



BERENTZEN-GRUPPE

Nachhaltigkeitsbericht

2020



PEOPLE



PLANET



PRODUCTS



## Inhalt

### 2 Einführung

- 3 Vorstandsvorwort
- 5 Unternehmensporträt
- 7 Wesentliche Kennzahlen

### 8 Grundlagen

- 8 Nachhaltigkeitsstrategie
- 12 Nachhaltigkeitsmanagement
- 13 Stakeholderengagement
- 15 Compliance und Transparenz

### 18 People

- 21 Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit
- 26 Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz
- 29 Aus- und Weiterbildung
- 31 Unser Engagement

### 33 Planet

- 34 Wertschöpfungskette
- 37 Wasser
- 39 Klimaschutz
- 43 Umgang mit Ressourcen

### 47 Products

- 48 Nachhaltige Produkte und Verpackungen
- 50 Klimaneutrale Produkte
- 53 Produktsicherheit und -qualität
- 55 Verantwortungsvolle Beschaffung

### 58 Anhang

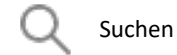
- 58 Über diesen Bericht
- 61 DNK-Index
- 65 Impressum

## (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 des Dokuments)



Externer Link (außerhalb des Dokuments)

Bei Aussagen über Mitarbeiter, Kunden, Stakeholder oder andere Personengruppen wird in diesem Bericht lediglich die männliche Schreibweise verwendet. Dies geschieht ausschließlich aus Gründen der besseren Lesbarkeit, selbstverständlich beziehen sich die Aussagen auf alle Geschlechter.



## (1.1) Vorstandsvorwort

### Einführung

#### Vorstandsvorwort

Unternehmensporträt

Wesentliche Kennzahlen

### Grundlagen

### People

### Planet

### Products

### Anhang

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

das Jahr 2020 war bei weitem kein gewöhnliches Jahr. Die Coronavirus-Pandemie hat die Realität von Unternehmen und Gesellschaft signifikant verändert und jeden Einzelnen vor verschiedene Herausforderungen gestellt. Auch die Berentzen-Gruppe hat die Auswirkungen der Coronavirus-Pandemie deutlich zu spüren bekommen.



Dennoch konnten wir trotz Umsatz- und Ergebnismrückgang das Geschäftsjahr 2020 mit einem positiven Resultat abschließen. Dies verdanken wir insbesondere dem unermüdlichen Engagement unserer gesamten Belegschaft sowie unseren frühzeitig ergriffenen Gegensteuerungsmaßnahmen. Dabei stand bei all unseren Überlegungen und Entscheidungen, die wir vor dem Hintergrund der pandemischen Situation getroffen haben, stets der Schutz und die Gesundheit unserer Beschäftigten im Mittelpunkt. So haben wir beispielsweise durch die schnelle Umsetzung von weitreichenden Hygiene- und Kontaktregeln sowie einem umfassenden Schicht- und Präsenzkonzzept, welches die Nutzung von Home Office-Angeboten mit einschließt, die potenziellen Risiken auf ein Minimum reduzieren können.

Die in den letzten Jahren sowie zu Beginn des Jahres 2020 sehr intensiv geführten öffentlichen Debatten zum Klimaschutz, zum Umgang mit Ressourcen und allgemein zum Thema Nachhaltigkeit wurden durch die massive Medienberichterstattung zu Corona in den Hintergrund gedrängt. Dennoch ist dies nur ein kleiner Rückschlag für die nachhaltige Entwicklung, denn dieses Thema steht als globale Herausforderung weiterhin ganz oben auf der internationalen Agenda.

Auch wir als Unternehmensgruppe haben trotz der Herausforderungen und der notwendigen, eher kurzfristig orientierten Suche nach Lösungen im vergangenen Jahr den zukunftsgerichteten Blick behalten und daher viel Neues angestoßen und umgesetzt, wie beispielweise unsere Nachhaltigkeitsstrategie. In unserem letzten Nachhaltigkeitsbericht haben wir Ihnen dargestellt, dass wir unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten zukünftig in drei Handlungsfelder – People, Planet und Products – bündeln. Das bedeutet: Wir übernehmen Verantwortung für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und die Gesellschaft (People), für die Umwelt und das Klima (Planet) sowie für die Entwicklung und Vermarktung nachhaltiger Produkte und Produktverpackungen (Products).



Auf Basis dieser drei Handlungsfelder haben wir im Rahmen unserer neuen Nachhaltigkeitsstrategie drei wesentliche Zielgrößen definiert, die wir als Unternehmensgruppe erreichen wollen: 0 – 100 – 100. Diese Ziffern stehen für:

1. **0 – Zero accidents and improved health**
2. **100 – Hundred percent resource efficiency**
3. **100 – One Hundred sustainable products**

## Einführung

[Vorstandsvorwort](#)

[Unternehmensporträt](#)

[Wesentliche Kennzahlen](#)

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie stellt dabei eine konsequente Fortführung unserer bisherigen Nachhaltigkeitsaktivitäten dar und baut auf den Erfolgen, die wir in den vergangenen Jahren schon erzielen konnten, auf. Diese Strategie und ihre operative Umsetzung ermöglichen es nun, unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten zu systematisieren, zu strukturieren und sie zukünftig an konkreten Zielsetzungen auszurichten. Mithilfe der Nachhaltigkeitsstrategie werden wir unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten steuer- und messbarer machen. Das bedeutet gleichfalls, dass wir uns an der Erreichung von Zielen messen lassen wollen. Zum einen von uns selbst, zum anderen aber – und das ist uns sehr wichtig – auch von unseren externen Stakeholdern, zu denen Sie, geschätzte Leserinnen und Leser, zählen.

## Grundlagen

### People

Überhaupt ist uns der intensive Austausch und Dialog mit Ihnen sehr wichtig. Darum möchten wir Sie auch in diesem Jahr sehr herzlich einladen, mit uns in Kontakt zu treten. Zu allen Nachhaltigkeitsthemen erreichen Sie uns beispielsweise direkt unter [csr@berentzen.de](mailto:csr@berentzen.de). Nachhaltigkeit ist in unserer Unternehmensgruppe, deren Wurzeln über 260 Jahre zurückreichen, ein immanenter Teil des Selbstverständnisses. Wir würden uns freuen, mit Ihnen gemeinsam unsere Nachhaltigkeitsbestrebungen konsequent weiterzuführen.

### Planet

### Products

### Anhang

Ihre



## (1.2) Unternehmensporträt

### Einführung

Vorstandsvorwort

[Unternehmensporträt](#)

Wesentliche Kennzahlen

### Grundlagen

### People

### Planet

### Products

### Anhang

Die Berentzen-Gruppe ist ein breit aufgestellter Getränkekonzern, der Getränke für fast jede Tageszeit, fast jeden Anlass und fast jeden Geschmack anbietet. Das Produktspektrum reicht von Spirituosen über alkoholfreie Getränke bis hin zu Frischsaftsystemen für frisch gepressten Orangensaft.

Mit einer Unternehmensgeschichte von über 260 Jahren sind wir zugleich 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 2020 einen Umsatz in Höhe von 154,6 Mio. Euro (167,4 Mio. Euro im Jahr 2019) und beschäftigte zum Stichtag 31. Dezember 2020 an sieben Standorten in drei Ländern 507 Mitarbeiter (498 Mitarbeiter im Jahr 2019).

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* aufgliedert.

Wir produzieren unsere Spirituosen und alkoholfreien Getränke derzeit an vier Standorten in Deutschland: Spirituosen werden in Minden sowie in der Berentzen Hof Destillerie in Haselünne hergestellt. Alkoholfreie Getränke werden in Haselünne und Grüneberg produziert. In Stadthagen 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. Eine weitere operativ tätige Auslandsgesellschaft befindet sich mit der Spirituosen-Vertriebsgesellschaft Berentzen Alkollü İçkiler Ticaret Limited Şirketi in der Türkei (Istanbul).



### Marken und Produkte

Mit traditionsreichen, aber zugleich hochaktuellen Spirituosenmarken sowie 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*. Zudem werden neue Marken, die in der Regel besondere Trendkategorien bedienen, in den Markt eingeführt.



## Einführung

Vorstandsvorwort

[Unternehmensporträt](#)

Wesentliche Kennzahlen

## Grundlagen

## People

## Planet

## Products

## Anhang

Im August 2020 erweiterten wir unser Portfolio mit der Übernahme des österreichischen Premium-Ciders *Goldkehlchen*. Mit dem modernen und hochwertigen Ciderkonzept *Goldkehlchen* sind wir als Unternehmensgruppe zukünftig in einem neuen Getränke-segment tätig, das sowohl im deutschen als auch internationalen Markt ein signifikantes Wachstum zeigt.

Mit unserer Konzerngesellschaft Vivaris Getränke GmbH & Co. KG (im Folgenden Vivaris) sind wir seit Jahrzehnten im deutschen Erfrischungsgetränkemarkt vorwiegend in regionalen Vertriebsgebieten tätig. Eine nationale Distribution erfolgt hingegen für die Getränkeprodukte unter der Marke *Mio Mio*.

Regional bedeutsame eigene Marken sind u. a. *Emsland Quelle* und *Märkisch Kristall* mit Produkten in den Getränke-segmenten Mineralwässer, Limonaden und Fruchtsaftgetränke. Im Geschäftssegment *Alkoholfreie Getränke* verfügen wir zudem über mehr als 50 Jahre Erfahrung im Konzessionsgeschäft, gegenwärtig als Lizenznehmerin für die Marke *Sinalco*.

Mit unserer Tochtergesellschaft Citrocasa GmbH (im Folgenden Citrocasa und vormals: T M P Technic-Marketing-Products GmbH) mit Sitz in Linz, Österreich, ist die Berentzen-Gruppe im Geschäft mit Frischsaftsystemen tätig. Das Gesamtangebot von Citrocasa 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.



**(1.3) Wesentliche Kennzahlen****Einführung**

Vorstandsvorwort

Unternehmensporträt

Wesentliche Kennzahlen

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

	2020	2019	2018
<b>People</b>			
Personalbestand zum 31.12.2020 [Anzahl]	507	498	487
Fluktuationsquote [%]	9,5	12,1	13,9
Teilzeitquote [%]	15,8	15,9	14,8
Frauenquote [%]	35,1	35,9	35,1
Meldepflichtige Arbeitsunfälle (inkl. Wegeunfälle) [Anzahl]	14	15	18
Krankenquote [%]	3,9	4,3	4,4
<b>Planet</b>			
Emissionen je Kubikmeter Fertigprodukt [kg CO <sub>2</sub> e/m <sup>3</sup> ]	24,2	26,7	31,3
Energieverbrauch je Kubikmeter Fertigprodukt [kWh/m <sup>3</sup> ]	124,1	137,6	145,8
Abfall zur Beseitigung je Liter Fertigprodukt [g/l]	0,59	0,57	0,74
Wasserverbrauch je Liter Fertigprodukt [l/l]	2,24	2,17	2,25
Abwasseraufkommen je Liter Fertigprodukt [l/l]	1,10	1,04	1,08
Strom aus erneuerbaren Energien [%]	98,0	97,4	96,1
<b>Products</b>			
Klimaneutraler Artikel [Anzahl]	34	0	0
<i>Alkoholfreie Getränke</i>			
Fertigprodukt in Millionen Liter [Mio. Liter]	161,82	166,78	171,21
Füllungen [Mio. Stück]	191,08	192,81	195,17
Anteil Mehrweg-Gebinde [%] <sup>1)</sup>	69,33	69,12	67,82
Anteil Glas-Gebinde [%] <sup>1)</sup>	46,82	39,34	36,40
<i>Spirituosen</i>			
Fertigprodukt in Millionen Liter [Mio. Liter]	56,62	56,76	57,47
Füllungen [Mio. Stück]	145,22	145,95	152,23
Anteil Glas-Gebinde [%] <sup>2)</sup>	98,69	99,0	99,0

<sup>1)</sup> An der gesamten Produktionsmenge im Segment *Alkoholfreie Getränke* auf Basis produzierter Liter.

<sup>2)</sup> An der gesamten Produktionsmenge im Segment *Spirituosen* auf Basis produzierter Liter.



## (2) Grundlagen

### (2.1) Nachhaltigkeitsstrategie

Als breit aufgestellter Getränkekonzern, der auf eine Unternehmensgeschichte von über 250 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.

#### Verantwortungsvoll die Zukunft planen – unsere Nachhaltigkeitsstrategie

Eine verantwortungsvolle Unternehmensführung leistet einen essenziellen Beitrag, um die Zukunft unseres Unternehmens zu sichern. Hierfür bildet unsere neue 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.

### Einführung

### Grundlagen

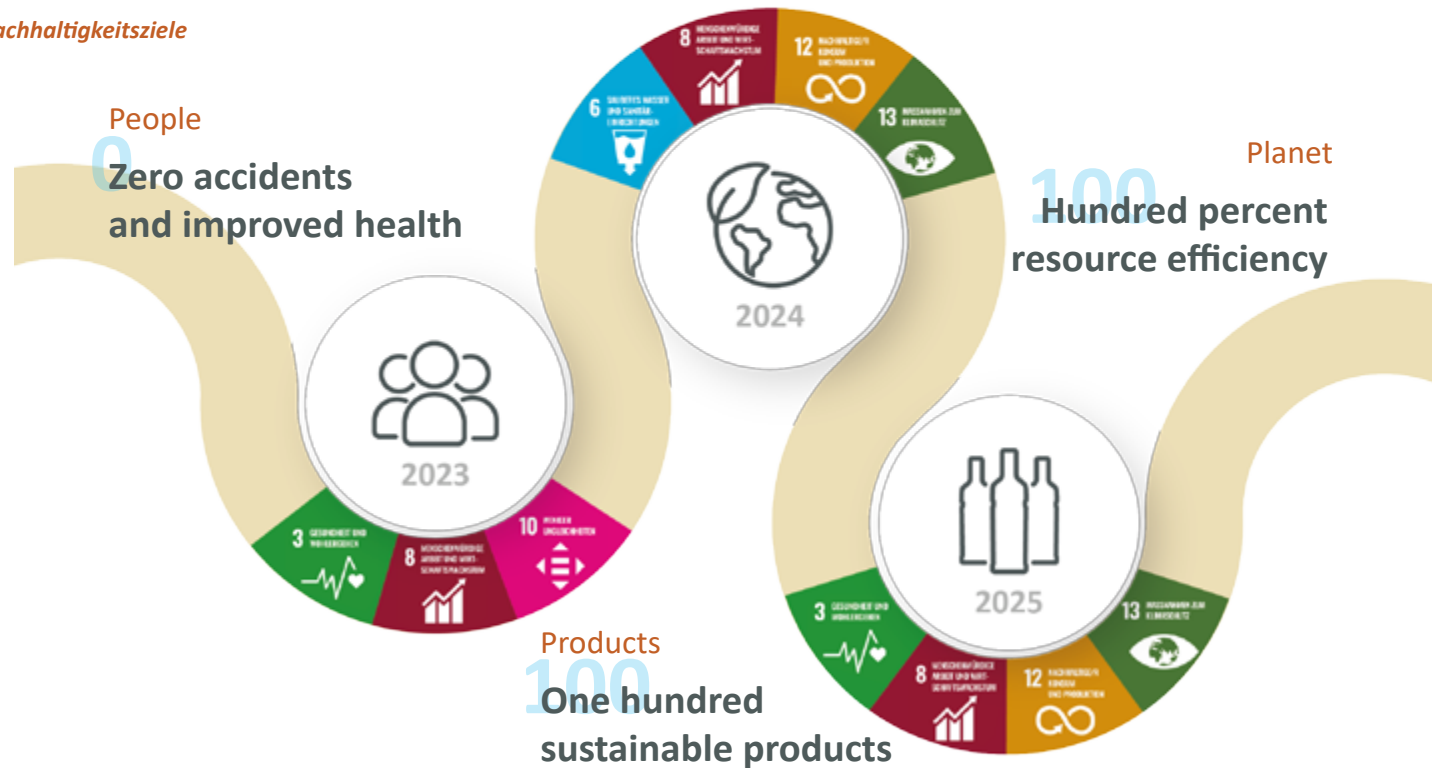
#### Nachhaltigkeitsstrategie

Nachhaltigkeitsmanagement

Stakeholderengagement

Compliance und Transparenz

#### Unsere Nachhaltigkeitsziele



People

Planet

Products

Anhang





Unsere Nachhaltigkeitsstrategie

Einführung

Grundlagen

Nachhaltigkeitsstrategie

Nachhaltigkeitsmanagement

Stakeholderengagement















Compliance und Transparenz

People

Planet

Products

Anhang

Handlungsfeld	Ziel	SDGs	Maßnahmen	Frist
 People	Zero accidents and improved health	  	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Entwicklung und Implementierung des neuen betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM)-Konzepts</li> <li>– Einführung eines BGM-Steuerungskreises</li> <li>– Überarbeitung der Kennzahlensystematik, Implementierung eines neuen Monitorings und Definition von Leistungsindikatoren</li> <li>– Erarbeitung eines internen Kommunikationskonzepts für das neue BGM-Konzept</li> <li>– Weitere Implementierung des neuen BGF-Programms „Citrofit“ bei Citrocasea</li> <li>– Beitritt und Umsetzung der Arbeitssicherheitskampagne „Vision Zero“</li> <li>– Aktualisierung des Verhaltenskodex</li> </ul>	2023
 Planet	Hundred percent resource efficiency	   	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Aufbau eines digitalen monatlichen Monitorings der Umweltkennzahlen an den Produktionsstandorten</li> <li>– Definition von Leistungsindikatoren und Festlegung von Zielwerten im Handlungsfeld Planet</li> <li>– Einführung eines Umweltmanagementsystems nach ISO 14001</li> <li>– Ableitung von Effizienzpotenzialen und Entwicklung einer Effizienzstrategie zur Optimierung des Ressourcenverbrauchs</li> <li>– Fortlaufende Digitalisierung der Fruchtpressen zur Verbesserung der Ressourceneffizienz</li> <li>– Optimierung der Logistikprozesse bei Citrocasea</li> </ul>	2024
 Products	One hundred sustainable products	   	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Ausgestaltung eines Kriterienkatalogs für nachhaltige Produkte</li> <li>– Projektierung der Roadmap zur Steigerung des Anteils nachhaltigerer Produkte</li> <li>– Entwicklung von Leitlinien für umweltfreundlichere Produktverpackungen</li> <li>– Überprüfung und Scoring der Produktverpackungen in Bezug auf die neuen Leitlinien für umweltfreundlichere Produktverpackungen</li> <li>– Überarbeitung ausgewählter Produktverpackungen</li> <li>– Entwicklung eines Business Partner-Screenings</li> <li>– Aktualisierung des Marketing- und Lieferantenkodex</li> </ul>	2025



## Einführung

## Grundlagen

### Nachhaltigkeitsstrategie

Nachhaltigkeitsmanagement

Stakeholderengagement

Compliance und Transparenz

## People

## Planet

## Products

## Anhang


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 im Berichtszeitraum obsolet. Sie werden daher von einer neuen Nachhaltigkeitsstrategie abgelöst. Ziele und Maßnahmen, welche wir im Geschäftsjahr 2020 noch nicht vollständig erreichen konnten, wurden in unsere neue Nachhaltigkeitsstrategie integriert.

Der Entwicklungsprozess unserer Nachhaltigkeitsstrategie gliederte sich im Berichtsjahr 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 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.

### 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. Detaillierte Informationen zum Wesentlichkeitsprozess finden sich im  [Nachhaltigkeitsbericht 2019](#) der Berentzen-Gruppe Aktiengesellschaft.

Die folgende Grafik zeigt das Ergebnis unserer Wesentlichkeitsanalyse als Wesentlichkeitsmatrix auf. Somit sind der Matrix die wesentlichen Themen der Berentzen-Gruppe zu entnehmen. Die X-Achse stellt dabei die Stakeholderrelevanz und die Y-Achse die Auswirkungen der Berentzen-Gruppe auf Umwelt und Gesellschaft dar.

### Wesentlichkeitsmatrix der Berentzen-Gruppe





## Einführung

## Grundlagen

### Nachhaltigkeitsstrategie

Nachhaltigkeitsmanagement

Stakeholderengagement

Compliance und Transparenz

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

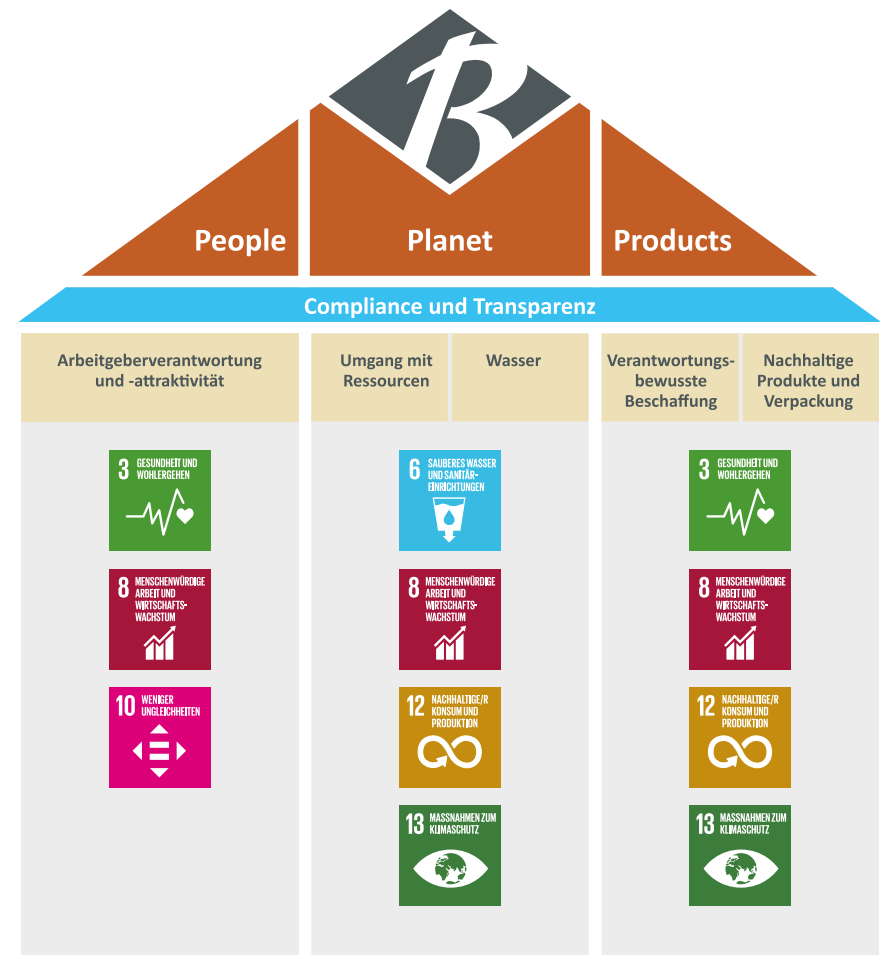
Im Rahmen des Prozesses zur Wesentlichkeitsanalyse im Jahr 2019 haben wir uns ebenfalls intensiv mit den [Sustainable Development Goals \(SDGs\)](#) auseinandergesetzt. Die 17 Ziele für eine nachhaltige Entwicklung wurden im Rahmen der Agenda 2030 von den Vereinten Nationen (UN) entwickelt und verabschiedet. 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 und ihr Engagement für eine nachhaltige Entwicklung.

Unser Engagement zu den konzernrelevanten SDGs ist den folgenden Kapiteln des vorliegenden Nachhaltigkeitsberichts zu entnehmen.

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

### Einführung

### Grundlagen

Nachhaltigkeitsstrategie

[Nachhaltigkeitsmanagement](#)

Stakeholderengagement

Compliance und  
Transparenz




### People

### Planet

### Products

### Anhang

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.

Darüber hinaus bekennen wir 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 Gruppen (Stakeholder). Wir setzen auf eine offene Kommunikation, einen verantwortungsbewussten Umgang mit Risiken und eine ordnungsgemäße Rechnungslegung und Abschlussprüfung.

Zu den wichtigsten Aufgaben des Nachhaltigkeitsmanagements gehört es, unser Nachhaltigkeitsverständnis und unsere Nachhaltigkeitsstrategie im Bewusstsein der Beschäftigten, in den operativen Prozessen des Arbeitsalltags und auch bei unseren externen Stakeholdern zu verankern.

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.





## (2.3) Stakeholderengagement

Der 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.

Im Rahmen der Wesentlichkeitsanalyse im Jahr 2019 wurde ebenfalls das Stakeholder-Universum auf seine Aktualität hin überprüft.

### Unser Stakeholder-Universum



Wir stehen mit unseren Stakeholdern in einem offenen und transparenten Dialog. Dabei legen wir großen Wert auf unterschiedliche Dialogformen, um möglichst viele Stakeholder an den Dialogen zu beteiligen. 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.

### 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

## Einführung

## Grundlagen

Nachhaltigkeitsstrategie

Nachhaltigkeitsmanagement

Stakeholderengagement

Compliance und Transparenz

## People

## Planet

## Products

## Anhang



**Einführung**

**Grundlagen**

Nachhaltigkeitsstrategie

Nachhaltigkeitsmanagement

Stakeholderengagement

Compliance und Transparenz

**People**

**Planet**

**Products**

**Anhang**

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. 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. Derartige Dialoge finden gleichfalls mit unseren Fremdkapitalgebern regelmäßig 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)
- Förderverein des Haselünner Sportvereins
- Gesellschaft der Freunde und Förderer der deutschen Mineralbrunnenindustrie e.V. (GFF)
- 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.



## (2.4) Compliance und Transparenz

### Einführung

### Grundlagen

Nachhaltigkeitsstrategie

Nachhaltigkeitsmanagement

Stakeholderengagement

[Compliance und Transparenz](#)

### People

### Planet

### Products

### Anhang

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 und Industriestandards. Compliance bedeutet für uns auch, dass wir nach ethischen Prinzipien, freiwillig eingegangenen Selbstverpflichtungen, anerkannten Werten sowie internen Unternehmensrichtlinien 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.

Die drei Kodizes (Verhaltens-, Marketing- und Lieferantenkodex) stellen die grundlegenden Compliance-Richtlinien der Berentzen-Gruppe dar und beinhalten verbindliche Vorgaben zur Korruptionsprävention. 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 helfen bei der 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 2020 wurde dieses Ziel erneut erreicht, da keine Korruptionsfälle oder andere schwerwiegende Rechtsverstöße zu verzeichnen waren.



## Einführung

### Grundlagen

Nachhaltigkeitsstrategie

Nachhaltigkeitsmanagement

Stakeholderengagement

[Compliance und Transparenz](#)

## People

## Planet

## Products

## Anhang

### 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.

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 unparteiischen Rechtsanwalt wahrgenommen, der Hinweise in deutscher, englischer und französischer Sprache entgegennimmt.

### 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 Rechtsverstöße in ihrem Verantwortungsbereich unterbleiben.

Die Beschäftigten der Berentzen-Gruppe werden in der Regel im Rahmen von Präsenzs Schulungen mit Themen der Compliance 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](#) abrufbar und stehen den Beschäftigten unter anderem im Social Intranet der Unternehmensgruppe zur Verfügung.





## Einführung

## Grundlagen

Nachhaltigkeitsstrategie

Nachhaltigkeitsmanagement

Stakeholderengagement

Compliance und  
Transparenz

## People

## Planet

## Products

## Anhang



## 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.



### (3) People

#### Einführung

#### Grundlagen

#### People

- Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit
- Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz
- Aus- und Weiterbildung
- Unser Engagement

#### Planet

#### Products

#### Anhang

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.

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.

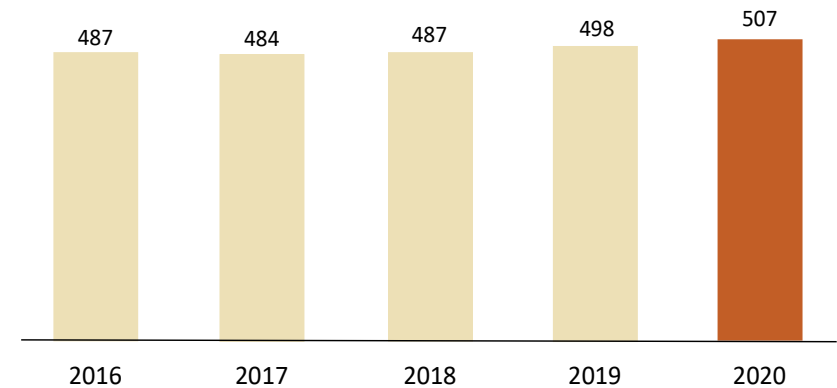


Unser Beitrag zur Erreichung des SDGs Nr. 8 „Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum“: Wir bieten unseren Mitarbeitern sichere Arbeitsplätze, gute Arbeitsbedingungen und ständige Wertschätzung.

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 sich im Unterkapitel → [Unser Engagement](#).

#### Entwicklung der Mitarbeiterzahlen



#### 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.

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 Arbeitsumfelder und legen Wert auf ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Arbeit und Freizeit, auf eine wettbewerbsfähige und geschlechtsunabhängige Vergütung und auf ein gutes Betriebsklima.



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.

**Einführung**

Diese Bemühungen sollen uns in die Lage versetzen, die am besten geeigneten Mitarbeiter in der ausreichenden Anzahl zu rekrutieren und zu halten.

**Grundlagen**

**People**

- Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit
- Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz
- Aus- und Weiterbildung
- Unser Engagement

*Personalbestand der Berentzen-Gruppe*

	2020	2019	2018
Personalbestand zum Stichtag	507	498	487
Durchschnittlicher Personalbestand	503	497	487

*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	130	64	78	17	20	9	228
davon in Haselünne	86	46	5	0	11	5	102
davon in Minden	39	15	73	17	9	4	121
davon in Stadthagen	5	3	0	0	0	0	5
Der Berentzen Hof GmbH	7	5	6	5	2	1	15
Berentzen-Vivaris Vertriebs GmbH	18	3	0	0	0	0	18
Berentzen Alkollü Ickiler Ticaret Limited Sirketi	17	3	0	0	0	0	17
Vivaris Getränke GmbH & Co. KG	49	24	127	25	10	3	186
davon in Haselünne	32	16	65	5	5	2	102
davon in Grüneberg	17	8	62	20	5	1	84
Citrocasa Deutschland Vertriebs GmbH	5	0	0	0	0	0	5
Citrocasa GmbH	38	19	0	0	0	0	38
<b>Konzern</b>	<b>264</b>	<b>118</b>	<b>211</b>	<b>47</b>	<b>32</b>	<b>13</b>	<b>507</b>



**Planet**

**Products**

**Anhang**



## Einführung

## Grundlagen

### People

Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit

Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz

Aus- und Weiterbildung



Unser Engagement

### Planet

### Products

### Anhang

### *Gemeinsam durch die Krise – Herausforderungen der Coronavirus-Pandemie*

Das Geschäftsjahr 2020 war vor dem Hintergrund der Coronavirus-Pandemie von beispiellosen operativen und finanziellen Herausforderungen geprägt. Mehr Informationen zu den finanziellen Herausforderungen finden sich im  [Geschäftsbericht](#) der Berentzen-Gruppe Aktiengesellschaft. Unser umfangreiches soziales Engagement während der Coronavirus-Pandemie ist im Kapitel  [Unser Engagement](#) näher beschrieben.

Als Arbeitgeber stand für uns insbesondere der Schutz unserer Beschäftigten im Zentrum unseres Handelns. Aus diesem Grund wurde ein umfangreiches Hygienekonzept implementiert, Schutzmaßnahmen ergriffen sowie der Krisenstab der Berentzen-Gruppe zur kontinuierlichen Überwachung der aktuellen Entwicklungen und der Erarbeitung von Handlungsmöglichkeiten eingesetzt. Darüber hinaus wurden die Möglichkeiten des mobilen Arbeitens („Home-Office“) für die Beschäftigten umfassend ausgeweitet. Zur weiteren Reduzierung von Kontakten wurden Schicht- und Präsenzkonzepte eingeführt, Dienstreisen und externe Besuche auf das Notwendigste eingeschränkt sowie eine digitale Meeting-Kultur geschaffen. In der Produktion wurden zusätzlich Pausen zwischen den Schichten eingeführt, um eine persönliche Begegnung beim Schichtwechsel zu verhindern.

Aufgrund der temporären Schließung von Gastronomiebetrieben und des allgemeinen Veranstaltungsverbotes war es erforderlich, für die Beschäftigten der davon direkt oder indirekt betroffenen Bereiche Kurzarbeit einzuführen. 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 einmalige Sonderprämie.

Zur Gewährleistung eines unmittelbaren und direkten internen Kommunikationsflusses haben wir die interne Kommunikation über das sog. Social Intranet intensiviert und dieses als zentrales Informationsinstrument des Vorstands etabliert. Die Beschäftigten sollten somit zeitnah und auf direktem Wege über aktuelle Entwicklungen informiert werden. Gleichzeitig wurde den Beschäftigten die Möglichkeit gegeben, Fragen zu stellen, welche offen und transparent von den Vorständen und Geschäftsführern beantwortet wurden. Dieses Vorgehen sollte das Vertrauen in die Entscheidungen der Geschäftsführung stärken, die Transparenz der Entscheidungen erhöhen und den Beschäftigten Orientierung in der ungewissen Krisensituation bieten.

### *Risiken verantwortungsvoll entgegnet*

Die größte betriebliche Herausforderung im Zusammenhang mit der Coronavirus-Pandemie im Jahr 2020 war es, jegliches Infektionsgeschehen aus den einzelnen Unternehmensteilen fernzuhalten, da andernfalls die operative Leistungsfähigkeit wichtiger Kernfunktionen des Unternehmens in Gefahr war. Aufgrund der umfangreich ergriffenen Schutz- und Hygienemaßnahmen konnten wir dieses Risiko erfolgreich auf ein Minimum reduzieren.

Weitere potenzielle Risiken im Handlungsfeld People sind ein möglicher Fachkräftemangel sowie eine hohe Fluktuation. Mit unserer Personalstrategie und den dazugehörigen Maßnahmen wirken wir diesen Risiken entgegen und minimieren sie.



### (3.1) Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit

#### Einführung

#### Grundlagen

#### People

##### Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit

Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz

Aus- und Weiterbildung

Unser Engagement

#### Planet

#### Products

#### Anhang

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

	2020	2019	2018
Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit [Jahre]	12,9	13,1	13,5
Fluktuationsquote [%]	9,5	12,1	13,9
Anzahl Abgänge/Austritte	45	57	64
Neu eingestellte Mitarbeiter und Auszubildende	60	62	72

Im Berichtsjahr ist die Fluktuationsquote von 12,1 % im Jahr 2019 auf 9,5 % im Jahr 2020 deutlich gesunken. Das zeigt, dass unsere stetigen Bemühungen, die Mitarbeiterbindung zu intensivieren und die Mitarbeiterzufriedenheit zu steigern, erste Erfolge erzielen. Dennoch streben wir eine weitere signifikante Reduktion der Fluktuationsquote an. Die lange durchschnittliche Betriebszugehörigkeit von 12,9 Jahren im Geschäftsjahr 2020 zeigt den grundsätzlich hohen Grad der Identifikation der Mitarbeitenden mit der Unternehmensgruppe.

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.

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. Im Berichtsjahr wurden die Ausarbeitung und Umsetzung dieser Strategie fortgeführt. Mit unserer neuen Kernbotschaft „Gemeinsam für mehr Lebensfreude“ stand für uns insbesondere die Intensivierung des Zusammengehörigkeitsgefühls im Vordergrund. Darüber hinaus konnten wir mit der Überarbeitung einer Vielzahl von Kommunikationsmitteln eine zielgruppenspezifischere Ansprache beim Recruiting erreichen.

Nachdem sich in den vergangenen Jahren an den deutschen Standorten der Berentzen-Gruppe das betriebliche Vorschlagswesen etabliert hat, fand im Berichtsjahr 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, wird der Vorschlag in einem Town Hall Meeting allen Mitarbeitern am Standort vorgestellt und das Team kümmert sich anschließend um die weitere Umsetzung.



Einführung

Grundlagen

People

Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit

Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz

Aus- und Weiterbildung

Unser Engagement

Planet

Products

Anhang

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 2020 ist die Teilzeitquote nahezu konstant bei 15,8 % geblieben. Um zeitgemäße und sinnvolle Arbeitszeitmodelle zu entwickeln, identifizieren wir regelmäßig die Bedürfnisse unserer Mitarbeiter.

Da viele Beschäftigte sich das Arbeiten aus dem Home-Office wünschen, haben wir im Berichtsjahr umfangreiche 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 den Beschäftigten mehr Flexibilität im Arbeitsumfeld bieten und zu einer besseren Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben beitragen.

Teilzeitkennzahlen und Frauenquote

	2020	2019	2018
Personalbestand zum Stichtag	507	498	487
Anzahl Mitarbeiter Teilzeit	80	79	72
Teilzeitquote [%]	15,8	15,9	14,8
Frauenquote [%]	35,1	35,9	35,1

Besonders stolz sind wir darauf, dass wir im Geschäftsjahr 2019 gleich zweimal als familienfreundlicher Arbeitgeber ausgezeichnet wurden. Unserem Standort Minden wurde vom Kompetenzzentrum Frau und Beruf Ostwestfalen-Lippe die Auszeichnung „Familienfreundliches Unternehmen im Kreis Minden-Lübbecke“ verliehen. Die Emsländische Stiftung Beruf und Familie zeichnete zudem unseren Standort Haselünne mit dem Gütesiegel für Familienfreundlichkeit aus. Beide Auszeichnungen bestätigen unsere zahlreichen Bemühungen und unser Engagement

für die Beschäftigten. Dennoch sehen wir es nicht als Anlass, uns auf Erreichtem auszuruhen, sondern als Ansporn für eine zukünftige Weiterentwicklung.



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, eine kostenlose Kollegenfeier auszurichten.

Seit 2017 bieten wir unseren Mitarbeitern die Möglichkeit, Dienstfahräder im Rahmen einer Entgeltumwandlung zu leasen. Aktuell werden 73 Fahrräder von 51 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

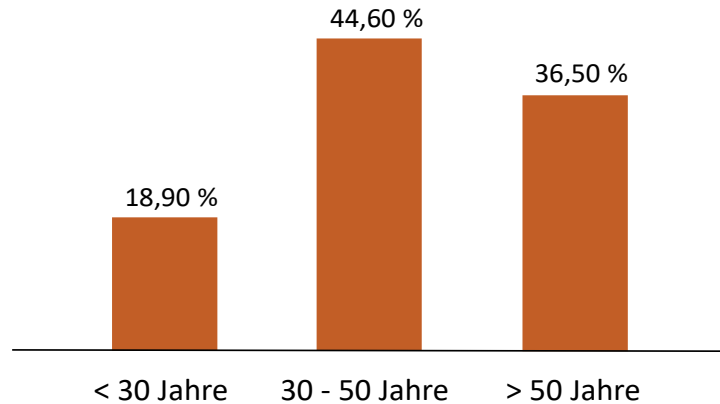
Products

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.

**Altersstruktur der Berentzen-Gruppe**



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 35,1 % (35,9 % im Geschäftsjahr 2019).

**Altersgruppen und Durchschnittsalter in der Unternehmensgruppe**

	2020	2019	2018
< 30 Jahre [%]	18,9	17,5	17,9
≥ 30 - ≤ 50 Jahre [%]	44,6	46,2	46,6
> 50 Jahre [%]	36,5	36,3	35,5
Durchschnittsalter [Jahre]	43,7	43,6	43,7



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.

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. 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.

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 gab es keine gemeldeten Verstöße gegen das Benachteiligungsverbot.

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 nachkommen.



## Einführung

## Grundlagen

### People

#### Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit

Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz

Aus- und Weiterbildung

Unser Engagement

## Planet

## Products

## Anhang

### Frauenanteil in den Führungsebenen

	Festgelegte Zielgröße bis 31.12.2021
Vorstand [%]	33 <sup>1)</sup>
Erste Führungsebene unterhalb des Vorstands [%]	20
Zweite Führungsebene unterhalb des Vorstands [%]	30
Aufsichtsrat [%]	17

<sup>1)</sup> 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.

Der Vorstand hat zur Erreichung der von ihm festgelegten Zielgrößen für den Frauenanteil in den beiden Führungsebenen unterhalb des Vorstands zwei konkrete Maßnahmen verabschiedet: Erstens die Intensivierung der internen Personalentwicklung unter dem Gesichtspunkt der Auswahl, Förderung und Vorbereitung von Frauen für Führungsaufgaben, sowie zweitens die verbesserte Ansprache unternehmensexterner weiblicher Fachkräfte bei der Besetzung offener Vakanzen. So werden bspw. bei der Personalsuche eingesetzte Berater bereits frühzeitig im Prozess auf die Maßgabe hingewiesen, Frauen in das Suchprofil verstärkt einzubinden.

### Digitalisierung im Personalwesen

Mit der Einführung einer neuen webbasierten Software zur Abwicklung von Personalprozessen im Jahr 2019 wurde ein weiterer Schritt hin zu mehr Digitalisierung unternommen. Der Roll-out und die weitere Implementierung von Zusatzfunktionen hat im Geschäftsjahr 2020 stattgefunden. Ziel der Anwendung ist es, durch die zunehmende Automatisierung und stärkere Einbindung der Mitarbeiter die Personalprozesse transparenter und effizienter zu gestalten und darüber hinaus die allgemeinen Prozesskosten zu senken. Gleichzeitig lassen sich



so papierlastige und damit CO<sub>2</sub>-verursachende Prozesse standortübergreifend vermindern. Insbesondere das neue Self-Service Management bietet unseren Mitarbeitern viele Vorteile, wie beispielsweise schnellere und transparente Genehmigungsprozesse.

Im Geschäftsjahr 2020 lag der Fokus auf der Durchführung weiterer Online-Mitarbeiterschulungen zum Umgang mit der Software und auf der Einführung des Online-Bewerbermanagements. Auch hier konnten wir durch die Einführung der neuen Software die Prozesse optimieren und effizienter gestalten. Sowohl die Kommunikation mit Bewerbern als auch mit den am Prozess beteiligten Fachabteilungen wird strukturiert und nachvollziehbar abgebildet.





## Einführung

## Grundlagen

## People

### Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit

Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz

Aus- und Weiterbildung

Unser Engagement

## Planet

## Products

## Anhang

### Mitbestimmung

Um die Wertschätzung und gute Zusammenarbeit zwischen Arbeitnehmern und Unternehmensführung zu fördern, unterstützen wir das Prinzip der Mitbestimmung. 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 geliebten Informations- und Kommunikationsinstrument geworden, welches spürbar den Informationsfluss verbessert hat. Zusätzlich werden die Mitarbeiter durch verschiedene Umfragen und Abstimmungen aktiv an Entscheidungsprozessen beteiligt.

Das Recht auf Informationen wird in der Berentzen-Gruppe umfassend umgesetzt. Alle neuen Mitarbeiter erhalten eine Begrüßungsmappe mit ausführlichen Informationen zur Unternehmensgruppe. Darüber hinaus besteht eine ständige Kommunikation über alle relevanten Themen mit den Betriebsräten und dem Wirtschaftsausschuss. Der Austausch findet in regelmäßigen Betriebsratssitzungen und Gesamtbetriebsratssitzungen statt.

### 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. Für spezielle Positionen und Führungskräfte 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 Mitarbeiter ein Arbeitsumfeld schaffen, in dem ein Arbeitsleben ohne Unfälle, Verletzungen und Erkrankungen möglich ist. Gleichzeitig möchten wir einen gesunden Lebensstil unserer Mitarbeiter fördern.



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.

Mit unserer im Berichtsjahr neu entwickelten Nachhaltigkeitsstrategie und der Zielsetzung „Zero accidents and improved health“ wollen wir ab dem Geschäftsjahr 2021 einen noch stärkeren Fokus auf die Gesundheit unserer Beschäftigten legen – eines der essenziellsten Themen unserer Unternehmenstätigkeit. 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.

Um diese Ziele zu erreichen, streben wir beispielsweise die Entwicklung und Umsetzung eines neuen zielgruppenspezifischeren Betrieblichen Gesundheitsmanagements (BGM), die Einführung eines BGM-Steuerungskreises sowie die Umsetzung einer neuen Arbeitssicherheitskampagne an. Einen weiteren systematischen Fortschritt wollen wir durch die Überarbeitung der Kennzahlensystematik, die Implementierung eines neuen Monitorings und nicht zuletzt durch die Definition von Leistungsindikatoren zur zielorientierteren Steuerung und Überwachung erreichen.

#### Krankheitskennzahlen unserer Beschäftigten

	2020	2019	2018
Meldepflichtige Arbeitsunfälle (inkl. Wegeunfälle)	14	15	18
Krankheitstage	8.593	8.361	7.145
Krankenquote [%]	3,9	4,3	4,4
Anzahl arbeitsbedingter Todesfälle	0	0	0

#### Betriebliches Gesundheitsmanagement

Im Jahr 2019 begannen wir ein neues Kooperationsprojekt mit der Krankenkasse Barmer und entwickelten gemeinsam ein Zweijahresprogramm zum Gesundheitserhalt der Mitarbeiter. Das Programm ist auf die drei Bereiche Ernährung, Bewegung und Entspannung ausgerichtet, welche nachweislich die Gesundheit positiv beeinflussen.

Im Social Intranet erhalten die Mitarbeiter regelmäßig Gesundheitstipps, wie beispielsweise solche zum gesunden Schlafverhalten, mehr Bewegung im Alltag oder auch die Vorstellung neuer Trendsportarten.

Zur Unterstützung unserer Beschäftigten im Umgang mit Stress und mit dem Ziel, Wege zu resilienten Verhaltensweisen aufzuzeigen, haben wir im Berichtsjahr den sogenannten Balance Check an allen deutschen Standorten angeboten. Durch diesen Test konnten die Mitarbeitenden ihre innere Regulations- und Regenerationsfähigkeit überprüfen. Anschließend erhielten die Beschäftigten unter Berücksichtigung der Ergebnisse wertvolle Tipps zum Umgang mit psychischen und physischen Stresssituationen, resilienten Verhaltensweisen sowie zur Förderung der Herzgesundheit.



Zur weiteren 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.

## Einführung

## Grundlagen

### People

Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit

Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz

Aus- und Weiterbildung  
Unser Engagement

Darüber hinaus haben wir im Geschäftsjahr 2020 Ernährungswochen durchgeführt. Diese sollten den Beschäftigten eine Vielzahl an nützlichen Informationen rund um das Thema gesunde Ernährung bieten. Gleichzeitig wurde auch das Abhängigkeitsverhältnis zwischen Ernährung und einem starken Immunsystem in den Fokus genommen. So wurden die Mitarbeitenden mit Infopaketen, einem Online-Seminar, zahlreichen Rezeptideen sowie einem Foto-Wettbewerb geschult und aktiv eingebunden.

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.

## Planet

## Products

## Anhang

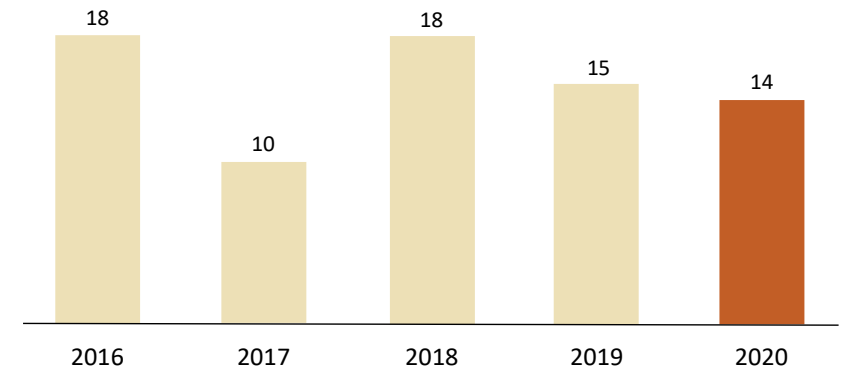
### Firmenfitness

Seit 2013 ist die Unternehmensgruppe Mitglied im Firmenfitness-Netzwerk qualitrain. Sie bietet den Mitarbeitern 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. Während der anhaltenden Schließungen der Fitnessstudios wurde den Beschäftigten über eine Vielzahl an Online Kursen zu Bewegung, Ernährung und Meditation die Möglichkeit gegeben, sich fit zu halten und die eigene Gesundheit und das Wohlbefinden zu fördern.

### Arbeitsicherheit

Die Vermeidung von Arbeitsunfällen und Verletzungen hat für uns oberste Priorität. Dabei unterscheiden wir nicht zwischen eigenen Mitarbeitern, Mitarbeitern fremder Firmen und Besuchern. Selbstverständlich halten wir alle lokal geltenden gesetzlichen Anforderungen ein.

### Entwicklung der Anzahl der Arbeitsunfälle inkl. Wegeunfälle



Zur Überwachung der Bereiche Arbeitsicherheit 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.

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.



## Einführung

## Grundlagen

## People

Mitarbeiterbindung und  
-zufriedenheit

[Gesundheit und Sicherheit  
am Arbeitsplatz](#)

Aus- und Weiterbildung

Unser Engagement

## Planet

## Products

## Anhang

Durch die systematische Analyse der technischen, organisatorischen und verhaltensbezogenen Ursachen aller Unfälle können wir ebenfalls gezielte präventive Maßnahmen ableiten und umsetzen.

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.

Im Berichtsjahr hat 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 deutsche und österreichische Produktions- und Verwaltungsstandorte. Aufgrund des zunehmend dynamischeren Infektionsgeschehens der Coronavirus-Pandemie haben wir zum Schutz der Beschäftigten die Auditierung eines noch ausstehenden Standortes auf das Jahr 2021 verschoben. 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

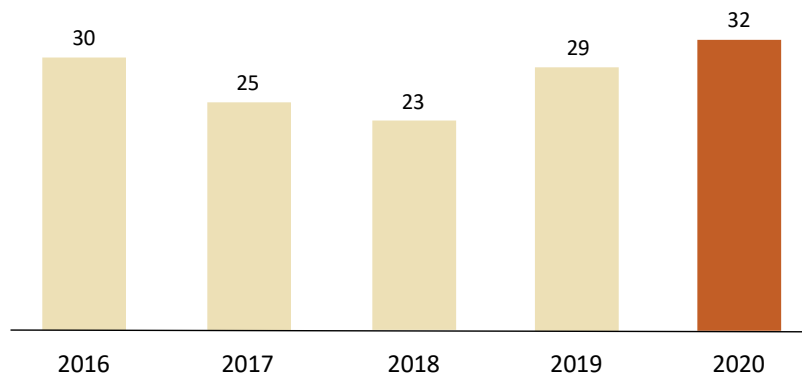
(3.3) Aus- und Weiterbildung

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 der Berentzen-Gruppe



Ausbildung

Wir sind stolz auf unsere hohe Ausbildungs- und Übernahmequote. Im Berichtsjahr ist unsere Ausbildungsquote von 5,8 % (2019) auf 6,3 % gestiegen. Die Übernahmequote lag im Berichtsjahr bei 71,4 %.

Ausbildungskennzahlen

	2020	2019	2018
Anzahl Auszubildende	32	29	23
Auszubildendenquote [%]	6,3	5,8	4,7
Übernahmequote [%]	71,4	80,0	72,7

Mit Beginn des Ausbildungsstarts im August 2020 sind Auszubildende in den folgenden Ausbildungsberufen gestartet:

- Industriekaufmann
- Duales Studium Betriebswirtschaft
- Kaufmann für Tourismus und Freizeit
- Fachinformatiker für Anwendungsentwicklung
- Maschinen- und Anlagenführer
- Fachkraft für Lebensmitteltechnik

Zum Bilanzstichtag waren insgesamt 32 Auszubildende in der Unternehmensgruppe beschäftigt. Innerhalb des Berichtsjahres haben 9 Auszubildende ihre Ausbildung begonnen und 7 Personen ihre Ausbildung erfolgreich beendet.



## Einführung

## Grundlagen

## People

Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit

Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz

Aus- und Weiterbildung

Unser Engagement

## Planet

## Products

## Anhang

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 2020 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.

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.

### **Förderung von jungen Menschen**

Zur Unterstützung junger Menschen in der Phase der Berufsorientierung erhielten im Geschäftsjahr 2020 dreizehn Schüler und acht Studierende im Rahmen eines Praktikums die Möglichkeit, die Unternehmensgruppe kennenzulernen und

erste berufliche Erfahrungen im kaufmännischen oder gewerblichen Bereich zu sammeln. Eine Praktikantin konnte nach Absolvierung ihres Praktikums in ein Ausbildungsverhältnis übernommen werden.

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 Unternehmenskernern 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.



## Einführung

## Grundlagen

### People

Mitarbeiterbindung und  
-zufriedenheit

Gesundheit und Sicherheit  
am Arbeitsplatz

Aus- und Weiterbildung

[Unser Engagement](#)

### Planet

### Products

### Anhang

## (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.

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

Die Coronavirus-Pandemie hat Gesellschaft, Politik und Unternehmen vor zuvor undenkbare Herausforderungen gestellt. Gemeinschaft und Zusammenhalt sind gerade in solch 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. Weil 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 bereitstellen 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.

### *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 Frischsaftsysteeme 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.



## Einführung

## Grundlagen

### People

Mitarbeiterbindung und  
-zufriedenheit

Gesundheit und Sicherheit  
am Arbeitsplatz

Aus- und Weiterbildung

[Unser Engagement](#)

### Planet

### Products

### Anhang



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.

Der Berentzen-Honig konnte dann von den Mitarbeitern gegen einen frei wählbaren Betrag erstanden werden. Der erzielte Erlös wurde von der Berentzen-Gruppe verdoppelt und kam dem Projekt „InduS – Inklusion durch Sport im Emsland“ vom Kreissportbund Emsland e.V. zu Gute.

### 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





## (4) Planet

### Einführung

### Grundlagen

### People

### Planet

Wertschöpfungskette

Wasser

Klimaschutz

Umgang mit Ressourcen

### Products

### Anhang

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. Eine besondere Rolle kommt hier der Verbrennung fossiler Rohstoffe zu. Durch die Wertschöpfungstätigkeit entstehen weiterhin Abfälle, die je nach Art der Entsorgung und der Wiederverwertbarkeit ebenfalls mit Umweltauswirkungen verbunden sind.

Mit unserer im Berichtsjahr neu entwickelten Nachhaltigkeitsstrategie und der Zielsetzung „Hundred percent resource efficiency“ wollen wir ab dem Geschäftsjahr 2021 einen noch stärkeren Fokus auf das Thema Ressourceneffizienz legen. Die Reduzierung aller unserer Umweltauswirkungen durch einen sparsamen und effizienten Einsatz aller Ressourcen, durch Vermeidung von Abfall sowie die Nutzung erneuerbarer Energien und Materialien ist uns wichtig und unser erklärtes Ziel.

Zugleich fühlen wir uns verpflichtet, die eigenen Prozesse möglichst energieeffizient, umweltverträglich und ressourcenschonend zu gestalten. Im Zentrum stehen dabei nicht nur die absoluten, sondern insbesondere auch die relativen Verbräuche – bezogen auf die jeweilige Produktionsmenge. Mit diesen Informationen lässt

sich die Effizienz einzelner Prozesse zuverlässiger bewerten als anhand der rein absoluten Werte.

Um das Ziel der Ressourceneffizienz zu erreichen, werden wir im ersten Schritt den Aufbau eines digitalen monatlichen Monitorings der Umweltkennzahlen an allen Produktionsstandorten vorantreiben. Darüber hinaus dient die damit verbundene intensivere Kennzahlenerhebung der Definition von Leistungsindikatoren und der Festlegung von konkreten Zielwerten für das Jahr 2024 sowie der Implementierung eines Umweltmanagementsystems nach ISO 14001.

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.

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 sich in den Kapiteln [→ Produktsicherheit und -qualität](#) und [→ Verantwortungsvolle Beschaffung](#).

Potentielle Risiken bestehen in diesem Handlungsfeld vor allem in der Verunreinigung oder der Versieglung 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.



### (4.1) Wertschöpfungskette

Einführung

Grundlagen

People

Planet

Wertschöpfungskette

- Wasser
- Klimaschutz
- Umgang mit Ressourcen

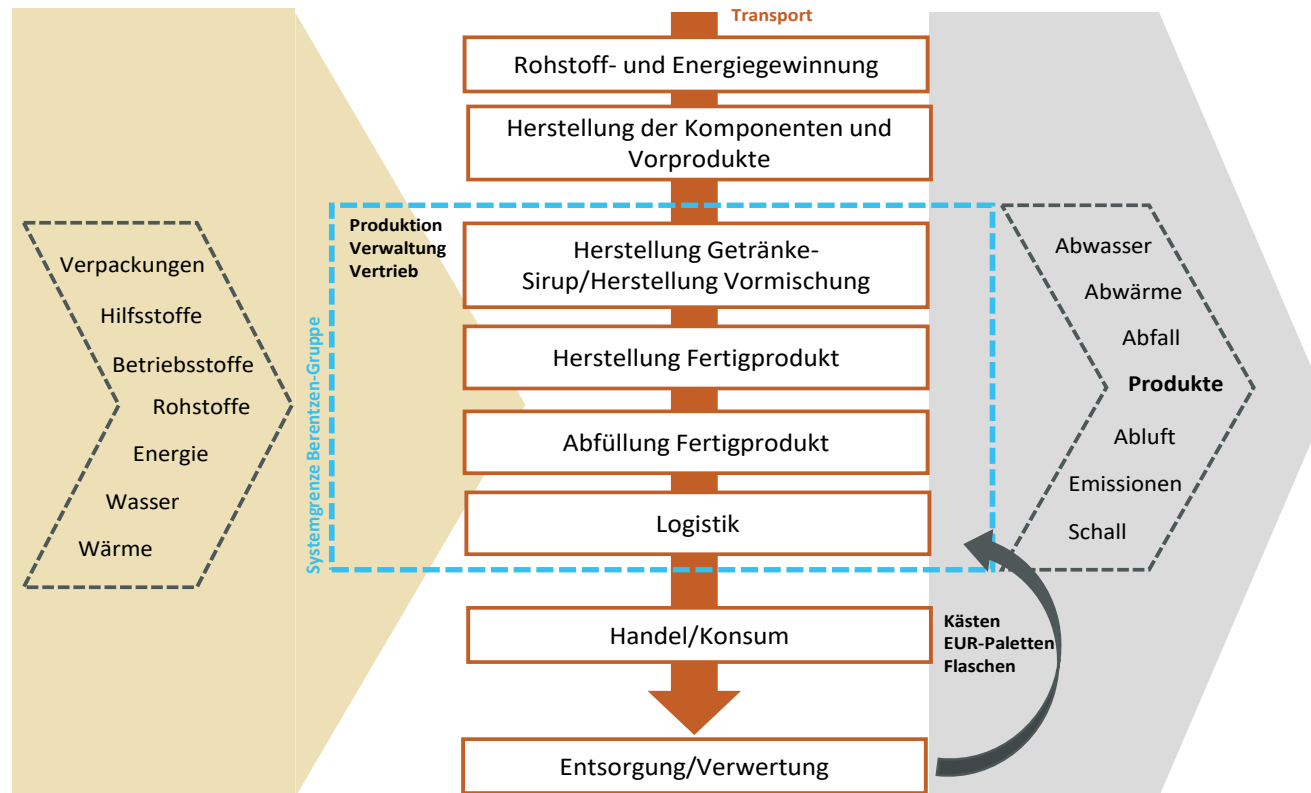
Products

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 zeigt unsere Wertschöpfungskette.

Unsere Wertschöpfungskette Spirituose und Alkoholfreie Getränke





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.

**Einführung**

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

**Grundlagen**

**People**

Glasflaschen für die Abfüllung von AFG sowie Kästen und Paletten unterliegen grundsätzlich dem Mehrwegsystem. Sie werden im Kreislaufsystem eingesetzt und nach der Nutzung wieder in den Kreislauf zurückgeführt.

**Planet**

[Wertschöpfungskette](#)

- Wasser
- Klimaschutz
- Umgang mit Ressourcen

**Products**

**Anhang**

**Input-Output-Bilanz**  
Die Input-Output-Bilanz dokumentiert die zur Herstellung und Verpackung der Spirituosen und AFG eingesetzten Roh- und Hilfsstoffe sowie Verpackungsmaterialien. Die Grundlage bilden die über ERP-System SAP erfassten Wareneingänge im Geschäftsjahr 2020. Bestandsveränderungen im Laufe des Jahres bleiben unberücksichtigt.

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 2020**

Input	Menge	Einheit
<b>Rohstoffe</b>		
Kräuter/Gewürze	9	Tonnen
Öle	62	Liter
Aromen/Konzentrate/Grundstoffe	3.032	Tonnen
Zucker/Zuckersirup	9.213	Tonnen
Destillate	21.316	Liter
Halbware	876.917	Liter
Diverse Rohstoffe	85	Tonnen
<b>Hilfsstoffe</b>		
Stickstoff	56.038	Kubikmeter
Kohlensäure	1.839	Tonnen
Farbstoffe	5	Tonnen
<b>Verpackungsmaterialien</b>		
Papieretiketten	531.058	T Stück
Kartonagen	22.821	T Stück
Kartonaufkleber	9.991	T Stück
Folienetiketten	190.353	T Stück
PET-Flaschen	1.352	Tonnen
Schrumpfhäuben	937	T Stück
Stretchfolie unbedruckt	57	Tonnen
Stretchfolie bedruckt	5.446	T Meter
Sonstige Verpackungsmaterialien aus Kunststoff	6.015	T Stück
Blechdosen	0	
Kunststoffverschlüsse	95.670	T Stück
Metallverschlüsse	229.487	T Stück
Glasflaschen	35.810	Tonnen
<b>Output</b>		
<b>Liter Fertigprodukt</b>	<b>218.436.357</b>	<b>Liter</b>
<b>Füllungen</b>	<b>336.305.299</b>	<b>Stück</b>
Durchschnittliche Füllmenge	0,65	Liter/Stück



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Wertschöpfungskette

- Wasser
- Klimaschutz
- Umgang mit Ressourcen

Products

Anhang

Da die im Segment *Frischsaftsyste* 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 alkoholfreie Getränke.

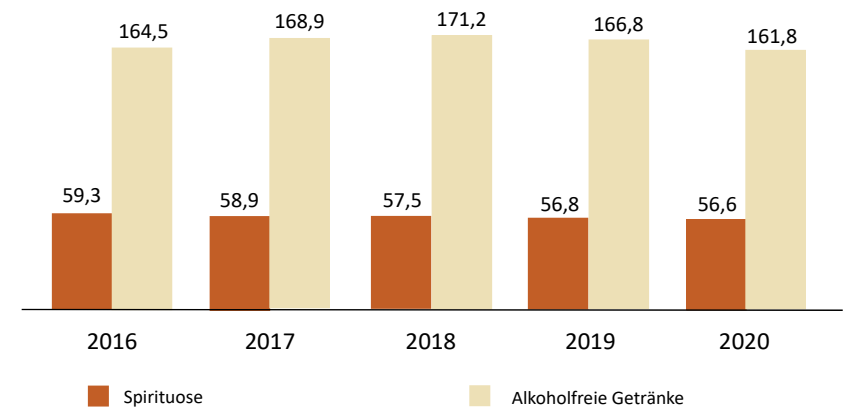
Grundsätzlich wurden in den vergangenen Jahren bereits viele Maßnahmen zur Verringerung des Materialeinsatzes umgesetzt. So konnte beispielsweise durch die Umstellung der Kartonqualitäten von Vollpappe auf Wellpappe mit reduzierten Flächengewichten eine deutliche Reduzierung des Materialeinsatzes erreicht werden.

Produktionsmenge

	2020	2019	2018	2015
<b>AFG</b>				
Liter Fertigprodukt [l]	161.818.837	166.781.070	171.212.156	148.754.399
Füllungen [Stück]	191.083.269	192.810.792	195.165.083	163.049.443
Durchschnittliche Füllmenge [l/Stück]	0,85	0,86	0,88	0,91
<b>Spirituose</b>				
Liter Fertigprodukt [l]	56.617.520	56.762.769	57.465.826	54.701.144
Füllungen [Stück]	145.222.030	145.947.482	152.233.477	156.715.803
Durchschnittliche Füllmenge [l/Stück]	0,39	0,39	0,38	0,35
<b>Gesamt Liter Fertigprodukt [l]</b>	<b>218.436.357</b>	<b>223.543.839</b>	<b>228.677.982</b>	<b>203.455.543</b>
<b>Durchschnittliche Füllmenge [l/Stück]</b>	<b>0,65</b>	<b>0,66</b>	<b>0,66</b>	<b>0,64</b>

Entwicklung der Produktionsmenge der Berentzen-Gruppe

In Mio. Liter Fertigprodukt



Die durchschnittliche Füllmenge bei AFG ist im Vergleich zum Vorjahr erneut leicht gesunken. Sie liegt mit 0,85 Litern pro Füllung unter dem Wert für 2019 (0,86 Liter je Füllung). Die Füllmenge im Bereich der Spirituosen blieb im Geschäftsjahr 2020 konstant bei 0,39 Liter je Füllung. Die durchschnittliche Füllmenge für beide Segmente ist im Berichtsjahr leicht auf 0,65 Liter je Füllung (Vorjahr 0,66 Liter je Füllung) gesunken.

Im Vergleich zum Vorjahr ist im Geschäftsjahr 2020 die Produktionsmenge in Litern Fertigprodukt leicht gesunken.





Einführung

Grundlagen

People

Planet

Wertschöpfungskette

Wasser

Klimaschutz

Umgang mit Ressourcen

Products

Anhang

(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 deswegen für uns ein wesentliches Thema. Auch wenn an unseren Produktionsstandorten keine Wasserknappheit herrscht, 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 Sanitär-Einrichtungen“ 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.



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.



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Wertschöpfungskette

Wasser

Klimaschutz

Umgang mit Ressourcen

Products

Anhang

Absoluter Wasserverbrauch und Abwasseraufkommen

	2020	2019	2018	2015
Brunnenwasser [m³]	263.505	277.275	291.427	276.825
Stadtwasser [m³]	226.336	207.894	224.236	207.109
<b>Gesamt Wasserverbrauch [m³]</b>	<b>489.841</b>	<b>485.169</b>	<b>515.663</b>	<b>483.934</b>
<b>Abwasser [m³]</b>	<b>240.790</b>	<b>233.499</b>	<b>245.912</b>	<b>224.340</b>

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 2020 stieg der Wasserverbrauch leicht an und lag somit bei 489.841 m³ (2019: 485.169 m³). Auch das Abwasseraufkommen stieg von 233.499 m³ im Geschäftsjahr 2019 auf 240.790 m³ (2020).

Ursächlich hierfür ist insbesondere die steigende Produktionsmenge von solchen alkoholfreien Produkten, die in Glas-Mehrweggebinden abgefüllt werden. So wird im Prozess der Glasflaschenreinigung mehr Wasser benötigt als beim Reinigungsprozess der PET-Mehrwegflaschen. Im Vergleich zu den PET-Einwegartikeln ist der Wasserverbrauch ebenfalls deutlich höher, da bei Einwegartikeln keine vorherige Flaschenreinigung notwendig ist. Dies bezieht sich sowohl auf den Wasserverbrauch als auch auf das damit einhergehende Abwasseraufkommen.



Spezifischer Wasserverbrauch und Abwasseraufkommen

	2020	2019	2018	2015
Wasserverbrauch je Liter Fertigprodukt [l/l]	2,24	2,17	2,25	2,38
Abwasseraufkommen je Liter Fertigprodukt [l/l]	1,10	1,04	1,08	1,10
Durchschnittliche Füllmenge [l/Stück]	0,65	0,66	0,66	0,64

Durch den Anstieg des absoluten Wasserverbrauchs und Abwasseraufkommens stieg ebenfalls der spezifische Wasserverbrauch in Liter je Liter Fertigprodukt von 2,17 auf 2,24 sowie das spezifische Abwasseraufkommen, welches im Geschäftsjahr 2019 noch bei 1,04 Liter je Liter Fertigprodukt lag und im Berichtsjahr auf 1,10 Liter je Liter Fertigprodukt anstieg.



### (4.3) Klimaschutz

#### Einführung

#### Grundlagen

#### People

#### Planet

- Wertschöpfungskette
- Wasser
- Klimaschutz**
- Umgang mit Ressourcen

#### Products

#### Anhang

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](#).

Darüber hinaus haben wir im Berichtsjahr den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck von verschiedenen Marken berechnet. Wir freuen uns besonders, dass seit dem Geschäftsjahr 2020 die CO<sub>2</sub>-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. Durch unsere Unterstützung der Klimaschutzprojekte werden insgesamt über 10.000 t CO<sub>2</sub> pro Jahr eingespart bzw. vermieden. Weitere Informationen dazu finden sich im Kapitel [Klimaneutrale Produkte](#).

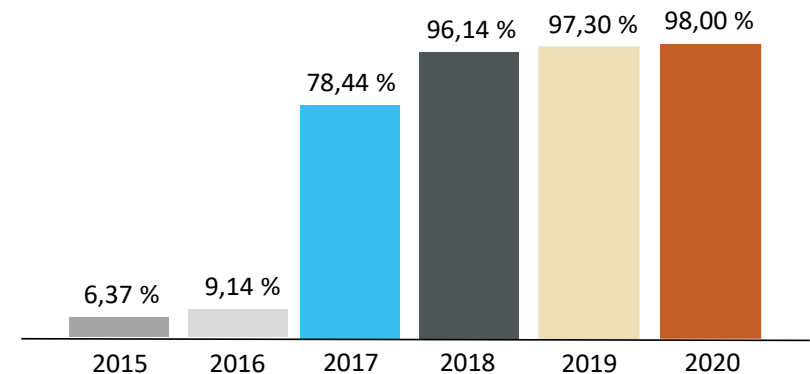


Unser Beitrag zur Erreichung des SDGs Nr. 13 „Maßnahmen zum Klimaschutz“: Durch den Einsatz von 100 % Ökostrom in der Produktion vermeiden wir den Ausstoß von Emissionen, darüber hinaus kompensieren wir für uns aktuell unvermeidbare Emissionen, der Wassermarken *Emsland Quelle* und *Märkisch Kristall*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

#### Erneuerbare Energie

Wir setzen auf erneuerbare Energie und haben daher bereits vor einigen Jahren mit der Umstellung auf Strom aus erneuerbaren Energien innerhalb der Unternehmensgruppe begonnen. Bereits seit dem Geschäftsjahr 2018 liegt der Anteil erneuerbarer Energien am Gesamtstromverbrauch bei über 95 %. Im Berichtsjahr konnten wir diesen weiter auf 98 % erhöhen. In der Produktion liegt der Anteil erneuerbarer Energie bereits bei 100 %.

#### Anteil Strom aus erneuerbaren Energien im Jahresvergleich





## Einführung

## Grundlagen

## People

## Planet

Wertschöpfungskette

Wasser

[Klimaschutz](#)


Umgang mit Ressourcen

## Products

## Anhang

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. 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.

### *Corporate Carbon Footprint*

Seit dem Geschäftsjahr 2017 berechnen wir den Corporate Carbon Footprint der gesamten Unternehmensgruppe. Dabei haben wir uns am anerkannten  [Greenhouse Gas Protocol \(GHG\)](#) orientiert. Durch die Berechnung ermitteln wir, wie viele und wodurch CO<sub>2</sub>-Emissionen durch die Berentzen-Gruppe verursacht werden. Diese Informationen helfen uns, langfristig die CO<sub>2</sub>-Emissionen zu verringern.

Zur Ermittlung des Corporate Carbon Footprints wurden sowohl die organisatorischen als auch die operativen Systemgrenzen eindeutig festgelegt.

Die organisatorischen Systemgrenzen beschreiben die einbezogenen organisatorischen Einheiten und den Zeitraum, auf den sich der Corporate Carbon Footprint bezieht. Wir haben alle aktiven Produktions-, Vertriebs- und Verwaltungsstandorte für das Geschäftsjahr 2020 einbezogen. Die operativen Systemgrenzen zeigen die Emissionsquellen auf, die innerhalb der organisatorischen Grenzen Berücksichtigung finden.



Das Greenhouse Gas Protocol unterscheidet zur Abgrenzung verschiedener Emissionsquellen zwischen drei Kategorien, den sogenannten Scopes:

### *Scope 1*

In Scope 1 werden alle CO<sub>2</sub>-Emissionen ausgewiesen, die direkt durch das bilanzierende Unternehmen gesteuert werden können (direkte CO<sub>2</sub>-Emissionen). Hierunter fallen die Verbrennung fossiler Brennstoffe (mobil und stationär), CO<sub>2</sub>-Emissionen aus chemischen und physikalischen Prozessen sowie Kältemittelleckagen aus Klimaanlageanlagen.

### *Scope 2*

In Scope 2 werden indirekte CO<sub>2</sub>-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 CO<sub>2</sub>-Emissionen unterschiedlicher Unternehmen vermieden.





Einführung

Grundlagen

People

Planet

Wertschöpfungskette

Wasser

Klimaschutz

Umgang mit Ressourcen

Products

Anhang

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.

Wir ermittelten für das Geschäftsjahr 2020 genauso wie im Vorjahr 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.

Emissionen 2020

Im Geschäftsjahr 2020 lag der Corporate Carbon Footprint der Berentzen-Gruppe für Scope 1 und Scope 2 (inkl. Vorkette Scope 3) durch den konzernweiten Energie- und Kälteverbrauch bei 5.285 Tonnen CO2-Äquivalenten (2019: 5.972). Demnach konnten wir unsere absoluten Emissionen um 11,5 % reduzieren und die spezifischen Emissionen um 9,5 % im Vergleich zum Vorjahr senken. So lagen die spezifischen Emissionen im Berichtsjahr bei 24,20 Kilogramm CO2-Äquivalenten je Kubikmeter Fertigprodukt gegenüber 26,72 CO2-Äquivalenten je Kubikmeter Fertigprodukt im Vorjahr.

Dies konnten wir erreichen, indem wir im Berichtsjahr sowohl unseren Erdgasverbrauch als auch unseren Strom- und Dieserverbrauch deutlich reduzieren konnten. Mehr Informationen zu unseren Energieverbräuchen finden sich im Kapitel -> Umgang mit Ressourcen.

Corporate Carbon Footprint

	2020	2019	2018	2017
Emissionen aus Wärme inkl. Vorkette Scope 3 [t CO2e]	4.219	4.719	5.286	4.271
Emissionen aus Strom inkl. Vorkette Scope 3 [t CO2e]	384	437	503	1.416
Emissionen aus Transport inkl. Vorkette Scope 3 [t CO2e]	683	816	1.093	900
Kältemittel [t CO2e] <sup>1)</sup>	0	0	284	-
<b>Gesamt Emissionen [t CO2e]</b>	<b>5.285</b>	<b>5.972</b>	<b>7.166</b>	<b>6.587</b>
Spez. Emissionen [kg CO2e/m³]	24,20	26,72	31,34	28,92
Vergleich zum Vorjahr [%]	-9,4%	-14,7%	8,36%	

<sup>1)</sup> Die flüchtigen Treibhausgasemissionen aus Leckagen und durch Befüllung von Klimaanlageanlagen werden erst seit dem Geschäftsjahr 2018 berücksichtigt.

Im Geschäftsjahr 2020 konnten wir die Emissionen aus Wärme, Strom und Transport deutlich minimieren. Da im Berichtsjahr kein Kältemittel nachgefüllt werden musste, wurden dadurch keine CO2-Emissionen verursacht.



Einführung

Grundlagen

People

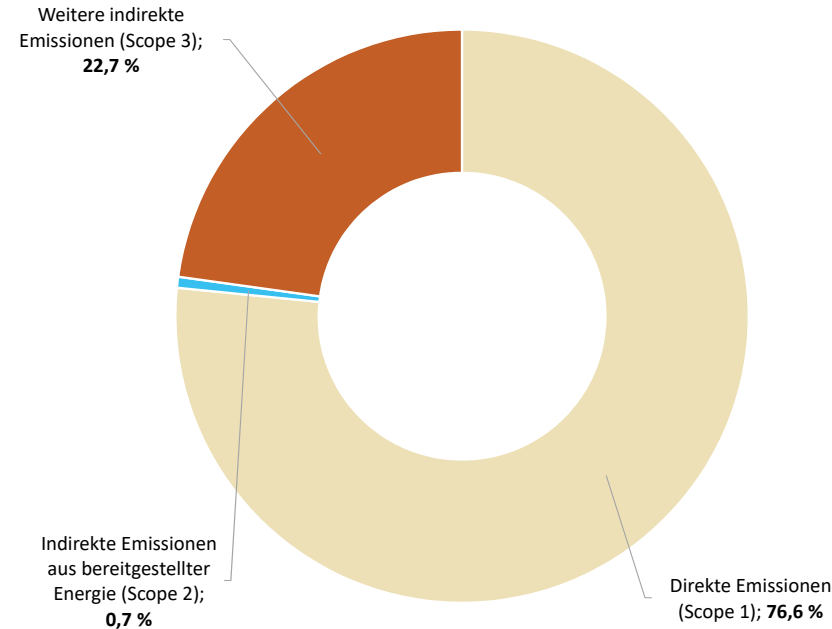
Planet

- Wertschöpfungskette
- Wasser
- Klimaschutz
- Umgang mit Ressourcen

Products

Anhang

**Aufteilung der CO<sub>2</sub>-Äquivalente im Berichtsjahr**



Prozentual betrachtet, machen die Scope 1 Emissionen auch im Berichtsjahr 76,6% der Emissionen aus. Der Anteil der Scope 2 Emissionen erhöhte sich leicht von 0,6% auf 0,7%. Auch die Scope 3 Emissionen im Berichtsjahr sind nahezu konstant bei 22,7% (2019: 22,8%) geblieben.

**Datenerfassung und Berechnung**

Der vorliegende Corporate Carbon Footprint weist alle Emissionen als CO<sub>2</sub>-Äquivalente aus. Demnach werden in den Berechnungen neben CO<sub>2</sub> auch die sechs weiteren im Kyoto-Protokoll reglementierten Treibhausgase berücksichtigt: Methan (CH<sub>4</sub>), Lachgas (N<sub>2</sub>O), Schwefelhexafluorid (SF<sub>6</sub>), Fluorkohlenwasserstoffe (FKW und H-FKW) und Stickstofftrifluorid (NF<sub>3</sub>). Diese werden in das Treibhauspotential von CO<sub>2</sub> umgerechnet und als CO<sub>2</sub>-Äquivalente (CO<sub>2</sub>e) ausgewiesen.

Die Berechnung der CO<sub>2</sub>-Emissionen erfolgte mit Hilfe von Verbrauchsdaten und Emissionsfaktoren für die Umrechnung in CO<sub>2</sub>-Äquivalente.

Für die Umrechnung der Verbrauchsdaten in CO<sub>2</sub>-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 Klimaanlageanlagen.





## (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.

organisatorische Maßnahmen abgeleitet, um die energiebezogene Leistung kontinuierlich zu verbessern und gleichzeitig die Energienutzung systematisch und längerfristig effizienter zu gestalten.

### Einführung

### Grundlagen

### People

### Planet

Wertschöpfungskette

Wasser

Klimaschutz

[Umgang mit Ressourcen](#)



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 50001:2011 eingeführt und im Jahr 2016 auf alle deutschen Standorte der Unternehmensgruppe ausgeweitet. Im Berichtsjahr haben wir zum einen die Normumstellung auf ISO 50001:2015 erfolgreich umgesetzt und zum anderen 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

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



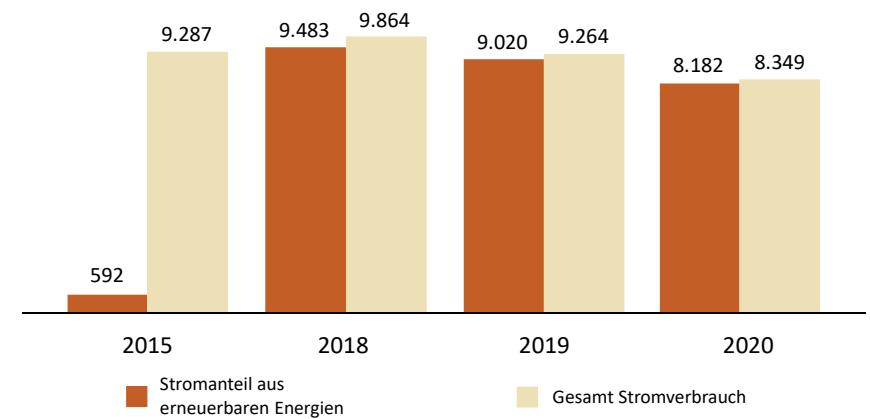
### Stromverbrauch

Im Berichtsjahr konnten wir den absoluten und spezifischen Stromverbrauch signifikant senken. Dies ist auf unterschiedliche Effizienzmaßnahmen zurückzuführen, welche wir im Geschäftsjahr 2020 erfolgreich umgesetzt haben. Durch eine verbesserte Produktionsplanung konnte die Maschinenauslastung in der Weise optimiert werden, dass größere Chargen bzw. Losgrößen abgefüllt werden konnten. Auf diesem Weg wurde die Anzahl an Anlagenumrüstungen reduziert. Bei der Umrüstung von Produktionsanlagen führt insbesondere die Wiederinbetriebnahme der Produktionsanlagen zu einem höheren Energieverbrauch.

Darüber hinaus konnten wir weitere Einsparungen beispielsweise durch die kontinuierliche Umstellung von Leuchtmitteln auf LED-Beleuchtung erzielen. Dies führte dazu, dass wir im Geschäftsjahr 2020 unseren absoluten Stromverbrauch von 9.263.963 kWh (2019) auf 8.348.772 kWh deutlich reduziert haben. Der spezifische Stromverbrauch verringerte sich dabei ebenfalls signifikant von 42,41 Kilowattstunden je Kubikmeter Fertigprodukt (2019) auf 38,22 Kilowattstunden je Kubikmeter Fertigprodukt (2020). Im Geschäftsjahr 2020 wurden somit 16,3 % weniger Strom je Kubikmeter Fertigprodukt eingesetzt als im Basisjahr.

### Entwicklung des Stromverbrauchs im Jahresvergleich

In Tausend kWh



### Absoluter und spezifischer Stromverbrauch auf Konzernebene

	2020	2019	2018	2015
Strom aus fossilen Energieträgern [kWh]	166.712	243.567	380.614	8.695.980
Strom aus erneuerbaren Energien [kWh]	8.182.010	9.020.396	9.483.256	591.991
<b>Gesamt Stromverbrauch [kWh]</b>	<b>8.348.722</b>	<b>9.263.963</b>	<b>9.863.870</b>	<b>9.287.972</b>
Spez. Stromverbrauch [kWh/m <sup>3</sup> ]	38,22	42,41	43,30	45,65
Vergleich zum Basisjahr 2015 [%]	-16,3%	-7,1%	-5,1%	Basisjahr



## Einführung

## Grundlagen

## People

## Planet

Wertschöpfungskette

Wasser

Klimaschutz

Umgang mit Ressourcen

## Products

## Anhang

### Brennstoffverbrauch

Im Berichtsjahr konnten wir sowohl den absoluten als auch den spezifischen Brennstoffverbrauch erfolgreich senken. So ist der spezifische Brennstoffverbrauch von 82,57 Kilowattstunden je Kubikmeter Fertigprodukt im Jahr 2019 auf 75,27 Kilowattstunden je Kubikmeter Fertigprodukt im Jahr 2020 gesunken. Im Vergleich zum Basisjahr 2015 stellt dies eine Senkung um 12,0 % dar.

Die Verringerung des Brennstoffbedarfs ist ebenfalls sowohl auf die verbesserte Produktionsplanung als auch auf Isolierungsmaßnahmen an Gebäuden zurückzuführen. Darüber hinaus konnte durch eine effizientere Steuerung des Dampfkessels eine Reduktion des Erdgasverbrauchs erzielt werden.

#### Absoluter und spezifischer Brennstoffverbrauch

	2020	2019	2018	2015
Erdgas [kWh]	14.152.705	16.340.775	18.000.149	15.186.172
Heizöl [kWh]	2.290.000	2.340.000	2.713.660	2.226.590
<b>Gesamt Brennstoffverbrauch [kWh]</b>	<b>16.442.705</b>	<b>18.680.775</b>	<b>20.713.809</b>	<b>17.412.762</b>
Spezifischer Brennstoffverbrauch [kWh/m <sup>3</sup> ]	75,27	82,57	90,58	85,59
Vergleich zum Basisjahr 2015 [%]	-12,0%	-3,5%	5,8%	Basisjahr

### Gesamtenergieverbrauch

Unser Gesamtenergieverbrauch an allen Standorten lag im Geschäftsjahr 2020 bei 27.105.744 Kilowattstunden. Damit verringerte sich der absolute und spezifische Energieverbrauch im Vergleich zum Vorjahr erheblich. Der spezifische Energieverbrauch sank von 137,57 Kilowattstunden je Kubikmeter Fertigprodukt (2019) auf 124,09 Kilowattstunden je Kubikmeter Fertigprodukt (2020).

Diese Ergebnisse sind vorwiegend das Resultat unseres kontinuierlichen Strebens nach einem effizienteren Ressourceneinsatz. So konnte die Reduzierung des Kraftstoffverbrauchs insbesondere durch die Umstellung von mit fossilen Brennstoffen betriebenen Staplerfahrzeugen auf solche mit Elektroantrieb erreicht werden. Darüber hinaus hat die Coronavirus-Pandemie die Reiseaktivitäten unseres Außendienstes eingeschränkt. Zusätzlich führen die Reduktionsmaßnahmen des Brennstoff- und Stromverbrauchs ebenfalls zur Reduzierung des absoluten und spezifischen Energiebedarfs.

#### Absoluter Energieverbrauch auf Konzernebene

	2020	2019	2018	2015
Erdgas [kWh]	14.152.705	16.340.775	18.000.149	15.186.172
Heizöl [kWh]	2.290.000	2.340.000	2.713.660	2.226.590
Diesel [kWh]	2.095.100	2.562.420	2.543.220	3.216.146
Benzin [kWh]	97.888	122.047	131.762	72.496
Strom [kWh]	8.348.722	9.263.963	9.863.870	9.287.972
Fernwärme [kWh]	121.329	124.000	88.000	48.000
<b>Gesamt Energieverbrauch [kWh]</b>	<b>27.105.744</b>	<b>30.753.205</b>	<b>33.340.661</b>	<b>30.037.376</b>
Spez. Energieverbrauch [kWh/m <sup>3</sup> ]	124,09	137,57	145,80	147,64
Vergleich zum Basisjahr 2015 [%]	-15,9%	-6,8%	-1,3%	Basisjahr



## Einführung

## Grundlagen

## People

## Planet

Wertschöpfungskette

Wasser

Klimaschutz

Umgang mit Ressourcen

## Products

## Anhang

## Wertstoff- und Abfallaufkommen

Unser absolutes Wertstoff- und Abfallaufkommen ist im Berichtsjahr von 3.725,3 Tonnen im Jahr 2019 auf 4.076,4 Tonnen im Jahr 2020 gestiegen. Auch das spezifische Abfall- und Wertstoffaufkommen erhöhte sich im Berichtsjahr von 16,66 Gramm pro Liter Fertigprodukt (2019) auf 18,66 Gramm pro Liter Fertigprodukt (2020). Jedoch entfällt die gestiegene Abfallmenge weitestgehend auf die recyclingfähigen Wertstoffe. Der spezifische Abfall zur Beseitigung ist im Berichtsjahr nur gering von 0,57 Gramm pro Liter Fertigprodukt (2019) auf 0,59 Gramm pro Liter Fertigprodukt gestiegen.

Größere mengenmäßige Veränderungen gab es bei der Gesamtmenge des Glasabfalls. Diese ist insbesondere durch die Modernisierung der Glas-Mehrweg-Anlage in der Produktion am Standort Grüneberg und eine damit einhergehende verbesserte Kontrolltechnik mit feinerer Aussortierung zu erklären. Ebenfalls beeinflusst wurde die Menge des Glasabfalls durch eine erneut gestiegene Produktionsmenge im Segment Alkoholfreie Getränke im Glas-Mehrweg-Bereich. Hier wird regelmäßig ein Teil der Flaschen nach Qualitätskriterien aussortiert und ein entsprechender Anteil neuer Flaschen in den Kreislauf eingeführt. Zusätzlich hat am Standort Haselünne eine außerordentliche Entsorgung im PET- Einwegbereich stattgefunden, welche den Anstieg an Kunststoffabfall erklärt.

Neben dem gestiegenen Gesamtabfallaufkommen nahm auch der Anteil an Recycling-Abfällen bzw. verwertbaren Abfällen leicht zu. Unser Wertstoffaufkommen machte somit auch im Geschäftsjahr 2020 den überwiegenden Anteil unseres Abfalls aus und lag bei über 96 %. Dies bedeutet, dass 96,7 % unseres Abfallaufkommens als Wertstoff in den Wertstoffkreislauf zurückgeführt wird.

## Absolutes und spezifisches Wertstoff- und Abfallaufkommen

	2020	2019	2018	2015
Glasabfall [t]	2.182,9	1.953,0	1.690,5	1.250,7
Papier & Pappe [t]	518,5	513,5	520,0	560,0
Kunststoff [t]	778,0	684,0	593,4	603,3
Metall [t]	149,2	126,3	141,8	139,2
Altholz [t]	24,3	27,7	24,0	36,5
Kompostierbare Abfälle [t]	26,2	37,9	29,3	44,9
Gefährliche Abfälle [t]	7,2	10,2	6,4	3,4
Sonstige Abfälle zur Verwertung [t]	264,3	255,8	188,1	135,3
Sonstige Abfälle zur Beseitigung [t]	125,8	116,9	163,5	172,7
<b>Gesamt Abfall- und Wertstoffmenge [t]</b>	<b>4.076,4</b>	<b>3.725,3</b>	<b>3.357,0</b>	<b>2.946,0</b>
Abfall- und Wertstoffaufkommen je Liter Fertigprodukt [g/l]	18,66	16,66	14,68	14,48
Recyclingfähiger Abfall je Liter Fertigprodukt [g/l]	18,05	16,10	13,94	13,61
Abfall zur Beseitigung je Liter Fertigprodukt [g/l]	0,59	0,57	0,74	0,87

## Absolutes Abfall- und Wertstoffaufkommen nach Entsorgungsart auf

## Konzernebene

	2020	Anteil
Recycling/Verwertbare Abfälle [t]	3.943,4	96,7%
Müllverbrennung [t]	125,8	3,1%
Gefährliche Abfälle [t]	7,2	0,2%
<b>Gesamt Abfall- und Wertstoffaufkommen [t]</b>	<b>4.076,4</b>	<b>100,0%</b>



## (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.

### Einführung

### Grundlagen

### People

### Planet

### Products

Nachhaltige Produkte und Verpackungen

Klimaneutrale Produkte

Produktsicherheit und -qualität

Verantwortungsvolle Beschaffung

### Anhang



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.

Mehr zum Thema klimaneutrale Produkte finden sich im Folgenden unter dem Kapitel → [Klimaneutrale Produkte](#).

Mit unserer im Berichtsjahr neu entwickelten Nachhaltigkeitsstrategie und der Zielsetzung „One hundred sustainable Products“ wollen wir ab dem Geschäftsjahr 2021 einen noch stärkeren Fokus auf das Thema nachhaltige Produkte und umweltfreundlichere Produktverpackungen legen. Damit gehen wir den Weg weiter, Nachhaltigkeit Schritt für Schritt stärker in unsere Unternehmenstätigkeit zu integrieren und somit zu einem integralen Bestandteil zu machen.

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.



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

(5.1) Nachhaltige Produkte und Verpackungen

Das wesentliche Thema „nachhaltige Produkte und Verpackungen“ ist auf Grund verschiedener Aspekte eines, das in den vergangenen Jahren zunehmend an Bedeutung gewonnen hat. 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 vermeiden und positive Auswirkungen fördern.

Auch das Thema Verpackung hat in den vergangenen Jahren zunehmend an Aufmerksamkeit gewonnen. Im Geschäftsbereich Spirituosen 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 98,69 %.

Entwicklung der Verpackungsformen im Segment Spirituosen <sup>1)</sup>

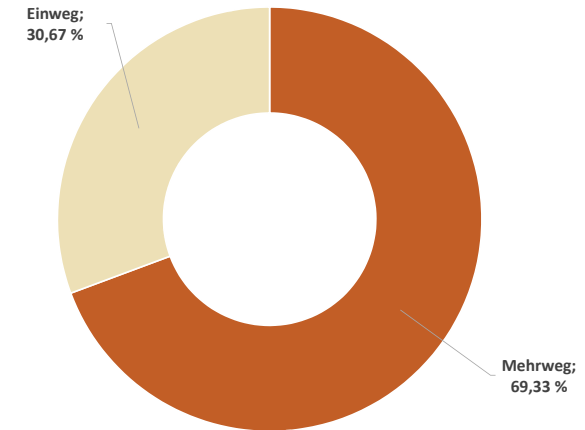
	2020	2019	2018
Glas-Gebinde	98,69%	99,01%	99,01%
Sonstige Gebinde	1,31%	0,99%	0,99%
<b>Gesamt</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

<sup>1)</sup> 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 69,33 % auf Basis produzierter Liter setzen wir überwiegend auf umweltfreundliche Mehrweg-Gebinde. 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-Gebinden im Berichtsjahr

Auf Basis produzierter Liter im Segment *Alkoholfreie Getränke*



Entwicklung des Mehrweganteils im Segment Alkoholfreie Getränke <sup>2)</sup>

	2020	2019	2018
Mehrweg	69,33%	69,12%	67,82%
Einweg	30,67%	30,88%	32,18%
<b>Gesamt</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

<sup>2)</sup> Auf Basis produzierter Liter.





Einführung

Grundlagen

People

Planet

Products

Nachhaltige Produkte und Verpackungen

Klimaneutrale Produkte

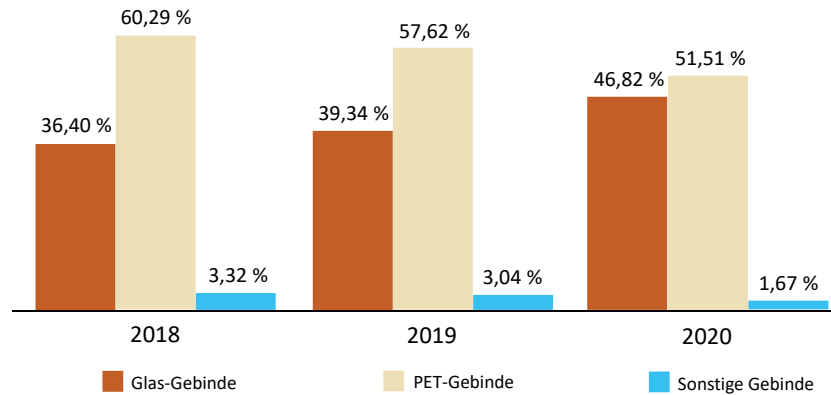
Produktsicherheit und -qualität

Verantwortungsvolle Beschaffung

Anhang

Entwicklung der Verpackungsformen im Segment Alkoholfreie Getränke

Auf Basis produzierter Liter



Im Geschäftsbereich Frischsaftsysteme 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 neuen rPET Flaschen – bestehend aus bis zu 100 % Recyclingmaterial – im Markt zu etablieren.

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. Darüber hinaus werden wir im Jahr 2021 das Angebot der *frutas naturales* erweitern und erstmals Saftorangen aus biologischem Anbau anbieten.

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.

**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 CO<sub>2</sub>-Emissionen berechnet und durch Unterstützung international anerkannter Klimaschutzprojekte ausgeglichen wurden. Der Ausgleich von CO<sub>2</sub>-Emissionen ist neben Vermeidung und Reduktion ein wichtiger Schritt im ganzheitlichen Klimaschutz. Treibhausgase wie CO<sub>2</sub> 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 CO<sub>2</sub>-Emissionen verursachen unsere Produkte?“, stellten wir uns genau dieser Herausforderung und berechneten den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck unserer Mineralwassermarken *Emsland Quelle* und *Märkisch Kristall* sowie der Marke *Mio Mio*.

Bei der Berechnung sind wir nach dem cradle to customer-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.

Die Entstehung von Mineralwasser generiert keine Emissionen, jedoch werden beispielweise 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 CO<sub>2</sub>-Emissionen und erreichen somit die Klimaneutralität für diese Produkte.



Der CO<sub>2</sub>-Ausgleich für die Mineralwassermarken *Emsland Quelle* und *Märkisch Kristall* erfolgte im Berichtsjahr durch die zwei zertifizierten Klimaschutzprojekte „Sauberes Trinkwasser, Uganda“ und „Waldschutz in Portel, 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 eines der o.g. zertifizierte Klimaschutzprojekte — in diesem Fall „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 CO<sub>2</sub> ausgeglichen und welches Klimaschutzprojekt unterstützt wurde.



Unter den folgenden Links findet sich das ID-Tracking der Wassermarken *Emsland Quelle* und *Märkisch Kristall* [www.climatepartner.com/13574-1909-1001](http://www.climatepartner.com/13574-1909-1001) sowie der Marke *Mio Mio* [www.climatepartner.com/13574-1912-1002](http://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 neuen Nachhaltigkeitsstrategie inspiriert. Die Mineralwassermarken *Emsland Quelle* und *Märkisch Kristall* sowie die klimaneutralen *Mio Mio*-Produkte stellen dabei unsere ersten nachhaltigen Produkte dar.

Mit Blick auf das Ziel, 100 nachhaltige Produkte im Produktportfolio der Berentzen-Gruppe zu etablieren, haben wir uns dazu entschieden, die Erfrischungsgetränke der Marke *Emsland Sonne* ab dem Geschäftsjahr 2021 ebenfalls klimaneutral zu stellen. Der CO<sub>2</sub>-Ausgleich erfolgt im Jahr 2021 durch die zwei zertifizierten Klimaschutzprojekte „Aufforstung in Guarané, Uruguay“ und „Sauberes Trinkwasser, Uganda“.



### 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 CO<sub>2</sub>-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 CO<sub>2</sub>-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



## Einführung

## Grundlagen

## People

## Planet

## Products

Nachhaltige Produkte und Verpackungen

Klimaneutrale Produkte

Produktsicherheit und -qualität

Verantwortungsvolle Beschaffung

## Anhang

den Menschen den Zugang zu sauberem Trinkwasser, ohne dass sie es abkochen müssen. So werden CO<sub>2</sub>-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 CO<sub>2</sub> verursachen als herkömmliche Kochmethoden.

Neben dem gewünschten Effekt, CO<sub>2</sub>-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 Rauchentwicklung beim Abkochen des Wassers führt zu Augen- und Atemwegserkrankungen, vor allem bei Frauen und Kindern. Das Klimaschutzprojekt bekämpft somit beide Probleme und spart gleichzeitig CO<sub>2</sub>-Emissionen ein.



### *Wie funktioniert Klimaschutz mit Waldschutz?*

Wälder speichern CO<sub>2</sub>, tropische Wälder sogar besonders viel. Für anerkannte Klimaschutzprojekte gibt es drei Methoden, Wälder als CO<sub>2</sub>-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 2020 auf höherem IFS Standardniveau. Das Audit für die unterjährige IFS-Zertifizierung erfolgte für den Geschäftsbereich *Alkoholfreie Getränke* für die Betriebsstätte in Haselünne und Grüneberg im November 2020. Die Zertifizierung des Geschäftsbereichs *Frischsaftsysteme* nach dem Standard IFS Broker Version 2 erfolgte im Oktober 2020 auf höherem Niveau.



### ISO 9001

Der Geschäftsbereich *Frischsaftsysteme* ist neben dem IFS Food auch nach der Qualitätsmanagementnorm ISO 9001:2015 zertifiziert. Diese legt umsetzende 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 2020 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 2020 kontinuierlich an der Qualitäts- und Geschmacksverbesserung bestehender Spirituosenprodukte sowie an der Entwicklung innovativer Neuprodukte gearbeitet. Im abgelaufenen Geschäftsjahr 2020 wurden hierzu 346 (2019:421) Rezepturen für Spirituosen im Marken- und Handelsmarkenbereich entwickelt und begutachtet.

Im Segment *Alkoholfreie Getränke* wurde im Geschäftsjahr 2020 eine weitere Ergänzung innerhalb der bestehenden Produktlinie unter der eigenen Marke *Mio Mio* vorgenommen. Unser Stammprodukt *Mio Mio Mate* wurde um eine zuckerfreie Variante *Mio Mio Mate Zero* ergänzt.

Die Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten im Segment *Frischsaftsysteme* konzentrierten sich im Geschäftsjahr auf die Maschinenteknologie einschließlich Zubehör. Dabei spielt neben der Entwicklung neuer Produktreihen von Fruchtpressen – im Geschäftsjahr waren dies die 8000 Connect, 8000 eXpress und iMpress – auch die kontinuierliche Verbesserung der laufenden Serien eine große Rolle. Die unterschiedlichen Entwicklungen stellten wesentliche Fortschritte in den Bereichen Handling, Reinigung und Digitalisierung dar.

Die direkten Aufwendungen für Forschung und Entwicklung sowie Qualitätssicherung lagen im Geschäftsjahr bei 1,7 Mio. Euro (1,8 Mio. Euro).





## Einführung

## Grundlagen

## People

## Planet

## Products

Nachhaltige Produkte und Verpackungen

Klimaneutrale Produkte

Produktsicherheit und -qualität

[Verantwortungsvolle Beschaffung](#)

## Anhang

### (5.4) Verantwortungsvolle Beschaffung

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.

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](#).

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.



## Einführung

## Grundlagen

## People

## Planet

## Products

Nachhaltige Produkte und Verpackungen

Klimaneutrale Produkte


Produktsicherheit und -qualität


Verantwortungsvolle Beschaffung

## Anhang

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 unparteiischen 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 Berichtsjahr fand an unseren deutschen und österreichischen Standorten die 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, entschieden wir uns zum Schutz der Beschäftigten das noch ausstehende Audit an einem Standort auf Anfang 2021 zu verschieben. Alle anderen Standorte konnten wir bereits zu einem früheren Zeitpunkt im Jahr 2020 erfolgreich auditieren.

### *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.

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**

**Einführung**

**Grundlagen**

**People**

**Planet**

**Products**

Nachhaltige Produkte und Verpackungen

Klimaneutrale Produkte

Produktsicherheit und -qualität

Verantwortungsvolle Beschaffung

**Anhang**

	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	März 2019	umgesetzt
3	Entwicklung eines Business Partner-Screenings	2021	offen
	Implementierung des Business Partner-Screenings	2022	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 im Geschäftsjahr 2021 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 priorisiert und ein Prüfkonzept erarbeitet, anhand dessen die Geschäftspartner und Lieferanten mit der höchsten Risikobewertung einer vertieften Prüfung unterzogen werden. Diese vertiefte Prüfung findet in der zweiten Phase des Business Partner-Screenings statt. Sie soll der Ermittlung von erheblichen tatsächlichen und potenziell negativen menschenrechtlichen Auswirkungen und ihrer Beseitigung dienen.

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.



## (6) Anhang

### (6.1) Über diesen Bericht

#### Einführung

#### Grundlagen

#### People

#### Planet

#### Products

#### Anhang

[Über diesen Bericht](#)

[DNK-Index](#)

[Impressum](#)

Mit dem vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht der Berentzen-Gruppe Aktiengesellschaft und den verbundenen Tochterunternehmen berichten wir zum vierten Mal über unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten. Als Rahmenwerk zur Berichterstattung wurde der [Deutsche Nachhaltigkeitskodex \(DNK\)](#) mit dem Indikatoren-Set GRI Standards herangezogen. Indikatoren, die in der Berichterstattung nach dem DNK vorgegeben sind, die von der Berentzen-Gruppe jedoch als nicht wesentlich eingestuft wurden, sind für diesen Nachhaltigkeitsbericht nicht ermittelt worden und werden auch zukünftig nicht berichtet. Der Bericht bezieht sich auf das Geschäftsjahr 2020.

Parallel zu dem vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht, veröffentlichen wir den [Geschäftsbericht 2020](#), welcher den 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. 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.

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.

#### *Datenerhebung*

Berichtszeitraum ist das Geschäftsjahr 2020. Die Berichterstattung erfolgt auf Konzernebene; sie umfasst damit alle aktiven Produktions-, Vertriebs- und Verwaltungsstandorte. Standortbezogene Daten werden 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 31.12.2020.



## Einführung

## Grundlagen

## People

## Planet

## Products

## Anhang

[Über diesen Bericht](#)

[DNK-Index](#)

[Impressum](#)

Die zugrunde gelegten Daten stammen grundsätzlich aus dem Jahr 2020. Um die Entwicklung wichtiger Kennzahlen (z. B. Strom- und Erdgasverbrauch) aufzeigen zu können, werden für ausgewählte Indikatoren auch die vorangegangenen Geschäftsjahre 2019, 2018 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. 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.

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.



### **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. Mit diesen Informationen lässt sich die Effizienz einzelner Prozesse zuverlässiger bewerten als anhand der rein absoluten Werte.

Im Geschäftsjahr 2020 wurden insgesamt 218.436.357 Liter Fertigprodukt (2019: 223.543.839 Liter Fertigprodukt) hergestellt. Dabei wurden 336.305.299 Füllungen (2019: 338.758.274 Füllungen) mit einer durchschnittlichen Füllmenge von 0,65 Liter (2019: 0,66 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](#)

[DNK-Index](#)

[Impressum](#)

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 0,12 % des gesamten Abwasseraufkommens aus.

Für die Berechnung spezifischer Verbräuche (z.B. spezifischer Stromverbrauch) wird der jeweilige Verbrauch zur gesamten Produktionsmenge in Liter bzw. Kubikmeter Fertigprodukt ins Verhältnis gesetzt. Daneben muss 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.

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. Dennoch vermitteln sie einen Eindruck über die generellen Entwicklungen innerhalb der gesamten Unternehmensgruppe.





(6.2) DNK-Index

Einführung

Grundlagen

People

Planet

Products

Anhang

[Über diesen Bericht](#)

[DNK-Index](#)

[Impressum](#)

DNK Kriterium/GRI Indikator	Beschreibung	Seite/ Kommentar
Allgemeines	Unternehmensname, Logo, Berichtsjahr, Leistungsindikatoren-Set, Prüfung durch Dritte, berichtspflichtig ja/nein, Kontakt, Geschäftsmodell (u. a. Unternehmensgegenstand, Produkte/Dienstleistungen).	<a href="#">Unternehmensporträt</a> <a href="#">Über diesen Bericht</a>
1. Strategische Analyse und Maßnahmen	Das Unternehmen legt offen, ob es eine Nachhaltigkeitsstrategie verfolgt. Es erläutert, welche konkreten Maßnahmen es ergreift, um im Einklang mit den wesentlichen und anerkannten branchenspezifischen, nationalen und internationalen Standards zu operieren.	<a href="#">Nachhaltigkeitsstrategie</a>
2. Wesentlichkeit	Das Unternehmen legt offen, welche Aspekte der eigenen Geschäftstätigkeit wesentlich auf Aspekte der Nachhaltigkeit einwirken und welchen wesentlichen Einfluss die Aspekte der Nachhaltigkeit auf die Geschäftstätigkeit haben. Es analysiert die positiven und negativen Wirkungen und gibt an, wie diese Erkenntnisse in die eigenen Prozesse einfließen.	<a href="#">Nachhaltigkeitsstrategie</a> Detaillierte Angaben zum Prozess der Wesentlichkeitsanalyse finden sich im <a href="#">Nachhaltigkeitsbericht 2019</a> im Kapitel "Wesentliche Themen und Handlungsfelder". Darüber hinaus finden sich Angaben zu den einzelnen wesentlichen Themen und ihren Auswirkungen in den jeweiligen Einzelkapiteln.
3. Ziele	Das Unternehmen legt offen, welche qualitativen und/oder quantitativen sowie zeitlich definierten Nachhaltigkeitsziele gesetzt und operationalisiert werden, und wie deren Erreichungsgrad kontrolliert wird.	<a href="#">Nachhaltigkeitsstrategie</a> <a href="#">Nachhaltigkeitsmanagement</a>
4. Tiefe der Wertschöpfungskette	Das Unternehmen gibt an, welche Bedeutung Aspekte der Nachhaltigkeit für die Wertschöpfung haben und bis zu welcher Tiefe seiner Wertschöpfungskette Nachhaltigkeitskriterien überprüft werden.	<a href="#">Wertschöpfungskette</a> <a href="#">Wasser</a> <a href="#">Klimaschutz</a> <a href="#">Umgang mit Ressourcen</a> <a href="#">Nachhaltige Produkte und Verpackungen</a> <a href="#">Verantwortungsvolle Beschaffung</a>
5. Verantwortung	Die Verantwortlichkeiten in der Unternehmensführung für Nachhaltigkeit werden offengelegt.	<a href="#">Nachhaltigkeitsmanagement</a>
6. Regeln und Prozesse	Das Unternehmen legt offen, wie die Nachhaltigkeitsstrategie durch Regeln und Prozesse im operativen Geschäft implementiert wird.	<a href="#">Nachhaltigkeitsmanagement</a> Detaillierte Aussagen zur Implementierung, finden sich themenspezifisch in den einzelnen Kapiteln wieder.
7. Kontrolle	Das Unternehmen legt offen, wie und welche Leistungsindikatoren zur Nachhaltigkeit in der regelmäßigen internen Planung und Kontrolle genutzt werden. Es legt dar, wie geeignete Prozesse Zuverlässigkeit, Vergleichbarkeit und Konsistenz der Daten zur internen Steuerung und externen Kommunikation sichern.	<a href="#">Nachhaltigkeitsstrategie</a> <a href="#">Über diesen Bericht</a> Die in diesem Nachhaltigkeitsbericht dargestellten Kennzahlen werden weitgehend auch für die interne Kontrolle genutzt.
GRI 102-16	Werte, Grundsätze sowie Verhaltensstandards und -normen (Verhaltens- und Ethikkodizes) der Organisation	<a href="#">Nachhaltigkeitsstrategie</a> <a href="#">Nachhaltigkeitsmanagement</a>
8. Anreizsysteme	Das Unternehmen legt offen, wie sich die Zielvereinbarungen und Vergütungen für Führungskräfte und Mitarbeiter auch am Erreichen von Nachhaltigkeitszielen und an der langfristigen Wertschöpfung orientieren. Es wird offengelegt, inwiefern die Erreichung dieser Ziele Teil der Evaluation der obersten Führungsebene (Vorstand/Geschäftsführung) durch das Kontrollorgan (Aufsichtsrat/Beirat) ist.	<a href="#">Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit</a> <a href="#">Verhaltenskodex</a>



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Products

Anhang

Über diesen Bericht

[DNK-Index](#)

Impressum

GRI 102-35a	Vergütungspolitik für das höchste Kontrollorgan und die leitenden Führungskräfte.	<a href="#">Mitarbeiterbindung und-zufriedenheit</a> <a href="#">Geschäftsbericht 2020 (Kapitel 101 ff.)</a>
GRI 102-38	Verhältnis Jahresvergütung des höchstbezahlten Mitarbeiters in jedem Land mit signifikanten geschäftlichen Aktivitäten zum mittleren Niveau (Median) der Jahresgesamtvergütung aller Beschäftigten (ohne höchstbezahlten Mitarbeiter) im selben Land.	Das Verhältnis der Jahresvergütung wird von der Berentzen-Gruppe nicht ermittelt, da es sich bei dieser Kennzahl nicht um eine wesentliche Steuerungsgröße handelt.
9. Beteiligung von Anspruchsgruppen	Das Unternehmen legt offen, wie gesellschaftlich und wirtschaftlich relevante Anspruchsgruppen identifiziert und in den Nachhaltigkeitsprozess integriert werden. Es legt offen, ob und wie ein kontinuierlicher Dialog mit ihnen gepflegt und seine Ergebnisse in den Nachhaltigkeitsprozess integriert werden.	<a href="#">Stakeholderengagement</a>
GRI 102-44	Wichtigste Themen und Anliegen, die durch die Einbindung der Stakeholder aufgekommen sind, und wie die Organisation auf jene wichtige Themen und Anliegen reagiert hat, einschließlich durch ihre Berichterstattung. Nennen Sie die Stakeholdergruppen, die die wichtigen Themen und Anliegen jeweils angesprochen haben.	<a href="#">Nachhaltigkeitsstrategie</a> <a href="#">Mitarbeiterbindung und-zufriedenheit</a> <a href="#">Stakeholderengagement</a>
10. Innovations- und Produktmanagement	Das Unternehmen legt offen, wie es durch geeignete Prozesse dazu beiträgt, dass Innovationen bei Produkten und Dienstleistungen die Nachhaltigkeit bei der eigenen Ressourcennutzung und bei Nutzern verbessern. Ebenso wird für die wesentlichen Produkte und Dienstleistungen dargelegt, ob und wie deren aktuelle und zukünftige Wirkung in der Wertschöpfungskette und im Produktlebenszyklus bewertet wird.	<a href="#">Wasser</a> <a href="#">Klimaschutz</a> <a href="#">Umgang mit Ressourcen</a> <a href="#">Nachhaltige Produkte und Verpackungen</a> <a href="#">Klimaneutrale Produkte</a>
G4-FS11	Prozentsatz der Finanzanlagen, die eine positive oder negative Auswahlprüfung nach Umwelt- oder sozialen Faktoren durchlaufen.	Die Berentzen-Gruppe behält sich vor, diesen Indikator nicht in die Berichterstattung aufzunehmen, da der Indikator dem Sector Disclosures für Financial Services entstammt und die Berentzen-Gruppe dieser Branche nicht angehört.
11. Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen	Das Unternehmen legt offen, in welchem Umfang natürliche Ressourcen für die Geschäftstätigkeit in Anspruch genommen werden. Infrage kommen hier Materialien sowie der Input und Output von Wasser, Boden, Abfall, Energie, Fläche, Biodiversität sowie Emissionen für den Lebenszyklus von Produkten und Dienstleistungen.	<a href="#">Wertschöpfungskette</a> <a href="#">Wasser</a> <a href="#">Klimaschutz</a> <a href="#">Umgang mit Ressourcen</a>
12. Ressourcenmanagement	Das Unternehmen legt offen, welche qualitativen und quantitativen Ziele es sich für seine Ressourceneffizienz, insbesondere den Einsatz erneuerbarer Energien, die Steigerung der Rohstoffproduktivität und die Verringerung der Inanspruchnahme von Ökosystemdienstleistungen gesetzt hat, welche Maßnahmen und Strategien es hierzu verfolgt, wie diese erfüllt wurden bzw. in Zukunft erfüllt werden sollen und wo es Risiken sieht.	<a href="#">Nachhaltigkeitsstrategie</a> <a href="#">Planet</a> <a href="#">Wasser</a> <a href="#">Klimaschutz</a> <a href="#">Umgang mit Ressourcen</a> <a href="#">Klimaneutrale Produkte</a>
GRI 301-1	Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen	<a href="#">Input-Output Bilanz</a>
GRI 302-1	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	<a href="#">Umgang mit Ressourcen</a>
GRI 302-4	Verringerung des Energieverbrauchs	<a href="#">Umgang mit Ressourcen</a>
GRI 303-1	Gesamtwasserentnahme nach Quellen	<a href="#">Wasser</a>
GRI 306-2	Gesamtgewicht des Abfalls nach Art und Entsorgungsmethode	<a href="#">Umgang mit Ressourcen</a>
13. Klimarelevante Emissionen	Das Unternehmen legt die Treibhausgas (THG)-Emissionen entsprechend dem Greenhouse Gas (GHG) Protocol oder darauf basierenden Standards offen und gibt seine selbst gesetzten Ziele zur Reduktion der Emissionen und die bisherigen Ergebnisse an.	<a href="#">Klimaschutz</a> <a href="#">Umgang mit Ressourcen</a>



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Products

Anhang

Über diesen Bericht

[DNK-Index](#)

[Impressum](#)

GRI 305-1	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	<a href="#">Klimaschutz</a>
GRI 305-2	Indirekte energiebezogene THG-Emissionen (Scope 2)	<a href="#">Klimaschutz</a>
GRI 305-3	Weitere indirekte THG-Emissionen (Scope 3)	<a href="#">Klimaschutz</a>
GRI 305-5	Reduzierung der THG-Emissionen	<a href="#">Klimaschutz</a> <a href="#">Umgang mit Ressourcen</a>
14. Arbeitnehmerrechte	Das Unternehmen berichtet, wie es national und international anerkannte Standards zu Arbeitnehmerrechten einhält sowie die Beteiligung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Unternehmen und am Nachhaltigkeitsmanagement des Unternehmens fördert, welche Ziele es sich hierbei setzt, welche Ergebnisse bisher erzielt wurden und wo es Risiken sieht.	<a href="#">Mitarbeiterbindung und-zufriedenheit</a> <a href="#">Verantwortungsvolle Beschaffung</a>
15. Chancengerechtigkeit	Das Unternehmen legt offen, wie es national und international Prozesse implementiert und welche Ziele es hat, um Chancengerechtigkeit und Vielfalt (Diversity), Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz, Mitbestimmung, Integration von Migranten und Menschen mit Behinderung, angemessene Bezahlung sowie Vereinbarung von Familie und Beruf zu fördern, und wie es diese umsetzt.	<a href="#">Mitarbeiterbindung und-zufriedenheit</a> <a href="#">Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz</a> <a href="#">Verantwortungsvolle Beschaffung</a>
16. Qualifizierung	Das Unternehmen legt offen, welche Ziele es gesetzt und welche Maßnahmen es ergriffen hat, um die Beschäftigungsfähigkeit, d. h. die Fähigkeit zur Teilhabe an der Arbeits- und Berufswelt, aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu fördern und im Hinblick auf die demografische Entwicklung anzupassen, und wo es Risiken sieht.	<a href="#">Mitarbeiterbindung und-zufriedenheit</a> <a href="#">Aus- und Weiterbildung</a>
GRI 403-2	Art der Verletzung und Rate der Verletzungen, Berufskrankheiten, Ausfalltage und Abwesenheit sowie die Gesamtzahl der arbeitsbedingten Todesfälle nach Region und Geschlecht	<a href="#">Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz</a>
GRI 403-4	Gesundheits- und Sicherheitsthemen, die in förmlichen Vereinbarungen mit Gewerkschaften behandelt werden	<a href="#">Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz</a> Es liegen keine förmlichen Vereinbarungen zu Gesundheits- und Sicherheitsthemen vor.
GRI 404-1	Durchschnittliche jährliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Mitarbeiter nach Geschlecht und Mitarbeiterkategorie	Eine Kennzahl zur durchschnittlichen Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung wird bisher nicht erhoben.
GRI 405-1	Zusammensetzung der Kontrollorgane und Aufteilung der Mitarbeiter nach Mitarbeiterkategorie in Bezug auf Geschlecht, Altersgruppe, Zugehörigkeit zu einer Minderheit und andere Diversitätsindikatoren	<a href="#">People</a> <a href="#">Mitarbeiterbindung und-zufriedenheit</a> <a href="#">Geschäftsbericht 2020 (Kapitel 47 ff.)</a>
GRI 406-1	Gesamtzahl der Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen	Im Geschäftsjahr 2020 wurden in der Unternehmensgruppe keine Diskriminierungsvorfälle identifiziert oder gemeldet. <a href="#">Mitarbeiterbindung und-zufriedenheit</a>
17. Menschenrechte	Das Unternehmen legt offen, welche Maßnahmen, Strategien und Zielsetzungen für das Unternehmen und seine Lieferkette ergriffen werden, um zu erreichen, dass Menschenrechte weltweit geachtet und Zwangs- und Kinderarbeit sowie jegliche Form der Ausbeutung verhindert werden. Hierbei ist auch auf Ergebnisse der Maßnahmen und etwaige wesentliche Risiken einzugehen	<a href="#">People</a> <a href="#">Verantwortungsvolle Beschaffung</a> <a href="#">Lieferantenkodex</a>



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Products

Anhang

Über diesen Bericht

[DNK-Index](#)

[Impressum](#)

GRI 412-3	Gesamtzahl und Prozentsatz der signifikanten Investitionsvereinbarungen und-verträge, die Menschenrechtsklauseln enthalten oder unter Menschenrechtsaspekten geprüft wurden	Investitionsvereinbarungen und-verträge, die hinsichtlich ihrer Größe oder ihrer strategischen Bedeutung relevant waren und durch die die Berentzen-Gruppe entweder Anteile an einer anderen Organisation erworben oder ein wichtiges Investitionsprojekt eingeleitet hat, das für die Bilanz wesentlich war, wurden im Geschäftsjahr 2020 nicht abgeschlossen.
GRI 412-1	Gesamtzahl und Prozentsatz der Geschäftsstandorte, die im Hinblick auf Menschenrechte oder menschenrechtliche Auswirkungen geprüft wurden	<a href="#">Verantwortungsvolle Beschaffung</a> Vier von fünf Geschäftsstandorten wurden geprüft.
GRI 414-1	Prozentsatz neuer Lieferanten, die anhand von Menschenrechtskriterien überprüft wurden	<a href="#">Verantwortungsvolle Beschaffung</a>
GRI 414-2	Erhebliche tatsächliche und potenzielle negative menschenrechtliche Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	Im Geschäftsjahr 2020 wurden in der Unternehmensgruppe keine negativen menschenrechtliche Auswirkungen identifiziert.
18. Gemeinwesen	Das Unternehmen legt offen, wie es zum Gemeinwesen in den Regionen beiträgt, in denen es wesentliche Geschäftstätigkeiten ausübt	Die im Jahr 2019 durchgeführte Wesentlichkeitsanalyse ergab, dass der Aspekt Sozialbelange nicht wesentlich im Sinne des CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetzes ist. Demensprechend wurden dazu keine Konzepte entwickelt oder eine Risikoanalyse durchgeführt. <a href="#">Unser Engagement</a>
GRI 201-1	Direkt erwirtschafteter und verteilter wirtschaftlicher Wert	<a href="#">Geschäftsbericht 2020 (Kapitel 154)</a>
19. Politische Einflussnahme	Alle wesentlichen Eingaben bei Gesetzgebungsverfahren, alle Einträge in Lobbyisten, alle wesentlichen Zahlungen von Mitgliedsbeiträgen, alle Zuwendungen an Regierungen sowie alle Spenden an Parteien und Politiker sollen nach Ländern differenziert offengelegt werden	Im Geschäftsjahr 2020 wurden keine Eingaben bei Gesetzgebungsverfahren oder politische Spenden getätigt.
GRI 415-1	Gesamtwert der politischen Spenden, dargestellt nach Land und Empfänger/Begünstigtem	Im Geschäftsjahr 2020 wurden keine Eingaben bei Gesetzgebungsverfahren oder politische Spenden getätigt.
20. Gesetzes- und richtlinienkonformes Verhalten	Das Unternehmen legt offen, welche Maßnahmen, Standards, Systeme und Prozesse zur Vermeidung von rechtswidrigem Verhalten und insbesondere von Korruption existieren, wie sie geprüft werden, welche Ergebnisse hierzu vorliegen und wo Risiken liegen. Es stellt dar, wie Korruption und andere Gesetzesverstöße im Unternehmen verhindert, aufgedeckt und sanktioniert werden.	<a href="#">Nachhaltigkeitsmanagement Compliance und Transparenz</a>
GRI 205-1	Gesamtzahl und Prozentsatz der Geschäftsstandorte, die im Hinblick auf Korruptionsrisiken hin geprüft wurden, und ermittelte erhebliche Risiken	Bislang wurde kein Geschäftsstandort im Hinblick auf Korruptionsrisiken im Sinne einer formalen Prüfung nach dafür einschlägigen externen oder internen Standards geprüft.
GRI 205-3	Bestätigte Korruptionsfälle und ergriffene Maßnahmen	Im Geschäftsjahr 2020 wurden in der Unternehmensgruppe keine Korruptionsvorfälle gemeldet.
GRI 419-1	Monetärer Wert signifikanter Bußgelder und Gesamtzahl nicht monetärer Strafen wegen Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften	<a href="#">Geschäftsbericht 2020 (Kapitel 104 ff.)</a>





## Impressum

### Einführung

### Grundlagen

### People

### Planet

### Products

### Anhang

Über diesen Bericht

DNK-Index

[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](mailto:info@berentzen.de)

Internet:  [www.berentzen-gruppe.de](http://www.berentzen-gruppe.de)

Veröffentlichungsdatum: 25. März 2021

#### Corporate Social Responsibility

T: +49 (0) 5961 502 575

F: +49 (0) 5961 502 369

E: [csr@berentzen.de](mailto:csr@berentzen.de)

#### Öffentlichkeitsarbeit / Presse

T: +49 (0) 5961 502 215

F: +49 (0) 5961 502 550

E: [pr@berentzen.de](mailto:pr@berentzen.de)





## Disclaimer

### Einführung

### Grundlagen

### People

### Planet

### Products

### Anhang

[Über diesen Bericht](#)

[DNK-Index](#)

[Impressum](#)

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

47940 Haselünne

Deutschland

T: +49 (0) 5961 502 0

F: +49 (0) 5961 502 268

E: [info@berentzen.de](mailto:info@berentzen.de)

Internet: [www.berentzen-gruppe.de](http://www.berentzen-gruppe.de)