstrategie

Nachhaltigkeitsmanagement

Stakeholder-Engagement

Compliance und Transparenz

People

Planet

Products

Anhang

Ein weiterer wichtiger Baustein ist die zentral eingerichtete externe Vertrauensstelle („Whistleblower-Hotline“). Mitarbeiter, Geschäftspartner und andere externe Stakeholder können dort Hinweise auf Rechtsverstöße und Verstöße gegen unsere Kodizes anonym melden. Die Funktion der Vertrauensstelle wird von einem externen und unabhängigen Rechtsanwalt wahrgenommen.

Die Beschäftigten der Unternehmensgruppe werden zu Beginn ihrer Tätigkeit über die Existenz und die Kontaktdaten der externen Vertrauensstelle informiert. Darüber hinaus sind die Kontaktdaten der externen Vertrauensstelle im Social Intranet hinterlegt sowie auf der Corporate Website veröffentlicht. Im Geschäftsjahr 2021 gab es keine Meldungen an die externe Vertrauensstelle.

Sensibilisierung von Mitarbeitern und Führungskräften

Innerhalb der Unternehmensorganisation obliegen den Führungskräften im Rahmen ihrer Führungsaufgaben besondere Aufgaben im Hinblick auf das Thema Compliance. Hierzu zählt, die Beachtung der Kodizes in ihrem jeweiligen Verantwortungsbereich sicherzustellen, die Mitarbeiter über deren Inhalt und Bedeutung zu informieren und dafür zu sensibilisieren sowie sie nach besten Kräften darin zu unterstützen, rechtmäßig zu handeln. Die Führungskräfte sind im Rahmen ihrer Aufsichtspflicht auch dafür verantwortlich, dass Verstöße gegen geltendes Recht sowie interne Unternehmensrichtlinien in ihrem Verantwortungsbereich unterbleiben.

Dem Korruptionsrisiko begegnen wir zudem mit Regelungen wie Funktionstrennung, Genehmigungsverfahren und dem Vier-Augen-Prinzip. Darüber hinaus werden die Beschäftigten der Berentzen-Gruppe in der Regel im Rahmen von Präsenzs Schulungen mit Themen der Compliance – insbesondere zum Wettbewerbs- und Kartellrecht – vertraut gemacht und somit für die Einhaltung der relevanten rechtlichen Rahmenbedingungen sensibilisiert. Bei Fragen zu rechtskonformem Verhalten oder im Zusammenhang mit dem Verständnis oder der Interpretation der Kodizes der Berentzen-Gruppe können sich die Beschäftigten an ihre jeweilige

Führungskraft, das Compliance Committee oder die zentrale Rechtsabteilung der Berentzen-Gruppe Aktiengesellschaft wenden.

Die Kodizes der Berentzen-Gruppe einschließlich der Kontaktdaten der externen Vertrauensstelle sind auf der Unternehmenswebsite unter  www.berentzen-gruppe.de abrufbar und stehen den Beschäftigten unter anderem im Social Intranet der Unternehmensgruppe zur Verfügung.

Transparenz

Ein wichtiger Bestandteil unternehmerischer Verantwortung ist für uns das Thema Transparenz. Zentrale Transparenzinstrumente sind für uns die Geschäftsberichte, Halbjahresfinanzberichte und Jahresabschlüsse, sowie die freiwillig veröffentlichten Quartalsberichte der Berentzen-Gruppe Aktiengesellschaft. Diese sowie weitere Berichte und Informationen werden der breiten Öffentlichkeit auf unserer Unternehmenswebsite zur Verfügung gestellt.

Darüber hinaus berichten wir mit dem vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht transparent über ökologische und soziale Themen. Damit zeigen wir nicht nur unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten auf, sondern lassen uns auch daran messen. Denn Transparenz in der Nachhaltigkeitsberichterstattung bedeutet auch, mit nicht erreichten Zielen offen umzugehen.

Zur Förderung der Vergleichbarkeit unserer Nachhaltigkeitsleistung berichten wir anhand der Kriterien des  [Deutschen Nachhaltigkeitskodex \(DNK\)](#). Der DNK ist ein branchenübergreifender Transparenzstandard für die Berichterstattung unternehmerischer Nachhaltigkeitsleistungen und kann von Unternehmen und Organisationen unterschiedlicher Größe und Rechtsform genutzt werden. Der Standard wurde im Auftrag der Bundesregierung vom Rat für nachhaltige Entwicklung gemeinsam mit Wirtschaftsvertretern entwickelt.



Einführung

Grundlagen

People

Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit

Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz

Aus- und Weiterbildung
Unser Engagement

Planet

Products

Anhang



(3) People

Eine kompetente, leistungsfähige und engagierte Belegschaft ist die Basis für unseren Geschäftserfolg und für die Weiterentwicklung unseres Konzerns. Als Arbeitgeber in eher ländlichen Regionen ist der demografische Wandel für uns mitunter herausfordernd. Um uns auch für die Zukunft als attraktiver Arbeitgeber zu positionieren, hinterfragen wir regelmäßig unsere Angebote und reagieren auf die Anforderungen des aktuellen Arbeitsmarktes.

Den Herausforderungen begegnen wir mit einer Personalstrategie, die aus der zentralen Unternehmensstrategie sowie aus den Unternehmenswerten und -kompetenzen abgeleitet wurde. Kontinuierliches Ziel der Personalstrategie ist es, die am besten geeigneten Mitarbeiter in der ausreichenden Anzahl zu gewinnen und langfristig zu binden. Im Fokus steht die Sicherstellung des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs an Beschäftigten in allen Bereichen des Unternehmens.

Geprägt, gelebt und vorangetrieben wird die Personalstrategie durch das Ressort Personal und Organisation. Der Bereich ist zentral bei der Berentzen-Gruppe

Aktiengesellschaft für die gesamte Berentzen-Gruppe eingerichtet. Die Leiterin des Zentralbereichs berichtet direkt an den Finanzvorstand und steht mit ihm in engem Austausch.



Unser Beitrag zur Erreichung des SDGs Nr. 8 „Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum“: Wir bieten unseren Mitarbeitern sichere Arbeitsplätze, gute Arbeitsbedingungen und ständige Wertschätzung.

Neben unseren aktuellen und potenziellen Mitarbeitern bezieht das Handlungsfeld People ebenfalls die Gesellschaft mit ein. Sich für die Gesellschaft zu engagieren, ist fester Bestandteil unserer Unternehmenskultur und unseres Werteverständnisses. Wir wollen damit unseren Beitrag zu einer nachhaltigen gesellschaftlichen Weiterentwicklung leisten. Nähere Informationen dazu finden Sie im Unterkapitel → „[Unser Engagement](#)“.



Arbeitgeberattraktivität und -verantwortung

Wir arbeiten kontinuierlich an der Weiterentwicklung und Verbesserung der Arbeitsbedingungen, denn wir wollen unseren Mitarbeitern ein interessantes und von Eigenverantwortung geprägtes Arbeitsumfeld bieten.

Einführung

Im Sinne unseres Selbstverständnisses als attraktiver und verantwortungsvoller Arbeitgeber ist es uns besonders wichtig, uns um die unterschiedlichen Belange und Interessen unserer Beschäftigten zu kümmern. Wir bieten spannende Aufgaben, ein interessantes Arbeitsumfeld und legen Wert auf ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Arbeit und Freizeit, auf eine wettbewerbsfähige und geschlechtsunabhängige Vergütung und auf ein gutes Betriebsklima.

Grundlagen

People

Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit

Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz

Aus- und Weiterbildung

Unser Engagement

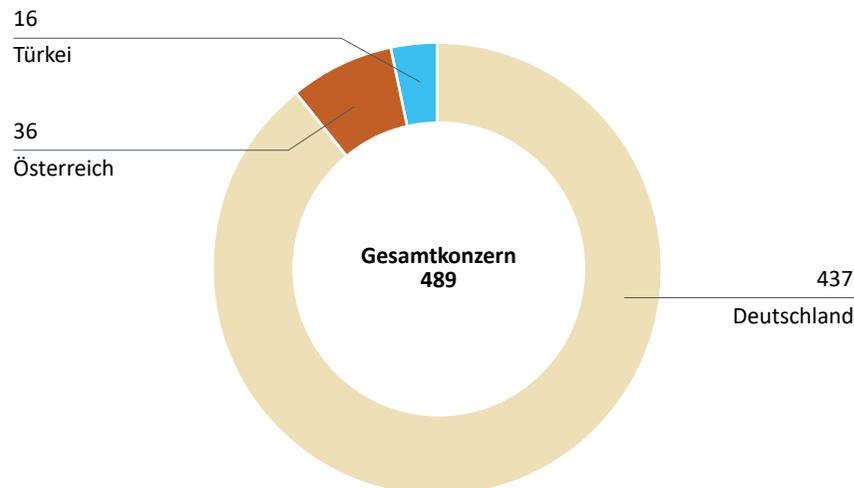
Um gemeinsam Erfolg und Motivation sicherzustellen, qualifizieren wir unsere Beschäftigten und fördern ihre Entwicklung. Dazu tragen unter anderem die hochwertige Ausbildung von Berufsanfängern sowie die aktive Unterstützung bei der Fortbildung und Weiterqualifikation unserer Beschäftigten bei.

Planet

Products

Anhang

Mitarbeiter nach Region



Beschäftigungsstruktur

Zum 31.12.2021 waren 489 Mitarbeiter bei der Unternehmensgruppe in Deutschland, Österreich und in der Türkei beschäftigt. Das sind 18 Beschäftigte weniger als im Vorjahr. Im Jahresdurchschnitt hat die Unternehmensgruppe 493 Mitarbeiter beschäftigt.

Entwicklung des Personalbestands

	2021	2020	2019
Personalbestand zum Stichtag	489	507	498
Durchschnittlicher Personalbestand	493	503	497

Zum Bilanzstichtag waren 54,4 % unserer Beschäftigten kaufmännisch angestellt sowie 40,7 % gewerblich beschäftigt. Die verbleibenden 4,9 % der Belegschaft bildeten Auszubildende und Praktikanten. Mit 45,6 % sind die meisten Mitarbeiter bei der Berentzen-Gruppe Aktiengesellschaft beschäftigt, gefolgt von 34,6 % bei der Vivaris Getränke GmbH & Co. KG, 10,0 % bei unseren Vertriebsgesellschaften sowie 7,4 % bei unserer österreichischen Tochtergesellschaft, der Citrocasa GmbH.



Einführung

Grundlagen

People

Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit

Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz

Aus- und Weiterbildung

Unser Engagement

Planet

Products

Anhang

Verteilung des Personalbestandes in der Unternehmensgruppe

Gesellschaft	Angestellte (gesamt)	davon weiblich	Gewerblich Beschäftigte (gesamt)	davon weiblich	Auszubildende/ Praktikanten (gesamt)	davon weiblich	Gesamtbeschäftigte
Berentzen-Gruppe Aktiengesellschaft	131	67	75	15	17	8	223
davon in Haselünne	85	47	4	0	9	5	98
davon in Minden	41	17	71	15	8	3	120
davon in Stadthagen	5	3	0	0	0	0	5
Der Berentzen Hof GmbH	7	4	4	4	1	1	12
Berentzen-Vivaris Vertriebs GmbH	28	4	0	0	0	0	28
Berentzen Alkollü Ickiler Ticaret Limited Sirketi	16	4	0	0	0	0	16
Vivaris Getränke GmbH & Co. KG	43	20	120	24	6	1	169
davon in Haselünne	30	14	66	5	4	1	100
davon in Grüneberg	13	6	54	19	2	0	69
Citrocasa Deutschland Vertriebs GmbH	5	0	0	0	0	0	5
Citrocasa GmbH	36	17	0	0	0	0	36
Konzern	266	116	199	43	24	10	489

Gemeinsam durch die Krise – Herausforderungen der Coronavirus-Pandemie

Auch im Geschäftsjahr 2021 hat die Coronavirus-Pandemie unseren Alltag geprägt und uns erneut vor operative und wirtschaftliche Herausforderungen gestellt. Mehr Informationen finden sich dazu auch im  [Geschäftsbericht](#) der Berentzen-Gruppe Aktiengesellschaft.

Als Arbeitgeber steht für uns insbesondere der Schutz unserer Beschäftigten im Zentrum unseres Handelns. In der Phase der Pandemie ist es unser oberstes Ziel, die Ausbreitung des Coronavirus zu verhindern und unsere Beschäftigten bestmöglich vor einer Ansteckung zu schützen. Dies erforderte auch im Berichtsjahr viel Disziplin von allen Beschäftigten sowie Zusammenhalt auf Distanz.

Wir setzen weiterhin auf unser bewährtes Hygienekonzept und die umfangreichen Schutzmaßnahmen. Die Wirksamkeit unserer ergriffenen Maßnahmen zeigte sich auch im Geschäftsjahr 2021, da zu keiner Zeit die operative Leistungsfähigkeit

der Unternehmensgruppe gefährdet war und trotz der Infektionen einzelner Beschäftigter die Kolleginnen und Kollegen vor einer Ansteckung wirksam geschützt werden konnten.

Dies ist einer hohen Impfquote unter den Beschäftigten in unserer Unternehmensgruppe, den regelmäßigen Testungen aller Beschäftigten, dem umfangreichen Schicht- und Präsenzkonzept, der Möglichkeit des mobilen Arbeitens („Home Office“) an bis zu fünf Tagen pro Woche sowie dem Schichtwechsel ohne persönliche Begegnungen zu verdanken. Der Krisenstab der Berentzen-Gruppe tagte im Berichtsjahr regelmäßig, beobachtete die politische sowie pandemische Entwicklung, diskutierte intensiv über aktuelle und potenzielle Maßnahmen und erarbeitete auf dieser Grundlage Handlungsoptionen.



Einführung

Grundlagen

People

Mitarbeiterbindung und
-zufriedenheit

Gesundheit und Sicherheit
am Arbeitsplatz

Aus- und Weiterbildung

Unser Engagement

Planet

Products

Anhang

Wir unterstützen die nationalen Impfkampagnen als wichtiges Werkzeug zur Bekämpfung der Coronavirus-Pandemie und haben vor diesem Hintergrund in Zusammenarbeit mit unseren Betriebsärzten Impfaktionen in unseren Geschäftsräumen durchgeführt.

Aufgrund der temporären Schließung von Gastronomiebetrieben und des allgemeinen Veranstaltungsverbotes war es im Geschäftsjahr 2021 erforderlich, für die Beschäftigten der davon direkt oder indirekt betroffenen Bereiche die Kurzarbeit im Frühjahr fortzuführen. Dies betraf insbesondere die Beschäftigten des Berentzen Hofs und des vertrieblichen Außendienstes und damit nur einen vergleichsweise geringen Teil der gesamten Belegschaft. Um die Nettoeinkommensverluste der betroffenen Beschäftigten in dieser Zeit teilweise zu kompensieren, haben wir das Kurzarbeitergeld freiwillig aufgestockt. Als Anerkennung für die persönlichen Leistungen und flexiblen Einsatzbereitschaften während der Coronavirus-Pandemie erhielten darüber hinaus alle Beschäftigten der Berentzen-Gruppe eine weitere einmalige Sonderprämie.

Auch im zweiten Jahr der Pandemie hat sich gezeigt, dass eine offene und vertrauensvolle Kommunikation besonders wichtig ist. Zur Gewährleistung eines unmittelbaren und direkten Kommunikationsflusses wurde die interne Kommunikation über das sog. Social Intranet fortgeführt und beispielweise durch die Einführung einer internen „Corona-Ampel“ optimiert. Dies führte zu einem besseren und nachvollziehbaren Verständnis für die jeweils geltenden Maßnahmen.

Risiken verantwortungsvoll entgegenzutreten

Die größten betrieblichen Herausforderungen im Handlungsfeld People standen im Jahr 2021 im Zusammenhang mit der Coronavirus-Pandemie. Ziele, Maßnahmen und deren Umsetzungserfolge wurden zuvor beschrieben.

Weitere potenzielle Risiken in diesem Handlungsfeld sind der Fachkräftemangel sowie eine zunehmend höhere Fluktuation. Der demografische Wandel verschärft in Industrieländern den Wettbewerb um gut ausgebildete Fachkräfte. Mit unserer Personalstrategie und den dazugehörigen Maßnahmen wirken wir diesen Risiken entgegen und minimieren sie. Wir setzen daher beispielsweise verstärkt auf mobiles Arbeiten, um Bewerber auch aus anderen Regionen für einen Eintritt in die Unternehmensgruppe zu gewinnen, überprüfen regelmäßig unsere Gehaltsstrukturen und haben den Recruitingprozess optimiert. Darüber hinaus haben wir bereits im Jahr 2019 ein Employer Branding-Projekt gestartet und arbeiten kontinuierlich an der Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit.



Einführung

Grundlagen

People

Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit

Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz

Aus- und Weiterbildung

Unser Engagement

Planet

Products

Anhang

Zurück

(3.1) Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit

Mitarbeiter, die emotional stark an ein Unternehmen gebunden und mit den Arbeitsbedingungen zufrieden sind, kündigen weniger häufig, sind seltener abwesend und empfehlen das Unternehmen gerne weiter. Dies setzt voraus, dass sie sich an ihrem Arbeitsplatz wohl fühlen und angemessene Entwicklungsmöglichkeiten haben, dass sie die Arbeit mit ihrem Privatleben vereinbaren können, dass sie sich wertgeschätzt fühlen und in Entscheidungsprozesse aktiv einbezogen bzw. über Entwicklungen informiert werden.

Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit und Fluktuation

	2021	2020	2019
Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit [Jahre]	13,0	12,9	13,1
Fluktuationsquote [%]	16,6	9,5	12,1
Anzahl Abgänge/Austritte	77	45	57
Anzahl neu eingestellte Mitarbeiter und Auszubildende	66	60	62

Im Berichtsjahr ist die Fluktuationsquote von 9,5 % (2020) auf 16,6 % (2021) gestiegen. Dies ist auf verschiedene Entwicklungen zurückzuführen, u. a. auf die Umsetzung von Strukturmaßnahmen in Zusammenhang mit der Beendigung einer langjährigen Kooperation mit einem internationalen Getränkekonzern über die Abfüllung alkoholfreier Markenprodukte zum Ende des ersten Quartals im Geschäftsjahr 2021. Die lange durchschnittliche Betriebszugehörigkeit von 13,0 Jahren im Geschäftsjahr 2021 zeigt jedoch den grundsätzlich hohen Grad der Identifikation der Mitarbeitenden mit der Unternehmensgruppe.

Um Kündigungsgründe von Beschäftigten besser nachzuvollziehen, führen wir abschließende Austrittsgespräche mit den Mitarbeitenden. Zudem arbeiten wir kontinuierlich an der Optimierung der Einarbeitungsphase, um einer Frühfluktuation entgegenzuwirken.

Mitarbeiterfluktuation nach Region, Geschlecht und Alter

	Fluktuationsrate in %	Anzahl Abgänge
Nach Region¹⁾		
EU	16 %	74
Nicht-EU	19 %	3
Nach Geschlecht		
Anzahl Frauen	5 %	25
Anzahl Männer	11 %	52
Nach Alter		
Unter 30 Jahren	4 %	19
30 bis 50 Jahre	7 %	34
Über 50 Jahre	5 %	24

¹⁾ Aufgrund des ungleichen Verhältnisses der Anzahl an Beschäftigten in den Regionen, ist die Aussagekraft der Fluktuationsrate nach Region nicht repräsentativ.

Employer Branding

Im Jahr 2019 starteten wir unser neues Employer Branding-Projekt, dessen Ziel es zum einen ist, die in der Unternehmensgruppe bereits tätigen Mitarbeiter stärker an das Unternehmen zu binden. Von wesentlicher Bedeutung ist es dabei, die Identifikation von Mitarbeitern mit den Unternehmenswerten zu intensivieren. Die in der Folge höhere emotionale Bindung an die Unternehmensgruppe wird nach unserer Einschätzung zu mehr Zufriedenheit, verbesserter Leistungsbereitschaft und höherer Motivation führen.

Zum anderen möchten wir unsere Positionierung als attraktiver Arbeitgeber auf dem Arbeitsmarkt stärken, um professionelle Talente für uns zu begeistern und schließlich zu rekrutieren.



Einführung

Grundlagen

People

Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit

Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz

Aus- und Weiterbildung

Unser Engagement

Planet

Products

Anhang

Grundstein des Prozesses war eine konzernweit durchgeführte Mitarbeiterumfrage.

Die Ergebnisse dieser Umfrage gingen direkt in die Weiterentwicklung unserer Unternehmenswerte und damit in die neue Employer Branding Strategie ein.

Mit unserer neuen Kernbotschaft „Gemeinsam für mehr Lebensfreude“ stand für uns insbesondere die Intensivierung des Zusammengehörigkeitsgefühls im Vordergrund.

Die Coronavirus-Pandemie erfordert immer noch Distanz und die Reduktion von persönlichen Kontakten, macht zugleich aber die Stärkung des Gemeinschaftsgefühls umso bedeutsamer.

Ein weiterer Schwerpunkt im Geschäftsjahr 2021 war die Erstellung verschiedener Employer Branding-Videos.

Diese sollen die Unternehmensgruppe mit all ihren Facetten vorstellen, die Unternehmenswerte vermitteln, ein Interesse an der Berentzen-Gruppe bei potenziellen Bewerbern wecken und steigern sowie die Identifikation bestehender Mitarbeiter mit der Unternehmensgruppe stärken.

Insofern dienen die Videos nicht nur dem Personalmarketing bzw. der Positionierung als attraktiver Arbeitgeber, sondern vielmehr auch der Förderung der Mitarbeiterbindung.

Nachdem sich in den vergangenen Jahren an den deutschen Standorten der Berentzen-Gruppe das betriebliche Vorschlagswesen etabliert hat, fand im Geschäftsjahr 2020 die Einführung dieses Systems bei Citrocasa statt.

Mitarbeiter können dort aktiv ihre Verbesserungsvorschläge einbringen und somit zur Optimierung beitragen. Ein Managementteam evaluiert in regelmäßigen Abständen die Vorschläge. Sofern diese sinnvoll und umsetzbar sind, kümmert sich das Team anschließend um die weitere Umsetzung.

Digitalisierung im Personalwesen

Mit der Einführung einer neuen webbasierten Software zur Abwicklung von Personalprozessen im Jahr 2019 arbeiten wir konstant an der Digitalisierung des Personalwesens und etablieren regelmäßig neue digitale Instrumente.

Ziel der Anwendung ist es, durch die zunehmende Automatisierung und stärkere Einbindung der Mitarbeitenden die Personalprozesse transparenter und effizienter zu gestalten und darüber hinaus die allgemeinen Prozesskosten zu senken.

Gleichzeitig lassen sich so papierlastige und damit CO₂-verursachende Prozesse standortübergreifend vermindern.

Insbesondere das neue Self-Service Management bietet unseren Mitarbeitern viele Vorteile, wie beispielsweise schnellere und transparente Genehmigungsprozesse.

Im Geschäftsjahr 2021 lag der Fokus auf der Einführung eines digitalen Reisekostenmanagements, der softwarebasierten Beantragung und Erstellung von Zwischen- und Arbeitszeugnissen sowie der Durchführung von Pilotprojekten zur digitalen Zeiterfassung.



Einführung

Grundlagen

People

Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit

Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz

Aus- und Weiterbildung

Unser Engagement

Planet

Products

Anhang

Mitarbeiter nach Vertragsstatus

Wir streben nach einem langfristigen und vertrauensvollen Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Verhältnis. Aus diesem Grund sind ungefähr 90 % unserer Mitarbeitenden unbefristet beschäftigt. Weitere 5 % unserer Beschäftigten sind im Rahmen ihrer Ausbildung bei der Unternehmensgruppe angestellt. Weitere Informationen zu diesem Thema sind im Kapitel → „Aus- und Weiterbildung“ zu finden.

Mitarbeiter nach Vertragsart, Region und Geschlecht

	Anzahl Beschäftigte	davon unbefristet	davon befristet	davon Auszubildende/ Trainees
Deutschland	437	383	30	24
Österreich	36	36	0	0
Türkei	16	16	0	0
Gesamtkonzern	489	435	30	24
Anzahl Frauen	168	148	10	10
Anzahl Männer	321	288	20	14
Gesamtkonzern	489	435	30	24

Zur Überbrückung kurzfristiger bzw. temporärer Engpässe arbeiten wir mit Leiharbeitsunternehmen zusammen. Diese müssen eine gültige Erlaubnis zur Arbeitnehmerüberlassung nachweisen. Wenn ein Arbeitsplatz länger als sechs Monate von einem Leiharbeitnehmer besetzt wurde, überprüfen wir, ob es sich um einen Dauerarbeitsplatz handelt und die Stelle stattdessen mit einem bei der Berentzen-Gruppe beschäftigten Arbeitnehmer dauerhaft besetzt werden kann. Zum Bilanzstichtag betrug der Anteil Leiharbeitnehmer im Verhältnis zur Gesamtbelegschaft 2 %. Leiharbeitnehmer zählen nicht zu den befristeten Beschäftigten der Berentzen-Gruppe, da sie beim jeweiligen Leiharbeitsunternehmen beschäftigt sind.

Vereinbarkeit von Leben und Beruf

Für unsere Beschäftigten spielt die Vereinbarkeit von Leben und Beruf eine essenzielle Rolle. Wir möchten unsere Mitarbeiter dabei bestmöglich unterstützen. Sofern es mit dem Tätigkeitsbereich der Mitarbeiter vereinbar ist, kümmern wir uns auf Wunsch um unterschiedliche Arbeitszeitmodelle und familienfreundliche Teilzeitmodelle. Im Geschäftsjahr 2021 lag die Teilzeitquote bei 15,3 %. Um zeitgemäße und sinnvolle Arbeitszeitmodelle zu entwickeln, identifizieren wir regelmäßig die Bedürfnisse unserer Beschäftigten. Nach erfolgreicher Durchführung eines Pilotprojektes zur digitalen Zeiterfassung führen wir dies mit Beginn des Geschäftsjahres 2022 für alle kaufmännischen Beschäftigten ein. In diesem Zusammenhang wurden der bisherige Arbeitszeitrahmen weiter gefasst und die individuellen Kernarbeitszeiten durch Besetzungszeiten der Abteilungen ersetzt. Dies soll den kaufmännischen Mitarbeitenden eine weitere Flexibilisierung ihrer Arbeitszeit ermöglichen.

Da viele Beschäftigte sich das Arbeiten aus dem Home-Office wünschen, haben wir seit dem Geschäftsjahr 2020 weitreichende Möglichkeiten des mobilen Arbeitens geschaffen. Wir haben Betriebsvereinbarungen geschlossen, umfangreich in Soft- und Hardware investiert sowie eine digitale Meeting-Kultur etabliert. Durch diese Maßnahmen können wir zu einer besseren Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben beitragen.

Teilzeitkennzahlen und Frauenquote

	2021	2020	2019
Personalbestand zum Stichtag	489	507	498
Anzahl Mitarbeiter Teilzeit	75	80	79
Teilzeitquote [%]	15,3	15,8	15,9
Frauenquote [%]	34,6	35,1	35,9



Einführung

Grundlagen

People

Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit

Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz

Aus- und Weiterbildung

Unser Engagement

Planet

Products

Anhang

Zur Stärkung und kontinuierlichen Weiterentwicklung des Themas Familienfreundlichkeit innerhalb der Unternehmensgruppe wurde eine interdisziplinäre Projektgruppe unter der Leitung der Personalabteilung gegründet. Die Projektgruppe eruiert und entwickelt unterschiedliche Maßnahmen zur Förderung der Familienfreundlichkeit im Rahmen regelmäßiger Treffen. So war sie beispielsweise im Berichtsjahr für die Einführung eines Eltern-Kind-Paketes verantwortlich.

Diese Bemühungen und unser stetiges Engagement zeigen, dass Familienfreundlichkeit in der Berentzen-Gruppe gelebte Unternehmenspraxis ist. Das zeigt auch die erneute Auszeichnung als familienfreundlicher Arbeitgeber im Berichtsjahr. Unserem Standort Minden wurde zum zweiten Mal vom Kompetenzzentrum Frau und Beruf Ostwestfalen-Lippe die Auszeichnung „Familienfreundliches Unternehmen im Kreis Minden-Lübbecke“ verliehen. Die Emsländische Stiftung Beruf und Familie zeichnete im Jahr 2019 ebenfalls unseren Standort Haselünne mit dem Gütesiegel für Familienfreundlichkeit aus. Beide Auszeichnungen bestätigen unsere zahlreichen Ansätze und unser Engagement für die Beschäftigten.



Nach längeren Arbeitsunfähigkeitszeiten haben Mitarbeiter die Möglichkeit, ein Gespräch im Rahmen des betrieblichen Eingliederungsmanagements (BEM) zu führen. Ziel dessen ist es, die Beschäftigungsfähigkeit des Mitarbeiters im Unternehmen wiederherzustellen und somit Fehlzeiten zu reduzieren.

Damit die Mitarbeiter sich am Arbeitsplatz wohlfühlen, gibt es eine Reihe von Vergünstigungen. So haben sie während der Arbeitszeit zum Beispiel kostenlosen Zugriff auf unterschiedliche alkoholfreie Getränke. Verschiedene Betriebsvereinbarungen regeln freiwillige Sozialleistungen bei Betriebsjubiläen, ein monatliches Deputat sowie Sonderdeputate zu Weihnachten und zum Geburtstag. Anlässlich eines 25-jährigen Betriebsjubiläums haben Mitarbeiter außerdem die Möglichkeit, auf Firmenkosten eine Kollegenfeier auszurichten. Darüber hinaus gewähren wir bezahlten Sonderurlaub zu bestimmten Anlässen.

Seit 2017 bieten wir unseren Mitarbeitern die Möglichkeit, Dienstfahräder im Rahmen einer Entgeltumwandlung zu leasen. Aktuell werden 85 Fahrräder von 62 Mitarbeitern geleast. Hierbei machen einige Mitarbeiter von der angebotenen Option Gebrauch, auch für ihren Partner ein Fahrrad zu leasen.



Einführung

Grundlagen

People

Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit

Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz

Aus- und Weiterbildung

Unser Engagement

Planet

Products

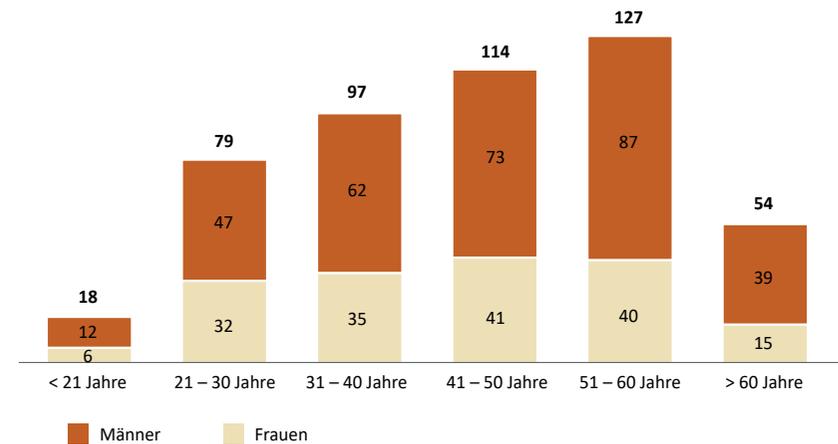
Anhang

Vielfalt und Chancengleichheit

Wir schätzen die Vielfalt sowie Individualität unserer Mitarbeiter. Die Vielfältigkeit unserer Belegschaft prägt unsere Unternehmenskultur und ist zugleich wesentlicher Erfolgsfaktor zur Erreichung unserer Unternehmensziele.

Vielfalt bedeutet für uns nicht nur kulturelle Diversität und Internationalität, sondern auch Vielfalt mit Blick auf Altersgruppen, Fachkompetenz und ein ausgewogenes Verhältnis zwischen den Geschlechtern. Im Berichtsjahr lag die Frauenquote bei 34,6 % (35,1 % im Geschäftsjahr 2020).

Geschlechterverteilung nach Altersgruppen



Unser Verhaltenskodex sowie das allgemeine Gleichbehandlungsgesetz bilden unternehmensweit den Rahmen für die Förderung der Vielfalt und Chancengleichheit und untersagt kategorisch jegliche Diskriminierung. Wir dulden keine Diskriminierung und lassen im Umgang miteinander gegenseitigen Respekt, Wertschätzung, Toleranz und Vertrauen walten. Diese Grundsätze sind Teil des konzernweit gültigen Verhaltenskodex und somit für alle Mitarbeiter verpflichtend einzuhalten. Dieses Verständnis haben wir im Berichtsjahr durch den Beitritt zum UN Global Compact und der Verpflichtung zur Einhaltung seiner zehn Prinzipien bekräftigt. Bei Verstößen setzen wir arbeitsrechtliche Mittel bis hin zur Abmahnung oder auch Kündigung ein. Betroffene können sich an den Bereich Personal und Organisation, das Compliance Committee oder an die anonyme Whistleblower-Hotline wenden.

Altersgruppen und Durchschnittsalter in der Unternehmensgruppe

	2021	2020	2019
< 30 Jahre [%]	19,0	18,9	17,5
≥ 30 - ≤ 50 Jahre [%]	44,0	44,6	46,2
> 50 Jahre [%]	37,0	36,5	36,3
Durchschnittsalter [Jahre]	43,9	43,7	43,6

Die Besetzung offener Positionen erfolgt ausschließlich nach dem Kriterium der Übereinstimmung von Qualifikation und Anforderungsprofil der entsprechenden Position. Verstöße gegen das Benachteiligungsverbot werden von uns nicht geduldet. Betroffene können sich auch in diesem Fall an das Compliance Committee oder an die anonyme Whistleblower-Hotline wenden. Im Berichtsjahr ist ein Hinweis bezüglich eines gemeldeten Verstoßes gegen das Benachteiligungsverbot eingegangen. Diesem Hinweis wurde im Detail auf den Grund gegangen.



Unser Beitrag zur Erreichung des SDGs Nr. 10 „Weniger Ungleichheit“: Wir setzen uns gezielt für Chancengleichheit ein, indem wir für diskriminierungsfreie Einstellungsverfahren Sorge tragen, gleichwertige Aufstiegschancen bieten und unseren Mitarbeitern gleiches Entgelt für gleichwertige Arbeit bezahlen.



Einführung

Grundlagen

People

Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit

Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz

Aus- und Weiterbildung

Unser Engagement

Planet

Products

Anhang

Um die Erwerbsfähigkeit im fortgeschrittenen Alter zu erhalten und auf die individuellen Bedürfnisse der Beschäftigten einzugehen, wird mit allen Mitarbeitenden, die das entsprechende Alter erreichen, ein sogenanntes „60+ Gespräch“ geführt. Darüber hinaus fördern wir mit unserem Betrieblichen Gesundheitsmanagement gezielt den langfristigen Erhalt der Mitarbeitergesundheit. Weitere Informationen zum Betrieblichen Gesundheitsmanagement sind im Kapitel → „Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz“ zu finden.

Vielfalt in den Führungsebenen

Es ist unser Ziel, den Anteil von Frauen in Führungspositionen zu steigern – auch unabhängig von gesetzlichen Regelungen, denen wir mit der Definition von konkreten Zielgrößen im Folgenden nachkommen.

Diversity-Ziele in den Führungsebenen der Unternehmensgruppe

	Festgelegte Zielgröße bis 31.12.2026
Vorstand [%]	33 ¹⁾
Erste Führungsebene unterhalb des Vorstands [%]	29
Zweite Führungsebene unterhalb des Vorstands [%]	30
Aufsichtsrat [%]	17

¹⁾ Vorstand: Für den Fall einer Besetzung des Vorstands mit nicht mehr als zwei Mitgliedern braucht dem Vorstand kein weibliches Mitglied anzugehören. Ist der Vorstand mit mehr als zwei Mitgliedern besetzt, soll mindestens ein Mitglied des Vorstands eine Frau sein.

Im Geschäftsjahr 2021 bestand der zweiköpfige Vorstand der Berentzen-Gruppe Aktiengesellschaft aus zwei Männern. Ziel des Diversitätskonzepts des Vorstands ist es, diesen mit einem Frauenanteil von mindestens 33 % zu besetzen, sofern er aus mehr als zwei Mitgliedern besteht. Darüber hinaus sieht das Diversitätskonzept eine Altersgrenze für Vorstandsmitglieder vor. Zum Mitglied des Vorstands sollen

nur Personen bestellt werden, die am Ende der regulären Amtszeit, für die sie entweder erstmalig oder erneut bestellt werden, das 65. Lebensjahr noch nicht vollendet haben.

Die erste und zweite Führungsebene unterhalb des Vorstands erfolgt nach hierarchischer Zuordnung sowie der Wahrnehmung von Führungsaufgaben im Sinne von Personal- und Budgetverantwortung. Zum Bilanzstichtag lag der Frauenanteil in der ersten Führungsebene bei 8 % und in der zweiten Führungsebene unterhalb des Vorstands bei 19 %.

Frauenanteil in den Führungsebenen und Kontrollorganen

	Gesamtanzahl	davon Frauen	davon Männer
Vorstand	2	0	2
Erste Führungsebene unterhalb des Vorstands	13	1	12
Zweite Führungsebene unterhalb des Vorstands	32	6	26
Aufsichtsrat	6	2	4

Die Gründe für die derzeit niedrigen Frauenanteile in der ersten und zweiten Führungsebene unterhalb des Vorstands sind vielschichtig und lassen sich im Wesentlichen wie folgt zusammenfassen: Bei der Besetzung vakanter Führungspositionen zeigt sich zunehmend ein schon grundsätzlich nur geringes quantitatives Angebot an qualifizierten Bewerbenden. Hintergrund dessen waren und sind nicht zuletzt auch der allgemeine Fach- und Führungskräfemangel sowie die traditionell unverändert männlich dominierte Geschlechterstruktur in der Getränke- und Spirituosenindustrie. Insbesondere auf der zweiten Führungsebene gab es während des Bezugszeitraums zudem eine unterdurchschnittliche Anzahl personeller Wechsel bzw. eine verhältnismäßig geringe Fluktuation bei einer nahezu unveränderten Belegschaftsstärke.



Einführung

Grundlagen

People

Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit

Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz

Aus- und Weiterbildung

Unser Engagement

Planet

Products

Anhang

Daneben ist die Berentzen-Gruppe mit ihren geographisch in einem eher weniger urban geprägten Umfeld gelegenen Sitz und Standorten als Arbeitgeber nach wie vor noch häufig mit einem tradierten Rollenverständnis bzw. -bild konfrontiert. Der Anteil weiblicher Bewerbender auf vakante Führungspositionen fällt auch aufgrund dessen vergleichsweise eher gering aus. In diesem Zusammenhang spielt auch die erfahrungsgemäß geschlechterspezifisch unterschiedlich ausgeprägte Akzeptanz erhöhter Anforderungen an die Mobilität, wie längerer täglicher Anfahrtszeiten oder eines allwöchentlichen Pendelns zum Arbeitsplatz, eine Rolle.

Die festgelegten Zielgrößen für den Frauenanteil in den beiden Führungsebenen unterhalb des Vorstands wollen wir erreichen, indem wir zukünftig verstärkt Maßnahmen zur Frauenförderung durchführen. Neben der Förderung einer wertschätzenden Vielfaltskultur im Unternehmen und einer Stärkung der Vereinbarkeit von Beruf und Familie, u. a. durch eine Ausweitung der Flexibilisierung der Arbeitszeiten, umfassen diese die Intensivierung der internen Personalentwicklung unter dem Gesichtspunkt der Auswahl, Förderung und Vorbereitung von Frauen für Führungsaufgaben und eine gezieltere Ansprache unternehmensexterner weiblicher Fach- und Führungskräfte bei der Besetzung offener Vakanzen, dies auch mit Unterstützung entsprechend spezialisierter externer Berater.

Darüber hinaus gibt es gezielte Angebote zum mobilen Arbeiten, um so flexibel wie möglich auf die Bedürfnisse gegenwärtiger und zukünftiger Mitarbeitender eingehen zu können und unsere Attraktivität als Arbeitgeber im Wettbewerb um Fach- und Führungskräfte jeglichen Geschlechts zu steigern.

Vereinigungsfreiheit und Mitbestimmung

Um Wertschätzung und eine gute Zusammenarbeit zwischen Arbeitnehmern und Unternehmensführung zu fördern, unterstützen wir das Prinzip der Mitbestimmung. In Deutschland ist das Mitbestimmungsrecht bei Aktiengesellschaften gesetzlich geregelt. Gemäß unseres Verhaltenskodex steht es auch all unseren Mitarbeitern konzernweit frei, sich im Rahmen der nationalen Gesetze in Interessensvertretungen zu engagieren. Dies haben wir durch die Unterzeichnung des United Nation Global Compact im Berichtsjahr erneut bekräftigt. Vereinigungsfreiheit und Tarifverträge sind wesentliche gelebte Werte und Instrumente der Unternehmensgruppe. Gewerkschaften oder andere Formen von Arbeitnehmervertretungen nehmen an Tarifverhandlungen teil.

Verhältnis tariflich zu außertariflich Beschäftigten

	Gesamtanzahl	davon Frauen	davon Männer
Anzahl tariflich Beschäftigter	370	143	227
Anzahl außertariflich Beschäftigter	119	26	93

Alle Beschäftigten werden regelmäßig über aktuelle Entwicklungen informiert. Die Interessen der Arbeitnehmer werden durch Betriebsräte, deren einzelne Gremien und durch Arbeitnehmervertreter im Aufsichtsrat der Berentzen-Gruppe Aktiengesellschaft wahrgenommen. Auf der Leitungsebene der Unternehmensgruppe arbeiten Vorstand und Aufsichtsrat als oberste Entscheidungsgremien eng zusammen.

Unser Social Intranet ist standortübergreifend zu einem gelebten Informations- und Kommunikationsinstrument geworden, welches spürbar den Informationsfluss verbessert hat. Zusätzlich werden die Mitarbeiter durch verschiedene Umfragen und Abstimmungen aktiv an Entscheidungsprozessen beteiligt.



Einführung

Grundlagen

People

Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit

Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz

Aus- und Weiterbildung

Unser Engagement

Planet

Products

Anhang

Das Recht auf Informationen wird in der Berentzen-Gruppe umfassend umgesetzt. Alle neuen Mitarbeiter erhalten eine Begrüßungsmappe mit ausführlichen Informationen zur Unternehmensgruppe. Betriebliche Veränderungen werden in Deutschland nach dem deutschen Betriebsverfassungsgesetz im Wirtschaftsausschuss sowie in Betriebsratssitzungen rechtzeitig mitgeteilt, damit der Betriebsrat sein Beratungs- und Mitbestimmungsrecht sinnvoll ausüben kann. Eine konkrete Mitteilungsfrist ist in Deutschland nicht gesetzlich festgelegt. Gesetze, Tarifverträge und Konzernbetriebsvereinbarungen regeln in Deutschland alle wesentlichen Themen, die Mitarbeiterbelange betreffen.

Vergütung

Die Vergütung der Berentzen-Gruppe in Deutschland richtet sich nach den jeweils geltenden Tarifvereinbarungen für die verschiedenen Betriebe der Spirituosenindustrie (Berentzen-Gruppe Aktiengesellschaft, Der Berentzen Hof GmbH) und Erfrischungsgetränkeindustrie (Vivaris Getränke GmbH & Co. KG). In den Tarifverträgen sind unter anderem Leistungen wie Urlaubsgeld, eine Jahressonderzuwendung und zusätzliche Freizeit für ältere Mitarbeiter geregelt. Die Eingruppierung erfolgt konsequent nach dem Aufgabengebiet des Beschäftigten. Dadurch wird sichergestellt, dass bei der Festlegung des Gehalts keine Unterscheidung nach Geschlecht oder sonstigen Diversitätskriterien stattfindet. Für spezielle Funktionen im Unternehmen wird ein außertarifliches Gehalt oder eine übertarifliche Zahlung ergänzend zum Tarifvertrag geleistet. Für die Citrocasa GmbH in Linz ist grundsätzlich der österreichische Kollektivvertrag für Handelsangestellte gültig. Nach diesem Kollektivvertrag werden Themen wie Arbeitszeit, Vergütung von Überstunden etc. und die Einstufung in Beschäftigungsgruppen geregelt. Nach diesen Beschäftigungsgruppen sowie nach der Anzahl der Berufsjahre wird das Mindestgehalt definiert. Auch hier werden freiwillige Zulagen über den Mindestgehältern gezahlt.



Innerhalb der Berentzen-Gruppe existiert ein Zielvereinbarungssystem für Fach- und Führungskräfte, um einen Anreiz für die Erreichung der Unternehmensziele zu bieten. Die Zielvereinbarungen gelten als variabler Bestandteil des Jahresgehaltes und werden durch die Vorgesetzten am Anfang eines Jahres schriftlich mit den Mitarbeitern vereinbart und nach Abschluss des Geschäftsjahres bewertet. Die Beurteilung erfolgt sowohl über messbare, kaufmännische Kennzahlen als auch über die persönliche und individuelle Zielerreichung der Mitarbeiter. Die Zielvereinbarungen bestehen aus Konzern- und Fachbereichszielen sowie individuellen Zielen. Neben den Konzern- und Bereichszielen, mit denen auf eine langfristige Wertschöpfung eingegangen werden kann, können insbesondere bei den individuellen Zielen Nachhaltigkeitsziele in der Zielvereinbarung berücksichtigt werden.

Im Rahmen der betrieblichen Altersvorsorge arbeitet die Berentzen-Gruppe mit der Hamburger Pensionskasse zusammen. Das Angebot der steuerbegünstigten Entgeltumwandlung wird bereits von vielen Mitarbeitern, teilweise durch die Regelungen des Tarifvertrags, in Anspruch genommen.



(3.2) Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz

Einführung

Grundlagen

People

Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit

Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz

Aus- und Weiterbildung

Unser Engagement

Planet

Products

Anhang

Als verantwortungsvoller Arbeitgeber wollen wir für unsere Beschäftigten ein Arbeitsumfeld schaffen, in dem ein Arbeitsleben ohne Unfälle, Verletzungen und Erkrankungen möglich ist. Gleichzeitig möchten wir einen gesunden Lebensstil unserer Mitarbeitenden fördern.

Mit unserer Nachhaltigkeitsstrategie und der Zielsetzung „Zero accidents and improved health“ haben wir mit Beginn des Geschäftsjahres 2021 einen noch stärkeren Fokus auf die Gesundheit unserer Beschäftigten gelegt. Dabei steht sowohl die Präventionsarbeit zur Verhinderung von Arbeitsunfällen und dem Entstehen von Berufskrankheiten als auch die Förderung der Mitarbeitergesundheit und des Wohlbefindens der Beschäftigten im Vordergrund.

An unseren deutschen Standorten setzen wir auf ein Betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM) zur systematischen Steuerung aller gesundheitsrelevanten betrieblichen Prozesse. Dieses wird von der Personalabteilung zentral gesteuert und steht allen an den deutschen Standorten beschäftigten Mitarbeitenden zur Verfügung. An unserem österreichischen Standort existiert ein dezentral gesteuertes betriebliches Gesundheitsförderungsprogramm, welches an die individuellen Bedürfnisse vor Ort angepasst ist.

Krankheitskennzahlen unserer Beschäftigten

	2021	2020	2019
Krankheitstage	8.864	8.593	8.361
Krankenquote [%]	4,3	3,9	4,3
Krankenquote inkl. Langzeiterkrankungen [%]	7,2	7,0	7,0

care@work

care@work – unser betriebliches Gesundheitsmanagement

Um die Ziele unserer Nachhaltigkeitsstrategie zu erreichen, haben wir im ersten Schritt unser neues Betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM) „care@work“ entwickelt. Im Zentrum dieses Konzeptes steht die Stärkung des psychischen und physischen Wohlbefindens der Beschäftigten sowie die Vermittlung gesundheitsfördernder Verhaltensweisen. Aus diesem Grund gliedert sich das Konzept in zwei strategische Bereiche: Corporate-Care und Self-Care.

Der strategische Bereich Corporate-Care umfasst alle Aktionen, Maßnahmen und spezifischen Handlungsanweisungen, die in direktem Zusammenhang mit der Arbeitsumgebung stehen. Als Arbeitgeber liegt es in unserer Verantwortung, die betrieblichen Rahmenbedingungen, Strukturen und Prozesse so auszurichten, dass die Arbeit und Organisation gesundheitsförderlich gestaltet ist. Daher umfasst dieser Bereich u. a. die Themen Arbeitssicherheit, Verhinderung des Entstehens von Branchen- und Berufskrankheiten, Förderung von Bewegung sowie physische und psychische Belastungen am Arbeitsplatz. Darüber hinaus wollen wir ebenfalls auf zwischenmenschliche Belange und Herausforderungen eingehen, indem wir Beziehungsmanagement, gesunde Führung und Teambuilding aktiv durch Maßnahmen fördern.

Dieses Vorgehen ermöglicht es, nicht nur Belastungen und gesundheitliche Risiken frühzeitig zu erkennen und zu entschärfen, sondern die strategischen Ansätze von Korrektiv- und Präventivmaßnahmen zu verbinden, um die Gesundheit der Beschäftigten auf vielfältige Art und Weise zu fördern.



Einführung

Grundlagen

People

Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit

Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz

Aus- und Weiterbildung

Unser Engagement

Planet

Products

Anhang

Mit dem zweiten strategischen Bereich Self-Care möchten wir die Beschäftigten aktiv dazu befähigen und unterstützen, selbst auf die eigenen Bedürfnisse zu achten und entsprechend fürsorglich mit sich selbst umzugehen. Denn dies ist für das eigene Wohlbefinden von elementarer Bedeutung und kann bei Vernachlässigung mitunter massive negative gesundheitliche Auswirkungen haben.

Als Arbeitgeber sehen wir unsere Aufgabe in diesem Bereich darin, den Beschäftigten die notwendigen Informationen und Mittel an die Hand zu geben, um selbst aktiv werden zu können. Wir wollen gemeinsam verantwortungsvolle und gesundheitsbewusste Verhaltensweisen erlernen und implementieren. Dies kann, soll und muss auf freiwilliger Basis erfolgen, denn gesundes Schlaf-, Ernährungs- oder Bewegungsverhalten umfasst das Privatleben unserer Beschäftigten. Alle Aktionen, Maßnahmen und Handlungsempfehlungen in diesem Bereich sollen den Mitarbeitenden also dabei helfen und motivieren, selbst etwas Gutes für die eigene Gesundheit zu tun. Darüber hinaus möchten wir auf spezifische gesundheitliche Risiken aufmerksam machen, Aufklärungsarbeit leisten und Informationen zu Vorsorgemaßnahmen oder Hilfestellungen zum Umgang mit privaten und beruflichen Stresssituationen bieten.

Da sich die Bedürfnisse unserer Beschäftigten aufgrund ihrer Tätigkeiten im Unternehmen teilweise signifikant unterscheiden, ist ein weiterer wichtiger Baustein von care@work, eine zielgruppenorientiertere Ausgestaltung von Maßnahmen.



Unser Beitrag zur Erreichung des SDGs Nr. 3 „Gesundheit und Wohlergehen“: Wir setzen uns nicht nur für die Vermeidung von Arbeitsunfällen ein, sondern fördern darüber hinaus den gesunden Lebensstil unserer Beschäftigten.

Vielfältige Angebote zur Gesundheitsförderung

Um uns auf Distanz und dennoch gemeinsam mehr zu bewegen, startete im September 2021 die zweimonatige Berentzen Schrittzähler- Challenge. Symbolisch wollten wir den Weg von Haselünne nach Minden, über Stadthagen nach Grüneberg und von dort auch nach Linz gehen und damit eine Strecke von 1.038 km zurücklegen. Dieses Ziel haben wir deutlich übertroffen. Gemeinsam haben sich die teilnehmenden Mitarbeiter im Alltag mehr bewegt und so eine Strecke von insgesamt 83.742,3 km zurückgelegt.

Darüber hinaus haben wir im Geschäftsjahr 2021 damit begonnen, die Schreibtischarbeitsplätze gesundheitsförderlicher zu gestalten und mit höhenverstellbaren Schreibtischen auszustatten.

Im Social Intranet erhalten die Mitarbeiter regelmäßig Gesundheitstipps, wie beispielsweise solche zum gesunden Schlafverhalten, mehr Bewegung im Alltag oder auch die Vorstellung neuer Trendsportarten. Um den Beschäftigten weitere Tipps, Tricks und notwendige Hilfsmittel an die Hand zu geben, wurden darüber hinaus digitale Vorträge zu bestimmten Themen durchgeführt, wie beispielsweise „Produktiv bleiben im Home Office“ für Mitarbeitende der Administration oder „Mobiles Arbeiten – Gesund und produktiv unterwegs“ für den Außendienst.

Zur Förderung der psychischen Gesundheit der Beschäftigten, sind wir bereits im Jahr 2019 eine Kooperation mit der Caritas zur Sozialberatung eingegangen. Mitarbeiter, die Unterstützung bei der Bewältigung von beruflichen oder privaten Problemen benötigen, können sich kostenlos und anonym an den telefonischen Beratungsservice wenden.

Zur Evaluation des Konzeptes zum betrieblichen Gesundheitsmanagement führten wir regelmäßig Umfragen durch. Die Mitarbeiter sollten die bisher durchgeführten Maßnahmen bewerten und Verbesserungswünsche äußern. Die Ergebnisse dieser Umfragen werden in der weiteren Maßnahmenplanung berücksichtigt.



Einführung

Grundlagen

People

Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit

Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz

Aus- und Weiterbildung

Unser Engagement

Planet

Products

Anhang

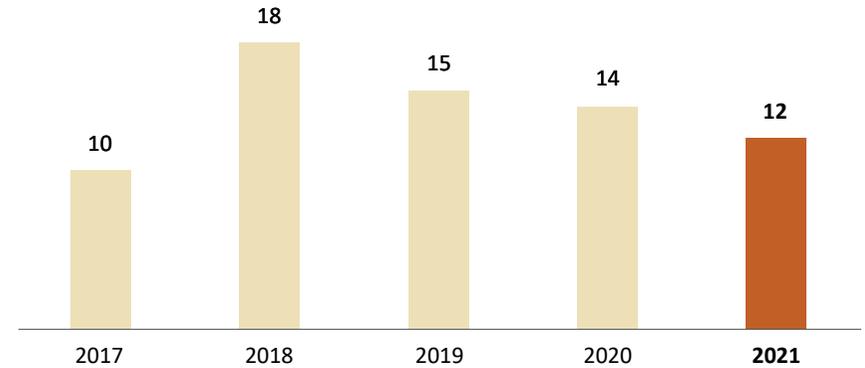
Seit 2013 ist die Unternehmensgruppe Mitglied im Firmenfitness-Netzwerk qualitrain. Sie bietet den Beschäftigten auf diesem Weg die Möglichkeit, für einen finanziell geförderten monatlichen Beitrag viele Fitnessstudios und Physiotherapiestudios mit Trainingskompetenz unbegrenzt zu nutzen. Der Vorteil des Firmenfitness-Netzwerks liegt in der deutschlandweiten Verfügbarkeit von Fitnessstudios und darin, dass neben den Mitarbeitern der Standorte Haselünne, Minden und Grüneberg auch die Außendienstmitarbeiter von diesem Modell profitieren.

Arbeitssicherheit

Die Vermeidung von Arbeitsunfällen und Verletzungen hat für uns oberste Priorität. Wir tragen als Arbeitgeber die Verantwortung für die Sicherheit unserer Beschäftigten und arbeiten aus diesem Grund kontinuierlich an einer sicheren Arbeitsumgebung und einer gelebten Präventivkultur im Unternehmen. Dabei unterscheiden wir nicht zwischen eigenen Mitarbeitern, Mitarbeitern fremder Firmen und Besuchern. Selbstverständlich halten wir alle lokal geltenden gesetzlichen Anforderungen ein.

Zur Überwachung der Bereiche Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz tagt in regelmäßigen Abständen der Arbeitssicherheitsausschuss (ASA). Im Ausschuss werden die Themen Prävention von Arbeitsunfällen, Gewährleistung der Sicherheit Dritter und die Humanisierung der Arbeitsumgebung ausführlich diskutiert sowie Lösungen gemeinsam erarbeitet. Darüber hinaus werden wechselnde Schwerpunktthemen in den Fokus genommen.

Entwicklung der Anzahl der Arbeitsunfälle



Kennzahlen zur Arbeitssicherheit

	2021	2020	2019
Anzahl Arbeitsunfälle ¹⁾	12	9	12
Anzahl Arbeitsunfälle mit schweren Folgen	0	0	0
Anzahl Arbeitsunfälle mit Todesfolge	0	0	0
Anzahl Wegeunfälle	0	4	3
Unfallhäufigkeit ²⁾	17,0	12,5	17,0

¹⁾ Ein Arbeitsunfall ist ein meldepflichtiger Vorfall, der mit mehr als drei Tagen Arbeitsausfall verbunden ist. Angabe ohne Wegeunfälle und arbeitsbedingte Verletzungen mit schweren Folgen.

²⁾ Unfallhäufigkeit: Anzahl Arbeitsunfälle pro 1 Mio. Arbeitsstunden.



Einführung

Grundlagen

People

Mitarbeiterbindung und
-zufriedenheit

[Gesundheit und Sicherheit
am Arbeitsplatz](#)

Aus- und Weiterbildung

Unser Engagement

Planet

Products

Anhang

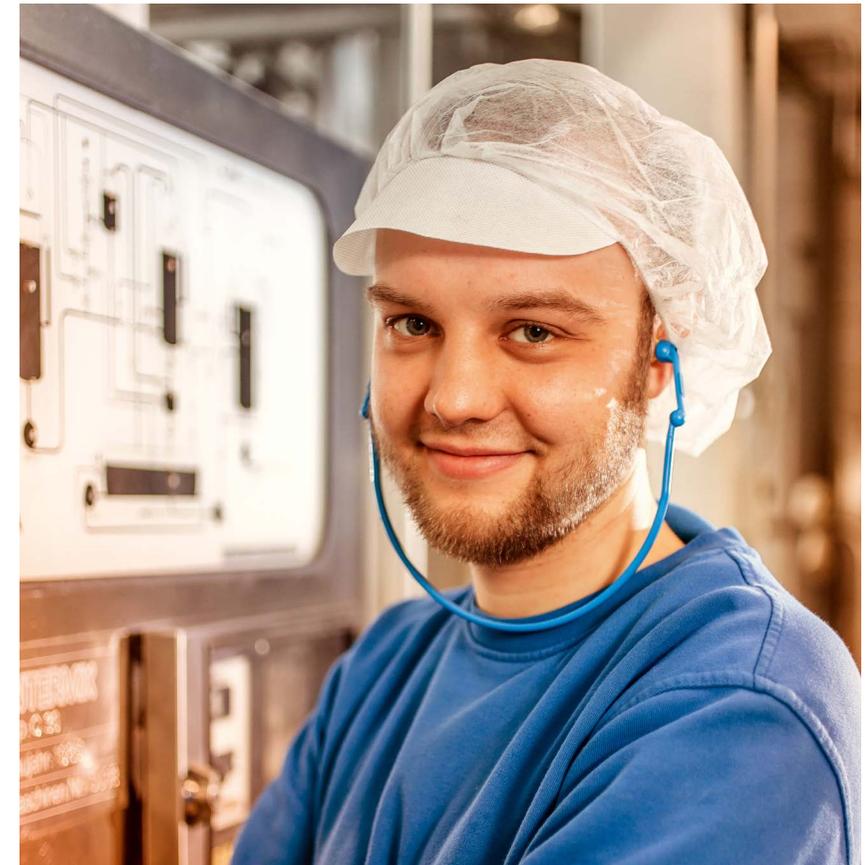
Voraussetzung für verantwortungsvolles Handeln ist die Risikobeurteilung. Unsere Gefährdungsbeurteilungen und Arbeitsplatzanalysen erfassen potenzielle gesundheitliche Risiken. Die Gesundheitsgefahren und individuellen Anforderungen am Arbeitsplatz werden somit systematisch erfasst, beurteilt und dokumentiert. Die Gefährdungsbeurteilung folgt dem aktuellen Stand des Wissens unter Berücksichtigung von Art, Umfang und Eintrittswahrscheinlichkeit. Durch die systematische Analyse der technischen, organisatorischen und verhaltensbezogenen Ursachen aller Unfälle können wir ebenfalls gezielte präventive Maßnahmen ableiten und umsetzen.

Die Aktualisierung der Gefährdungsbeurteilungen erfolgt jährlich und in Zusammenarbeit mit den Beschäftigten. Darüber hinaus erfolgt unverzüglich eine Aktualisierung sobald Änderungen im Betriebsablauf zu einer Veränderung der Tätigkeiten von Arbeitnehmern führt.

Eine zentrale Rolle für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz spielen die Werksleiter. Sie sind verantwortlich für die Einhaltung der geltenden Gesetze und Verordnungen zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz. Zudem sorgen sie für die Erfassung und Bewertung gesundheitlicher Gefährdungen sowie für die Umsetzung passender Maßnahmen zum Schutz der Beschäftigten.

Unterstützt werden die Werksleiter an den Produktionsstandorten durch die externe Arbeitssicherheitsfachkraft sowie die internen Sicherheitsbeauftragten, die die Aufgaben rund um das Thema Arbeitssicherheit neben ihrer eigentlichen Tätigkeit im Unternehmen ausführen. An allen Produktionsstandorten finden regelmäßige Sicherheitsgespräche und Begehungen sämtlicher Abteilungen statt. Zudem werden regelmäßige Fortbildungen und interne Schulungen zum Thema Arbeitssicherheit durchgeführt.

In den Geschäftsjahren 2020 und 2021 hat jeweils eine freiwillige externe Überprüfung der Einhaltung aller lokal geltenden Gesetze zum Thema Arbeitssicherheit im Rahmen des sog. SMETA-Audits stattgefunden. Räumlicher Gegenstand der Prüfung waren sämtliche deutschen und österreichischen Produktions- und Verwaltungsstandorte. Das Auditverfahren SMETA steht für Sedex Members' Ethical Trade Audit und wurde bereits im Jahr 2017 erfolgreich an allen deutschen und österreichischen Standorten durchgeführt.





Einführung

Grundlagen

People

Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit

Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz

Aus- und Weiterbildung

Unser Engagement

Planet

Products

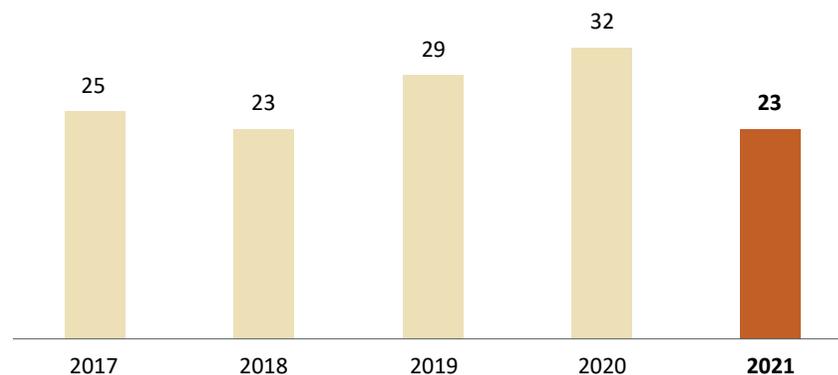
Anhang

Durch unsere Ausbildungsangebote lernen wir die Fach- und Führungskräfte von morgen an und binden sie idealerweise direkt ans Unternehmen. Darüber hinaus ist die Weiterentwicklung der Kompetenzen von Mitarbeitern eine wichtige Voraussetzung, um innerhalb der Unternehmensgruppe gemeinsam erfolgreich zu sein und eine Investition in die Zukunft. Neben dem Fachwissen selbst tragen auch überfachliche Kenntnisse zum Erfolg bei.

Verantwortlich für das Thema Personalentwicklung ist der Bereich Personal und Organisation. Der Bereich unterstützt die Fachbereiche bei der ziel- und bedarfsorientierten Qualifizierung unserer Beschäftigten. Ziel ist es, den aktuellen und zukünftigen Anforderungen und Herausforderungen gerecht zu werden.

Vor diesem Hintergrund ermitteln wir regelmäßig unseren Personalbedarf für Ausbildungsberufe und bieten eine entsprechende Anzahl an Ausbildungsplätzen an. Zusätzlich wird der Qualifizierungs- und Nachfolgebedarf über die Jahresgespräche und den jährlichen Personalplanungsprozess identifiziert, um Fach- und Führungskompetenzen zielgerichtet zu entwickeln und auszubauen.

Entwicklung der Anzahl der Auszubildenden in der Unternehmensgruppe



Ausbildung

Im Berichtsjahr ist die Ausbildungsquote von 6,3 % (2020) auf 4,7 % gesunken. Dies ist auf einen gesunkenen Bedarf der Unternehmensgruppe zurückzuführen. Die Übernahmequote ist im Geschäftsjahr 2021 von 71,4 % (2020) auf 76,9 % gestiegen.

Mit Beginn des Ausbildungsstarts im August 2021 sind Auszubildende in den folgenden Ausbildungsberufen gestartet:

- Industriekaufmann
- Fachkraft für Lagerlogistik
- Fachinformatiker für Systemintegration
- Mechatroniker
- Maschinen- und Anlagenführer
- Fachkraft für Lebensmitteltechnik

Zum Bilanzstichtag waren insgesamt 23 Auszubildende in der Unternehmensgruppe beschäftigt. Innerhalb des Berichtsjahres haben 8 Auszubildende ihre Ausbildung begonnen und 13 Personen ihre Ausbildung erfolgreich beendet.

Um den Auszubildenden einen bestmöglichen Start in den für sie neuen Lebensabschnitt zu bieten, organisieren wir jedes Jahr eine umfangreiche Einführungswoche, in der die Auszubildenden von allen deutschen Standorten zusammenkommen. Aufgrund der Coronavirus-Pandemie fand die Einführungswoche im Jahr 2021 digital statt. Neben einer Kennenlernrunde und einer ausgiebigen Vorstellung der Unternehmensgruppe wurden die Auszubildenden mit den Berentzen Kodizes vertraut gemacht. Um bestmöglich für den Start vorbereitet zu sein, standen zusätzlich verschiedene EDV-Schulungen, ein Workshop zur Azubi-Knigge und ein Telefonseminar auf dem Programm.



Einführung

Grundlagen

People

Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit

Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz

Aus- und Weiterbildung

Unser Engagement

Planet

Products

Anhang

Sofern von den Auszubildenden gewünscht, bieten wir ihnen die Möglichkeit eines Auslandpraktikums, um internationale Erfahrungen zu sammeln. Weitere Angebote sind beispielsweise Schulungen zur Prüfungsvorbereitung und die Teilnahme am Planspiel playbizz. Dabei erlernen die Auszubildenden wirtschaftliche Zusammenhänge durch die Übernahme von Verantwortung und die Steuerung eines eigenen Unternehmens.

Mit der Teilnahme am Programm Ausbildung.Plus engagieren wir uns für das Ausbildungsangebot in der Region. Das Programm verknüpft eine kaufmännische Ausbildung mit der Weiterbildung zum geprüften Wirtschaftsfachwirt. So wird unter anderem eine gezielte und praxisorientierte Qualifikation über die reine Ausbildung hinaus gewährleistet. Im Jahr 2019 hat eine Mitarbeiterin mit dem Programm Ausbildung.Plus begonnen. Im Rahmen dieses Programms finden in verschiedenen Unternehmen Praxismodule statt, bei denen die Auszubildenden Input über aktuelle Projekte der Partnerunternehmen bekommen und somit ein hoher Praxisbezug sichergestellt wird.

Ausbildungskennzahlen

	2021	2020	2019
Anzahl Auszubildende	23	32	29
Auszubildendenquote [%]	4,7	6,3	5,8
Übernahmequote [%]	76,9	71,4	80,0

Förderung von jungen Menschen

Zur Unterstützung junger Menschen in der Phase der Berufsorientierung erhielten im Geschäftsjahr 2021 insgesamt 21 Schüler und Studierende im Rahmen eines Praktikums die Möglichkeit, die Unternehmensgruppe kennenzulernen und erste berufliche Erfahrungen im kaufmännischen oder gewerblichen Bereich zu sammeln.

Seit dem Jahr 2018 sind wir Gastgeber des Management Information Game (MIG), das in Zusammenarbeit mit dem Bildungswerk der Niedersächsischen Wirtschaft sowie der VME-Stiftung Osnabrück – Emsland durchgeführt wird. In der computergestützten Unternehmenssimulation kann eine Schulklasse für eine Woche die Rolle von Unternehmenslenkern übernehmen und ihr Wissen zu betriebs- und volkswirtschaftlichen Themen praxisnah auf- und ausbauen.

Unsere österreichische Tochtergesellschaft Citrocasa arbeitete im Berichtsjahr gezielt mit Fachhochschulen zusammen, um das Unternehmen frühzeitig bei den Studierenden bekannt zu machen.

Weiterbildung

Das Prinzip der lernenden Organisation ist für uns Voraussetzung, um in einer sich verändernden Umgebung auch zukünftig noch erfolgreich zu sein. Die zielgerichtete persönliche Weiterentwicklung unserer Mitarbeiter spielt dabei eine essenzielle Rolle. Wir qualifizieren unsere Mitarbeiter, fördern ihre Entwicklung und stärken ihre Fähigkeiten, unabhängig von Dienstalter und Hierarchiestufe.

Jede Führungskraft ist dazu angehalten, mit ihren Mitarbeitern einmal im Jahr ein Mitarbeiterentwicklungsgespräch zu führen. Neben dem Rückblick, der Beurteilung und dem Ausblick hilft dieses Gespräch dabei, Entwicklungsmöglichkeiten zu erkennen, Feedback zu geben und Ziele abzustimmen. Der Beurteilungsbogen ist konzernweit standardisiert, damit einheitliche Kriterien in den Beurteilungen verwendet werden. Im Rahmen des Mitarbeiterentwicklungsgesprächs kann die Führungskraft individuell den persönlichen oder fachlichen Entwicklungsbedarf identifizieren und gezielt mit dem Mitarbeiter Weiterentwicklungsmöglichkeiten beschließen.



(3.4) Unser Engagement

Gesellschaftliches Engagement ist für uns fester Bestandteil unserer Unternehmenskultur und unseres Werteverständnisses. Wir wollen damit unseren Beitrag zu einer nachhaltigen gesellschaftlichen Weiterentwicklung leisten.

Einführung

Grundlagen

People

Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit

Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz

Aus- und Weiterbildung

[Unser Engagement](#)

Planet

Products

Anhang

Hochwasserspende

Mitte des Jahres erlebten Teile Deutschlands eine schwere Flutkatastrophe und mussten mit den dramatischen Folgen des Hochwassers kämpfen. Viele Menschen standen wortwörtlich vor den Trümmern ihrer Existenz. Vor diesem Hintergrund wurde die alljährliche Weihnachtsspende vorgezogen. Sie kam den Hochwasserbetroffenen zugute.

Gemeinsam durch die Corona-Krise – unser Engagement während der Pandemie

Die Coronavirus-Pandemie hat Gesellschaft, Politik und Unternehmen vor zuvor undenkbarer Herausforderungen gestellt. Gemeinschaft und Zusammenhalt sind gerade in solchen schwierigen Situationen besonders wichtig, und so war für uns klar: Wir wollen und werden helfen.

Zur Reduktion der zu Beginn der Pandemie herrschenden Desinfektionsmittelknappheit stellten wir zunächst nach einer vereinfachten Rezeptur der World Health Organization manuell selbst Desinfektionsmittel her und stellten es kostenfrei regionalen Krankenhäusern und weiteren Einrichtungen zur Verfügung. Da unsere Anlagen nicht explosionsgeschützt sind und sich auch nicht umrüsten lassen, war für uns eine industrielle Fertigung von Desinfektionsmittel nicht möglich. Da der wichtigste Rohstoff für die Desinfektionsmittelherstellung Ethanol ist, welcher zu Beginn der Pandemie ebenfalls nicht in ausreichender Menge zur Verfügung stand, stellten wir diesen in unserer Destille in Haselünne her und belieferten damit regionale Apotheken, die daraus selbst Desinfektionsmittel herstellen konnten. Um größere Mengen an Desinfektionsmittel bereitzustellen zu

können, gingen wir eine Kooperation mit der Remmers Gruppe, Lönigen, ein. Die Remmers-Gruppe besitzt eine explosionsgeschützte Produktionsanlage, welche sich für die industrielle Herstellung von Desinfektionsmittel eignet. Mittels der von uns gewährleisteten Rohstoffverfügbarkeit konnten wir die Herstellung und Verteilung großer Mengen an Desinfektionsmittel ermöglichen.

Darüber hinaus konnten wir schnelle und unbürokratische Hilfe leisten, indem wir Laborequipment regionalen Pflegeeinrichtungen zur Verfügung stellten und Testzentren mit der Bereitstellung von Flaschenrohlingen als Proberöhrchen-Ersatz aushelfen konnten.

Allianz für Nachhaltigkeit – Wir sind dabei

Wir freuen uns, dass wir im Jahr 2019 erneut mit der Kennzeichnung „Wir sind dabei“ der Niedersachsen Allianz für Nachhaltigkeit ausgezeichnet wurden. Die Niedersachsen Allianz für Nachhaltigkeit ist eine Kooperation zwischen Landesregierung, Wirtschaftsverbänden, Gewerkschaften und Kammern. Mit praktischen Angeboten möchte die Allianz Unternehmen in Niedersachsen für die Umsetzung einer nachhaltigen Entwicklung gewinnen. Ihr Ziel ist es, soziale, ökonomische und ökologische Interessen in Einklang zu bringen und Nachhaltigkeit langfristig zu sichern.

Mit dieser Auszeichnung wurden unser kontinuierliches Engagement und unsere Leistung in den drei Dimensionen der Nachhaltigkeit – Ökonomie, Ökologie und Soziales – gewürdigt. Gleichzeitig zeigt die Auszeichnung, dass wir mit unseren Maßnahmen und Projekten auf dem richtigen Weg sind und ist zugleich Ansporn, das Handeln in diesem Bereich noch zu verstärken.



Niedersachsen
Allianz für Nachhaltigkeit

Wir sind dabei.

2019 – 2024



Einführung

Grundlagen

People

Mitarbeiterbindung und
-zufriedenheit

Gesundheit und Sicherheit
am Arbeitsplatz

Aus- und Weiterbildung

[Unser Engagement](#)

Planet

Products

Anhang

Berentzen-Bienen

Im Mai 2019 haben wir unser ökologisches Engagement verstärkt, indem wir gemeinsam mit dem Kreisimkerverband Emsland e.V. drei Bienenstöcke mit über 70.000 Bienen am Rande unseres Betriebsgeländes in Haselünne aufgestellt haben. Da unser Betriebsgelände direkt an ein großes Waldgebiet grenzt, bietet es ein ideales Lebensumfeld für die Bienen. Das Wohlergehen der weltweiten Bienenpopulationen wird durch Monokulturen, Pestizide und Klimaveränderungen immer mehr bedroht, obwohl Bienen und andere Bestäuberinsekten eine zentrale Rolle in unserem Ökosystem sind. Auch für unsere Produkt-Rohstoffe wie beispielsweise die Orangen im Geschäftsbereich *Frischsaftsysteme* und die verwendeten Fruchtsäfte für unsere Liköre im Geschäftsbereich *Spirituosen* oder unsere Schorlen im Geschäftsbereich *Alkoholfreie Getränke* sind wir auf die Bienen und andere Bestäuberinsekten angewiesen.

Unsere „Berentzen-Bienen“ können diese globale Problematik selbstverständlich nicht alleine lösen, die drei Bienenvölker leisten aber einen fleißigen Beitrag zur Bestäubung des umliegenden Ökosystems und dienen für uns als internes Aufklärungsinstrument unserer Beschäftigten. Damit die Bienen auch weiterhin perfekte Rahmenbedingungen für diese wichtige Aufgabe vorfinden, kontrolliert der Kreisimkerverband Emsland e.V. die Bienenstöcke regelmäßig.





Einführung

Grundlagen

People

Planet

Wertschöpfungskette

Wasser

Klimaschutz

Umgang mit Ressourcen

Products

Anhang



(4) Planet

Die Erhaltung natürlicher Lebensgrundlagen für nachkommende Generationen hat für uns einen besonders hohen Stellenwert. Wir leisten unseren Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung, indem wir uns kontinuierlich verbessern und stetig lernen. Wir übernehmen konzernweit die Verantwortung für eine umweltfreundliche Produktion. So ist es für uns selbstverständlich, daran zu arbeiten, die Auswirkungen unseres unternehmerischen Handelns auf Umwelt und Mensch so gering wie möglich zu halten.

Wesentliche ökologische Auswirkungen entstehen durch den Einsatz von Material, Rohstoffen, Wasser, Strom, Wärme und anderen Komponenten. Neben Kosten ist ihr Einsatz in der Regel mit Emissionen und weiteren Umweltwirkungen verbunden, deren Verursachung direkt oder indirekt unserer Wertschöpfungskette zugeordnet werden kann. Durch die Wertschöpfungstätigkeit entstehen weiterhin Abfälle, die je nach Art der Entsorgung und der Wiederverwertbarkeit ebenfalls mit Umweltauswirkungen verbunden sind.

Mit unserer Nachhaltigkeitsstrategie und der Zielsetzung „Hundred percent resource efficiency“ haben wir mit Beginn des Geschäftsjahres 2021 einen noch stärkeren Fokus auf das Thema Ressourceneffizienz gelegt. Die Reduzierung negativer Umweltauswirkungen durch einen sparsamen und sorgsamen Einsatz aller Ressourcen ist unabdingbar zum Erhalt der natürlichen Lebensgrundlage für nachkommende Generationen.

Um dieses Ziel zu erreichen, werden wir unsere eigenen Prozesse und Strukturen hinterfragen, nachjustieren und optimieren. Wesentliche erste Schritte sind der Aufbau eines digitalen monatlichen Monitorings der wesentlichen Umweltkennzahlen an allen Produktionsstandorten sowie die stetige Digitalisierung der Anlagen. Die detaillierte Kennzahlenerhebung führt dazu, Verbräuche effizienter steuern und messen zu können. Dabei soll uns auch die Definition von Leistungsindikatoren und konkreten Zielwerten für das Jahr 2024 sowie die Implementierung eines Umweltmanagementsystems nach ISO 14001 an allen Produktionsstandorten helfen.



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Wertschöpfungskette

Wasser

Klimaschutz

Umgang mit Ressourcen

Products

Anhang

Nachdem wir im ersten Schritt die Basis geschaffen, Potenziale identifiziert und uns konkrete Zielwerte gesetzt haben, wollen wir im zweiten Schritt eine Effizienzstrategie entwickeln und damit einen Fahrplan zur Erreichung unserer Ziele definieren.

Ein weiterer wesentlicher Baustein zur Effizienzsteigerung ist die Investition in moderne, effizientere und ressourcenschonendere Anlagen. So haben wir beispielsweise im Geschäftsjahr 2021 am Standort Grüneberg ein neues Mixeraggregat angeschafft und installiert. Dieses trägt sowohl zur Qualitätssteigerung als auch Optimierung des Ressourceneinsatzes bei. Mit demselben Ziel wurde am Standort Minden die Abschiebestation erneuert.

Die wesentlichen Vorschriften für unsere Produktion sind in den behördlichen Genehmigungen festgelegt. Die Basis bilden beispielsweise die nationalen Regelwerke zu Wasser, Abfall, Emissionen und Störfällen. Darüber hinaus stehen für uns die Anforderungen des Qualitätsstandards International Feature Standard Food (IFS Food) und Sedex Members' Ethical Trade Audit (SMETA) im Vordergrund. Mehr Informationen zu IFS Food und SMETA finden Sie in den Kapiteln → „[Produktsicherheit und -qualität](#)“ und → „[Verantwortungsvolle Beschaffung](#)“.

Zentrale organisatorische Rollen bei den Themen Ressourcenverbrauch und Umweltschutz spielen die jeweilige Werksleitung sowie das Facilitymanagement. Sie sind verantwortlich für die Einhaltung der geltenden Gesetze und Verordnungen an unseren Produktionsstandorten sowie für die stetige Optimierung der Produktionsabläufe. Die Werksleitung berichtet an den Leiter Produktion und Logistik, der auch dem Geschäftsleitungskreis unserer Unternehmensgruppe angehört und direkt an den Vorstand berichtet.

Als deutliches Zeichen für den Klimaschutz und die Wahrnehmung unternehmerischer Verantwortung sind wir im Berichtsjahr der VEA-Initiative Klimafreundlicher Mittelstand beigetreten. Wir haben uns mit der Unterzeichnung

der Selbstverpflichtung zu den Zielen der Energiewende bekannt und arbeiten gemeinsam mit anderen Mitgliedsunternehmen auf einen klimafreundlichen Mittelstand hin.

Wesentliche Herausforderungen im Geschäftsjahr 2021

Als produzierende Unternehmensgruppe sind wir auf die Verfügbarkeit von bestimmten Rohstoffen angewiesen. Die Coronavirus-Pandemie führte zu großen Herausforderungen auf den Beschaffungsmärkten, zu Materialknappheiten und zu Lieferengpässen. Diese Probleme hinsichtlich der Rohstoffverfügbarkeit machten es in der Produktion notwendig, kleinere Losgrößen bzw. Chargen zu füllen. Darüber hinaus wurden zum Schutz unserer Beschäftigten sowie zur Sicherstellung unserer Produktions- und Lieferfähigkeit Schichten vollständig getrennt und zusätzliche Pausen eingeführt. In Verbindung mit weiteren Herausforderungen, wie beispielsweise einem komplexeren Produktportfolio, führte dies zu Effizienzverlusten in der Produktion. Als Folge dessen zeigten sich u.a. höhere relative Energieverbräuche.

Verantwortungsvoller Umgang mit Risiken

Potenzielle Risiken bestehen in diesem Handlungsfeld vor allem in der Verunreinigung oder der Versiegung eigener Brunnen und in den direkten und indirekten Folgen des Klimawandels. Hierzu zählen auch ökonomische Folgen in Form von steigenden Energiepreisen und weiteren Preissteigerungen sowie Anpassungskosten an die Folgen des Klimawandels. Potenzielle Risiken, die sich aus der Geschäftstätigkeit auf die Umwelt ergeben, können grundsätzlich durch die Nichteinhaltung der Umweltvorschriften und -gesetze entstehen. Im Geschäftsjahr 2021 gab es keine erheblichen Bußgelder oder nicht-monetäre Sanktionen aufgrund von Nichteinhaltung von Umweltschutzgesetzen und -verordnungen gegen die Unternehmensgruppe.



(4.1) Wertschöpfungskette



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Wertschöpfungskette

- Wasser
- Klimaschutz
- Umgang mit Ressourcen

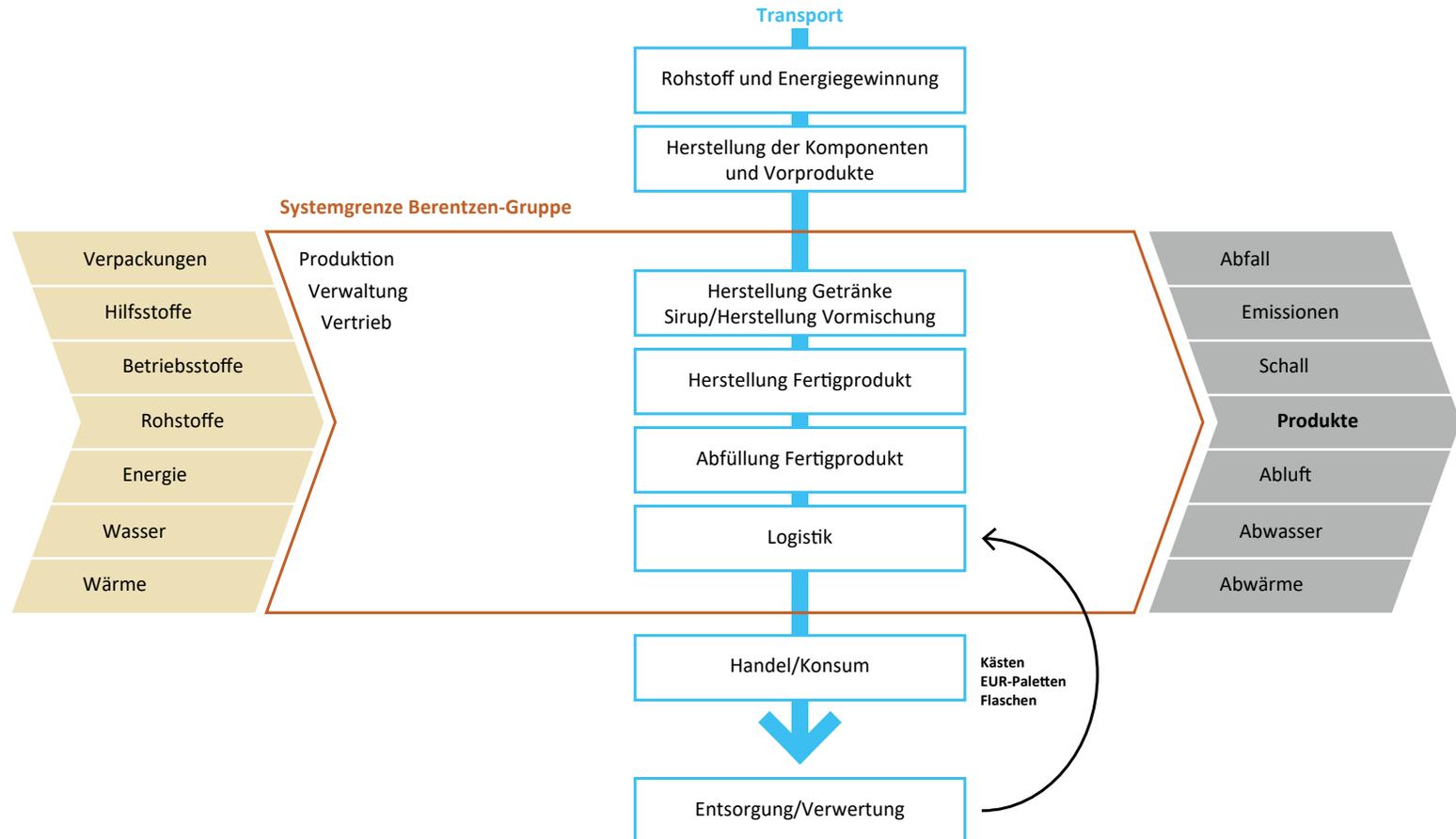
Products

Anhang

Unsere Geschäftstätigkeit umfasst sowohl die Herstellung und den Vertrieb von Spirituosen sowie alkoholfreien Getränken als auch die Entwicklung und den Vertrieb von Frischsaftsystemen. Die Systemgrenze im Rahmen der Nachhaltigkeitsberichterstattung stellt hierbei die Werksgrenze des jeweiligen Produktionsstandorts dar. Ebenfalls einbezogen sind die Vertriebsgesellschaften sowie der Logistikstandort in Stadthagen.

Einzelne Schritte der Wertschöpfung der Produkte in den Segmenten *Spirituosen* und *Alkoholfreie Getränke* finden in vorgelagerten Wertschöpfungsstufen bei Lieferanten statt. Hier werden die notwendigen Komponenten und Vorprodukte sowie Hilfsstoffe und Verpackungsmaterialien erzeugt. Ebenfalls außerhalb des Konzerns findet ein großer Teil der Energiegewinnung statt. Die folgende Grafik veranschaulicht unsere Wertschöpfungskette.

Unsere Wertschöpfungskette Spirituose und Alkoholfreie Getränke





Einführung

Grundlagen

People

Planet

Wertschöpfungskette

Wasser

Klimaschutz

Umgang mit Ressourcen

Products

Anhang

Während der Herstellung der Fertigprodukte innerhalb der Systemgrenze, aber auch in den vorgelagerten Stufen, fallen verschiedene Abfälle sowie Emissionen an. Diese werden entweder verwertet, entsorgt oder an die Umwelt in Form von Abwärme oder Abluft abgegeben.

Wasser bildet die Grundlage für die Herstellung von Spirituosen und Alkoholfreien Getränken. Wärme und Energie werden hauptsächlich für den Betrieb der Anlagen und die Umwandlung der Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe in Fertigprodukte benötigt.

Input-Output-Bilanz

Die Input-Output-Bilanz dokumentiert die zur Herstellung und Verpackung der Spirituosen und Alkoholfreien Getränken eingesetzten Roh- und Hilfsstoffe sowie Verpackungsmaterialien. Die Grundlage bilden die über das ERP-System SAP erfassten Wareneingänge im Geschäftsjahr 2021. Bestandsveränderungen im Laufe des Jahres bleiben unberücksichtigt. Darüber hinaus betrachtet sie ausschließlich Waren und erzeugte Produkte der konzerneigenen Produktionsstätten.

Dies hat zur Folge, dass der Trend in einzelnen Kategorien nur über längere Zeiträume beurteilt werden kann, da neben dem Produktionsartikelmix auch die Lagerhaltung einen Einfluss auf die Entwicklung der Inputkategorien hat.

Da zwischen Wareneingang und Output nicht immer ein direkter Bezug besteht, sind Rückschlüsse auf die Entwicklung des Sortiments unter Nachhaltigkeitsaspekten durch die gegenwärtige Ermittlungsmethode nicht oder nur über einen sehr langen Betrachtungszeitraum möglich.

Input-Output-Bilanz 2021

Input	Menge	Einheit
Rohstoffe		
Kräuter/Gewürze	7	Tonnen
Öle	52	Liter
Aromen/Konzentrate/Grundstoffe	3.171	Tonnen
Zucker/Zuckersirup	6.126	Tonnen
Destillate	19.596.462	Liter
Halbware	854.543	Liter
Diverse Rohstoffe	73	Tonnen
Hilfsstoffe		
Stickstoff	61.057	Kubikmeter
Kohlensäure	1.199	Tonnen
Farbstoffe	5	Tonnen
Verpackungsmaterialien		
Papieretiketten	455.518	T Stück
Kartonagen	19.209	T Stück
Kartonaufkleber	11.901	T Stück
Folienetiketten	130.371	T Stück
PET-Flaschen	462	Tonnen
Schrumpfhäuben	2.401	T Stück
Stretchfolie unbedruckt	18	Tonnen
Stretchfolie bedruckt	882	T Meter
Sonstige Verpackungsmaterialien aus Kunststoff	815	T Stück
Kunststoffverschlüsse	64.137	T Stück
Metallverschlüsse	250.632	T Stück
Glasflaschen	34.857	Tonnen
Output		
Fertigprodukt	174.524.437	Liter
Füllungen	289.266.723	Stück
Durchschnittliche Füllmenge	0,60	Liter/Stück



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Wertschöpfungskette

- Wasser
- Klimaschutz
- Umgang mit Ressourcen

Products

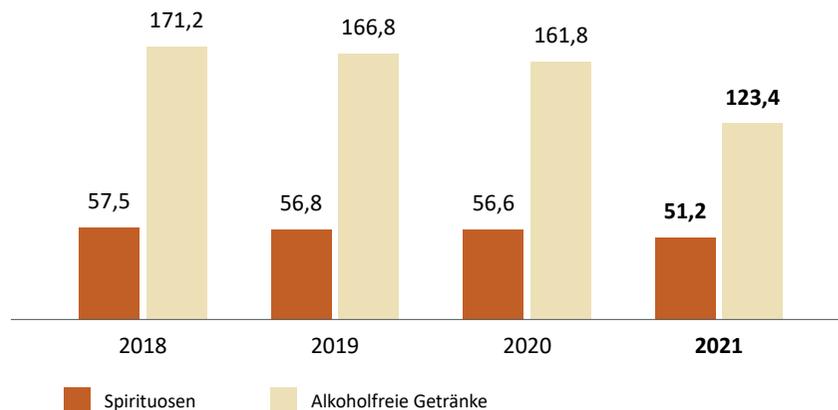
Anhang

Die eingesetzten Roh- und Hilfsstoffe zur Herstellung unserer Produkte bestehen in der Regel vollständig aus erneuerbaren Materialien. Darüber hinaus bestehen die Papieretiketten und Kartonagen, die zu den Verpackungsbestandteilen unserer Produkte gehören, aus erneuerbaren Rohstoffen. Die weiteren Verpackungsmaterialien wie beispielsweise Folienetiketten, PET-Flaschen, Metallverschlüsse und Glas-Flaschen bestehen hingegen aus nicht-erneuerbaren Rohstoffen. Bei ordnungsgemäßer Rückgabe bzw. Entsorgung, wie sie in Deutschland durch das Mehrweg- und Pfandsystem sowie die etablierte Altglas-Entsorgung gewährleistet ist, können diese Verpackungsmaterialien in den Wertstoffkreislauf zurückgeführt werden. Weitere Informationen zu unseren Produktverpackungen finden sich im Kapitel → „[Products](#)“.

Da die im Segment *Frischsaftsysteme* operierende Konzerngesellschaft Citrocasa die Herstellung von Geräten an einen externen Drittanbieter ausgelagert hat, beziehen sich die Angaben nur auf die Herstellung von Spirituosen und alkoholfreien Getränken. Die Output-Größe Fertigprodukt in Litern beinhaltet sowohl die Menge der produzierten Spirituosen als auch die der produzierten alkoholfreien Getränke.

Entwicklung der Produktionsmenge der Berentzen-Gruppe

In Mio. Liter Fertigprodukt



Produktionsmenge

	2021	2020	2019	2015
AFG				
Fertigprodukt [l]	123.351.088	161.818.837	166.781.070	148.754.399
Füllungen [Stück]	161.582.135	191.083.269	192.810.792	163.049.443
Durchschnittliche Füllmenge [l/Stück]	0,76	0,85	0,86	0,91
Spirituose				
Fertigprodukt [l]	51.173.349	56.617.520	56.762.769	54.701.144
Füllungen [Stück]	127.684.588	145.222.030	145.947.482	156.715.803
Durchschnittliche Füllmenge [l/Stück]	0,40	0,39	0,39	0,35
Gesamt Fertigprodukt [l]	174.524.437	218.436.357	223.543.839	203.455.543
Durchschnittliche Füllmenge [l/Stück]	0,60	0,65	0,66	0,64

Grundsätzlich wurden in den vergangenen Jahren bereits viele Maßnahmen zur Verringerung des Materialeinsatzes umgesetzt. So konnte beispielsweise durch die Umstellung der Kartonqualitäten von Vollpappe auf Wellpappe mit reduzierten Flächengewichten eine deutliche Reduzierung des Materialeinsatzes erreicht werden. Im Berichtsjahr konnte darüber hinaus der Einsatz von Verpackungsfolie im Segment *Spirituose* signifikant reduziert werden, da durch eine Optimierung des Produktionsprozesses die Anzahl der Wicklungen gesenkt wurde. Darüber hinaus setzen wir bei der Flaschenbeschaffung vermehrt bepfandete Kunststoffzwischenlagen anstatt auf Einwegzwischenlagen Karton ein. Die Kunststoffzwischenlagen werden nach der Nutzung an den Händler zurückgegeben und somit wiederverwendet.



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Wertschöpfungskette

Wasser

Klimaschutz

Umgang mit Ressourcen

Products

Anhang

Entwicklung der Produktionsmenge

Im Geschäftsjahr 2021 gab es wesentliche Veränderungen der Produktionsmenge. Im Segmente *Spirituose* ist die Produktionsmenge in Litern um 9,6 % und damit auf ca. 51. Mio. Liter Fertigprodukt zurückgegangen. Dies ist insbesondere auf die pandemiebedingte Schließung der Gastronomiebetriebe, umfassende Kontaktbeschränkungen im privaten Bereich, das Verbot von Veranstaltungen sowie vereinzelte Verkaufs- und Konsumverbote für alkoholische Getränke zurückzuführen. Die Kennzahl „Anzahl der Füllungen“ verzeichnete einen Rückgang in Höhe von 12,0%. Der in Litern gemessene Mengenrückgang fiel hingegen geringer aus, da insbesondere die Produktion von Miniaturflaschen reduziert wurde. Dies führte ebenfalls dazu, dass die durchschnittliche Füllmenge von 0,39 (2020) auf 0,40 Liter pro Füllung angestiegen ist.

Im Segment *Alkoholfreie Getränke* ist die Produktionsmenge von 161,8 Mio. Liter Fertigprodukt (2020) auf 123,4 Mio. Liter Fertigprodukt (2021) deutlich gesunken. Dies ist überwiegend auf die Beendigung einer langjährigen Kooperation mit einem internationalen Getränkekonzern über die Abfüllung alkoholfreier Markenprodukte mit Ablauf des ersten Quartals des Geschäftsjahres 2021 zurückzuführen. Dies führte ebenfalls dazu, dass die durchschnittliche Füllmenge im Vergleich zum Vorjahr deutlich gesunken ist. Sie liegt mit 0,76 Litern pro Füllung unter dem Wert für 2020 (0,85 Liter je Füllung).

Der Rückgang der Produktionsmengen führt bei den spezifischen Umweltkennzahlen zu einer deutlichen Verschlechterung, weil manche Parameter nicht von der produzierten Menge abhängen und damit bei einer relativen Betrachtung eine andere Gewichtung bekommen. Diese Verschlechterung entspricht nicht im gleichen Maße einem Effizienzverlust, da mehrere Faktoren berücksichtigt werden müssen. Diese Einflussfaktoren werden in den folgenden Kapiteln näher beschrieben.

(4.2) Wasser

Als Betreiber von Mineralbrunnen wissen wir, wie kostbar die Ressource Wasser ist. Daher legen wir großen Wert auf eine nachhaltige Nutzung. Sie ist für unsere Unternehmenstätigkeit essenziell und somit ein wesentliches Thema für die Unternehmensgruppe. Auch wenn an unseren Produktionsstandorten keine Wasserknappheit herrscht und die Regionen ebenfalls nicht zu den Wasserstressgebieten gehören, minimiert der ressourcenschonende Umgang mit den konzerneigenen Brunnen und anderen Wasserquellen Umweltauswirkungen und sichert langfristig die Grundlage der Getränkeherstellung.

Wir setzen uns für einen sorgsamen Umgang mit der wertvollen Ressource Wasser ein. Um unsere eigenen Mineralbrunnen zu schützen und auch zukünftig zu erhalten, betreiben wir aufwendige Messungen und Berechnungen. Dabei überwachen wir den Wasserspiegel im Gesamtgebiet unserer Brunnen und den Wasserspiegel der Mineralbrunnen selbst.



Unser Beitrag zur Erreichung des SDGs Nr. 6 „Sauberes Wasser und Sanitäreinrichtungen“ und des SDGs Nr. 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“ im Handlungsfeld Planet: Wir achten auf einen sorgsamen und ressourcenschonenden Umgang und sorgen für eine nachhaltige Wasserbewirtschaftung, die auch langfristig für den Erhalt des natürlichen Wasservorkommens sorgt.



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Wertschöpfungskette

Wasser

Klimaschutz

Umgang mit Ressourcen

Products

Anhang

Der Entstehungsprozess von natürlichem Mineralwasser ist ein langwieriger und zeitintensiver Prozess. So muss ein Regentropfen über Jahrzehnte viele verschiedene Erd- und Gesteinsschichten durchdringen. Bei diesem Prozess wird der Regentropfen auf natürliche Art und Weise sowohl kontinuierlich gefiltert und zugleich mit Mineralien angereichert. Darüber hinaus werden unsere Brunnen in Haselünne über unterirdische Wasseradern von der Nordsee gespeist. Nach vielen Jahrzehnten wird auch so auf natürliche Art und Weise aus Salzwasser Mineralwasser.

In unserem Geschäftsbereich *Alkoholfreie Getränke* setzen wir zum größten Teil auf umweltfreundliche Mehrweg-Gebinde. Neben den ökologischen Vorteilen bedeutet dies aber auch einen erhöhten Wasserverbrauch, da alle Flaschen vor dem nochmaligen Befüllen intensiv gereinigt werden müssen.

Absoluter Wasserverbrauch und Abwasseraufkommen

	2021	2020	2019	2015
Brunnenwasser [m³]	195.996	263.505	277.275	276.825
Stadtwasser [m³]	193.647	226.333	207.894	207.109
Gesamt Wasserverbrauch [m³]	389.643	489.838	485.169	483.934
Abwasser [m³]	228.526	240.787	233.499	224.340

Die Messung des Wasserverbrauchs und des Abwasseraufkommens erfolgt an allen Standorten über Wasser- und Abwasserzähler. Über 99 % des konzernweiten Wasserverbrauchs und des Abwasseraufkommens fallen direkt in der Produktion an. Im Geschäftsjahr 2021 ist der Wasserverbrauch von 489.838 m³ (2020) auf 389.643 m³ deutlich gesunken. Auch das Abwasseraufkommen sank von 240.787 m³ im Geschäftsjahr 2020 auf 228.526 m³ (2021). Dies ist insbesondere auf die gesunkene Produktionsmenge im Segment *Alkoholfreie Getränke* zurückzuführen.



Spezifischer Wasserverbrauch und Abwasseraufkommen

	2021	2020	2019	2015
Wasserverbrauch je Liter Fertigprodukt [l/l]	2,23	2,24	2,17	2,38
Abwasseraufkommen je Liter Fertigprodukt [l/l]	1,31	1,10	1,04	1,10
Durchschnittliche Füllmenge [l/Stück]	0,60	0,65	0,66	0,64

Der spezifische Wasserverbrauch in Liter je Liter Fertigprodukt ist im Geschäftsjahr 2021 von 2,24 auf 2,23 leicht gesunken. Das spezifische Abwasseraufkommen ist dagegen signifikant angestiegen von 1,10 auf 1,31 Liter je Liter Fertigprodukt.

Der Wasserverbrauch sowie das Abwasseraufkommen unterscheiden sich je nach eingesetztem Gebinde. Im Prozess der Glasflaschenreinigung wird mehr Wasser benötigt als beim Reinigungsprozess der PET-Mehrwegflaschen. Im Vergleich zu PET-Einwegartikeln ist der Wasserverbrauch ebenfalls deutlich höher, da bei Einwegartikeln keine Flaschenreinigung vor der Befüllung notwendig ist.

Da im Rahmen der nun beendeten Kooperation primär PET-Einweggebilde genutzt wurden, hat sich der Anteil von Glas- und PET-Mehrwegflaschen an allen eingesetzten Gebinden signifikant erhöht, so dass in Summe zwar die absoluten Verbräuche reduziert wurden, zugleich aber insbesondere das spezifische Abwasseraufkommen gestiegen ist.



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Wertschöpfungskette

Wasser

[Klimaschutz](#)

Umgang mit Ressourcen

Products

Anhang



(4.3) Klimaschutz

Die Bekämpfung des Klimawandels gehört zu den wesentlichen Herausforderungen unserer Zeit. Wir leisten unseren Beitrag zur Bekämpfung des Klimawandels, indem wir sowohl auf Energie- und Ressourceneffizienz, als auch auf den Einsatz von Strom aus erneuerbaren Energien setzen. Darüber hinaus arbeiten wir an der kontinuierlichen Reduktion der durch unsere Unternehmenstätigkeit verursachten Treibhausgasemissionen.

Eine wesentliche ökologische Auswirkung unserer Geschäftstätigkeit ist der Ausstoß klimaschädlicher Treibhausgase durch die Inanspruchnahme von Energie. Um den Energieverbrauch innerhalb der Unternehmensgruppe zu optimieren und das Aufkommen an Treibhausgasen zu verringern, haben wir ein Energiemanagementsystem nach ISO 50001 eingeführt. Mehr Informationen zu unserem Energiemanagement sowie zu unserem Energieverbrauch finden sich im Kapitel → „[Umgang mit Ressourcen](#)“.

Um einen Beitrag zur klimafreundlicheren Mobilität zu leisten sowie uns mit alternativen Antriebsformen auseinanderzusetzen, haben wir im Geschäftsjahr 2021 mit der Elektrifizierung unseres Firmenfuhrparks sowie der Errichtung von Elektroladeinfrastruktur an unseren Standorten in Haselünne begonnen. In diesem Zuge haben wir insgesamt vierzehn Elektroladestationen in Haselünne in Betrieb genommen.

Darüber hinaus haben wir im Berichtsjahr den CO₂-Fußabdruck von verschiedenen Marken berechnet. Wir freuen uns besonders, dass seit dem Geschäftsjahr 2020 die CO₂-Emissionen unserer Wassermarken *Emsland Quelle* und *Märkisch Kristall* sowie aller im deutschen Handel erhältlichen *Mio Mio*-Produkte durch die Unterstützung von Klimaschutzprojekten vollständig kompensiert werden. Im Geschäftsjahr 2021 wurden die Produkte unserer Marke *Emsland Sonne* ebenfalls klimaneutral gestellt. Durch unsere Unterstützung der Klimaschutzprojekte werden insgesamt über 13.000 t CO₂ pro Jahr eingespart bzw. vermieden. Weitere Informationen dazu finden sich im Kapitel → „[Klimaneutrale Produkte](#)“.



Unser Beitrag zur Erreichung des SDGs Nr. 13 „Maßnahmen zum Klimaschutz“: Durch den Einsatz von 100 % Ökostrom in der Produktion vermeiden wir den Ausstoß von Emissionen, darüber hinaus kompensieren wir für uns aktuell unvermeidbare Emissionen der Wassermarken *Emsland Quelle* und *Märkisch Kristall*, sowie der Marken *Emsland Sonne* und *Mio Mio* in Deutschland.



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Wertschöpfungskette

Wasser

Klimaschutz

Umgang mit Ressourcen

Products

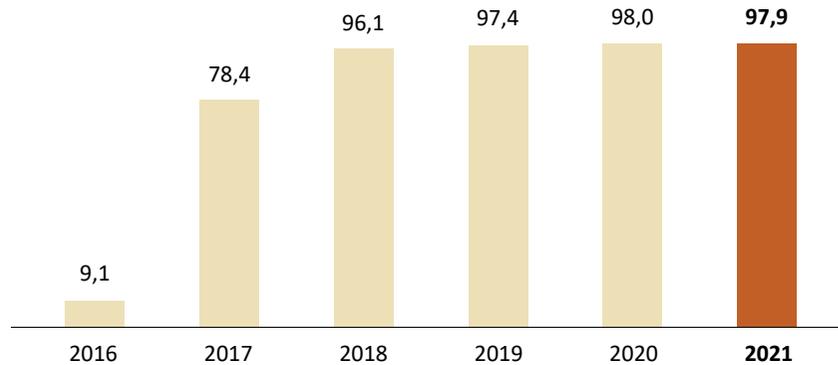
Anhang

Erneuerbare Energie

Wir setzen auf den Einsatz von erneuerbaren Energien, um damit einen Beitrag zum Klimaschutz zu leisten. Mit der Umstellung der Stromversorgung auf erneuerbare Energien haben wir bereits vor einigen Jahren innerhalb der Unternehmensgruppe begonnen. Bereits seit dem Geschäftsjahr 2018 liegt der Anteil erneuerbarer Energie am Gesamtstromverbrauch bei über 95 %. Im Berichtsjahr blieb dieser nahezu konstant bei 97,86 %. In der Produktion liegt der Anteil erneuerbarer Energie bereits bei 100 %.

Stromherkunft im Jahresvergleich

In Prozent



Strom aus fossilen Energieträgern wird nur noch teilweise bei der Versorgung für Verwaltungsgebäude eingesetzt sowie im Rahmen von Strom-Eigenproduktion durch ein erdgasbefeuertes Blockheizkraftwerk (BHKW) erzeugt.

Corporate Carbon Footprint

Seit dem Geschäftsjahr 2017 berechnen wir den Corporate Carbon Footprint der gesamten Unternehmensgruppe. So ermitteln wir, wie viele und wodurch CO₂-Emissionen von der Berentzen-Gruppe verursacht werden. Diese Informationen helfen uns, Maßnahmen zum Klimaschutz abzuleiten und langfristig die CO₂-Emissionen zu verringern.

Da die Berechnung des Corporate Carbon Footprint – auch als CO₂-Bilanz bezeichnet – ein komplexes und herausforderndes Projekt ist, arbeiten wir auch mit Unterstützung eines externen Partners kontinuierlich an der Weiterentwicklung der Aussagekraft der diesbezüglichen Bilanzierung. So haben wir im Geschäftsjahr 2021 erstmals die Scope 3 Emissionen umfangreicher in die Berechnung einbezogen.

Die Ermittlung unseres Corporate Carbon Footprint basiert auf dem international anerkannten Standard des Greenhouse Gas Protocol (GHG) und wird soweit möglich gemäß dem marktbasieren Ansatz erstellt. Bei diesem Ansatz werden die spezifischen Emissionsfaktoren herangezogen. In den Fällen, in denen diese Informationen (z. B. bei Mietobjekten) nicht zur Verfügung stehen, wird der ortsbasierte Ansatz verwendet und damit auf durchschnittliche Emissionsfaktoren auf Länderebene zurückgegriffen. Darüber hinaus legen wir großen Wert auf die eindeutige Definition von organisatorischen und operativen Systemgrenzen.

Die organisatorischen Systemgrenzen beschreiben die einbezogenen organisatorischen Einheiten und den Zeitraum, auf den sich der Corporate Carbon Footprint bezieht. Wir beziehen alle aktiven Produktions-, Vertriebs- und Verwaltungsstandorte der Berentzen-Gruppe Aktiengesellschaft für das Geschäftsjahr 2021 in die Bilanzierung ein.



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Wertschöpfungskette

Wasser

Klimaschutz

Umgang mit Ressourcen

Products

Anhang

Die operativen Systemgrenzen zeigen die Emissionsquellen auf, die innerhalb der organisatorischen Grenzen Berücksichtigung finden. Das Greenhouse Gas Protocol (GHG) unterscheidet zur Abgrenzung verschiedener Emissionsquellen zwischen drei Kategorien, den sogenannten Scopes:

Scope 1

In Scope 1 werden alle CO₂-Emissionen ausgewiesen, die direkt durch das bilanzierende Unternehmen gesteuert werden können (direkte CO₂-Emissionen). Hierunter fallen die Verbrennung fossiler Brennstoffe (mobil und stationär), CO₂-Emissionen aus chemischen und physikalischen Prozessen sowie Kältemittelleckagen aus Klimaanlageanlagen.

Scope 2

In Scope 2 werden indirekte CO₂-Emissionen dargestellt, die durch die Verbrennung fossiler Brennstoffe während der Produktion von Strom, Wärme, Kälte und Dampf bei externen Energieversorgern verursacht werden. Durch den Ausweis in einer separaten Kategorie wird eine Doppelzählung beim Vergleich von CO₂-Emissionen unterschiedlicher Unternehmen vermieden.

Scope 3

Alle übrigen CO₂-Emissionen, die nicht der direkten unternehmerischen Kontrolle unterliegen, werden in Scope 3 aufgeführt (andere indirekte CO₂-Emissionen). Hierunter fallen z. B. CO₂-Emissionen, die mit Produkten und Dienstleistungen verbunden sind, die durch das bilanzierende Unternehmen in Anspruch genommen oder verarbeitet werden. Hinzu kommen CO₂-Emissionen, die mit der Nutzung verkaufter Produkte und Dienstleistungen verknüpft sind, wenn dabei direkte CO₂-Emissionen verursacht werden.

Entsprechend den Vorgaben des GHG Protocol ist der Ausweis der CO₂-Emissionen in den Kategorien Scope 1 und Scope 2 obligatorisch, in der Kategorie Scope 3 dagegen freiwillig.



Seit dem Geschäftsjahr 2017 ermitteln wir die CO₂-Emissionen in den Kategorien Scope 1 und Scope 2 sowie die unter Scope 3 fallenden Emissionen der Vorkette für Strom, Wärme und Transport. Für das Geschäftsjahr 2021 haben wir zudem erstmals die Emissionen, die durch Geschäftsreisen, Pendeln der Arbeitnehmer, Abfall sowie durch eingekaufte Güter und Dienstleistungen entstehen, berücksichtigt. Die Betrachtung der eingekauften Güter und Dienstleistungen findet derzeit noch nicht vollumfänglich auf Produktebene statt. So werden derzeit nur diejenigen Emissionen berücksichtigt, die durch eingekaufte Werbemittel, Druckprodukte und Büropapier sowie durch eingekauftes Stadtwater und elektronische Geräte entstehen.

Eine detaillierte Berechnung des Produkt Carbon Footprint erfolgt derzeit für die Markenprodukte unserer Tochtergesellschaft Vivaris. Mehr Informationen finden sich hierzu im Kapitel → „[Klimaneutrale Produkte](#)“.



Emissionen 2021

Im Geschäftsjahr 2021 lag der Corporate Carbon Footprint der Berentzen-Gruppe für Scope 1, Scope 2 und die in die Betrachtung einbezogenen Scope 3 Emissionen bei insgesamt 6.703,2 Tonnen CO₂-Äquivalente. Die direkten Emissionen (Scope 1) sind im Geschäftsjahr 2021 von 4.048,8 Tonnen CO₂e (2020) auf 4.240,1 Tonnen CO₂e angestiegen. Dies ist auf den im Berichtsjahr gestiegenen Erdgasverbrauch zurückzuführen. Dagegen sind die indirekten energiebedingte Emissionen von 37,2 Tonnen CO₂e (2020) auf 29,6 Tonnen CO₂e gesunken.



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Wertschöpfungskette

Wasser

Klimaschutz

Umgang mit Ressourcen

Products

Anhang

CO₂-Bilanz der Berentzen-Gruppe Aktiengesellschaft

		2021	2020	2019	2017
Scope 1	Direkte Emissionen	4.240,1	4.048,8	4.573,8	4.271,0
	Energieemissionen der Berentzen-Gruppe [t CO ₂ e]	4.240,1	4.048,8	4.573,8	4.271,0
Scope 2	Indirekte Emissionen aus bereitgestellter Energie	29,6	37,2	36,7	1.416,0
	Eingekaufte Energie [t CO ₂ e]	29,6	37,2	36,7	1.416,0
Scope 3	Weitere indirekte Emissionen	2.433,4	1.199,4	1.361,7	900,0
	Brennstoff- und energiebezogene Emissionen aus der Vorkette [t CO ₂ e]	1.265,3	1.199,4	1.361,7	900,0
	Anfahrt Mitarbeitende [t CO ₂ e] ¹⁾	851,4	-	-	-
	Eingekaufte Güter und Dienstleistungen [t CO ₂ e] ^{1) 2)}	249,7	-	-	-
	Abfälle aus dem Betrieb [t CO ₂ e] ¹⁾	46,1	-	-	-
	Geschäftsreisen ¹⁾	21,0	-	-	-
	Gesamt Emissionen [t CO₂e]	6.703,2	5.285,4	5.972,2	6.587,0

¹⁾ Im Geschäftsjahr 2021 wurden die Berechnung der Scope 3 Emissionen erstmalig ausgeweitet.

²⁾ Die eingekauften Güter und Dienstleistungen umfassen Druckprodukte, Büropapier, elektronische Geräte sowie Stadtwasser.



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Wertschöpfungskette

Wasser

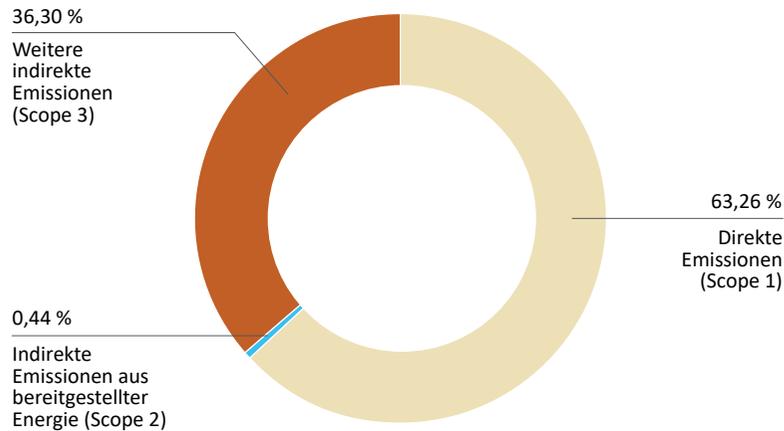
Klimaschutz

Umgang mit Ressourcen

Products

Anhang

Aufteilung der CO₂-Äquivalente



Die Scope 1 Emissionen machen im Geschäftsjahr 2021 63,26 % der Gesamtemissionen aus. Der Anteil der Scope 2 Emissionen liegt bei 0,44 %, der Anteil der Scope 3 Emissionen bei 36,30 % der Emissionen der CO₂-Bilanz der Unternehmensgruppe. Um den Vergleich mit den Vorjahren zu ermöglichen zeigt die folgende Tabelle die CO₂-Emissionen in den Kategorien Scope 1 und Scope 2, sowie die unter Scope 3 fallenden Emissionen der Vorkette für Strom, Wärme und Transport. Insofern stellt die Tabelle eine bereinigte Variante der CO₂-Bilanz der Unternehmensgruppe dar.

Bereinigte CO₂-Bilanz

	2021	2020	2019	2017
Direkte Emissionen (Scope 1) [t CO ₂ e]	4.240,1	4.048,8	4.573,8	4.271,0
Indirekte Emissionen aus bereitgestellter Energie (Scope 2) [t CO ₂ e]	29,6	37,2	36,7	1.416,0
Weitere indirekte Emissionen (Scope 3) [t CO ₂ e] ¹⁾	1.265,3	1.199,4	1.361,7	900,0
Summe Emissionen [t CO₂e]	5.535,1	5.285,4	5.972,2	6.587,0

¹⁾ Die Darstellung der Scope 3 Emissionen umfasst ausschließlich die Emissionen, die in der Vorkette für Strom, Wärme und Transport entstehen.

Die bereinigte Darstellung zeigt, dass neben dem zuvor beschriebenen Anstieg der Scope 1 Emissionen auch die Scope 3 Emissionen, die in der Vorkette durch unseren Brennstoff- und Energieverbrauch entstehen, zugenommen haben. Analog zu den Scope 1 Emissionen ist dies auf den gestiegenen Erdgasverbrauch – bedingt durch die längere Heizperiode im Jahr 2021 – zurückzuführen.

Datenerfassung und Berechnung

Der vorliegende Corporate Carbon Footprint weist alle Emissionen als CO₂-Äquivalente aus. Demnach werden in den Berechnungen neben CO₂ auch die sechs weiteren im Kyoto-Protokoll reglementierten Treibhausgase berücksichtigt: Methan (CH₄), Lachgas (N₂O), Schwefelhexafluorid (SF₆), Fluorkohlenwasserstoffe (FKW und H-FKW) und Stickstofftrifluorid (NF₃). Diese werden in das Treibhauspotential von CO₂ umgerechnet und als CO₂-Äquivalente (CO₂e) ausgewiesen. Die Berechnung der CO₂-Emissionen erfolgte mit Hilfe von Verbrauchsdaten und Emissionsfaktoren für die Umrechnung in CO₂-Äquivalente.

Für die Umrechnung der Verbrauchsdaten in CO₂-Äquivalente wurden sowohl Primär- als auch Sekundärdaten aus wissenschaftlichen Datenbanken genutzt (z. B. ecoinvent oder GEMIS). Bei Primärdaten handelt es sich um Daten, die im direkten Bezug auf einen Untersuchungsgegenstand erhoben werden. Mit Sekundärdaten werden Daten bezeichnet, die durch Verarbeitung und Modellierung von Primärdaten gewonnen wurden.

Die Vorkette des bezogenen Ökostroms und damit die Scope 3 Emissionen waren im Geschäftsjahr 2017 nicht in der Bilanz enthalten und wurden erst für das Geschäftsjahr 2018 aufgenommen. Erstmals berücksichtigt wurden im Geschäftsjahr 2018 ebenfalls die flüchtigen Treibhausgas-Emissionen aus Leckagen und durch Befüllung von Klimaanlage.



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Wertschöpfungskette

Wasser

Klimaschutz

[Umgang mit Ressourcen](#)

Products

Anhang



(4.4) Umgang mit Ressourcen

Nachhaltig zu handeln ist die globale Herausforderung von heute für ein lebenswertes morgen. Wir stellen uns dieser Verantwortung, indem wir uns kontinuierlich verbessern wollen.



Unser Beitrag zur Erreichung des SDGs Nr. 8 „Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum“ und des SDGs Nr. 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“ im Handlungsfeld Planet: Wir arbeiten an der Entkoppelung von Wirtschaftswachstum und einer steigenden Umweltbelastung, indem wir auf Ressourceneffizienz setzen und unsere Produktionsbedingungen stetig hinterfragen.

Energiemanagement nach ISO 50001

Bereits im Jahr 2013 haben wir an den Produktionsstandorten Grüneberg und Haselünne erfolgreich ein Energiemanagementsystem nach ISO 50001 eingeführt und im Jahr 2016 auf alle deutschen Standorte der Unternehmensgruppe ausgeweitet. Im Jahr 2020 wurde zusätzlich unsere österreichische Tochtergesellschaft integriert.

Durch das systematische Energiemanagement werden alle Energieflüsse in der Unternehmensgruppe auf Basis von Messungen und anderer Daten erfasst und die Verbräuche der wichtigsten Anlagen und Prozesse bewertet. Die dadurch entstehende Transparenz über Energieverbräuche bietet uns die Möglichkeit, Optimierungspotenziale zu identifizieren und diese schrittweise umzusetzen. Auf dieser Grundlage werden sowohl technische als auch strategische und organisatorische Maßnahmen abgeleitet, um die energiebezogene Leistung kontinuierlich zu verbessern und gleichzeitig die Energienutzung systematisch und längerfristig effizienter zu gestalten. Darüber hinaus finden im Rahmen des Energiemanagements regelmäßige Mitarbeiterschulungen zum Thema Energieeinsparung statt.

Durch das Energiemanagementsystem ist bereits der Grundstein zur Implementierung eines kontinuierlichen Verbesserungsprozesses gelegt worden. Der bestehende Managementansatz wird im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsstrategie um ein Umweltmanagementsystem nach ISO 14001 erweitert werden.

Dieses soll dabei unterstützen, den Umgang mit sozialen und ökologischen Themen zukünftig besser reflektieren zu können. Die Einführung des Umweltmanagementsystems setzt auch die Festlegung weiterer formaler Strukturen und die Benennung von festen Verantwortlichkeiten an den jeweiligen Standorten voraus.



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Wertschöpfungskette

Wasser

Klimaschutz

Umgang mit Ressourcen

Products

Anhang

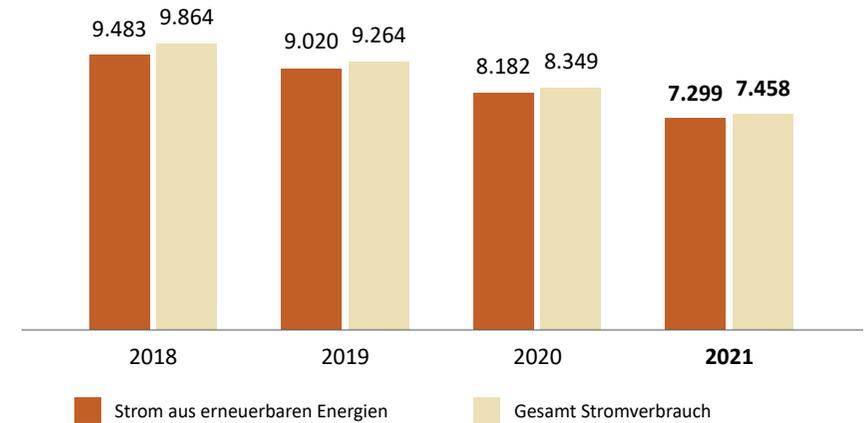


Stromverbrauch

Im Geschäftsjahr 2021 ist der absolute Stromverbrauch von 8.346.279 kWh (2020) auf 7.458.304 kWh (2021) signifikant gesunken. Dagegen ist der spezifische Stromverbrauch von 38,21 (2020) auf 42,74 Kilowattstunden je Kubikmeter Fertigprodukt (2021) gestiegen. Dies ist primär auf die Beendigung einer Kooperation über die Abfüllung von alkoholfreien Markenprodukten zurückzuführen, in deren Folge Energie in Form von Strom in hohem Maße eingespart werden konnte und sich die Produktionsmenge erheblich verringerte. Da in die Berechnung des Stromverbrauchs alle konzernangehörigen Produktions-, Vertriebs- und Verwaltungsstandorte einbezogen werden, steht nicht der gesamte Stromverbrauch in einem direkten Abhängigkeitsverhältnis zur Produktionsmenge. Darüber hinaus wurde im Geschäftsjahr 2021 die Umrüstung auf E-Stapler fortgeführt sowie mit der Elektrifizierung des Firmenfuhrparks begonnen. Dies führt dazu, dass trotz gesunkenen absoluten Stromverbrauchs, der spezifische Stromverbrauch gestiegen ist. Im Geschäftsjahr 2021 wurden 6,4 % weniger Strom je Kubikmeter Fertigprodukt eingesetzt als im Basisjahr.

Entwicklung des Stromverbrauchs im Jahresvergleich

In Tausend kWh



Absoluter und spezifischer Stromverbrauch auf Konzernebene

	2021	2020	2019	2015
Strom aus fossilen Energieträgern [kWh] ¹⁾	159.242	164.269	243.567	8.695.980
Strom aus erneuerbaren Energien [kWh]	7.299.062	8.182.010	9.020.396	591.991
Gesamt Stromverbrauch [kWh]	7.458.304	8.346.279	9.263.963	9.287.972
Spez. Stromverbrauch [kWh/m³]	42,74	38,21	41,44	45,65
Vergleich zum Basisjahr 2015 [%]	-6,4 %	-16,3 %	-9,2 %	Basisjahr

¹⁾ Inklusive selbsterzeugter Strom durch das BHKW.



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Wertschöpfungskette

Wasser

Klimaschutz

[Umgang mit Ressourcen](#)

Products

Anhang

Gesamtenergieverbrauch

Unser Gesamtenergieverbrauch an allen Standorten lag im Geschäftsjahr 2021 bei 26.802.498 kWh. Damit verringerte sich der absolute Energieverbrauch im Vergleich zum Vorjahr minimal. Dagegen stieg der spezifische Energieverbrauch im Geschäftsjahr 2021 deutlich an und lag bei 153,57 kWh je m³ Fertigprodukt (2020: 123,37 kWh je m³ Fertigprodukt). Der Anstieg des spezifischen Energieverbrauchs liegt in mehreren Faktoren begründet.

Wie zuvor beschrieben führte die Beendigung einer Kooperation über die Abfüllung von alkoholfreien Markenprodukten zu einer signifikanten Einsparung des Stromverbrauchs und gleichzeitig zu einem Rückgang der Produktionsmenge, die als Maßstab für die spezifischen Verbräuche herangezogen wird. Da sich der Energieverbrauch auf alle konzernangehörigen Produktions-, Vertriebs- und Verwaltungsstandorte bezieht, steht nur ein Teil des Energieverbrauchs in einem direkten Bezugsverhältnis zur Produktionsmenge.

Da im Rahmen der Kooperation vorrangig PET-Einwegartikel gefüllt wurden, hat die Beendigung darüber hinaus zu einer Veränderung des eingesetzten Gebindemixes im Segment *Alkoholfreie Getränke* geführt, so dass Mehrwegflaschen nun einen höheren Anteil darstellen. Diese benötigen vor der Befüllung eine Flaschenreinigung, die aufgrund der Erhitzung des Reinigungswassers zu einem verhältnismäßig höheren Erdgasbedarf führt. Zudem herrschte im Jahr 2021 ein außerordentlich langer und kalter Winter, der an unseren deutschen Standorten zu dem deutlichen Anstieg des Erdgas- und Heizölverbrauchs beitrug.

In Summe sind der Erdgasverbrauch von 14.138.224 kWh (2020) auf 14.756.420 kWh (2021) und der Heizölverbrauchs von 2.290.000 kWh (2020) auf 2.560.000 kWh (2021) signifikant gestiegen.

Absoluter Energieverbrauch auf Konzernebene

	2021	2020	2019	2015
Erdgas [kWh]	14.756.420	14.138.224	16.340.775	15.186.172
Heizöl [kWh]	2.560.000	2.290.000	2.340.000	2.226.590
Diesel [kWh]	1.846.150	2.095.100	2.562.420	3.216.146
Benzin [kWh]	174.432	97.888	122.047	72.496
Strom [kWh] ¹⁾	7.326.852	8.206.717	9.091.857	9.287.972
Fernwärme [kWh]	138.644	121.329	124.000	48.000
Gesamt Energieverbrauch [kWh]	26.802.498	26.949.258	30.581.099	30.037.375
Spez. Energieverbrauch [kWh/m³]	153,57	123,37	136,80	147,64
Vergleich zum Basisjahr 2015 [%]	4,0 %	-16,4 %	-7,3 %	Basisjahr

¹⁾ Um eine Doppelzählung zu vermeiden, wird bei der Gesamtaufstellung des Energieverbrauchs der Erdgasverbrauch des BHKWs berücksichtigt. Die dadurch selbsterzeugte Strom- und Wärmemenge wird nicht berücksichtigt.



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Wertschöpfungskette

Wasser

Klimaschutz

[Umgang mit Ressourcen](#)

Products

Anhang

Energieerzeugung

Da wir aus Klimaschutzgründen bevorzugt Strom aus erneuerbaren Energien einsetzen, wird Strom aus fossilen Energieträgern nur noch teilweise bei der Versorgung von angemieteten Verwaltungsgebäuden verwendet sowie im Rahmen von Strom-Eigenproduktion durch ein erdgasbefeuertes Blockheizkraftwerk (BHKW) erzeugt. Dieses wurde bereits im Jahr 2013 am Standort Ritterstraße in Haselünne errichtet. Mit dem BHKW werden seither ein Teil des Wärmebedarfs sowie ein Teil des Strombedarfs des Standortes Ritterstraße gedeckt. Das effiziente BHKW hat einen höheren Gesamtnutzungsgrad gegenüber der vorherigen Kombination aus lokaler Heizung und Strom durch die zentrale Kraftwerksversorgung. Dieser resultiert daraus, dass die Abwärme aus der Stromerzeugung zu großen Teilen und ortsnah genutzt werden kann. Neben einer Kosteneinsparung können so langfristig Emissionen vermieden werden.

Im Geschäftsjahr 2021 erzeugte das BHKW 221.878 kWh Strom sowie 494.804 kWh Wärmeenergie. Die Wärmeenergie wurde vollständig zur Heizung der Gebäude genutzt. Darüber hinaus wurden 131.452 kWh des durch das BHKW erzeugten Stroms dem Eigenverbrauch zugeführt. Die restlichen 90.426 kWh wurden ins Stromnetz eingespeist. Die eingespeiste Energie findet keine Berücksichtigung im Stromverbrauch der Unternehmensgruppe.

Kraftstoffverbrauch

Die Coronavirus-Pandemie führte in Deutschland und Österreich auch im Geschäftsjahr 2021 zu einer deutlichen Einschränkung der Reiseaktivitäten und infolgedessen zu einer Reduzierung des Kraftstoffverbrauchs unserer Dienstwagenflotte. Perspektivisch rechnen wir allerdings damit, dass die vollständige Internalisierung unserer Außendienstaktivitäten im Geschäftsjahr 2020 und der weitere geplante Ausbau der entsprechenden Vertriebsgesellschaft mit einem signifikanten Anstieg des Kraftstoffverbrauchs einhergeht.

Absoluter Kraftstoffverbrauch auf Konzernebene

	2021	2020	2019	2015
Diesel [l]	184.615	209.510	256.242	321.615
Benzin [l]	18.960	10.640	13.266	7.880
Gesamt Kraftstoffverbrauch [l]	203.575	220.150	269.508	329.495



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Wertschöpfungskette

Wasser

Klimaschutz

Umgang mit Ressourcen

Products

Anhang

Abfall- und Wertstoffaufkommen

In der Produktion lässt sich das Entstehen von Abfällen nicht vollständig vermeiden. Jegliche Abfälle und Wertstoffe werden mit Hilfe von Mehrwegbehältern bereits an Ort und Stelle sorgfältig und in der Regel sortenrein getrennt. Dies ermöglicht es, die Wertstoffe dem Recyclingprozess zuzuleiten und somit in den Wertstoffkreislauf zurückzuführen. Dies schont insbesondere wertvolle Ressourcen aus nicht erneuerbaren Materialien. Die fachgerechte Entsorgung und das Recycling der Wertstoffe erfolgt durch entsprechend qualifizierte Fachbetriebe.

Unser absolutes Abfall- und Wertstoffaufkommen ist von 4.076,4 Tonnen im Jahr 2020 auf 3.669,4 Tonnen im Berichtsjahr gesunken. Das spezifische Abfall- und Wertstoffaufkommen stieg hingegen von 18,66 Gramm pro Liter Fertigprodukt (2020) auf 21,03 Gramm pro Liter Fertigprodukt (2021). Der spezifische Abfall zur Beseitigung ist im Berichtsjahr nur gering von 0,61 Gramm pro Liter Fertigprodukt (2020) auf 0,66 Gramm pro Liter Fertigprodukt gestiegen.

Entsprechend der zuvor bereits beschriebenen Entwicklung der Produktionsmenge, ist diese Veränderung ebenfalls für die Diskrepanz zwischen dem gesunkenen absoluten Abfall- und Wertstoffaufkommen und dem gestiegenen spezifischen Abfall- und Wertstoffaufkommen verantwortlich.

Unser Wertstoffaufkommen machte auch im Geschäftsjahr 2021 den überwiegenden Anteil unseres Abfalls aus und lag bei über 96 %. Dies bedeutet, dass 96,86 % unseres Abfallaufkommens als Wertstoff in den Wertstoffkreislauf zurückgeführt wird.

Absolutes und spezifisches Wertstoff- und Abfallaufkommen

	2021	2020	2019	2015
Glasabfall [t]	2.016,9	2.182,9	1.953,0	1.250,7
Papier und Pappe [t]	510,6	518,5	513,5	560,0
Kunststoff [t]	585,8	778,0	684,0	603,3
Metall [t]	158,1	149,2	126,3	139,2
Altholz [t]	30,6	24,3	27,7	36,5
Kompostierbare Abfälle [t]	17,1	26,2	37,9	44,9
Gefährliche Abfälle [t]	9,6	7,2	10,2	3,4
Sonstige Abfälle zur Verwertung [t]	235,1	264,3	255,8	135,3
Sonstige Abfälle zur Beseitigung [t]	105,7	125,8	116,9	172,7
Gesamt Abfall- und Wertstoffmenge [t]	3.669,4	4.076,4	3.725,4	2.946,0
Abfall- und Wertstoffaufkommen je Liter Fertigprodukt [g/l]	21,03	18,66	16,66	14,48
Recyclingfähiger Abfall je Liter Fertigprodukt [g/l]	20,36	18,05	16,10	13,61
Abfall zur Beseitigung je Liter Fertigprodukt [g/l]	0,66	0,61	0,57	0,87

Absolutes Abfall- und Wertstoffaufkommen nach Entsorgungsart auf Konzernebene

	2021	Anteil
Recycling/ Verwertbare Abfälle [t]	3.554,1	96,86 %
Müllverbrennung [t]	105,7	2,88 %
Gefährliche Abfälle [t]	9,6	0,26 %
Gesamt Abfall- und Wertstoffaufkommen [t]	3.669,4	100,0 %



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Products

Nachhaltige Produkte und Verpackungen

Klimaneutrale Produkte

Produktsicherheit und -qualität

Verantwortungsvolle Beschaffung

Anhang

(5) Products

Als produzierende Unternehmensgruppe tragen wir die Verantwortung für unsere Produkte und ihre Verbraucher und legen deshalb einen zunehmend stärkeren Fokus auf eine nachhaltig operierende Wertschöpfungskette sowie auf Produktangebote, die einen verantwortungsbewussten Genuss fördern und/oder besonders natürlich und gesund sind. Dabei glauben wir daran, dass ökonomischer Erfolg und ökologischer Fortschritt langfristig miteinander verbunden sind.



Unser Beitrag zur Erreichung des SDGs Nr. 13 „Maßnahmen zum Klimaschutz“ im Handlungsfeld Products: Mit unseren klimaneutralen Produkten leisten wir einen sinnvollen Beitrag zum Klimaschutz. Darüber hinaus produzieren wir mit 100 % Ökostrom.

Mit unserer Nachhaltigkeitsstrategie und der Zielsetzung „One hundred sustainable Products“ legen wir seit Beginn des Geschäftsjahr 2021 einen noch stärkeren Fokus auf das Thema nachhaltige Produkte und umweltfreundlichere Produktverpackungen. Als produzierendes Unternehmen stehen wir diesbezüglich in einer besonderen Verantwortung und gehen daher Schritt für Schritt weiter, Nachhaltigkeit noch stärker in unsere Unternehmenstätigkeit zu integrieren.

Um dieses Ziel zu erreichen, werden wir zunächst eine Roadmap entwickeln, mit deren Hilfe wir Inhalte und zeitliche Zielmarken für die folgenden Maßnahmen konkretisieren können: 1. Steigerung des Anteils an nachhaltigen Produkten, 2. Entwicklung von Leitlinien für umweltfreundlichere Produktverpackungen, 3. Überprüfung und Durchführung eines Scorings unserer bestehenden Produktverpackungen anhand der Leitlinien für umweltfreundlichere Produktverpackungen, und schließlich 4. systematische Überarbeitung ausgewählter Produktverpackungen auf Basis des zuvor genannten Scorings.



Einen weiteren Schwerpunkt unserer Nachhaltigkeitsstrategie stellt die Entwicklung und Implementierung eines Business Partner-Screenings dar. Das Business Partner-Screening stellt ein Prüfkonzept zur menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht innerhalb unserer Lieferkette dar, mit der wir eine sogenannte Mittäterschaft verhindern wollen.

Verantwortlich für die Entwicklung, Produktion, Kontrolle sowie Vermarktung unserer Produkte sind die verschiedenen Fachabteilungen. Zuständig für die Themen Produktsicherheit und -qualität ist beispielsweise das Qualitätsmanagement (QM) bzw. der QM-Beauftragte. Dieser wird durch die Geschäftsführung benannt und hat sicherzustellen, dass die Anforderungen der zugrunde gelegten Norm erfüllt werden, das Qualitätsmanagementsystem laufend überprüft wird und ggf. Korrekturmaßnahmen eingeleitet werden. Die Verantwortung für die konkrete Umsetzung des Qualitätssicherungssystems übernehmen die einzelnen Bereichsverantwortlichen bzw. die QM-Verantwortlichen der Fachbereiche. Die Überprüfung erfolgt durch die Anwendung des Qualitätsstandard IFS Food.



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Products

Nachhaltige Produkte und Verpackungen

Klimaneutrale Produkte

Produktsicherheit und -qualität

Verantwortungsvolle Beschaffung

Anhang

(5.1) Nachhaltige Produkte und Verpackungen

Das wesentliche Thema „nachhaltige Produkte und Verpackungen“ hat aufgrund verschiedener Aspekte in den vergangenen Jahren an Bedeutung gewonnen. Nachhaltigkeit ist als Idee in der konsumierenden Gesellschaft angekommen und hat sich dadurch auch in dem Bewusstsein unserer Stakeholder manifestiert, was sich an der entsprechend zunehmenden Stakeholderrelevanz zeigt. Darüber hinaus sind wir uns bewusst, dass unsere Produkte positive oder negative Auswirkungen auf die Umwelt und Gesellschaft haben können. Dies wollen wir aktiv beeinflussen, indem wir negative Auswirkungen minimieren und positive Auswirkungen fördern.

Auch das Thema Verpackung hat in den vergangenen Jahren zunehmend an Aufmerksamkeit gewonnen. Im Geschäftsbereich Spirituose ist die umweltfreundliche Glasflasche seit vielen Jahrzehnten das vorwiegend eingesetzte Verpackungsmittel. Verwendungseinschränkungen für Glasbehälter — z. B. auf öffentlichen Veranstaltungen — machen es allerdings erforderlich, einen vergleichsweise geringen Anteil unseres Produktportfolios in vollständig recyclingfähigen PET-Miniaturflaschen anzubieten. Bei fachgerechter Entsorgung können diese in den Wertstoffkreislauf zurückgeführt werden. Im Berichtsjahr lag der Anteil an Glas-Gebinde, bemessen an der gesamten Produktionsmenge im Segment Spirituosen, bei 99,31 %.

Entwicklung der Verpackungsformen im Segment Spirituosen¹⁾

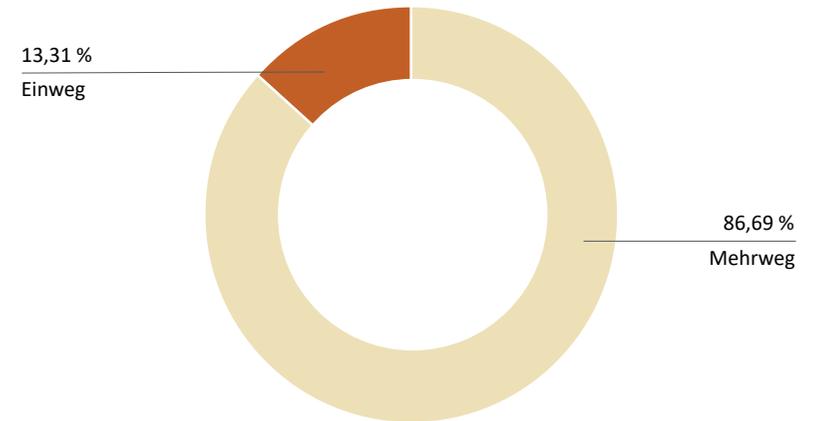
Table with 4 columns: Category, 2021, 2020, 2019. Rows: Glas-Gebinde, Sonstige Gebinde, Gesamt.

1) Auf Basis produzierter Liter.

Aufgrund der sehr heterogenen Kunden- und Verbraucherwünsche bieten wir im Segment Alkoholfreie Getränke unsere Produkte in vielfältigen Verpackungsformen an. Mit einem Mehrweg-Anteil von 86,69 % (69,33 % im Geschäftsjahr 2020) setzen wir überwiegend auf umweltfreundliche Mehrweg-Gebinde. Der Anstieg ist überwiegend auf die Beendigung einer langjährigen Kooperation mit einem internationalen Getränkekonzern über die Abfüllung alkoholfreier Markenprodukte im PET-Einweggebilde zurückzuführen. Der größte Anteil macht dabei die Mehrweg-Glasflasche aus. Im Bereich der PET-Flaschen werden verschiedene Einweg- und Mehrweg-Gebinde als Verpackungsmittel eingesetzt, u.a. sogenannte PET CYCLE-Flaschen, welche einen Recyclinganteil von durchschnittlich 65 % haben.

Verhältnis von eingesetzten Einweg- und Mehrweg-Gebinde

Auf Basis produzierter Liter im Segment Alkoholfreie Getränke



Entwicklung des Mehrweganteils im Segment Alkoholfreie Getränke¹⁾

Table with 4 columns: Category, 2021, 2020, 2019. Rows: Mehrweg, Einweg, Gesamt.

1) Auf Basis produzierter Liter.



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Products

Nachhaltige Produkte und Verpackungen

Klimaneutrale Produkte

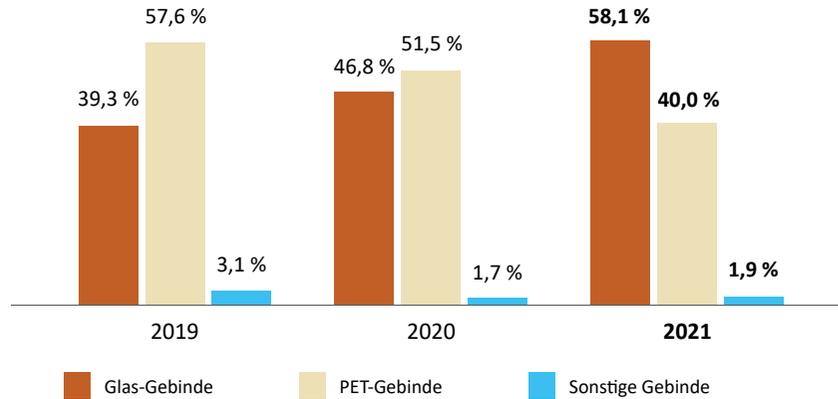
Produktsicherheit und -qualität

Verantwortungsvolle Beschaffung

Anhang

Entwicklung der Verpackungsformen im Segment Alkoholfreie Getränke

Auf Basis produzierter Liter



Im Geschäftsbereich *Frischsaftsyste*me bedeutet Nachhaltigkeit, langlebige und effiziente Maschinen zu entwickeln, das bereits umfassend verantwortungsbewusste Konzept für die Orangen unter der Marke *frutas naturales* weiter umzusetzen und das Angebot an rPET Flaschen – bestehend aus bis zu 100 % Recyclingmaterial – im Markt zu etablieren. Darüber hinaus sind die Flaschen vollständig recyclingfähig und mit Kunststoff- oder Papieretiketten erhältlich. Mit Beginn des Geschäftsjahres 2022 wurden die Flaschen zusätzlich ins deutsche Pfandsystem integriert. Dies dient der sortenreinen Trennung von Kunststoffflaschen und fördert somit die Rückführung der Rohstoffe in den Wertstoffkreislauf.

Wesentliches Merkmal unseres Nachhaltigkeitskonzeptes im Zusammenhang mit unserem Angebot an Saftorangen ist es, die Früchte ausschließlich bei Vollreife zu ernten. Durch die vollständige Ausreifung am Baum gewährleisten wir die vollständige Entwicklung der wertvollen Vitalstoffe unserer Orangen. Zusätzlich sind alle Orangen nach der Ernte unbehandelt. Durch den Verzicht auf haltbarkeitsverlängernde Wachse und Fungizide vermeiden wir die Ausbringung dieser Stoffe in die Umwelt und die Aufnahme in den Körper.

Verantwortungsvolle Vermarktung

Wir sind stolz auf unsere Produkte, die Genuss bereiten und mit denen wir für Lebensfreude sorgen. Bei übermäßigem Konsum können gerade alkoholhaltige und zuckerhaltige Getränke aber auch negative Effekte auf die Gesundheit der Verbraucher haben. Aus diesem Grund sehen wir es als unsere gesellschaftliche Verpflichtung an, für unsere Produkte verantwortungsbewusst zu werben und sie verantwortungsvoll zu vermarkten. Dabei steht Transparenz für uns an oberster Stelle.

Um dieser Verantwortung gegenüber den Verbrauchern gerecht zu werden, haben wir mit dem Marketingkodex Richtlinien für die produktbezogene Kommunikation festgelegt. So wird beispielsweise in der Werbung keine Verknüpfung zwischen Alkohol und dem Führen von Fahrzeugen, der Ausübung sportlicher Betätigung oder dem Arbeitsplatz hergestellt. Zudem müssen Art und Alkoholgehalt von Getränken unserem Kodex zufolge klar und eindeutig deklariert sein.

Der Marketingkodex ist Teil der sogenannten Berentzen-Kodizes. Er steht im Einklang mit den jeweiligen nationalen Gesetzen und orientiert sich an den Verhaltensregeln des Deutschen Werberats in der jeweils aktuellen Fassung. Diese Verhaltensregeln werden vom Marketingkodex bzw. durch die jeweils geltenden freiwilligen Selbstverpflichtungen der Branche vervollständigt.

Der Marketingkodex gilt für die gesamte Berentzen-Gruppe und ihre Mitarbeiter, alle Marketing- und Kommunikationspartner sowie alle Aktivitäten und Maßnahmen im Bereich des Marketings.



Unser Beitrag zur Erreichung des SDGs Nr. 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“ im Handlungsfeld Products: Wir setzen auf Transparenz und eine verantwortungsvolle Vermarktung zur Förderung eines nachhaltigen Konsumverhaltens.



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Products

Nachhaltige Produkte und Verpackungen

Klimaneutrale Produkte

Produktsicherheit und -qualität

Verantwortungsvolle Beschaffung

Anhang



(5.2) Klimaneutrale Produkte

Als klimaneutral bezeichnet man grundsätzlich Produkte, Unternehmen und Prozesse, deren CO₂-Emissionen berechnet und durch Unterstützung international anerkannter Klimaschutzprojekte ausgeglichen wurden. Der Ausgleich von CO₂-Emissionen ist neben Vermeidung und Reduktion ein wichtiger Schritt im ganzheitlichen Klimaschutz. Treibhausgase wie CO₂ verteilen sich gleichmäßig in der Atmosphäre, die Treibhausgaskonzentration ist somit überall auf der Erde in etwa gleich. Aus diesem Grund ist es für den Treibhauseffekt unerheblich, an welchem Ort dieser Erde Treibhausgase verursacht oder vermieden werden.

Mitte 2019 starteten wir im Geschäftsbereich *Alkoholfreie Getränke* ein neues Pilotprojekt zum Klimaschutz. Geleitet von der Frage „Wie viel CO₂-Emissionen verursachen unsere Produkte?“, stellten wir uns genau dieser Herausforderung und berechneten den CO₂-Fußabdruck unserer Mineralwassermarken *Emsland Quelle* und *Märkisch Kristall* sowie der Marke *Mio Mio*. Bei der Berechnung sind wir nach dem „Cradle to Customer plus Waste“-Ansatz verfahren. Demzufolge haben wir sämtliche Emissionen, die von den Produkten durch den Einsatz von Rohstoffen, durch die Produktion und schließlich durch den Transport bis in den Handel verursacht worden sind, einbezogen. Zusätzlich berücksichtigen wir die Herstellung, das Recycling und die Verwertung der Produktverpackung am Ende des Produktlebenszyklus.

Die Entstehung von Mineralwasser generiert keine Emissionen, jedoch werden beispielsweise durch die Abfüllung, die Verpackung und den Transport unvermeidbare Emissionen produziert. Um die ursprüngliche Klimaneutralität von Mineralwasser wiederherzustellen, kompensieren wir seit Anfang des Jahres 2020 alle von den Mineralwässern *Emsland Quelle* und *Märkisch Kristall* verursachten CO₂-Emissionen und erreichen somit die Klimaneutralität für diese Produkte.

Der CO₂-Ausgleich für die Mineralwassermarken *Emsland Quelle* und *Märkisch Kristall* sowie der Marke *Emsland Sonne* erfolgte im Geschäftsjahr 2021 durch die zwei zertifizierten Klimaschutzprojekte „Sauberes Trinkwasser, Uganda“ und „Aufforstung, Brasilien“.

Um einen weiteren positiven Beitrag für das Klima zu leisten, haben wir seit dem Beginn des Jahres 2020 ebenfalls alle im deutschen Handel erhältlichen *Mio Mio*-Produkte klimaneutral gestellt. Diese Klimaneutralität erreichen wir, indem wir alle für uns unvermeidbaren Emissionen, die durch die *Mio Mio*-Produkte verursacht werden, durch das zertifizierte Klimaschutzprojekte „Waldschutz in Portel, Brasilien“ kompensieren. Die Verbraucher erwerben die *Mio Mio*-Produkte damit als vollständig klimaneutrales Erfrischungsgetränk im Handel.



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Products

Nachhaltige Produkte und Verpackungen

[Klimaneutrale Produkte](#)

Produktsicherheit und -qualität

Verantwortungsvolle Beschaffung

Anhang

Durch das Siegel „Klimaneutral“ des Unternehmens ClimatePartner wollen wir die Klimaneutralität für den Verbraucher sichtbar machen. Dabei bieten wir mithilfe einer eindeutigen, dem Siegel zugeordneten ID-Nummer volle Transparenz. Mittels Eingabe der ID-Nummer auf einer Website wird nachvollziehbar, wie viel CO₂ ausgeglichen und welches Klimaschutzprojekt unterstützt wurde. Unter den folgenden Links findet sich das ID-Tracking der Marken *Emsland Quelle*, *Märkisch Kristall* und *Emsland Sonne*  sowie der Marke *Mio Mio*  www.climatepartner.com/13574-1909-1001 sowie der Marke *Mio Mio*  www.climatepartner.com/13574-1912-1002.

Der Erfolg unserer ersten klimaneutralen Produkte hat uns den Anstoß dafür gegeben, diesen Weg weiterzugehen. So wurden wir zu der Zielsetzung „One hundred sustainable Products“ im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsstrategie inspiriert. Die Mineralwassermarken *Emsland Quelle* und *Märkisch Kristall* sowie die klimaneutralen *Mio Mio*-Produkte stellen dabei unsere ersten nachhaltigen Produkte dar. Im Geschäftsjahr 2021 wurden die Produkte der Marke *Emsland Sonne* klimaneutral gestellt. Seit Beginn des Geschäftsjahres 2022 sind zudem die Produkte der Mineralwassermarke *Sankt Ansgari* klimaneutral.

Neben der Berechnung und Kompensation der durch die Produkte verursachten CO₂-Emissionen, ist ein weiterer bedeutsamer Baustein die Reduktion der Treibhausgasemissionen unserer Produkte. Zu diesem Zweck optimieren wir stetig unseren Ressourcenverbrauch, wie beispielsweise durch die Umstellung auf E-Stapler in der Produktion und die Elektrifizierung unseres Firmenfuhrparks. Zur Reduzierung von Transportwegen unserer nationalen Marke *Mio Mio* sind wir im Berichtsjahr eine neue Lohnfüllkooperation im süddeutschen Raum eingegangen.



Wie funktioniert Klimaschutz mit Trinkwasser?

Zwei Milliarden Menschen auf der Welt haben keinen Zugang zu Trinkwasser. Viele Familien müssen bakteriologisch nicht einwandfreies Wasser mit einfachsten Mitteln auf offenem Feuer abkochen, um es gesundheitlich unbedenklich konsumieren zu können. Dadurch entstehen CO₂-Emissionen, und je nach Region werden immer größere Flächen mit dem Ziel entwaldet, Brennmaterial zu gewinnen. Indem Wasser chemisch (zum Beispiel mit Chlor) oder mechanisch (mit Wasserfiltern) aufbereitet wird oder Grundwasser aus Brunnen zugänglich gemacht wird, lassen sich diese CO₂-Emissionen einsparen.

Das von uns unterstützte Klimaschutzprojekt „Sauberes Trinkwasser, Uganda“ ist Teil des Programms „Improved Kitchen Regimes“ und führt landesweit Projekte in Uganda durch. Die Einsparung von Emissionen wird zum Beispiel durch das Anlegen und die Instandhaltung von Bohrlöchern erreicht. Diese ermöglichen den Menschen den Zugang zu sauberem Trinkwasser, ohne dass sie es abkochen müssen. So werden CO₂-Emissionen vermieden, die beim Abkochen entstanden wären. An anderen Projektstandorten erfolgt dies durch die Nutzung effizienter Kochöfen, die weniger Feuerholz verbrauchen und somit deutlich weniger CO₂ verursachen als herkömmliche Kochmethoden.



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Products

Nachhaltige Produkte und Verpackungen

Klimaneutrale Produkte

Produktsicherheit und -qualität

Verantwortungsvolle Beschaffung

Anhang

Neben dem gewünschten Effekt, CO₂-Emissionen einzusparen, steht für uns auch die soziale Komponente der Klimaschutzprojekte im Vordergrund. Der Konsum von verunreinigtem Trinkwasser zählt zu den häufigsten Todesursachen in Afrika südlich der Sahara. Die starke Raumentwicklung beim Abkochen des Wassers führt zu Augen- und Atemwegserkrankungen, vor allem bei Frauen und Kindern. Das Klimaschutzprojekt bekämpft somit beide Probleme und spart gleichzeitig CO₂-Emissionen ein.

Wie funktioniert Klimaschutz mit Waldschutz?

Wälder speichern CO₂, tropische Wälder sogar besonders viel. Für anerkannte Klimaschutzprojekte gibt es drei Methoden, Wälder als CO₂-Speicher zu schaffen oder zu erhalten: 1. Aufforstung und Wiederaufforstung; 2. Nachhaltige Waldbewirtschaftung: Es wird nur so viel Holz geerntet, wie auch wieder nachwachsen kann; und 3. Schaffung finanzieller Anreize zum Schutz der Wälder (sog. REDD+).

Das Amazonasgebiet in Brasilien ist perfekt geeignet für Sojaplantagen: Es ist flach und leicht zugänglich, es gibt mehrere Häfen in der Nähe, der Boden ist fruchtbar. Das brasilianische Landrecht erlaubt es, sich ungenutztes Land anzueignen, abzuholzen und zu bewirtschaften. Auch Naturschutzprojekte gelten als ungenutztes Land. Dies bedroht zunehmend den Regenwaldbestand und den natürlichen Lebensraum von aussterbenden Tierarten wie Kapuzineraffen oder Sakiaffen.

Das von uns unterstützte Klimaschutzprojekt „Waldschutz in Portel, Brasilien“ setzt sich für den Erhalt des Regenwaldes in der Region ein. Idee dieses Projekts ist es, den „Ribeirinhos“ – den Amazonasanwohnern – die entsprechenden Landrechte offiziell zu sichern. So gilt das Gebiet nicht mehr als ungenutzt und kann daher nicht mehr von Landwirtschaftsbetrieben legal besetzt werden. Gleichzeitig sichert es das Auskommen der Anwohner, die mit zu den Ärmsten in ganz Brasilien zählen.





Einführung

Grundlagen

People

Planet

Products

Nachhaltige Produkte und Verpackungen

Klimaneutrale Produkte

Produktsicherheit und -qualität

Verantwortungsvolle Beschaffung

Anhang



(5.3) Produktsicherheit und -qualität

Schwerpunkte unserer Geschäftstätigkeit sind selbstverständlich die Themen Produktsicherheit und -qualität. Wir arbeiten stetig an der Aufrechterhaltung und Weiterentwicklung unserer hohen Qualitätsstandards in den Produktionsprozessen. Aus diesem Grund wenden wir in allen Segmenten der Unternehmensgruppe den Qualitätsstandard IFS Food (International Feature Standard Food) an.

Ziel der jährlichen Zertifizierungen durch anerkannte unabhängige Prüfstellen ist die stetige Verbesserung von Produktionsprozessen, um hierdurch sowohl höchste Produktsicherheit zu gewährleisten als auch die Qualität der Wertschöpfung in der gesamten Prozesskette zu erhöhen.

Damit schaffen wir nicht nur Transparenz und sorgen für kontrollierte Sicherheit, sondern erfüllen neben den Anforderungen unserer Direktkunden auch den Endverbraucherwunsch nach nachweislich sicheren, geprüften und hochwertigen Lebens- und Genussmitteln.

In unserem Werk in Minden, dem zentralen Standort für die Herstellung von Spirituosen, erfolgte die jährliche IFS-Auditierung im März 2021 auf höherem IFS Standardniveau. Das Audit für die unterjährige IFS-Zertifizierung erfolgte für den Geschäftsbereich *Alkoholfreie Getränke* für die Betriebsstätte in Haselünne im Oktober 2021 und Grüneberg im November 2021. Die Zertifizierung des Geschäftsbereichs *Frischsaftsysteme* nach dem Standard IFS Broker Version 2 erfolgte im November 2021 auf höherem Niveau.

ISO 9001

Der Geschäftsbereich *Frischsaftsysteme* ist neben dem IFS Food auch nach der Qualitätsmanagementnorm ISO 9001:2015 zertifiziert. Diese legt umzusetzende Mindestanforderungen an das Qualitätsmanagementsystem von Unternehmen fest, um Anforderungen an die Produkt- und Dienstleistungsqualität gerecht zu werden. So dient sie unter anderem der Erhöhung der Transparenz betrieblicher Abläufe und der Kundenzufriedenheit sowie der Senkung von Fehlerquoten und damit verbundenen Kosten.

ISO 9001 ist ein prozessorientiertes Qualitätsmanagementsystem, das alle betrieblichen Prozesse auf den Prüfstand stellt und Optimierungspotenziale aufdeckt. Ebenso wie bei ISO 50001 wird bei der Qualitätsmanagementnorm ein kontinuierlicher Verbesserungsprozess implementiert. Im Juni 2021 wurde das Überwachungsaudit für ISO 9001:2015 erfolgreich absolviert.



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Products

Nachhaltige Produkte und Verpackungen

Klimaneutrale Produkte

Produktsicherheit und -qualität

Verantwortungsvolle Beschaffung

Anhang

Forschung und Entwicklung

Um das Produktangebot für Verbraucher attraktiv zu halten und Konsumpotenziale zu nutzen, hat die konzerneigene Forschungs- und Entwicklungsabteilung auch im Jahr 2021 kontinuierlich an der Qualitäts- und Geschmacksverbesserung bestehender Spirituosenprodukte sowie an der Entwicklung innovativer Neuprodukte gearbeitet. Im abgelaufenen Geschäftsjahr 2021 wurden hierzu 226 (2020: 346) Rezepturen für Spirituosen im Marken- und Handelsmarkenbereich entwickelt und begutachtet.

Im Segment *Alkoholfreie Getränke* wurde im Geschäftsjahr 2021 eine weitere Ergänzung innerhalb der bestehenden Produktlinie unter der eigenen Marke *Mio Mio* vorgenommen. Daneben wurde gemeinsam mit externen Kooperationspartnern eine neue Softdrink-Produktlinie entwickelt sowie ein bestehendes Limonadenkonzept geschmacklich überarbeitet.

Die Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten im Segment *Frischsaftsysteme* konzentrierten sich im Geschäftsjahr 2021 auf Weiterentwicklungen in den Bereichen Handling, Reinigung und Digitalisierung, dabei insbesondere auf innovative Reinigungssysteme, das digitale Konzept der Citrocasas Cloud sowie weitere digitale Features wie Anschlüsse für Zahlungssysteme und Touch-Displays mit Videofunktion. Unserer Konzerngesellschaft Citrocasas obliegt die gesamte Leitung und Steuerung des Produktentwicklungsprozesses, einschließlich des gemeinsam mit externen Partnern sowie dem Produzenten der Maschinen durchgeführten Engineerings.

Die direkten Aufwendungen für Forschung und Entwicklung sowie Qualitätssicherung lagen im Geschäftsjahr 2021 bei 1,6 Mio. Euro (1,7 Mio. Euro).





Einführung

Grundlagen

People

Planet

Products

Nachhaltige Produkte und Verpackungen

Klimaneutrale Produkte

Produktsicherheit und -qualität

Verantwortungsvolle Beschaffung

Anhang

Den größten Einfluss auf Nachhaltigkeitsthemen in der Wertschöpfungskette haben unsere Lieferanten. Mit dem wesentlichen Thema „verantwortungsvolle Beschaffung“ wollen wir uns für eine verantwortungsbewusste Beschaffung einsetzen und über die herkömmlichen Aspekte wie Kosten, Qualität und Liefertermine hinausschauen. Aus diesem Grund arbeiten wir kontinuierlich daran, ethische, arbeitsrechtliche, soziale und ökologische Themen langfristig stärker in unserer Lieferkette zu berücksichtigen.



Unser Beitrag zur Erreichung des SDGs Nr. 3 „Gesundheit und Wohlergehen“ und des SDGs Nr. 8 „Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum“ im Handlungsfeld Products: Wir setzen uns aktiv für die Gesundheit und das Wohlergehen sowie für menschenwürdige Arbeit in unserer Lieferkette ein und wollen gemeinsam mit unseren Lieferanten für Transparenz und Sicherheit sorgen.



Potenzielle Risiken, die sich auf die Einhaltung der Menschenrechte beziehen, sehen wir vor allem in der Beschaffung und damit in der vorgelagerten Lieferkette. Wir streben konsequent danach, alle Risiken im Hinblick auf Menschenrechtsverletzungen soweit wie möglich zu minimieren. Dieses Verständnis haben wir im Berichtsjahr durch den Beitritt zum United Nation Global Compact und das Bekenntnis zu dessen zehn Prinzipien erneut bekräftigt.

Wir pflegen mit unseren Lieferanten langfristige Geschäftsbeziehungen und einen vertrauensvollen Umgang. Mit wichtigen Lieferanten bestehen darüber hinaus Liefer- und Qualitätssicherungsvereinbarungen, auch in Bezug auf Aspekte der Nachhaltigkeit. Zusätzlich legen wir großen Wert auf eine sorgfältige Auswahl der Lieferanten im In- und Ausland. Um uns vor einer zu großen Abhängigkeit zu schützen, beziehen wir unsere Rohstoffe von einer Vielzahl an Lieferanten. Jede wesentliche Warengruppe muss über mindestens zwei Lieferanten bezogen werden.

Ein weiteres Instrument zur Sicherstellung verantwortungsvoller Beschaffung ist unser Lieferantenkodex. Alle Lieferanten sind zur Kenntnisnahme und Einhaltung des Lieferantenkodex verpflichtet. Sofern ein Lieferant einen eigenen Kodex besitzt, welcher die gleichen Standards gewährleistet, so akzeptieren wir auch andere Kodizes. Die Einhaltung der im Lieferantenkodex definierten Mindeststandards muss der Lieferant nachweisbar und durch geeignete Maßnahmen sicherstellen und regelmäßig überprüfen.

Ziel unseres Lieferantenkodex ist es, ein gemeinsames Verständnis bezüglich angemessener Lebens- und Arbeitsbedingungen von Beschäftigten (inkl. Leiharbeiter und Tagelöhner) zu begründen, das von all unseren Lieferanten und unseren eigenen Beschäftigten getragen wird.

Der Lieferantenkodex beinhaltet elf Grundsätze. In ihnen sind die Mindestanforderungen niedergeschrieben, die an die Lebens- und Arbeitsbedingungen von Beschäftigten gestellt werden. Der Lieferantenkodex orientiert sich hierbei am ETI Base Code, den Grundsätzen der ILO (International Labour Organisation) sowie den zehn Prinzipien des UN Global Compact.



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Products

Nachhaltige Produkte und Verpackungen

Klimaneutrale Produkte

Produktsicherheit und -qualität

Verantwortungsvolle Beschaffung

Anhang

Beim ETI Base Code handelt es sich um den Grundkodex der Ethical Trading Initiative, einem Zusammenschluss von Unternehmen, NGOs und Gewerkschaften mit dem Ziel, Sozialstandards zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen im Handel durchzusetzen. Die ILO ist eine Sonderorganisation der Vereinten Nationen. Sie ist zuständig für die Formulierung und Durchsetzung internationaler Arbeits- und Sozialstandards. Der UN Global Compact ist eine Initiative für verantwortungsvolle Unternehmensführung, der die Vision vertritt, eine inklusive und nachhaltige Weltwirtschaft auf der Grundlage seiner zehn universellen Prinzipien mitzugestalten.

Verstöße gegen die Grundsätze unseres Lieferantenkodex können direkt dem Bereich Einkauf oder anonym an unsere zentral eingerichtete externe Vertrauensstelle („Whistleblower-Hotline“) gemeldet werden. Jeder kann dort Hinweise auf Rechtsverstöße und Verstöße gegen unsere Kodizes anonym melden. Die Funktion der Vertrauensstelle wird von einem externen und unabhängigen Rechtsanwalt wahrgenommen, der Hinweise in deutscher, englischer und französischer Sprache entgegennimmt.

Sedex Members Ethical Trade Audit

Das Sedex Members Ethical Trade Audit (SMETA) ist ein Audit Standard, der auf den Grundsätzen des ETI-Base Code basiert und von den Mitgliedern der Lieferantenplattform SEDEX entwickelt wurde.

SEDEX selbst ist eine weltweit aktive Online-Plattform, bei der die Berentzen-Gruppe Mitglied ist. Das SMETA Audit bildete den Grundstein für unseren SEDEX Beitritt. Um von den Lieferanten Nachweise über die Einhaltung von Menschenrechten fordern zu können, sollte — so der dahinter liegende Grundgedanke — die Berentzen-Gruppe gleichfalls einen entsprechenden Nachweis vorhalten, um mit gutem Beispiel die eigene Glaubwürdigkeit in diesem Punkt zu manifestieren.

Die Plattform bietet ihren Mitgliedern die Möglichkeit, mit Kunden und Geschäftspartnern Informationen in Bezug auf ethische und soziale Verantwortung zu teilen. Mit unserem Beitritt auf der Lieferantenplattform SEDEX sind wir einen weiteren wesentlichen Schritt gegangen, um kontinuierlich die Transparenz und Sicherheit in unserer Lieferkette zu erhöhen. Darüber hinaus hoffen wir positiv auf unsere Lieferanten einwirken zu können und sie ebenfalls zur Durchführung von SMETA Audits an ihren Standorten bewegen zu können.

Im Geschäftsjahr 2020 fand an unseren deutschen und österreichischen Standorten die erfolgreiche Re-Auditierung gemäß des Sedex Members Ethical Trade Audit statt. Kernthemen des Sozialaudits waren Arbeitsbedingungen, Gesundheitsschutz und Arbeitssicherheit, Bezahlung und Arbeitszeit, Geschäftspraktiken und Umweltmanagement. Aufgrund des sich zum Ende des Jahres 2020 zuspitzenden Infektionsgeschehens fand die Auditierung eines noch ausstehenden Standorts im Jahr 2021 statt.

Zertifizierte Fruchtlieferanten

Wir achten auf die Einhaltung unserer hohen Standards bei der Fruchtbeschaffung. Aus diesem Grund fordern wir von allen Fruchtlieferanten eine aktuell gültige Zertifizierung nach einem der anerkannten Sozialstandards wie beispielsweise GRASP. Je nach Jahreszeit und Erntezyklus werden die Früchte aus südeuropäischen, aber auch aus außereuropäischen Anbaugebieten bezogen. Durch die Verpflichtung unserer Lieferanten zur Einhaltung und Auditierung nach einem Sozialstandard können wir die Beachtung von einheitlichen Sozialstandards gewährleisten.



Menschenrechtliche Sorgfaltspflicht in der Lieferkette

Zur Wahrnehmung unserer menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht innerhalb unserer Lieferkette, starteten wir im Jahr 2017 einen neuen 3-Stufen-Plan. Ausgangspunkt war das Inkrafttreten unserer sogenannten Berentzen Kodizes, wozu auch der Lieferantenkodex zählt.

Einführung

Grundlagen

People

Planet

Products

Nachhaltige Produkte und Verpackungen

Klimaneutrale Produkte

Produktsicherheit und -qualität

Verantwortungsvolle Beschaffung

Anhang

Nachdem im Geschäftsjahr 2018 die schriftliche Bestätigung der Einhaltung des Lieferantenkodex zunächst durch die wesentlichen Hauptlieferanten von Rohstoff- und Verpackungsmaterial eingefordert wurde, folgte bis zum Ende des Geschäftsjahres 2019 die Bestätigung durch alle übrigen Lieferanten bzw. die Vorlage eines gleichwertigen Kodex der Lieferanten.

Menschenrechtsplan in der Lieferkette: 3-Stufen-Plan

	Ziel	Umsetzung bis	Status
1	Inkrafttreten der Berentzen Kodizes	Oktober 2017	umgesetzt
	Versand und schriftliche Bestätigung des Lieferantenkodex durch die wesentlichen Hauptlieferanten von Rohstoff- und Verpackungsmaterial	Mai 2018	umgesetzt
2	Versand und schriftliche Bestätigung des Lieferantenkodex durch wesentliche Lieferanten aller Kategorien	Dezember 2019	umgesetzt
	Beitritt zur Lieferantenplattform SEDEX	März 2019	umgesetzt
	Veröffentlichung der SMETA Berichte der Berentzen-Gruppe und Start der Vernetzung mit Lieferanten und Kunden, die ebenfalls bei SEDEX registriert sind	August 2019	fortlaufend
3	Entwicklung eines Business Partner-Screenings	2021/2022	offen
	Implementierung des Business Partner-Screenings	2023	offen

Nach unserem Beitritt zur Lieferantenplattform SEDEX werden eigene Zertifikate und Auditergebnisse, wie z. B. SMETA und ISO 50001 auf der Plattform durch vertikale Vernetzung mit den Kunden (z. B. Handelsketten) und Lieferanten geteilt. Durch die Schaffung von Transparenz in der Wertschöpfungskette kommen wir nicht nur einer der Forderungen aus dem Nationalen Aktionsplan Wirtschaft und Menschenrechte sowie dem CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz nach, wir setzen auch ein sichtbares Signal für Kunden und Lieferanten, dass die Berentzen-Gruppe Prinzipien der ethischen und sozialen Nachhaltigkeit achtet.

Als weiteren Teil unserer Nachhaltigkeitsstrategie streben wir die Entwicklung eines Business Partner-Screenings an. Ziel des Business Partner-Screenings ist die Durchführung einer Risikoprüfung im Hinblick auf Menschenrechtsverletzungen innerhalb unserer Lieferkette und bei weiteren wesentlichen Geschäftspartnern.

Das Business Partner-Screening ist in zwei wesentliche Phasen aufgeteilt. Im ersten Teil des Screenings soll ein allgemeines Risikoprofil des jeweiligen Lieferanten erstellt werden. In dieses Risikoprofil können beispielsweise Angaben über das Land, in dem der Lieferant ansässig ist, die Gesetzeslage, durchgeführte Audits und viele weitere Faktoren einfließen. Dies kann auch unter der Zuhilfenahme des Sedex Tools zur Risikobewertung erfolgen.

Mithilfe des Risikoprofils werden die Geschäftspartner und Lieferanten zunächst priorisiert. Anhand eines Prüfkonzeptes wird anschließend festgelegt, ob in welchem Ausmaß diese einer vertieften Prüfung unterzogen werden (sog. zweiten Phase des Business Partner-Screenings). Sie soll der Ermittlung von erheblichen tatsächlichen und potenziell negativen menschenrechtlichen Auswirkungen und ihrer Beseitigung dienen.



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Products

Nachhaltige Produkte und Verpackungen

Klimaneutrale Produkte

Produktsicherheit und -qualität

[Verantwortungsvolle Beschaffung](#)

Anhang

So sollen insbesondere soziale Probleme, die heute noch nicht bekannt sind, auf allen Stufen der Wertschöpfungskette identifiziert werden. Darüber hinaus soll das Business Partner-Screening dem Management eine Entscheidungsempfehlung dahingehend geben, ob eine neue Geschäftsbeziehung mit einem Lieferanten mit hoher Risikobewertung nicht bzw. nur unter bestimmten Auflagen eingegangen werden kann.

Grundsätzlich streben wir mit unseren Lieferanten und Geschäftspartnern die gemeinsame Lösungsfindung zu Problemen an, da wir der Überzeugung sind, dass dies im gegenseitigen Interesse liegt. Bei Kenntnis von konkreten Verstößen gegen den Lieferantenkodex behalten wir uns dennoch das Recht vor, die Geschäftsbeziehung zu beenden oder gezielt ein Sozialaudit durch Dritte bei dem Lieferanten/Geschäftspartner durchführen zu lassen.

Da unsere Einkaufsorganisation aufgrund der Coronavirus-Pandemie mit großen Herausforderungen auf den Beschaffungsmärkten, Materialknappheit und Lieferengpässen konfrontiert war, konnte die Entwicklung des Business Partner-Screening im Geschäftsjahr 2021 nicht wie geplant durchgeführt werden.





Einführung

Grundlagen

People

Planet

Products

Anhang

[Über diesen Bericht](#)

[GRI-Inhaltsindex](#)

[Impressum](#)

(6.1) Über diesen Bericht

Mit dem vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht der Berentzen-Gruppe Aktiengesellschaft und den verbundenen Tochterunternehmen berichten wir zum fünften Mal über unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten. Der Bericht wendet sich an alle interessierten Stakeholder der Unternehmensgruppe. Als Rahmenwerk zur Berichterstattung wurden die GRI-Standards und der deutsche Nachhaltigkeitskodex (DNK) herangezogen. Dieser Bericht wurde in Übereinstimmung mit den GRI-Standards: Option „Kern“ erstellt. Darüber hinaus orientiert sich dieser Bericht an den zehn Prinzipien des UN Global Compact und fungiert als Fortschrittsbericht (Communication on Progress) der Unternehmensgruppe.

Parallel zu dem vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht, veröffentlichen wir den Geschäftsbericht 2021, welcher den zusammengefassten Lagebericht, den Konzernabschluss und den Corporate Governance Bericht beinhaltet. Der Geschäftsbericht enthält alle für die ökonomische Entwicklung wichtigen Finanzkennzahlen, während der Nachhaltigkeitsbericht sich hauptsächlich auf ökologische und soziale Themen bezieht. Kennzahlen und Inhalte des Geschäftsberichts werden in diesem Nachhaltigkeitsbericht daher nur wiedergegeben, wenn sie zum unmittelbaren Verständnis zwingend erforderlich sind. Um zu viele Doppelnennungen zu vermeiden, erfolgt in der Regel ein Verweis auf die entsprechende Seite des Geschäftsberichts, auf der weiterführende Informationen zu finden sind. Der Geschäftsbericht enthält außerdem eine inhaltliche Zusammenfassung dieses Nachhaltigkeitsberichts.

Die Auswahl der Berichtsinhalte basiert auf den Handlungsfeldern und wesentlichen Themen, die im Geschäftsjahr 2019 im Rahmen der Wesentlichkeitsanalyse definiert wurden. Im Vergleich zum Vorjahresbericht gab es keine erheblichen Änderungen im Bezug auf die wesentlichen Themen oder die Abgrenzungen der Themen. Eine freiwillige inhaltliche Prüfung des vorliegenden Berichts durch externe Dritte hat nicht stattgefunden.

Der Nachhaltigkeitsbericht wird in einem jährlichen Turnus erstellt und jeweils gemeinsam mit dem Geschäftsbericht der Berentzen-Gruppe Aktiengesellschaft veröffentlicht.

Ein einheitlicher Schreibstil für die Berücksichtigung der verschiedenen Geschlechter und Geschlechtsidentitäten hat sich noch nicht durchgesetzt. Aus Gründen der leichteren Lesbarkeit wird daher die männliche Form verwendet. Sie steht stellvertretend für Personen jeglichen Geschlechts. Die verkürzte Sprachform beinhaltet keine Wertung.

Der Bericht enthält zukunftsgerichtete Aussagen, die auf aktuellen Annahmen und Erwartungen beruhen. Jedoch können verschiedene Faktoren, Risiken und Ungewissheiten dazu führen, dass die Ergebnisse von den hier dargelegten Einschätzungen abweichen.

Die Berichterstattung erfolgt auf Konzernebene; sie umfasst damit alle aktiven Produktions-, Vertriebs- und Verwaltungsstandorte der Unternehmensgruppe. Ein geringer Teil unserer Produkte wird durch Kooperationspartner produziert. Die Aktivitäten unserer Kooperationspartner sowie deren erzeugte Produkte finden in dem vorliegenden Bericht keine Berücksichtigung.



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Products

Anhang

[Über diesen Bericht](#)

[GRI-Inhaltsindex](#)

[Impressum](#)

Datenerhebung

Der Berichtszeitraum ist – soweit nicht anders angegeben – das Geschäfts- und Kalenderjahr 2021. Die Ausnahme bilden der abweichende Abrechnungszeitraum des Strom- und Wasserverbrauchs unserer Tochtergesellschaft Citrocasa. Da es sich um einen Verwaltungsstandort handelt, sind keine wesentlichen Änderungen im Verhältnis zur kalendarischen Betrachtung zu erwarten. Standortbezogene Daten werden in der Regel über die gesamte Unternehmensgruppe aggregiert dargestellt. Dies hat den Hintergrund, dass insbesondere die Darstellung von Personaldaten bei einer standortbezogenen Darstellung gegebenenfalls Rückschlüsse auf einzelne Personen oder Personengruppen zulässt. Sofern nicht anders angegeben, beziehen sich die Angaben auf die gesamte Unternehmensgruppe.

Die Angaben zu den Mitarbeiterkennzahlen beziehen sich auf die Kopfzahl und sind, falls nicht anders gekennzeichnet, Stichtagsangaben zum 31.12.2021.

Die zugrunde gelegten Daten stammen grundsätzlich aus dem Jahr 2021. Um die Entwicklung wichtiger Kennzahlen (z. B. Strom- und Erdgasverbrauch) aufzeigen zu können, werden für ausgewählte Indikatoren auch die vorangegangenen Geschäftsjahre 2020, 2019 und das Basisjahr 2015 dargestellt. Bei den Mitarbeiterkennzahlen werden lediglich die vorangegangenen zwei Jahre als Vergleichsbasis herangezogen.

Die Daten für diesen Nachhaltigkeitsbericht wurden zu großen Teilen dem Warenwirtschaftssystem in SAP entnommen. Bestandsveränderungen wurden dabei grundsätzlich nicht berücksichtigt, da ihre Ermittlung einen unverhältnismäßigen Aufwand darstellen würde.

Bei den Energieverbräuchen erfolgte die Mengenermittlung über Messprotokolle und Rechnungen der Energieversorger. In wenigen Fällen lagen Daten zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieses Berichts noch nicht vor, beispielsweise

die Verbrauchswerte für gemietete Büroflächen, bei denen die Abrechnung erst zur Jahresmitte erfolgt. In diesen Fällen wurden Schätzwerte anhand des Vorjahresverbrauchs gebildet. Die Schätzwerte werden in den folgenden Berichten durch die Verbrauchswerte ersetzt. Wesentliche Veränderungen der in diesem Bericht ausgewiesenen Werte sind nicht zu erwarten.

In den kommenden Jahren wird überprüft, ob die angegebenen Indikatoren dauerhaft für die konzernweite Berichterstattung geeignet sind, oder ob einzelne Indikatoren angepasst und weitere, wesentliche Indikatoren aufgenommen werden. Im Zuge der Weiterentwicklung der Berichterstattung ist es möglich, dass sich die Erhebungsmethode zur Verbesserung der Datenqualität stellenweise verändern wird. Sofern notwendig wird hierüber an der entsprechenden Stelle berichtet werden.

Vergleichbarkeit

Um eine bessere Vergleichbarkeit und Einschätzung der Verbräuche im Handlungsfeld „Planet“ zu ermöglichen, führen wir neben den absoluten Verbräuchen auch die spezifischen Verbräuche, bezogen auf die jeweilige Produktionsmenge, auf.

Im Geschäftsjahr 2021 wurden insgesamt 174.524.437 Liter Fertigprodukt (2020: 223.543.839 Liter Fertigprodukt) hergestellt. Dabei wurden 336.305.299 Füllungen (2020: 338.758.274 Füllungen) mit einer durchschnittlichen Füllmenge von 0,60 Liter (2020: 0,65 Liter) vorgenommen. Durch die Vielzahl der Produkte, deren Abfüllung in unterschiedlichen Verpackungseinheiten von 0,02 Litern bei den Spirituosen bis hin zum Keg (Mehrwegfass) mit 20 Litern bei alkoholfreien Getränken reicht, wird als Bezugswert für die Nachhaltigkeitsberichterstattung die Menge des hergestellten Fertigprodukts in Litern betrachtet.



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Products

Anhang

[Über diesen Bericht](#)

[GRI-Inhaltsindex](#)

[Impressum](#)

Im Geschäftsjahr 2021 gab es wesentliche Veränderungen der Produktionsmenge. Im Segment *Spirituose* ergab sich ein Rückgang der Produktionsmenge, der insbesondere auf den Ausfall zahlreicher Konsumanlässen aufgrund der Maßnahmen zur Eindämmung des Coronavirus zurückzuführen ist. Zudem wurde das Geschäft mit Markenspirituosen und alkoholfreien Getränken durch die zeitweise fast vollständige Schließung der Gastronomie belastet. Diese wirkte sich jedoch vorrangig auf das Segment *Alkoholfreie Getränke* aus. Darüber hinaus ist der Rückgang der Produktionsmenge im Segment *Alkoholfreie Getränke* auf die Beendigung einer langjährigen Kooperation mit einem internationalen Getränkekonzern über die Abfüllung alkoholfreier Markenprodukte mit Ablauf des ersten Quartals des Geschäftsjahres 2021 zurückzuführen.

Für die Berechnung spezifischer Verbräuche (z. B. spezifischer Stromverbrauch) wird der jeweilige Verbrauch zur gesamten Produktionsmenge in Liter bzw. Kubikmeter Fertigprodukt ins Verhältnis gesetzt. Aufgrund des Rückgangs der Produktionsmenge führt die Betrachtung der spezifischen Verbräuche zu einer nicht repräsentativen Verschlechterung der Kennzahlen. Diese Verschlechterung entspricht nicht im gleichen Maße einem Effizienzverlust, da mehrere Faktoren berücksichtigt werden müssen.

Neben der Produktionsmenge muss beispielsweise auch die durchschnittliche Füllmenge betrachtet werden, da Aussagen bzgl. Effizienz, wenn überhaupt, nur unter Berücksichtigung beider Größen getroffen werden können. So kann sich beispielsweise die Effizienz bei gleichbleibender Produktionsmenge verschlechtern, wenn die durchschnittliche Füllmenge sinkt. Ursache hierfür ist der höhere Energieverbrauch für die Herstellung und Aufbereitung der Verpackungseinheiten und die höhere Anzahl der Abfüllprozesse. Eine sinkende Füllmenge bei gleichbleibender Produktionsmenge ist außerdem grundsätzlich mit einem höheren Materialeinsatz für Verpackungen und einem höheren Abfallaufkommen verbunden.

Aus Gründen der Vergleichbarkeit sind in diesem Nachhaltigkeitsbericht die Werte des Basisjahres um den jeweiligen Anteil des Standorts Norden, der im Geschäftsjahr 2015 geschlossen wurde, bereinigt.

Die Ermittlung der Verbrauchswerte und des Abfall- und Abwasseraufkommens erfolgte unter Einbeziehung der Vertriebs- und Verwaltungsstandorte. Zwar besteht kein direkter Zusammenhang zwischen den Tätigkeiten an diesen Standorten und der Herstellung des Fertigprodukts in Litern, die Verbräuche sollen jedoch nicht unberücksichtigt bleiben, da keine eigenen Kenngrößen für diese Tätigkeiten gebildet werden. Grundsätzlich ist der Anteil der Vertriebs- und Verwaltungsstandorte an den Verbrauchswerten und dem Abfall- und Abwasseraufkommen jedoch nicht wesentlich. So macht beispielsweise das Abwasseraufkommen unserer Vertriebsgesellschaft in der Türkei nur 0,5 % des gesamten Abwasseraufkommens aus.

Weitere Auswirkungen auf die spezifischen Verbrauchswerte ergeben sich aus dem Produktmix: So ist beispielsweise die Abfüllung von Mehrwegflaschen durch die zusätzlichen Reinigungsprozesse wärmeintensiver als die Abfüllung von Einwegflaschen. Die Darstellung der spezifischen Verbrauchswerte auf Konzernebene ist durch die benannten Besonderheiten nur bedingt aussagekräftig.



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Products

Anhang

Über diesen Bericht

[GRI-Inhaltsindex](#)

Impressum

GRI-Angabe	Bezeichnung	Verweis	Kommentar	UNGC-Prinzip
Universelle Standards				
GRI 101: Grundlagen 2016				
GRI 102: Allgemeine Angaben 2016				
Organisationsprofil				
102-1	Name der Organisation	5		
102-2	Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen	5-6		
102-3	Hauptsitz der Organisation	5		
102-4	Betriebsstätten	5-6		
102-5	Eigentumsverhältnisse und Rechtsform	5		
102-6	Belieferte Märkte	5-6		
102-7	Größe der Organisation	5-6 , GB 2 , GB 189-193		
102-8	Informationen zu Angestellten und sonstigen Mitarbeitern	21-32		6
102-9	Lieferkette	43-45 , 66-69 , GB 10-16		
102-10	Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette	70-72 , GB 118-140		
102-11	Vorsorgeansatz oder Vorsorgeprinzip	18-20		
102-12	Externe Initiativen	12-14		
102-13	Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen	17		
Strategie				
102-14	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers	3-4		
Ethik und Integrität				
102-16	Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen	8-14		
Unternehmensführung				
102-18	Führungsstruktur	12-14 , GB 42-58		
Einbindung von Stakeholdern				
102-40	Liste der Stakeholder-Gruppe	15-17		
102-41	Tarifverträge	25-32		3
102-42	Ermittlung und Auswahl der Stakeholder	15-17		
102-43	Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	15-17		
102-44	Wichtige Themen und hervorgebrachte Anliegen		Aus Vertraulichkeitsgründen wird über konkrete hervorgebrachte Anliegen nicht berichtet.	



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Products

Anhang

Über diesen Bericht

[GRI-Inhaltsindex](#)

Impressum

GRI-Angabe	Bezeichnung	Verweis	Kommentar	UNGC-Prinzip
Vorgehensweise bei der Berichterstattung				
102-45	Im Konzernabschluss enthaltene Entitäten	70-72 , GB 197-198		
102-46	Vorgehen zur Bestimmung des Berichtsinhalts und der Abgrenzung der Themen	8-11 , 70-72 , NB 2019 7		
102-47	Liste der wesentlichen Themen	11		
102-48	Neudarstellung von Informationen	70-72		
102-49	Änderungen bei der Berichterstattung	70-72		
102-50	Berichtszeitraum	70-72		
102-51	Datum des letzten Berichts		Der Nachhaltigkeitsbericht für das Geschäftsjahr 2020 wurde am 25. März 2021 veröffentlicht.	
102-52	Berichtszyklus	70-72		
102-53	Ansprechpartner bei Fragen zum Bericht	79		
102-54	Erklärung zur Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI Standards	70		
102-55	GRI-Inhaltsindex	73-78		
102-56	Externe Prüfung	70		
Themenspezifische Standards				
GRI 201: Wirtschaftliche Leistung 2016				
103-1/2/3	Managementansatz 2016	GB 37-64		
201-1	Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert	GB 120-138 , GB 240-244		
GRI 205: Korruptionsbekämpfung 2016				
103-1/2/3	Managementansatz 2016	12-14 , 18-20		10
205-3	Bestätigte Korruptionsvorfälle und ergriffene Maßnahmen	18-20		
GRI 206: Wettbewerbswidriges Verhalten 2016				
103-1/2/3	Managementansatz 2016	12-14 , 18-20		
206-1	Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten, Kartell- und Monopolbildung	18-20		
GRI 301: Materialien 2016				
103-1/2/3	Managementansatz 2016	8-11 , 12-14 , 41-42 , 43-45		
301-1	Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen	43-45		



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Products

Anhang

Über diesen Bericht

[GRI-Inhaltsindex](#)[Impressum](#)

GRI-Angabe	Bezeichnung	Verweis	Kommentar	UNGC-Prinzip
GRI 302: Energie 2016				
103-1/2/3	Managementansatz 2016	8-11 , 12-14 , 41-42 , 53-57		7, 8, 9
302-1	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	53-57		
302-3	Energieintensität	53-57		
GRI 303: Wasser und Abwasser 2018				
103-1/2/3	Managementansatz 2016	8-11 , 12-14 , 41-42 , 46-47		7, 8
303-1	Wasser als gemeinsam genutzte Ressource	12-14 , 41-42 , 46-47		
303-3	Wasserentnahme	46-47		
303-5	Wasserverbrauch	46-47		
GRI 305: Emissionen 2016				
103-1/2/3	Managementansatz 2016	8-11 , 12-14 , 41-42 , 48-52		7, 8
305-1	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	48-52		
305-2	Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)	48-52		
305-3	Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)	48-52		
GRI 306: Abfall 2020				
103-1/2/3	Managementansatz 2016	8-11 , 12-14 , 41-42 , 53-57		
306-3	Angefallener Abfall	53-57		
GRI 307: Umwelt-Compliance 2016				
103-1/2/3	Managementansatz 2016	12-14 , 18-20 , 41-42		
307-1	Nichteinhaltung von Umweltschutzgesetzen und -verordnungen		Im Berichtsjahr wurden keine Vorfälle gemeldet.	
GRI 308: Umweltbewertung der Lieferanten 2016				
103-1/2/3	Managementansatz 2016	8-11 , 12-14 , 58 , 66-69		
308-1	Neue Lieferanten, die anhand von Umweltkriterien überprüft wurden		Derzeit erfolgt keine systematische Überprüfung der Lieferanten anhand von Umweltkriterien. Zukünftig ist geplant diese Kennzahlen im Rahmen des Business Partner Screenings zu erheben.	



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Products

Anhang

Über diesen Bericht

[GRI-Inhaltsindex](#)

Impressum

GRI-Angabe	Bezeichnung	Verweis	Kommentar	UNGC-Prinzip
GRI 401: Beschäftigung 2016				
103-1/2/3	Managementansatz 2016	8-11 , 12-14 , 21-24 , 25-32		6
401-1	Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation	25-32	Neu eingestellte Angestellte werden derzeit nicht geschlechterspezifisch, nach Altersgruppen und nach Region angegeben.	
GRI 402: Arbeitnehmer-Arbeitsgeber-Verhältnis 2016				
103-1/2/3	Managementansatz 2016	12-14 , 21-24 , 25-32		
402-1	Mindestmitteilungsfrist für betriebliche Veränderungen	25-32		3
GRI 403: Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz 2018				
103-1/2/3	Managementansatz 2016	8-11 , 12-14 , 21-24 , 33-36		
403-2	Gefahrenidentifizierung, Risikobewertung und Untersuchung von Vorfällen	33-36		
403-6	Förderung der Gesundheit der Mitarbeiter	33-36		
403-9	Arbeitsbedingte Verletzungen	33-36	Aus Vertraulichkeitsgründen berichten wir diesen Indikator nicht Beschäftigte von Fremdfirmen	
GRI 405: Diversität und Chancengleichheit 2016				
103-1/2/3	Managementansatz 2016	12-14 , 21-24 , 25-32		
405-1	Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten	25-32		6
GRI 406: Nichtdiskriminierung 2016				
103-1/2/3	Managementansatz 2016	12-14 , 18-20 , 21-24 , 25-32		6
406-1	Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen	25-32	Im Berichtsjahr ist ein Hinweis bezüglich eines gemeldeten Verstoßes gegen das Benachteiligungsverbot eingegangen. Die umgesetzten Maßnahmen und deren Ergebnisse werden vertraulich behandelt.	



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Products

Anhang

Über diesen Bericht

[GRI-Inhaltsindex](#)

Impressum

GRI-Angabe	Bezeichnung	Verweis	Kommentar	UNGC-Prinzip
GRI 407: Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen 2016				
103-1/2/3	Managementansatz 2016	8-11 , 12-14 , 21-24 , 25-32 , 58 , 66-69		3
407-1	Betriebsstätten und Lieferanten, bei denen das Recht auf Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen bedroht sein könnte	25-32 , 66-69	Bisher wurde kein Geschäftsstandort identifiziert, bei dem die Vereinigungsfreiheit oder das Recht auf Kollektivverhandlungen erheblich gefährdet sein könnte. Eine systematische Risikoanalyse der Lieferanten findet derzeit nicht statt. Die Durchführung der Risikoanalyse sowie die Berichterstattung dieser Kennzahl ist im Rahmen des Business Partner Screenings geplant.	
GRI 408: Kinderarbeit 2016				
103-1/2/3	Managementansatz 2016	8-11 , 12-14 , 21-24 , 25-32 , 58 , 66-69		5
408-1	Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Kinderarbeit	25-32 , 66-69	Bisher wurde kein Geschäftsstandort identifiziert, bei dem ein Risiko von Kinderarbeit besteht. Eine systematische Risikoanalyse der Lieferanten findet derzeit nicht statt. Die Durchführung der Risikoanalyse sowie die Berichterstattung dieser Kennzahl ist im Rahmen des Business Partner Screenings geplant.	
GRI 409: Zwangs- oder Pflichtarbeit 2016				
103-1/2/3	Managementansatz 2016	8-11 , 12-14 , 21-24 , 25-32 , 58 , 66-69		4
409-1	Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Zwangs- oder Pflichtarbeit	25-32 , 66-69	Bisher wurde kein Geschäftsstandort identifiziert, bei dem ein Risiko von Zwangs- und Pflichtarbeit besteht. Eine systematische Risikoanalyse der Lieferanten findet derzeit nicht statt. Die Durchführung der Risikoanalyse sowie die Berichterstattung dieser Kennzahl ist im Rahmen des Business Partner Screenings geplant.	



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Products

Anhang

Über diesen Bericht

[GRI-Inhaltsindex](#)

Impressum

GRI-Angabe	Bezeichnung	Verweis	Kommentar	UNGC-Prinzip
GRI 412: Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte 2016				
103-1/2/3	Managementansatz 2016	8-11 , 12-14 , 21-24 , 25-32 , 58 , 66-69		1, 2
412-1	Betriebsstätten, an denen eine Prüfung auf die Einhaltung der Menschenrechte oder eine menschenrechtliche Folgenabschätzung durchgeführt wurde	25-32 , 66-69	Die Prüfung der Einhaltung der Menschenrechte erfolgt im Rahmen des Sozialaudits SMETA.	
GRI 414: Soziale Bewertung der Lieferanten 2016				
103-1/2/3	Managementansatz 2016	8-11 , 12-14 , 58 , 66-69		
414-1	Neue Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien überprüft wurden		Derzeit erfolgt keine systematische Überprüfung der Lieferanten anhand von Sozialkriterien. Zukünftig ist geplant diese Kennzahlen im Rahmen des Business Partner Screenings zu erheben.	
GRI 416: Kundengesundheit und -sicherheit 2016				
103-1/2/3	Managementansatz 2016	12-14 , 18-20 , 58 , 64-65		
416-2	Verstöße im Zusammenhang mit den Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen auf die Gesundheit und Sicherheit		Alle Produktkategorien werden den gesetzlich vorgeschriebenen Verfahren zur Produktsicherheit unterzogen und somit die Auswirkungen auf die Gesundheit und Sicherheit überprüft. Im Berichtszeitraum gab es keine Verstöße und Produktrückrufaktionen.	
GRI 417: Marketing und Kennzeichnung 2016				
103-1/2/3	Managementansatz 2016	12-14 , 18-20 , 58 , 64-65		
417-2	Verstöße im Zusammenhang mit Produkt- und Dienstleistungsinformationen und der Kennzeichnung		Alle Produktkategorien werden den gesetzlich vorgeschriebenen Verfahren für Produktinformationen und Kennzeichnung unterzogen. Im Berichtszeitraum gab es keine relevanten Verstöße gegen Produktkennzeichnungsvorschriften.	



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Products

Anhang

Über diesen Bericht

GRI-Inhaltsindex

[Impressum](#)

Berentzen-Gruppe Aktiengesellschaft

Ritterstraße 7

49740 Haselünne

Deutschland

T: +49 (0) 5961 502 0

F: +49 (0) 5961 502 268

E: info@berentzen.de

Internet: www.berentzen-gruppe.de

Veröffentlichungsdatum: 24. März 2022

Corporate Social Responsibility

T: +49 (0) 5961 502 575

F: +49 (0) 5961 502 369

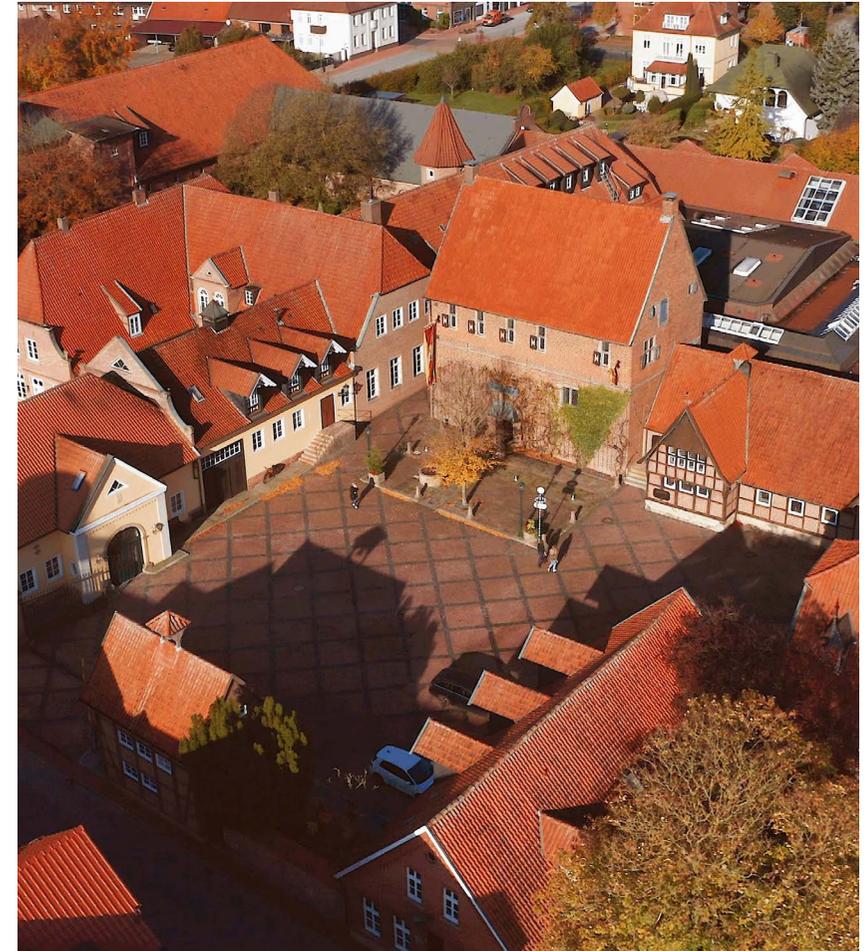
E: csr@berentzen.de

Öffentlichkeitsarbeit / Presse

T: +49 (0) 5961 502 215

F: +49 (0) 5961 502 550

E: pr@berentzen.de





Einführung

Grundlagen

People

Planet

Products

Anhang

[Über diesen Bericht](#)

[GRI-Inhaltsindex](#)

[Impressum](#)

Disclaimer

Der vorliegende Bericht enthält in die Zukunft gerichtete Aussagen, die sich insbesondere auf den künftigen Geschäftsverlauf und künftige finanzielle Leistungen sowie künftige die Berentzen-Gruppe Aktiengesellschaft und die Berentzen-Gruppe betreffende Vorgänge oder Entwicklungen beziehen. Diese beruhen auf Annahmen, Einschätzungen und Erwartungen der Unternehmensführung zum Veröffentlichungszeitpunkt dieses Berichts über künftige, unternehmensbezogene Entwicklungen. Sie sind daher mit Risiken und Ungewissheiten verbunden, die insbesondere – jedoch nicht ausschließlich – im Rahmen der Lageberichterstattung im Risiko- und Chancenbericht sowie im Prognosebericht benannt und erläutert werden. Die daraufhin tatsächlich eintretenden Ereignisse und Ergebnisse können insofern nicht unerheblich von den in die Zukunft gerichteten Aussagen abweichen, dies positiv wie auch negativ. Viele Ungewissheiten und daraus resultierende Risiken sind von Umständen geprägt, die nicht von der Berentzen-Gruppe Aktiengesellschaft kontrollierbar oder zu beeinflussen sind und auch nicht sicher abgeschätzt werden können. Dazu zählen insbesondere – jedoch nicht ausschließlich – sich ändernde Marktbedingungen und deren wirtschaftliche Entwicklung und Auswirkung, Veränderungen auf den Finanzmärkten und bei Wechselkursen, das Verhalten anderer Marktteilnehmer und Wettbewerber sowie gesetzliche Änderungen oder politische Entscheidungen behördlicher oder staatlicher Stellen. Die Berentzen-Gruppe Aktiengesellschaft übernimmt, soweit gesetzlich nicht anders vorgeschrieben, bezüglich der zukunftsgerichteten Aussagen keine Verpflichtung, etwaige Berichtigungen oder Anpassungen vorzunehmen auf Grund von Umständen, die nach dem Veröffentlichungszeitpunkt dieses Berichts eingetreten sind. Eine Garantie oder Haftung für Aktualität, Richtigkeit und Vollständigkeit von in die Zukunft gerichteten Aussagen wird weder ausdrücklich noch konkludent übernommen.

In Ergänzung zu den im Jahres- bzw. Konzernabschluss dargestellten und im Einklang mit den einschlägigen Rechnungslegungsrahmenwerken ermittelten Finanzkennzahlen enthält der vorliegende Bericht ferner Finanzkennzahlen, die in den einschlägigen Rechnungslegungsrahmenwerken nicht oder nicht exakt definiert sind und sogenannte alternative Leistungskennzahlen sind oder sein können. Alternative Leistungskennzahlen, die von anderen Unternehmen unter einer identischen oder vergleichbaren Bezeichnung dargestellt oder berichtet werden, können von diesen abweichend berechnet sein oder werden.

Die innerhalb dieses Berichts verwendeten und etwaig durch Dritte geschützten Marken und sonstige Kennzeichen unterliegen den Bestimmungen des jeweils geltenden Markenrechts sowie den Rechten der eingetragenen Eigentümer. Die Urheber- und Vervielfältigungsrechte für von der Berentzen-Gruppe Aktiengesellschaft selbst erstellte Marken und sonstige Kennzeichen verbleiben bei ihr, soweit sie nicht ausdrücklich etwas Anderem zustimmt.

Dieser Bericht liegt zu Informationszwecken auch in englischer Sprachfassung vor. Im Falle von Abweichungen ist allein die deutschsprachige Fassung maßgeblich und geht der englischsprachigen Fassung vor.

Berentzen-Gruppe Aktiengesellschaft

Ritterstraße 7

49740 Haselünne

Deutschland

T: +49 (0) 5961 502 0

F: +49 (0) 5961 502 268

E: info@berentzen.de

Internet: www.berentzen-gruppe.de