



BERENTZEN-GRUPPE

NACHHALTIGKEITSBERICHT

2022



Inhalt

2 Einführung

- 3 Vorstandsvorwort
- 5 Unternehmensporträt
- 7 Wesentliche Kennzahlen

8 Grundlagen

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

20 People

- 23 Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit
- 32 Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz
- 36 Aus- und Weiterbildung
- 38 Unser Engagement

39 Planet

- 40 Wertschöpfungskette
- 44 Wasser
- 46 Klimaschutz
- 50 Umgang mit Ressourcen

56 Products

- 57 Nachhaltige Produkte und Verpackungen
- 59 Klimaneutralisierte Produkte
- 60 Produktsicherheit und -qualität
- 62 Verantwortungsvolle Beschaffung

65 Anhang

- 65 Über diesen Bericht
- 69 GRI Inhaltsindex

(1) Einführung

Über diesen PDF-Bericht

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

Navigation über die Funktionsleiste



Suchen



Kontakt

Seite zurück

Seite vor

Zuvor besuchte Seite

Weitere Funktionen



Interner Link/Sprungmarke (innerhalb dieses Dokuments)



Externer Link (außerhalb des Dokuments)

Redaktioneller Hinweis

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



Einführung

Vorstandsvorwort

Unternehmensporträt

Wesentliche Kennzahlen

Grundlagen

People

Planet

Products

Anhang

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

das Jahr 2022 stand ganz im Zeichen des grausamen Angriffskrieges Russlands gegen die Ukraine. Dennoch sind – auch in der öffentlichen Wahrnehmung – die so wichtigen Nachhaltigkeitsthemen deshalb nicht in den Hintergrund gerückt. Vielmehr haben einige von ihnen sogar zusätzliches Gewicht erhalten. Der zuvor recht sorglose Umgang mit Energie in unserer Gesellschaft beispielsweise hat im Lichte explodierender Preise und Unsicherheiten hinsichtlich der Verfügbarkeiten ein jähes Ende gefunden. Auch die Debatte über die Nutzung von Atomenergie wurde plötzlich wieder neu entfacht. Infolge des Krieges wurden die globalen Lieferketten massiv gestört – die Versorgungslage mit bestimmten Lebensmitteln

wie Getreide wurde in einigen Ländern, die in den vergangenen Jahren schon von zunehmenden Hungersnöten betroffen waren, noch prekärer. Aber auch abseits der Kriegereignisse und deren unmittelbaren Folgen waren ökologische und soziale Themen im vergangenen Jahr quasi omnipräsent: die Klimaaktivisten der Letzten Generation, große Waldbrände im Süden Europas, der heißeste und trockenste Sommer seit Beginn der Wetteraufzeichnungen, gravierende Menschenrechtsverletzungen in Iran, globale Flüchtlingszahlen auf Rekordniveau – die Liste ließe sich noch lange weiterführen. Auch die Aufmerksamkeit und die Sensitivität für alle diese Themen nimmt in der Bevölkerung kontinuierlich zu, wie beispielsweise der kritische Umgang vieler Menschen mit der Fußballweltmeisterschaft in Katar gezeigt hat.

Als Unternehmen mit einer 265jährigen Historie denken wir seit jeher in Generationen und handeln entsprechend. Durch die Vielzahl der Ereignisse in den vergangenen Jahren haben aber auch wir unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten signifikant intensiviert. Vieles davon haben wir Ihnen in den zurückliegenden fünf Nachhaltigkeitsberichten, die wir bisher veröffentlichten, detailliert dargestellt. In unserem letztjährigen Vorstandsvorwort endeten wir mit dem Satz „Diesen Schritten werden viele weitere folgen“. Und so haben wir auch im Jahr 2022 eine ganze Reihe weiterer Maßnahmen umgesetzt. Ein ganz besonderes Highlight für uns – und hier schlagen wir wieder den Bogen zur eingangs erwähnten Energiekrise – war die Errichtung von Photovoltaikanlagen an unseren Produktionsstandorten in Haselünne und Minden. Die Gesamtleistung der Anlagen liegt bei über 1.100 kWp und reicht damit aus, um rund 16 bis 18 Prozent des Stromverbrauchs an den beiden Standorten zu decken. Wir freuen uns, dass wir gerade in den aktuellen Zeiten, in denen eine nachhaltige Ressourcennutzung immer wichtiger wird, unseren Beitrag für eine klimafreundlichere Zukunft leisten können und uns gleichzeitig unabhängiger machen von den Verwerfungen auf den Energiemärkten. Auch für dieses Jahr planen wir weitere Investitionen in eine





autarkere Versorgung mit erneuerbarer Energie. Weitere Maßnahmen waren im vergangenen Jahr unter anderem die Einführung eines nachhaltigkeitsbezogenen Risikomanagementsystem, die Implementierung eines Umweltmanagementsystem, der Aufbau eines digitalen Umweltkennzahlenmonitorings und die Umstellung auf eine energieeffizientere Dampferzeugung in der Produktion. Über all das und vieles mehr informieren wir Sie im vorliegenden Bericht, mit dem wir Ihnen nun eine interessante Lektüre wünschen. Sollten Sie weitergehende Fragen haben oder uns ein Feedback zu unserer Nachhaltigkeitsberichterstattung geben möchten, treten Sie gerne mit uns in Kontakt, zum Beispiel per Mail unter csr@berentzen.de. Wir freuen uns auf den weiteren Austausch zu Nachhaltigkeitsthemen mit Ihnen.

Einführung

Vorstandsvorwort

Unternehmensporträt

Wesentliche Kennzahlen

Grundlagen

People

Planet

Products

Anhang

Ihre

Oliver Schwegmann

Ralf Brühöfner



Einführung

Vorstandsvorwort

[Unternehmensporträt](#)

Wesentliche Kennzahlen

Grundlagen

People

Planet

Products

Anhang

Mit einer Unternehmensgeschichte von über 260 Jahren sind wir – die Berentzen-Gruppe – einer der ältesten Hersteller von Spirituosen in Deutschland. Die Berentzen-Gruppe Aktiengesellschaft mit Sitz in Haselünne, Deutschland, ist das oberste Unternehmen der Berentzen-Gruppe, die neben der Muttergesellschaft aus mehr als 20 nationalen wie internationalen Tochtergesellschaften besteht. Der Konzern erwirtschaftete im Geschäftsjahr 2022 einen Umsatz in Höhe von 174,2 Mio. Euro (146,1 Mio. Euro im Jahr 2021) und beschäftigte zum Stichtag 31. Dezember 2022 an sieben Standorten in drei Ländern 495 Mitarbeitende (489 Mitarbeitende im Jahr 2021).

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

Wir produzieren die Spirituosen und alkoholfreien Getränke derzeit an vier Standorten in Deutschland: Spirituosen in Minden sowie in der Berentzen Hof Destillerie in Haselünne. Alkoholfreie Getränke werden in Haselünne und Grüneberg produziert. Daneben werden im Rahmen von zwei Lohnfüllpartnerschaften Produkte



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



Einführung

Vorstandsvorwort

Unternehmensporträt

Wesentliche Kennzahlen

Grundlagen

People

Planet

Products

Anhang

Marken, Produkte und Märkte

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

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

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

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

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

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

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

**Einführung**

Vorstandsvorwort

Unternehmensporträt

[Wesentliche Kennzahlen](#)**Grundlagen****People****Planet****Products****Anhang**

	2022	2021	2020
People			
Personalbestand zum 31.12.2022 [Anzahl]	495	489	507
Fluktuationsquote [%]	16,4	16,6	9,5
Teilzeitquote [%]	14,5	15,3	15,8
Frauenquote [%]	34,9	34,6	35,1
Meldepflichtige Arbeitsunfälle [Anzahl]	9	12	9
Krankenquote [%]	5,4	4,3	3,9
Planet			
Gesamtemissionen [t CO ₂ e] ¹⁾	6.155,7	6.703,2	5.285,4
Abfall- und Wertstoffaufkommen [t]	3.716,1	3.669,4	4.076,4
Wasserverbrauch [in Tausend m ³]	435,7	390,3	489,8
Abwasseraufkommen [in Tausend m ³]	263,4	228,5	240,8
Energieverbrauch [GWh]	25,3	26,8	26,9
Strom aus erneuerbaren Energien [%]	98,2	97,9	98,0
Products			
Klimaneutrale Artikel [Anzahl]	57	42	34
<i>Alkoholfreie Getränke</i>			
Fertigprodukt in Millionen Liter [Mio. Liter]	121,1	123,4	161,8
Füllungen [Mio. Stück]	166,6	161,6	191,1
Anteil Mehrweg-Gebinde [%]	90,9	86,7	69,3
Anteil Glas-Gebinde [%]	59,7	58,1	46,8
<i>Spirituosen</i>			
Fertigprodukt in Millionen Liter [Mio. Liter]	53,7	51,2	56,6
Füllungen [Mio. Stück]	136,3	127,7	145,2
Anteil Glas-Gebinde [%]	98,5	99,3	98,7

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



Einführung

Grundlagen

Nachhaltigkeitsstrategie

Nachhaltigkeitsmanagement

Stakeholder-Engagement

Compliance und Transparenz

People

Planet

Products

Anhang

(2) Grundlagen

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

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

(2.1) Nachhaltigkeitsstrategie

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



Einführung

Grundlagen

Nachhaltigkeitsstrategie

Nachhaltigkeitsmanagement

Stakeholder-Engagement

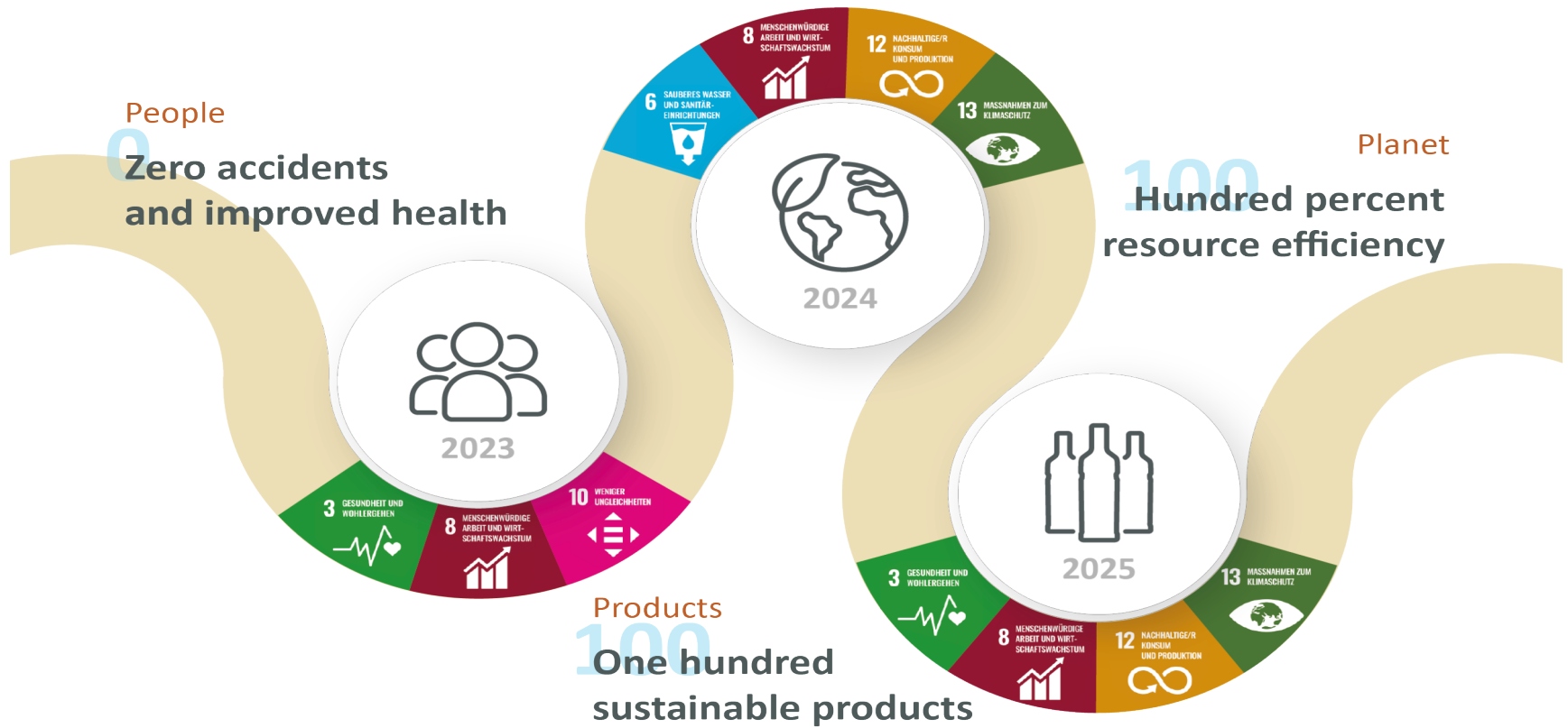
Compliance und Transparenz

People

Planet

Products

Anhang



Basierend auf unseren drei Handlungsfeldern People, Planet und Products — den Themen, die wir in unserer Wesentlichkeitsanalyse als relevant identifiziert 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.



Einführung

Grundlagen

Nachhaltigkeitsstrategie

Nachhaltigkeitsmanagement

Stakeholder-Engagement

Compliance und Transparenz

People

Planet

Products

Anhang

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



Einführung

Grundlagen

Nachhaltigkeitsstrategie

Nachhaltigkeitsmanagement

Stakeholder-Engagement

Compliance und Transparenz

People

Planet

Products


Anhang

Fokussiert vorgehen – 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 daher die Wesentlichkeitsanalyse. Im Jahr 2019 führten wir bereits unsere zweite Wesentlichkeitsanalyse durch. Ausgangsbasis dieser Analyse bildete ein umfassender Katalog von rund einhundert relevanten Aspekten aus dem Nachhaltigkeitsbericht 2018, der Branche, der Peergroup und aus diversen Berichtsstandards (z. B. ISO 26000, Global Reporting Initiative und Deutscher Nachhaltigkeitskodex).

Im Ergebnis dieses Prozesses wurden die Themen:


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

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

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

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

Sustainable Development Goals

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

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

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

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



Einführung

Grundlagen

Nachhaltigkeitsstrategie

Nachhaltigkeitsmanagement

Stakeholder-Engagement

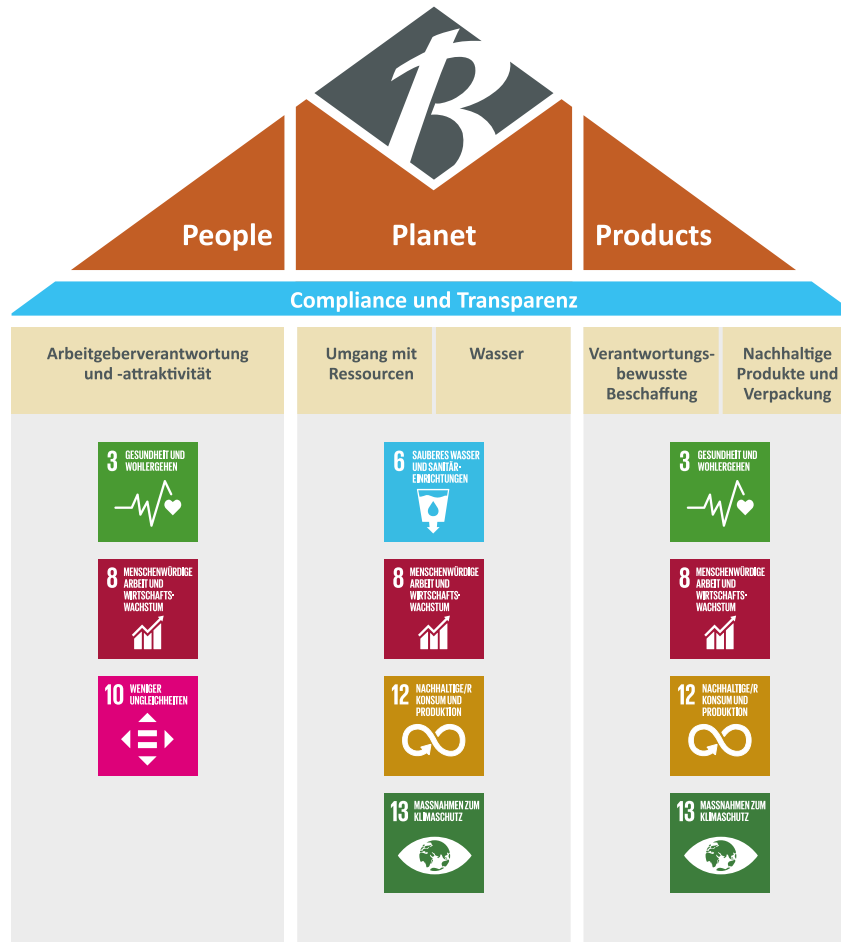
Compliance und Transparenz

People

Planet

Products

Anhang



(2.2) Nachhaltigkeitsmanagement

Zur Wahrnehmung unserer unternehmerischen Verantwortung orientieren wir uns an national und international anerkannten Standards wie beispielsweise den ILO (International Labour Organisation) Kernarbeitsnormen und den OECD-Leitsätzen für multinationale Unternehmen. Im Jahr 2021 sind wir darüber hinaus der weltweit größten Initiative für verantwortungsvolle Unternehmensführung beigetreten: dem United Nations Global Compact (UNGC). Mit der Unterzeichnung seiner zehn Prinzipien in den Bereichen Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umwelt und Korruptionsprävention bekennen wir uns zu zentralen Grundlagen unternehmerischer Nachhaltigkeit. Damit verdeutlichen wir, dass verantwortungsvolle Unternehmensführung Teil unseres unternehmerischen Denkens und Handelns ist. Dieses Bekenntnis haben wir auch in unserer (Konzern-) Erklärung zur Unternehmensführung 2022 veröffentlicht.

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

Sustainability Council

Zur effizienteren Steuerung von Nachhaltigkeitsthemen wurde im Geschäftsjahr 2021 ein sogenanntes Sustainability Council gegründet. Das Steuerungsgremium, in dem alle wesentlichen Unternehmensteile durch die jeweiligen Bereichsleiter oder Delegierte vertreten sind, verfolgt das Ziel, Nachhaltigkeitsthemen zu dezentralisieren, erfolgreich in die Fachabteilungen und Unternehmensprozesse zu integrieren sowie die Nachhaltigkeitsstrategie kontinuierlich weiterzuentwickeln.



Einführung

Grundlagen

Nachhaltigkeitsstrategie

Nachhaltigkeitsmanagement

Stakeholder-Engagement

Compliance und Transparenz

People

Planet

Products

Anhang

Der Vorstand fungiert als Sponsor des Sustainability Council und nimmt ebenfalls an den Sitzungen teil. Die Besetzung des Council verdeutlicht, dass sich das gesamte Management mit den Nachhaltigkeitszielen identifiziert und für diese eintritt. Darüber hinaus befähigt das regelmäßige Führungskräftegremium die Organisation dazu, das Unternehmen in ökologischer und sozial verantwortlicher Weise zu führen und mit den geschäftlichen Interessen in Einklang zu bringen.

Auch der Aufsichtsrat – das höchste Kontrollorgan – der Berentzen-Gruppe Aktiengesellschaft nimmt eine wichtige Position im Nachhaltigkeitsmanagement ein. Der Vorsitzende des Aufsichtsrats ist kein Mitarbeiter der Berentzen-Gruppe. Die Überwachungs- und Beratungsfunktion des Aufsichtsrats umfasst auch die Behandlung von Nachhaltigkeitsfragen. Dazu gehört unter anderem sowohl im Finanz- und Prüfungsausschuss als auch im Plenum die Erörterung des Nachhaltigkeitsberichts vor dessen Veröffentlichung. Bei intern erfolgten Aus- und Fortbildungsmaßnahmen für Mitglieder des Aufsichtsrats bildeten Nachhaltigkeitsthemen im Berichtsjahr einen Schwerpunkt. Innerhalb des Kompetenzprofils des Aufsichtsrats – und damit auch für die gesamte Berentzen-Gruppe relevant – ist Nachhaltigkeitsexpertise gemäß den Vorgaben des Deutschen Corporate Governance Kodex ein wesentlicher Faktor. Damit erweitert der Aufsichtsrat sein Wissen und seine Fähigkeiten in Bezug auf Nachhaltigkeitsaspekte.




Nachhaltigkeitsmanagement

Das Ressort Corporate Social Responsibility koordiniert als Zentralfunktion die konzernweiten Nachhaltigkeitsaktivitäten und treibt diese voran. Aus der vormaligen Vorstandsstabstelle ist im Berichtsjahr aufgrund des stetigen Bedeutungszuwachses von Nachhaltigkeitsthemen eine Nachhaltigkeitsabteilung entstanden, die – unter anderem im Rahmen von in der Regel zwei Jours Fixes pro Monat – direkt an den Finanzvorstand berichtet und als Impulsgeber fungiert. 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. Der gemeinsame Austausch über die strategischen Entscheidungen und deren operativer Umsetzungen erfolgt im Sustainability Council.

Die Berentzen-Kodizes

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

Unser  [Verhaltenskodex](#) gibt allen Beschäftigten konzernweit Leitlinien für richtiges Handeln im Sinne einer verantwortungsvollen Unternehmensführung vor und stellt durch entsprechende Anweisungen gleichzeitig den sorgsam 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. Im Berichtsjahr haben wir mit einer Überarbeitung und Aktualisierung unserer Berentzen Kodizes begonnen. Die Implementierung der drei weiterentwickelten Kodizes ist für das Geschäftsjahr 2023 geplant.

Zu den Eckpfeilern einer verantwortungsvollen Unternehmensführung gehört ebenfalls die Einhaltung anerkannter Corporate Governance Prinzipien. Wir bekennen uns zu dem im Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK) niedergeschriebenen Ordnungsrahmen und dessen Leitideen. Demzufolge legen



Einführung

Grundlagen

Nachhaltigkeitsstrategie

Nachhaltigkeitsmanagement

Stakeholder-Engagement

Compliance und Transparenz


People

Planet

Products

Anhang

wir Wert auf die enge Zusammenarbeit zwischen Vorstand und Aufsichtsrat und auf die Achtung der Interessen der Aktionäre, Mitarbeiter und sonstiger dem Unternehmen verbundenen Stakeholdern. Wir setzen auf eine offene Kommunikation, einen verantwortungsbewussten Umgang mit Risiken und eine ordnungsgemäße Rechnungslegung und Abschlussprüfung. Im Geschäftsjahr 2022 wurde eine umfassende Überarbeitung des DCGK vorgenommen. Dabei wurden nachhaltigkeitsbezogene Themen deutlich stärker gewichtet als zuvor. Im Zuge dessen haben wir unser internes Kontrollsystem und unser Risikomanagementsystem um nachhaltigkeitsbezogene Ziele erweitert. Auch in der Unternehmensplanung und bei der Entwicklung einer neuen Konzernstrategie wurden soziale und ökologische Ziele umfassend berücksichtigt.

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

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

Eine Gold-Medaille, auf die wir stolz sind!

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

EcoVadis ist ein weltweiter Anbieter von Nachhaltigkeitsbewertungen mit über 100.000 teilnehmenden Unternehmen. Die Methodik von EcoVadis basiert auf internationalen Nachhaltigkeitsstandards wie der Global Reporting Initiative, dem United Nations Global Compact und der ISO 26000 und umfasst die vier Themenbereiche Umwelt, Arbeits- und Menschenrechte, Ethik und nachhaltige Beschaffung. Im Mittelpunkt des Ratings steht die Analyse, inwiefern das Unternehmen Nachhaltigkeitsprinzipien in seine Geschäfts- und Managementsysteme integriert hat.





Einführung

Grundlagen

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

People

Planet

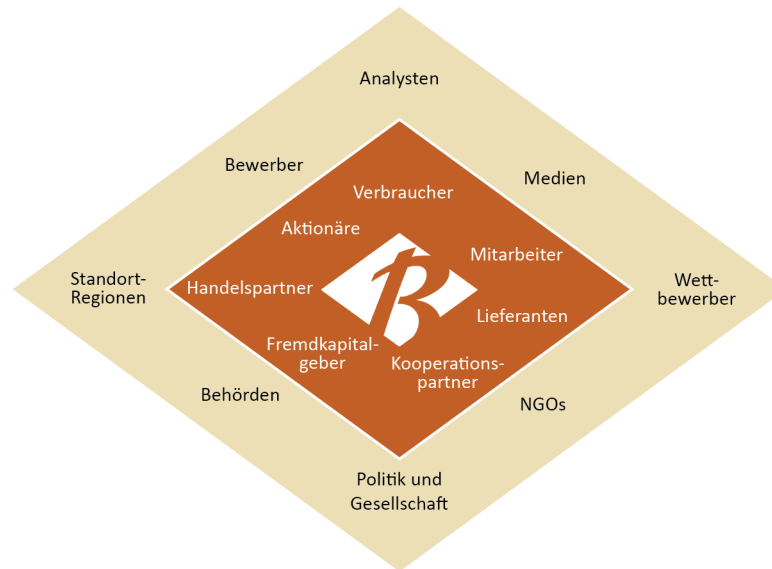
Products

Anhang

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

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

Unser Stakeholder-Universum



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

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

Mitarbeiter

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



Einführung

Grundlagen

Nachhaltigkeitsstrategie

Nachhaltigkeitsmanagement

Stakeholder-Engagement

Compliance und Transparenz

People

Planet

Products

Anhang

Dabei handelt es sich um ein kurzes Video, in dem der Vorstand in einer moderierten Runde über aktuelle Themen und Entwicklungen spricht und gemeinsam mit einem weiteren Gast ein Schwerpunktthema beleuchtet und diskutiert. Der „Berentzen Talk“ wird 4 bis 6 Mal pro Jahr aufgezeichnet und allen Mitarbeitern über das Social Intranet zugänglich gemacht.

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

Lieferanten

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

Aktionäre und Fremdkapitalgeber

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



Mitgliedschaft in Verbänden und Vereinen

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

Einführung

Grundlagen

Nachhaltigkeitsstrategie

Nachhaltigkeitsmanagement

Stakeholder-Engagement

Compliance und Transparenz

People

Planet

Products

Anhang

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

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

(2.4) Compliance und Transparenz

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

Um sich rechtskonform, ethisch einwandfrei und den Unternehmensgrundsätzen gemäß zu verhalten, sind Richtlinien und Leitbilder erforderlich, die sowohl internen Stakeholdern wie den Leitungsorganen, Führungskräften und allen Beschäftigten als auch externen Stakeholdern wie Lieferanten und sonstigen Geschäftspartnern die gewünschten Handlungen und Haltungen aufzeigen. Durch diese elementaren Grundlagen soll sichergestellt werden, dass sich die Beschäftigten im Rahmen ihres unternehmensbezogenen Handelns rechtmäßig verhalten und sich dabei gegenseitig mit Respekt und Wertschätzung begegnen. Zu diesem Zweck wurden die Berentzen Kodizes etabliert.

Diese Kodizes (Verhaltens-, Marketing- und Lieferantenkodex) stellen die grundlegenden Compliance-Richtlinien der Berentzen-Gruppe dar und beinhalten u.a. verbindliche Vorgaben zu Menschenrechten, Arbeitssicherheit, Gesundheits- und Umweltschutz, zur Korruptions- und Geldwäscheprävention, zum Wettbewerbs- und Kartellrecht sowie zur Vermeidung von Interessenskonflikten. Gleichzeitig geben sie Auskunft darüber, welche Rechte unseren Mitarbeitern oder den Beschäftigten von Lieferanten zustehen, wie verantwortungsvoll für die Produkte der Unternehmensgruppe geworben wird und welche Umweltvorgaben erfüllt werden sollen.



Einführung

Grundlagen

Nachhaltigkeitsstrategie

Nachhaltigkeitsmanagement

Stakeholder-Engagement

Compliance und Transparenz

People

Planet

Products

Anhang

Die Verbindlichkeit des Lieferantenkodex wird sichergestellt, in dem dessen Anerkennung von allen – bestehenden und neuen – Lieferanten unterzeichnet werden muss. Der Verhaltenskodex wird allen Mitarbeitern bei der Einstellung als Dokument ausgehändigt. Zudem sind alle Kodizes sowohl im Intranet als auch auf der Internetseite der Berentzen-Gruppe jederzeit zugänglich.


Managementsysteme und Audits gewährleisten die Einhaltung von Umwelt-, Qualitäts- und Sozialstandards, deren Überprüfung regelmäßig durch interne oder externe Instanzen vorgenommen wird. Soziales und kulturelles Engagement, insbesondere im lokalen Umfeld, leistet einen Beitrag zur Entwicklung der Standortregionen und stärkt die regionale Attraktivität des Unternehmens.

Neben den Kodizes existieren weitere Richtlinien, Anweisungen und Vorkehrungen zur Sicherstellung der Compliance in der Berentzen-Gruppe. Deren Regelungsgegenstände umfassen sowohl die unternehmens- bzw. konzerninterne Organisation – dies insbesondere im Rahmen von Geschäftsordnungen, Kompetenzrichtlinien, Berechtigungskonzepten und des internen Kontrollsystems – als auch materielle Inhalte, die z. B. 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 2022 wurde dieses Ziel erneut erreicht, da keine Korruptionsfälle oder Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten und Verstöße gegen das Kartell- und Monopolrecht zu verzeichnen waren.

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

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



Einführung

Grundlagen

Nachhaltigkeitsstrategie

Nachhaltigkeitsmanagement

Stakeholder-Engagement

Compliance und Transparenz

People

Planet

Products

Anhang

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

Compliance-Organisation

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

Unterhalb der Organisationsebene des Vorstands ist die Verantwortung für das Thema Compliance an den Chief Compliance Officer und den Compliance Officer der Berentzen-Gruppe übertragen.

Ein weiterer wichtiger Baustein ist die zentral eingerichtete externe Vertrauensstelle („Whistleblower-Hotline“), die an den Anforderungen des Hinweisgeberschutzsystems ausgerichtet ist. Mitarbeiter, Geschäftspartner und andere externe Stakeholder können dort – ebenso wie gegenüber dem internen Compliance Officer – Hinweise auf Rechtsverstöße und Verstöße gegen unsere

Kodizes anonym melden. Die Funktion der Vertrauensstelle wird von einem externen und unabhängigen Rechtsanwalt wahrgenommen.

Die Beschäftigten der Unternehmensgruppe werden zu Beginn ihrer Tätigkeit über die Existenz und die Kontaktdaten der externen Vertrauensstelle informiert. Darüber hinaus sind die Kontaktdaten der externen Vertrauensstelle im Social Intranet hinterlegt sowie auf der Corporate Website veröffentlicht. Im Geschäftsjahr 2022 gab es keine substantiellen Meldungen an die externe Vertrauensstelle. Um die Möglichkeiten einer Meldung für interne und externe Stakeholder weiter zu vereinfachen, wurde im Berichtsjahr mit der Erarbeitung eines digitalen Hinweisgebersystems begonnen. Die Implementierung des neuen Systems ist für das Geschäftsjahr 2023 vorgesehen und soll mit breiten Kommunikationsmaßnahmen intern und extern bekanntgemacht werden.

Sensibilisierung von Mitarbeitern und Führungskräften

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

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



Einführung

Grundlagen

People

Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit

Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz

Aus- und Weiterbildung

Unser Engagement

Planet

Products

Anhang

im Zusammenhang mit dem Verständnis oder der Interpretation der Kodizes der Berentzen-Gruppe können sich die Beschäftigten an ihre jeweilige Führungskraft, den Compliance Officer oder die zentrale Rechtsabteilung der Berentzen-Gruppe Aktiengesellschaft wenden.

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 unter Bezugnahmen auf die GRI-Standards. GRI (Global Reporting Initiative) ist ein weltweit etablierter Standard zur Nachhaltigkeitsberichterstattung. Mehr Informationen zu GRI unter:  www.globalreporting.org

(3) People

Eine kompetente, leistungsfähige und engagierte Belegschaft ist die Basis für unseren Geschäftserfolg und für die Weiterentwicklung unseres Konzerns. Als Arbeitgeber mit Standorten in eher ländlich geprägten Regionen ist der demografische Wandel und der damit einhergehende Arbeitskräftemangel für uns mitunter herausfordernd. Wir überarbeiten daher regelmäßig unsere Angebote und reagieren auf die aktuellen Anforderungen am Arbeitsmarkt, um uns auch für die Zukunft als attraktiver Arbeitgeber zu positionieren.

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

Gepägt, 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.



Einführung

Grundlagen

People

Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit

Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz

Aus- und Weiterbildung

Unser Engagement

Planet

Products

Anhang

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

Arbeitgeberattraktivität und -verantwortung

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

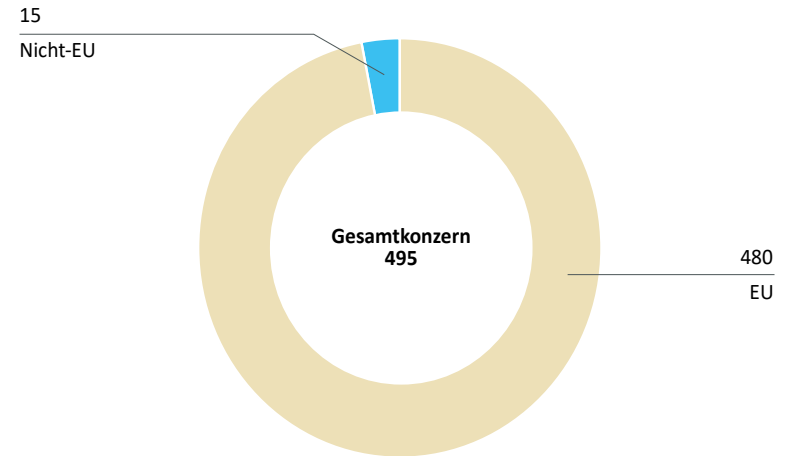
Im Sinne unseres Selbstverständnisses als attraktiver und verantwortungsvoller Arbeitgeber ist es uns besonders wichtig, uns um die unterschiedlichen Belange und Interessen unserer Beschäftigten zu kümmern. Wir bieten spannende Aufgaben und ein modernes Arbeitsumfeld. Zudem legen wir Wert auf ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Arbeit und Freizeit, auf eine wettbewerbsfähige und geschlechtsunabhängige Vergütung sowie 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. Nähere Informationen dazu finden Sie im Unterkapitel „Aus- und Weiterbildung“.

Beschäftigungsstruktur

Zum 31.12.2022 waren 495 Mitarbeiter (Kopfzahl) bei der Unternehmensgruppe in Deutschland, Österreich und in der Türkei beschäftigt. Das sind 6 Beschäftigte mehr als im Vorjahr. Im Jahresdurchschnitt hat die Unternehmensgruppe 497 Mitarbeiter beschäftigt.

Mitarbeiter nach Region



Entwicklung des Personalbestands

	2022	2021	2020
Personalbestand zum Stichtag	495	489	507
Durchschnittlicher Personalbestand	497	493	503

Zum Bilanzstichtag waren 53,5 % unserer Beschäftigten kaufmännisch angestellt sowie 41,2 % gewerblich beschäftigt. Die verbleibenden 5,3 % der Belegschaft bildeten Auszubildende und Praktikanten. Mit 45,7 % sind die meisten Mitarbeiter bei der Berentzen-Gruppe Aktiengesellschaft beschäftigt, gefolgt von 35,4 % bei der Vivaris Getränke GmbH & Co. KG, 9,7 % bei unseren Vertriebsgesellschaften sowie 6,9 % bei unserer österreichischen Tochtergesellschaft, der Citrocasa GmbH.



Einführung

Grundlagen

People

Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit

Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz

Aus- und Weiterbildung

Unser Engagement

Planet



Products

Anhang

Verteilung des Personalbestandes in der Unternehmensgruppe

Gesellschaft	Angestellte (gesamt)	davon weiblich	Gewerblich Beschäftigte (gesamt)	davon weiblich	Auszubildende/ Praktikanten (gesamt)	davon weiblich	Gesamtbeschäftigte
Berentzen-Gruppe Aktiengesellschaft	131	68	77	14	18	10	226
davon in Haselünne	85	47	4	0	11	6	100
davon in Minden	41	18	73	14	7	4	121
davon in Stadthagen	5	3	0	0	0	0	5
Der Berentzen Hof GmbH	6	4	5	5	1	1	12
Berentzen-Vivaris Vertriebs GmbH	29	6	0	0	0	0	29
Berentzen Alkollü Ickiler Ticaret Limited Sirketi	15	4	0	0	0	0	15
Vivaris Getränke GmbH & Co. KG	46	23	122	22	7	2	175
davon in Haselünne	32	15	67	5	3	1	102
davon in Grüneberg	14	8	55	17	4	1	73
Citrocasa Deutschland Vertriebs GmbH	4	0	0	0	0	0	4
Citrocasa GmbH	34	14	0	0	0	0	34
Konzern	265	119	204	41	26	13	495

Gemeinsam durch die Krise – Herausforderungen der Coronavirus-Pandemie

Die Coronavirus-Pandemie hat in den letzten Jahren unseren Alltag geprägt und die Berentzen-Gruppe und ihre Beschäftigten vor enorme Herausforderungen gestellt. Wir haben dazu ausführlich in den  [Nachhaltigkeitsberichten 2020](#) und  [2021](#) informiert.

Nachdem die Pandemie im Frühjahr 2022 als weitgehend beherrschbar angesehen wurde, hat die Politik damit begonnen, die meisten Restriktionen Schritt für Schritt zurückzunehmen. Vor diesem Hintergrund haben auch wir die in unserer Unternehmensgruppe geltenden Corona-Maßnahmen deutlich reduziert, aber ein allgemeines Hygiene- und Schutzkonzept aufrechterhalten. Als Arbeitgeber steht für uns insbesondere der Schutz unserer Beschäftigten im Zentrum unseres Handelns.

Der Krisenstab der Berentzen-Gruppe tagte auch im Berichtsjahr regelmäßig, beobachtete die politische sowie pandemische Entwicklung, diskutierte intensiv über aktuelle und potenzielle Maßnahmen und erarbeitete auf dieser Grundlage Handlungsoptionen.

Risiken verantwortungsvoll entgegnet

Bereits seit längerem haben wir im Rahmen unseres Risikomanagementsystems den Fachkräftemangel als potenzielles Risiko definiert. Im Berichtsjahr haben wir unser Risikomanagementsystem erstmalig um konkrete ESG-Risiken erweitert. Im Zuge dessen wurden „ungewollte Fluktuation“ sowie „Arbeitsunfälle und Gesundheitsgefährdungen der Mitarbeitenden“ als weitere potenzielle Risiken in diesem Handlungsfeld definiert.



Einführung

Grundlagen

People

Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit

Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz

Aus- und Weiterbildung

Unser Engagement

Planet

Products

Anhang

Der demografische Wandel verschärft in Industrieländern den Wettbewerb um gut ausgebildete Fachkräfte. Mit unserer Personalstrategie und den dazugehörigen Maßnahmen wirken wir diesen Risiken entgegen und minimieren sie. Wir setzen daher beispielsweise verstärkt auf mobiles Arbeiten, um Bewerber auch aus anderen Regionen für einen Eintritt in die Unternehmensgruppe zu gewinnen, überprüfen regelmäßig unsere Gehaltsstrukturen und haben den Recruitingprozess optimiert. Darüber hinaus haben wir bereits im Jahr 2019 ein Employer Branding-Projekt gestartet, unter anderem um uns Fachkräften als attraktiver Arbeitgeber zu präsentieren. Ein weiterer Aspekt des Employer Brandings ist es, einen positiven Beitrag zur Mitarbeiterbindung zu leisten und damit einer Fluktuation entgegenzuwirken. Weitere Maßnahmen sind in diesem Zusammenhang unter anderem regelmäßige Mitarbeitergespräche, ein kontinuierlicher Prozess zur Verbesserung von Arbeitsmethoden, Arbeitsqualität und Arbeitsatmosphäre sowie die Förderung von Integration. Die Vermeidung von Arbeitsunfällen und Gesundheitsgefährdungen der Mitarbeitenden ist für uns ein essentieller Baustein unserer Nachhaltigkeitsstrategie. Wir ermitteln und überprüfen regelmäßig Gefährdungspotentiale und führen entsprechende Schutzmaßnahmen ein. Zudem fördern wir die Gesundheit der Beschäftigten durch vielschichtige Maßnahmen im Rahmen des betrieblichen Gesundheitsmanagement sowie dem Wiedereingliederungsmangement.

(3.1) Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit

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

Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit und Fluktuation

	2022	2021	2020
Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit [Jahre]	12,3	13,0	12,9
Fluktuationsquote [%]	16,4	16,6	9,5
Anzahl Abgänge/Austritte	77	77	45
Anzahl neu eingestellte Mitarbeiter und Auszubildende	91	66	60

Im Berichtsjahr ist die Fluktuationsquote mit 16,4 % weitgehend auf dem hohen Niveau des Vorjahres (16,6 %) verblieben. Die lange durchschnittliche Betriebszugehörigkeit von 12,3 Jahren im Geschäftsjahr 2022 zeigt jedoch weiterhin den grundsätzlich hohen Grad der Identifikation der Mitarbeitenden mit der Unternehmensgruppe.

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



Einführung

Grundlagen

People

Mitarbeiterbindung und
-zufriedenheitGesundheit und Sicherheit
am Arbeitsplatz

Aus- und Weiterbildung

Unser Engagement

Planet

Products

Anhang

Mitarbeiterfluktuation nach Region, Geschlecht und Alter

	Fluktuations- rate in %	Anzahl Abgänge
Nach Region ¹⁾		
EU	16	71
Nicht-EU	39	6
Nach Geschlecht		
Anzahl Frauen	5	22
Anzahl Männer	12	55
Nach Alter		
Unter 30 Jahren	4	17
30 bis 50 Jahre	7	34
Über 50 Jahre	6	26

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

Neueinstellungen nach Region, Geschlecht und Alter

	Rate neu eingestellter Mitarbeiter in %	Anzahl Neuein- stellungen
Nach Region		
EU	95	86
Non-EU	5	5
Nach Geschlecht		
Anzahl Frauen	35	32
Anzahl Männer	65	59
Nach Alter		
Unter 30 Jahren	38	35
30 bis 50 Jahre	49	45
Über 50 Jahre	12	11

Employer Branding

Bereits im Jahr 2019 starteten wir ein Employer Branding-Projekt, dessen Ziel es ist, sowohl die in der Unternehmensgruppe bereits tätigen Mitarbeiter stärker an das Unternehmen zu binden als auch neues Personal zu finden. Hinsichtlich der Bindung bestehender Mitarbeiter ist es dabei von wesentlicher Bedeutung, die Identifikation von Mitarbeitern mit den Unternehmenswerten zu intensivieren. Nach unserer Einschätzung führt dies im Ergebnis zu mehr Zufriedenheit, verbesserter Leistungsbereitschaft und höherer Motivation.

Um neues Personal zu finden, stärken wir mit dem Employer Branding unsere Positionierung als attraktiver Arbeitgeber auf dem Arbeitsmarkt. Damit gelingt es uns besser, professionelle Talente für uns zu begeistern und schließlich zu rekrutieren.



Einführung

Grundlagen

People

Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit

Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz

Aus- und Weiterbildung

Unser Engagement

Planet

Products

Anhang

Grundstein des Prozesses war eine konzernweit durchgeführte Mitarbeiterumfrage. Die Ergebnisse dieser Umfrage gingen direkt in die Weiterentwicklung unserer Unternehmenswerte und damit in die Employer Branding Strategie ein. Im Geschäftsjahr 2021 haben wir zur Umsetzung des Employer Brandings verschiedene Videos erstellt. Diese sollen die Unternehmensgruppe mit all ihren Facetten vorstellen, die Unternehmenswerte vermitteln, ein Interesse an der Berentzen-Gruppe bei potenziellen Bewerbern wecken und steigern sowie die Identifikation bestehender Mitarbeiter mit der Unternehmensgruppe stärken. Insofern dienen die Videos nicht nur dem Personalmarketing bzw. der Positionierung als attraktiver Arbeitgeber, sondern vielmehr auch der Förderung der Mitarbeiterbindung. Im Berichtsjahr wurden die fünf Employer Branding Videos und ein einleitender Teaser im Rahmen von zwei Social Media Kampagnen bei LinkedIn ausgespielt. Außerdem haben wir die Videos als festen Baustein im Karriere-Reiter unserer Corporate Website installiert und prominent für alle Beschäftigten gut sichtbar in unserem Social Intranet mit einer dauerhaften Verlinkung platziert. Weitere Aufmerksamkeit für die Videos wurde im Rahmen von YouTube- und GoogleAds-Kampagnen erzielt.

Nachdem sich in den vergangenen Jahren an den deutschen Standorten der Berentzen-Gruppe das betriebliche Vorschlagswesen etabliert hat, fand im Geschäftsjahr 2020 die Einführung dieses Systems bei Citrocasa statt. Mitarbeiter können dort aktiv ihre Verbesserungsvorschläge einbringen und somit zur Optimierung beitragen. Ein Managementteam evaluiert in regelmäßigen Abständen die Vorschläge. Sofern diese sinnvoll und umsetzbar sind, kümmert sich das Team anschließend um die weitere Umsetzung.

Digitalisierung im Personalwesen

Seit der Einführung einer webbasierten Software zur Abwicklung von Personalprozessen im Jahr 2019 arbeiten wir konstant an der Digitalisierung des Personalwesens und etablieren regelmäßig neue digitale Instrumente. Ziel der Anwendung ist es, durch die zunehmende Automatisierung und stärkere Einbindung der Mitarbeitenden die Personalprozesse transparenter und effizienter zu gestalten und darüber hinaus die allgemeinen Prozesskosten zu senken. Gleichzeitig lassen sich so papierlastige und damit CO₂-verursachende Prozesse standortübergreifend vermindern.

Im Geschäftsjahr 2022 lag der Fokus auf der Einführung der digitalen Zeiterfassung für die kaufmännisch Beschäftigten, nachdem die im Jahr zuvor durchgeführte Pilotphase erfolgreich abgeschlossen wurde.

Mitarbeiter nach Vertragsstatus

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



Einführung

Grundlagen

People

Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit

Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz

Aus- und Weiterbildung

Unser Engagement

Planet

Products

Anhang

Mitarbeiter nach Vertragsart, Region und Geschlecht

	Anzahl Beschäftigte	davon unbefristet	davon befristet	davon Auszubildende/ Trainees
Deutschland	446	389	31	26
Österreich	34	34	0	0
Türkei	15	15	0	0
Gesamtkonzern	495	438	31	26
Anzahl Frauen	173	147	13	13
Anzahl Männer	322	291	18	13
Gesamtkonzern	495	438	31	26

Zur Überbrückung kurzfristiger bzw. temporärer Engpässe arbeiten wir mit Leiharbeitsunternehmen zusammen. Diese müssen eine gültige Erlaubnis zur Arbeitnehmerüberlassung nachweisen. Wenn ein Arbeitsplatz länger als sechs Monate von einem Leiharbeitnehmer besetzt wurde, überprüfen wir, ob es sich um einen Dauerarbeitsplatz handelt und die Stelle stattdessen mit einem bei der Berentzen-Gruppe beschäftigten Arbeitnehmer dauerhaft besetzt werden kann. Zum Bilanzstichtag waren acht Leiharbeitnehmer bei der Berentzen-Gruppe eingesetzt – ihr Anteil im Verhältnis zur Gesamtbelegschaft betrug 1,6 %. Die Leiharbeitnehmer werden überwiegend in der Leergutsortierung eingesetzt und übernehmen teilweise unterstützende Hilfstätigkeiten im Bereich Produktion. Leiharbeitnehmer zählen nicht zu den befristeten Beschäftigten der Berentzen-Gruppe, da sie beim jeweiligen Leiharbeitsunternehmen beschäftigt sind.

Vereinbarkeit von Leben und Beruf

Für unsere Beschäftigten spielt die Vereinbarkeit von Leben und Beruf eine essenzielle Rolle. Wir möchten unsere Mitarbeiter dabei bestmöglich unterstützen. Sofern es mit dem Tätigkeitsbereich der Mitarbeiter vereinbar ist, kümmern wir uns auf Wunsch um unterschiedliche Arbeitszeitmodelle und familienfreundliche Teilzeitmodelle. Im Geschäftsjahr 2022 lag die Teilzeitquote bei 14,5 %. Um

zeitgemäße und sinnvolle Arbeitszeitmodelle zu entwickeln, identifizieren wir regelmäßig die Bedürfnisse unserer Beschäftigten. In diesem Zusammenhang wurden der vorherige Arbeitszeitrahmen weiter gefasst und die Kernarbeitszeiten durch Besetzungszeiten der Abteilungen ersetzt. Dies soll den kaufmännischen Mitarbeitenden eine weitere Flexibilisierung ihrer Arbeitszeit ermöglichen. Wir beschäftigen grundsätzlich keine Mitarbeiter ohne Arbeitszeitgarantie.

Teilzeitkennzahlen und Frauenquote

	2022	2021	2020
Personalbestand zum Stichtag	495	489	507
Anzahl Mitarbeiter Teilzeit	72	75	80
Teilzeitquote [%]	14,5	15,3	15,8
Frauenquote [%]	34,9	34,6	35,1

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



Top 2023 Company



kununu



Einführung

Grundlagen

People

Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit

Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz

Aus- und Weiterbildung

Unser Engagement

Planet

Products

Anhang

Teilzeitbeschäftigte jeweils nach Geschlecht und Region

	Anzahl Teilzeitbeschäftigte
Deutschland	63
Österreich	8
Türkei	1
Gesamtkonzern	72
Anzahl Frauen	58
Anzahl Männer	14
Gesamtkonzern	72

Zur Stärkung und kontinuierlichen Weiterentwicklung des Themas Familienfreundlichkeit innerhalb der Unternehmensgruppe wurde eine interdisziplinäre Projektgruppe unter der Leitung der Personalabteilung gegründet. Die Projektgruppe eruiert und entwickelt unterschiedliche Maßnahmen zur Förderung der Familienfreundlichkeit im Rahmen regelmäßiger Treffen.

Diese Bemühungen und unser stetiges Engagement unterstreichen, dass Familienfreundlichkeit in der Berentzen-Gruppe gelebte Unternehmenspraxis ist. Das zeigt auch der erneute Zertifizierungsprozess des Standortes Haselünne als familienfreundlicher Arbeitgeber im Berichtsjahr. Die Emsländische Stiftung Beruf und Familie zeichnete im Jahr 2019 unseren Standort Haselünne erstmalig mit dem Gütesiegel für Familienfreundlichkeit aus. Mit der erfolgreichen Rezertifizierung verlängert sich die Gültigkeit des Siegels nun bis zum Ende des Jahres 2025. Bereits im Jahr 2021 wurde unserem Standort Minden zum zweiten Mal vom Kompetenzzentrum Frau und Beruf Ostwestfalen-Lippe die Auszeichnung „Familienfreundliches Unternehmen im Kreis Minden-Lübbecke“ verliehen. Beide Auszeichnungen bestätigen unsere zahlreichen Ansätze und unser Engagement für die Beschäftigten. Wir freuen uns, dass unsere Mitarbeiter ebenso wie Bewerber dieses Engagement wertschätzen. So wurde uns aufgrund der sehr guten Bewertungen dieser Personengruppen auf dem Internetportal kununu im

Berichtsjahr von der Plattform die Auszeichnung „Top Company“ verliehen. Damit gehören wir zu den fünf Prozent der bestbewerteten Unternehmen auf kununu.

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 krankheitsbedingte Fehlzeiten zu reduzieren.

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

Seit 2017 bieten wir unseren Mitarbeitern die Möglichkeit, Dienstfahräder im Rahmen einer Entgeltumwandlung zu leasen. Aktuell werden 101 Fahrräder von 73 Mitarbeitern geleast. Damit hat sich sowohl die Anzahl der Fahrräder als auch die Anzahl der Mitarbeiter, die Fahrräder geleast haben, um über 15 % gegenüber dem Vorjahr erhöht. Einige Mitarbeiter machen von der angebotenen Option Gebrauch, auch für ihren Partner ein Fahrrad zu leasen.

Vielfalt und Chancengleichheit

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



Vielfalt bedeutet für uns nicht nur kulturelle Diversität und Internationalität, sondern auch Vielfalt mit Blick auf Altersgruppen, Fachkompetenz und ein ausgewogenes Verhältnis zwischen den Geschlechtern. Im Berichtsjahr lag die Frauenquote bei 34,9 % (34,6 % im Geschäftsjahr 2021).

Einführung

Grundlagen

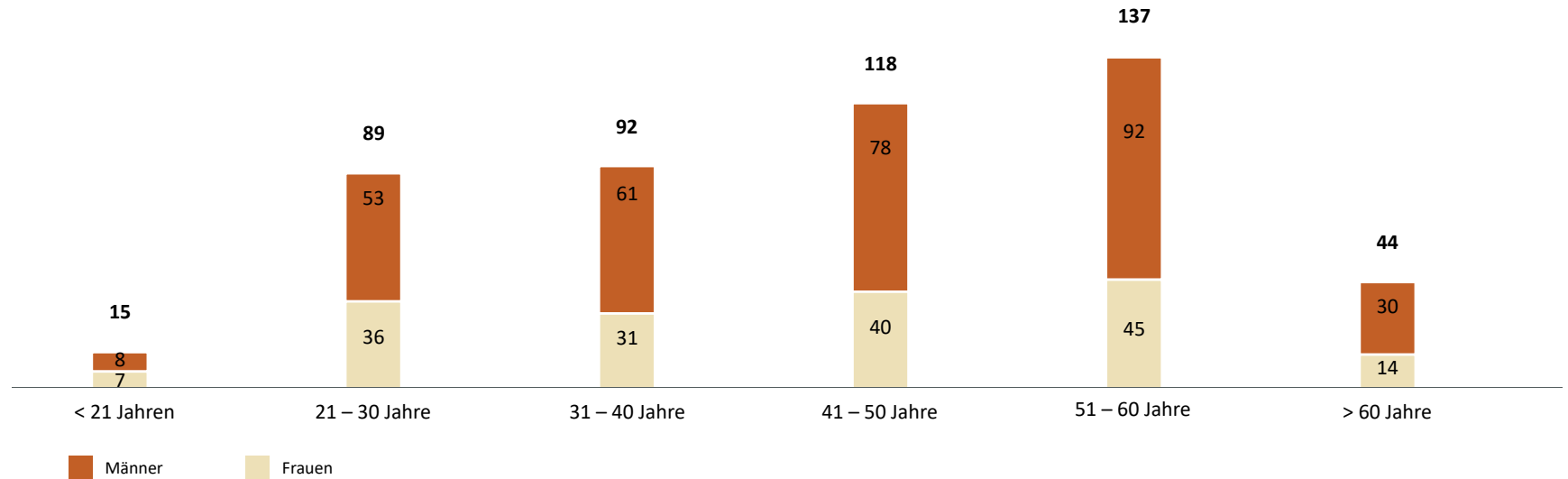
People

Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit

Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz

Aus- und Weiterbildung

Unser Engagement



Planet

Products

Anhang

Geschlechterverteilung nach Altersgruppen

Unser Verhaltenskodex sowie das allgemeine Gleichbehandlungsgesetz bilden unternehmensweit den Rahmen für die Förderung der Vielfalt und Chancengleichheit und untersagt kategorisch jegliche Diskriminierung.



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



Einführung

Grundlagen

People

Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit

Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz

Aus- und Weiterbildung

Unser Engagement

Planet

Products

Anhang

Wir dulden keine Diskriminierung und lassen im Umgang miteinander gegenseitigen Respekt, Wertschätzung, Toleranz und Vertrauen walten. Diese Grundsätze sind Teil des konzernweit gültigen Verhaltenskodex und somit für alle Mitarbeiter verpflichtend einzuhalten. Dieses Verständnis haben wir im Jahr 2021 durch den Beitritt zum UN Global Compact und der Verpflichtung zur Einhaltung seiner zehn Prinzipien bekräftigt. Bei Verstößen setzen wir arbeitsrechtliche Mittel bis hin zur Abmahnung oder auch Kündigung ein. Betroffene können sich an den Bereich Personal und Organisation, das Compliance Committee oder an die anonyme Whistleblower-Hotline wenden. Im Berichtsjahr haben wir zudem die Position eines Compliance Officers neu geschaffen, um der zunehmenden Bedeutung von Compliance-Themen Rechnung zu tragen. Eines der ersten Projekte des Compliance Officers im Berichtsjahr war in Zusammenarbeit mit der CSR-Abteilung die Initiierung der Überarbeitung des im Jahr 2017 eingeführten Verhaltenskodex, um das Regelwerk an veränderte Rahmenbedingungen und neue Anforderungen anzupassen. Die Implementierung des neuen Verhaltenskodex ist im Verlauf des Jahres 2023 geplant.

Altersgruppen und Durchschnittsalter in der Unternehmensgruppe

	2022	2021	2020
< 30 Jahre [%]	21,0	19,0	18,9
≥ 30 - ≤ 50 Jahre [%]	42,4	44,0	44,6
> 50 Jahre [%]	36,6	37,0	36,5
Durchschnittsalter [Jahre]	44,3	43,9	43,7

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 sind keine Hinweise bezüglich eines gemeldeten Verstoßes gegen das Benachteiligungsverbot

eingegangen.

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

Vielfalt in den Führungsebenen

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

Frauenquotenziele in den Führungsebenen der Unternehmensgruppe

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

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

Im Geschäftsjahr 2022 bestand der zweiköpfige Vorstand der Berentzen-Gruppe Aktiengesellschaft aus zwei Männern. Ziel des Diversitätskonzepts des Vorstands ist es, diesen mit einem Frauenanteil von mindestens 33 % zu besetzen, sofern er



Einführung

Grundlagen

People

Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit

Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz

Aus- und Weiterbildung

Unser Engagement

Planet

Products

Anhang

aus mehr als zwei Mitgliedern besteht. Darüber hinaus sieht das Diversitätskonzept eine Altersgrenze für Vorstandsmitglieder vor. Zum Mitglied des Vorstands sollen nur Personen bestellt werden, die am Ende der regulären Amtszeit, für die sie entweder erstmalig oder erneut bestellt werden, das 65. Lebensjahr noch nicht vollendet haben.

Die erste und zweite Führungsebene unterhalb des Vorstands erfolgt nach hierarchischer Zuordnung sowie der Wahrnehmung von Führungsaufgaben im Sinne von Personal- und Budgetverantwortung.

Zum Bilanzstichtag lag der Frauenanteil in der ersten Führungsebene bei 19 % und in der zweiten Führungsebene unterhalb des Vorstands bei 17 %.

Frauenanteil in den Führungsebenen und Kontrollorganen

	Gesamtanzahl	davon Frauen	davon Männer
Vorstand	2	0	2
Erste Führungsebene unterhalb des Vorstands	16	3	13
Zweite Führungsebene unterhalb des Vorstands	29	5	24
Aufsichtsrat	6	2	4

Der Frauenanteil in der ersten Führungsebene lag im Vorjahr noch bei 8% und konnte somit mehr als verdoppelt werden. Die Gründe für die aber insgesamt niedrigen Frauenanteile in der ersten und zweiten Führungsebene unterhalb des Vorstands sind vielschichtig und lassen sich im Wesentlichen wie folgt zusammenfassen: Bei der Besetzung vakanter Führungspositionen zeigt sich zunehmend ein schon grundsätzlich nur geringes quantitatives Angebot an qualifizierten Bewerbenden. Hintergrund dessen waren und sind nicht zuletzt auch der allgemeine Fach- und Führungskräfte mangel sowie die traditionell unverändert männlich dominierte Geschlechterstruktur in der Getränke- und Spirituosenindustrie. Daneben ist

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

Die festgelegten Zielgrößen für den Frauenanteil in den beiden Führungsebenen unterhalb des Vorstands wollen wir erreichen, indem wir zukünftig verstärkt Maßnahmen zur Frauenförderung durchführen. Neben der Förderung einer wertschätzenden Vielfaltskultur im Unternehmen und einer Stärkung der weiter oben skizzierten Vereinbarkeit von Beruf und Familie umfassen diese die Intensivierung der internen Personalentwicklung unter dem Gesichtspunkt der Auswahl, Förderung und Vorbereitung von Frauen für Führungsaufgaben. Hierzu wurde im Berichtsjahr auch eine Gesprächsplattform für weibliche Führungskräfte ins Leben gerufen, auf der sich die Mitglieder über zukünftige Möglichkeiten der Gewinnung weiterer mit Leitungsfunktionen betrauten Frauen austauschen. Zudem erfolgt eine gezieltere Ansprache unternehmensexterner weiblicher Fach- und Führungskräfte bei der Besetzung offener Vakanzen, dies auch mit Unterstützung entsprechend spezialisierter externer Berater.

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



Einführung

Grundlagen

People

Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit

Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz

Aus- und Weiterbildung

Unser Engagement

Planet

Products

Anhang

Vereinigungsfreiheit und Mitbestimmung

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

Verhältnis tariflich zu außertariflich Beschäftigten

	Gesamtanzahl	davon Frauen	davon Männer
Anzahl tariflich Beschäftigter	372	139	233
Anzahl außertariflich Beschäftigter	123	34	89

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

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

Das Recht auf Informationen wird in der Berentzen-Gruppe umfassend umgesetzt. Alle neuen Mitarbeiter erhalten eine Begrüßungsmappe mit ausführlichen Informationen zur Unternehmensgruppe. Im Berichtsjahr haben wir zudem

ein neues Konzept zur Erweiterung unserer internen Kommunikation und der Begegnung umgesetzt. Ein wesentlicher Bestandteil dessen ist der bereits erwähnte neue „Berentzen Talk“. Um mehr Begegnungsmöglichkeiten zu schaffen, wurde im Berichtsjahr außerdem das Format eines Stammtisches aufgenommen. Dieser findet an den Standorten einmal pro Quartal statt und dient dem lockeren Austausch und der Vernetzung.

Betriebliche Veränderungen werden in Deutschland nach dem deutschen Betriebsverfassungsgesetz im Wirtschaftsausschuss sowie in Betriebsratssitzungen rechtzeitig mitgeteilt, damit der Betriebsrat sein Beratungs- und Mitbestimmungsrecht sinnvoll ausüben kann. Eine konkrete Mitteilungsfrist ist in Deutschland nicht gesetzlich festgelegt. Gesetze, Tarifverträge und Konzernbetriebsvereinbarungen regeln in Deutschland alle wesentlichen Themen, die Mitarbeiterbelange betreffen.

Vergütung

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



Einführung

Grundlagen

People

Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit

[Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz](#)

Aus- und Weiterbildung

Unser Engagement

Planet

Products

Anhang

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

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



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

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



Krankheitskennzahlen unserer Beschäftigten

	2022	2021	2020
Krankheitstage	10.319	8.864	8.593
Krankenquote [%]	5,4	4,3	3,9
Krankenquote inkl. Langzeiterkrankungen [%]	8,5	7,2	7,0

Einführung

Grundlagen

People

Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit

Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz

Aus- und Weiterbildung

Unser Engagement

Planet

Products

Anhang

care@work – unser betriebliches Gesundheitsmanagement

Um die Ziele unserer Nachhaltigkeitsstrategie zu erreichen, haben wir im Jahr 2021 in einem ersten Schritt unser Betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM) unter dem Namen „care@work“ weiterentwickelt. Im Zentrum dieses Konzeptes steht die Stärkung des psychischen und physischen Wohlbefindens der Beschäftigten sowie die Vermittlung gesundheitsfördernder Verhaltensweisen. Aus diesem Grund gliedert sich das Konzept in zwei strategische Bereiche: Corporate-Care und Self-Care.

Der strategische Bereich Corporate-Care umfasst alle Aktionen, Maßnahmen und spezifischen Handlungsanweisungen, die in direktem Zusammenhang mit der Arbeitsumgebung stehen. Als Arbeitgeber liegt es in unserer Verantwortung, die betrieblichen Rahmenbedingungen, Strukturen und Prozesse so auszurichten, dass die Arbeit und Organisation gesundheitsförderlich gestaltet ist. Daher umfasst dieser Bereich u. a. die Themen Arbeitssicherheit, Verhinderung des Entstehens von Branchen- und Berufskrankheiten, Förderung von Bewegung sowie physische und psychische Belastungen am Arbeitsplatz.

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

Als Arbeitgeber sehen wir unsere Aufgabe in diesem Bereich darin, den Beschäftigten die notwendigen Informationen und Mittel an die Hand zu geben, um selbst aktiv werden zu können. Wir wollen gemeinsam verantwortungsvolle und gesundheitsbewusste Verhaltensweisen erlernen und implementieren. Dies kann, soll und muss auf freiwilliger Basis erfolgen, denn gesundes Schlaf-, Ernährungs- oder Bewegungsverhalten umfasst das Privatleben unserer Beschäftigten.

Da sich die Bedürfnisse unserer Beschäftigten aufgrund ihrer Tätigkeiten im Unternehmen teilweise signifikant unterscheiden, ist ein weiterer wichtiger Baustein von care@work, eine zielgruppenorientiertere Ausgestaltung von Maßnahmen. So wurden im Berichtsjahr z. B. Vorträge zum Thema Schlaf an allen unseren deutschen Standorten für die gewerblichen Mitarbeiter angeboten, da Tipps für einen gesunden Schlaf gerade für Beschäftigte im Schichtdienst besonders wichtig sind. Zudem bieten wir nun all unseren im Außendienst tätigen Mitarbeitern Fahrsicherheitstrainings an. Unseren kaufmännischen Angestellten haben wir im Berichtsjahr über mehrere Wochen hinweg das Konzept der „digitalen aktiven Pause“ sowie körperliche Übungen für den Arbeitsalltag vorgestellt. Beides wirkt den negativen Konsequenzen einer stundenlangen, sitzenden Tätigkeit an einem Bildschirmarbeitsplatz entgegen.

Über das Konzept und die verschiedenen Angebote von care@work haben wir die Mitarbeiter über eigens gestaltete Unterseiten in unserem Social Intranet umfassend informiert.

care@work



Einführung

Grundlagen

People

Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit

Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz

Aus- und Weiterbildung

Unser Engagement

Planet

Products

Anhang

Vielfältige Angebote zur Gesundheitsförderung

Wir haben bereits im Geschäftsjahr 2021 damit begonnen, die Bildschirm- und Büroarbeitsplätze gesundheitsförderlicher zu gestalten und mit höhenverstellbaren Schreibtischen zu versehen. Mit Abschluss des Berichtsjahres sind fast alle Schreibtischarbeitsplätze entsprechend ausgestattet.

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 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.

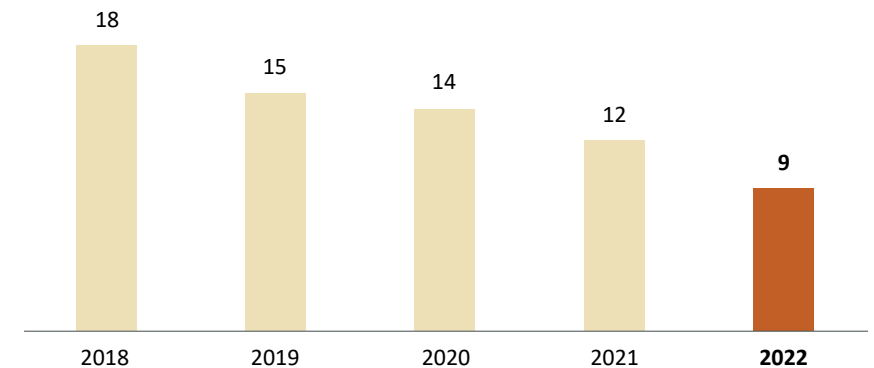
Die Mitarbeiter haben die Möglichkeit, die bisher durchgeführten Maßnahmen zu bewerten und Verbesserungswünsche über eine eigens eingerichtete E-Mail-Adresse einzureichen. Die Rückmeldungen werden in der weiteren Maßnahmenplanung berücksichtigt.

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

Arbeitsicherheit

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

Entwicklung der Anzahl der Arbeitsunfälle





Kennzahlen zur Arbeitssicherheit

	2022	2021	2020
Anzahl Arbeitsunfälle ¹⁾	9	12	9
Anzahl Arbeitsunfälle mit schweren Folgen	0	0	0
Anzahl Arbeitsunfälle mit Todesfolge	0	0	0
Anzahl Wegeunfälle	0	0	4
Unfallhäufigkeit ²⁾	12,9	17,0	12,5

- ¹⁾ Ein Arbeitsunfall ist ein meldepflichtiger Vorfall, der mit mehr als drei Tagen Arbeitsausfall verbunden ist. Angabe ohne Wegeunfälle und arbeitsbedingte Verletzungen mit schweren Folgen.
- ²⁾ Unfallhäufigkeit: Anzahl Arbeitsunfälle pro 1 Mio. Arbeitsstunden.

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

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

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

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

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

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

Einführung

Grundlagen

People

Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit

Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz

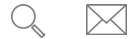
Aus- und Weiterbildung

Unser Engagement

Planet

Products

Anhang



Einführung

Grundlagen

People

Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit

Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz

Aus- und Weiterbildung

Unser Engagement

Planet

Products

Anhang

Durch unsere Ausbildungsangebote lernen wir die Fach- und Führungskräfte der Zukunft 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.

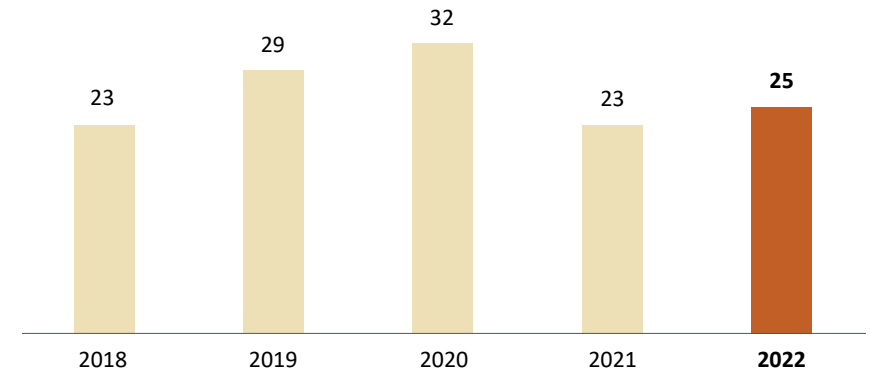
Verantwortlich für das Thema Personalentwicklung ist der Bereich Personal und Organisation. Der Bereich unterstützt die Fachbereiche bei der ziel- und bedarfsorientierten Qualifizierung unserer Beschäftigten. Ziel ist es, den aktuellen und zukünftigen Anforderungen und Herausforderungen gerecht zu werden.

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.

Ausbildung

Im Berichtsjahr ist die Ausbildungsquote von 4,7 % (2021) auf 5,1 % leicht angestiegen. Die Übernahmequote ist von 76,9% (2021) auf 87,5% gestiegen. Dieser deutliche Anstieg ist einerseits auf einen hervorragenden Ausbildungsjahrgang und andererseits auf eine hohe Anzahl von zu besetzenden Stellen in der Unternehmensgruppe zurückzuführen.

Entwicklung der Anzahl der Auszubildenden in der Unternehmensgruppe



Mit Beginn des Ausbildungsstarts im August 2022 sind Auszubildende in den folgenden Ausbildungsberufen gestartet:

- Elektroniker für Betriebstechnik
- Industriekaufmann
- Fachkraft für Lebensmitteltechnik
- Destillateur
- Fachinformatiker für Systemintegration
- Fachinformatiker für Anwendungsentwicklung

Erstmals hat zudem eine Person eine Ausbildung in der Berentzen-Gruppe zum Kaufmann für E-Commerce begonnen. Damit wird der ständig wachsenden Bedeutung von Onlinehandel Rechnung getragen.

Zum Bilanzstichtag waren insgesamt 25 Auszubildende in der Unternehmensgruppe beschäftigt. Innerhalb des Berichtsjahres haben 10 Auszubildende ihre Ausbildung begonnen und 8 Personen ihre Ausbildung erfolgreich beendet.



Ausbildungskennzahlen

	2022	2021	2020
Anzahl Auszubildende	25	23	32
Auszubildendenquote [%]	5,1	4,7	6,3
Übernahmequote [%]	87,5	76,9	71,4

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. 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. Referenten aus den unterschiedlichsten Unternehmensbereichen stellten zudem ihre Aufgaben vor. Erstmals haben die Auszubildenden auch ein Fahrsicherheitstraining im Rahmen der Einführungswoche absolviert.

Sofern von den Auszubildenden gewünscht, bieten wir ihnen die Möglichkeit eines Auslandpraktikums, um internationale Erfahrungen zu sammeln. Ein weiteres Angebot sind Schulungen zur Prüfungsvorbereitung. 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 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.

Seit vergangenem Jahr erhalten alle Auszubildenden einen Account beim Audio-Streaming-Dienst Spotify auf Kosten der Berentzen-Gruppe. Wir haben dieses Angebot als einen weiteren Baustein eingeführt, um unsere Unternehmensgruppe als Ausbildungsstätte noch attraktiver für junge Menschen zu machen.

Für die Auszubildenden wurde im Berichtsjahr zudem der Fahrtkostenzuschuss für die Besuche der Berufsschulen angehoben, um einen Ausgleich für die stark gestiegenen Treibstoffkosten zu schaffen.

Förderung von jungen Menschen

Zur Unterstützung junger Menschen in der Phase der Berufsorientierung erhielten im Geschäftsjahr 2022 insgesamt 31 Schüler und Studierende im Rahmen eines Praktikums die Möglichkeit, die Unternehmensgruppe kennenzulernen und erste berufliche Erfahrungen im kaufmännischen oder gewerblichen Bereich zu sammeln.

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

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



Einführung

Grundlagen

People

Mitarbeiterbindung und
-zufriedenheit

Gesundheit und Sicherheit
am Arbeitsplatz

Aus- und Weiterbildung

[Unser Engagement](#)

Planet

Products

Anhang

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. Im Rahmen des Mitarbeiterentwicklungsgesprächs kann die Führungskraft individuell den persönlichen oder fachlichen Entwicklungsbedarf identifizieren und gezielt mit dem Mitarbeiter Weiterentwicklungsmöglichkeiten beschließen. Seit Ende des Berichtsjahres werden zudem verpflichtende Führungskräfte trainings angeboten, die in spezifische Einheiten für Mitglieder der Geschäftsleitung, administrative Führungskräfte und gewerbliche Führungskräfte untergliedert sind.

(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.

Spende für die Ukraine

Ende Februar des Berichtsjahres hat Russland einen schweren Angriffskrieg gegen die Ukraine begonnen. Bereits Anfang März haben wir uns kurzfristig entschieden, die Aktion Deutschland Hilft bei dem Projekt Nothilfe Ukraine mit einer Spende zu unterstützen.

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

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

Zur Reduktion der zu Beginn der Pandemie herrschenden Desinfektionsmittelknappheit stellten wir zunächst nach einer vereinfachten Rezeptur der World Health Organization manuell selbst Desinfektionsmittel her und stellten es kostenfrei regionalen Krankenhäusern und weiteren Einrichtungen zur Verfügung. Da der wichtigste Rohstoff für die Desinfektionsmittelherstellung Ethanol ist, welcher zu Beginn der Pandemie ebenfalls nicht in ausreichender Menge zur Verfügung stand, stellten wir diesen in unserer Destille in Haselünne her und belieferten damit regionale Apotheken, die daraus selbst Desinfektionsmittel herstellen konnten. Um größere Mengen an Desinfektionsmittel bereitzustellen zu können, gingen wir eine Kooperation mit der Remmers Gruppe, Lönigen, ein.

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.

Zudem haben wir in Zusammenarbeit mit unseren Betriebsärzten an unseren Standorten Haselünne und Minden mehrere Termine – von der Erstimpfung bis hin zur zweiten Booster-Impfung – für Coronaschutzimpfungen angeboten.

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



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Wertschöpfungskette

Wasser

Klimaschutz

Umgang mit Ressourcen

Products

Anhang

ideales Lebensumfeld für die Bienen. Das Wohlergehen der weltweiten Bienenpopulationen wird durch Monokulturen, Pestizide und Klimaveränderungen immer mehr bedroht, obwohl Bienen und andere Bestäuberinsekten eine zentrale Rolle in unserem Ökosystem sind. Auch für unsere Produkt-Rohstoffe – wie beispielsweise die Orangen im Geschäftsbereich *Frischsaftsysteme* und die verwendeten Fruchtsäfte für unsere Liköre im Geschäftsbereich *Spirituosen* oder unsere Schorlen im Geschäftsbereich *Alkoholfreie Getränke* – sind wir auf die Bienen und andere Bestäuberinsekten angewiesen.

Unsere „Berentzen-Bienen“ können diese globale Problematik selbstverständlich nicht alleine lösen, die drei Bienenvölker leisten aber einen fleißigen Beitrag zur Bestäubung des umliegenden Ökosystems und dienen für uns als internes Aufklärungsinstrument unserer Beschäftigten. Damit die Bienen auch weiterhin perfekte Rahmenbedingungen für diese wichtige Aufgabe vorfinden, hat sich einer unserer Beschäftigten im Rahmen einer Schulung zum Imker qualifiziert.

(4) Planet

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

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

Abfälle, die je nach Art der Entsorgung und der Wiederverwertbarkeit ebenfalls mit Umweltauswirkungen verbunden sind.

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

Wir justieren und optimieren kontinuierlich unsere eigenen Prozesse und Strukturen, um unsere Ziele zu erreichen. Ein wesentlicher erster Schritt dazu war der Beginn des Aufbaus eines digitalen monatlichen Monitorings der wesentlichen Umweltkennzahlen an allen Produktionsstandorten im Berichtsjahr.

Die detaillierte Kennzahlenerhebung führt dazu, Verbräuche effizienter steuern und messen zu können. Dabei soll uns zukünftig auch die Definition von Leistungsindikatoren und konkreten Zielwerten für das Jahr 2024 sowie die Implementierung eines Umweltmanagementsystems nach ISO 14001 an allen Produktionsstandorten helfen.

Wir sind zudem im Geschäftsjahr 2022 der Plattform Share2Act beigetreten, die speziell für die Lebensmittel- und Getränkeindustrie entwickelt wurde und verschiedene digitale Services rund um Produktionsanlagen bietet. Diese hilft unter anderem bei der Optimierung von Produktionsprozessen, was sich positiv auf Energieverbräuche auswirkt.

Ein weiterer wesentlicher Baustein zur Effizienzsteigerung ist die Investition in moderne, effizientere und ressourcenschonendere Anlagen. So haben wir beispielsweise im Geschäftsjahr 2022 am Standort Haselünne ein neues Trockenteil an der Glasanlage angeschafft und installiert. Dieses trägt zur Optimierung des Ressourceneinsatzes bei, da es sowohl zu einer Reduktion von benötigtem Drucklauf



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Wertschöpfungskette

Wasser

Klimaschutz

Umgang mit Ressourcen

Products

Anhang

als auch zu einem niedrigeren Strombedarf der Anlage führt. Zudem setzen wir am Standort Haselünne eine neue, sparsamere Anlage zur Wärmeerzeugung in der Produktion ein und sparen damit weitere Ressourcen.

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

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

Wesentliche Herausforderungen im Geschäftsjahr 2022

Als produzierende Unternehmensgruppe sind wir auf die Verfügbarkeit von bestimmten Rohstoffen angewiesen. Die Coronavirus-Pandemie führte zu großen Herausforderungen auf den Beschaffungsmärkten, zu Materialknappheiten und zu Lieferengpässen. Diese Situation verschärfte sich im Geschäftsjahr 2022 vor dem Hintergrund des russischen Angriffskrieges gegen die Ukraine noch einmal massiv. Die Herausforderungen hinsichtlich der Rohstoffverfügbarkeit machten es in der Produktion notwendig, kleinere Losgrößen bzw. Chargen zu füllen. Zudem musste die Produktionsplanung insgesamt deutlich flexibler und kurzfristiger auf aktuelle Rohstoffverfügbarkeiten reagieren. Dies führte zu Effizienzverlusten in der

Produktion.

Verantwortungsvoller Umgang mit Risiken

Im Rahmen der erstmaligen Erfassung von ESG-Risiken mittels unseres neu etablierten Risikomanagementsystems haben wir Extremwetterereignisse (z. B. infolge des Klimawandels), den Austritt von Chemikalien oder Gefahrstoffen, eine fragile und CO₂-emissionsintensive Energieversorgung sowie Brandgefahr an den Produktionsstandorten als potenzielle Risiken im Handlungsfeld „Planet“ definiert.

Weitere Risiken, die sich aus der Geschäftstätigkeit auf die Umwelt ergeben, können grundsätzlich durch die Nichteinhaltung der Umweltvorschriften und -gesetze entstehen. Im Geschäftsjahr 2022 gab es keine Bußgelder oder nicht-monetäre Sanktionen aufgrund von Nichteinhaltung von Umweltschutzgesetzen und -verordnungen gegen die Unternehmensgruppe.

(4.1) Wertschöpfungskette

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

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



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Wertschöpfungskette

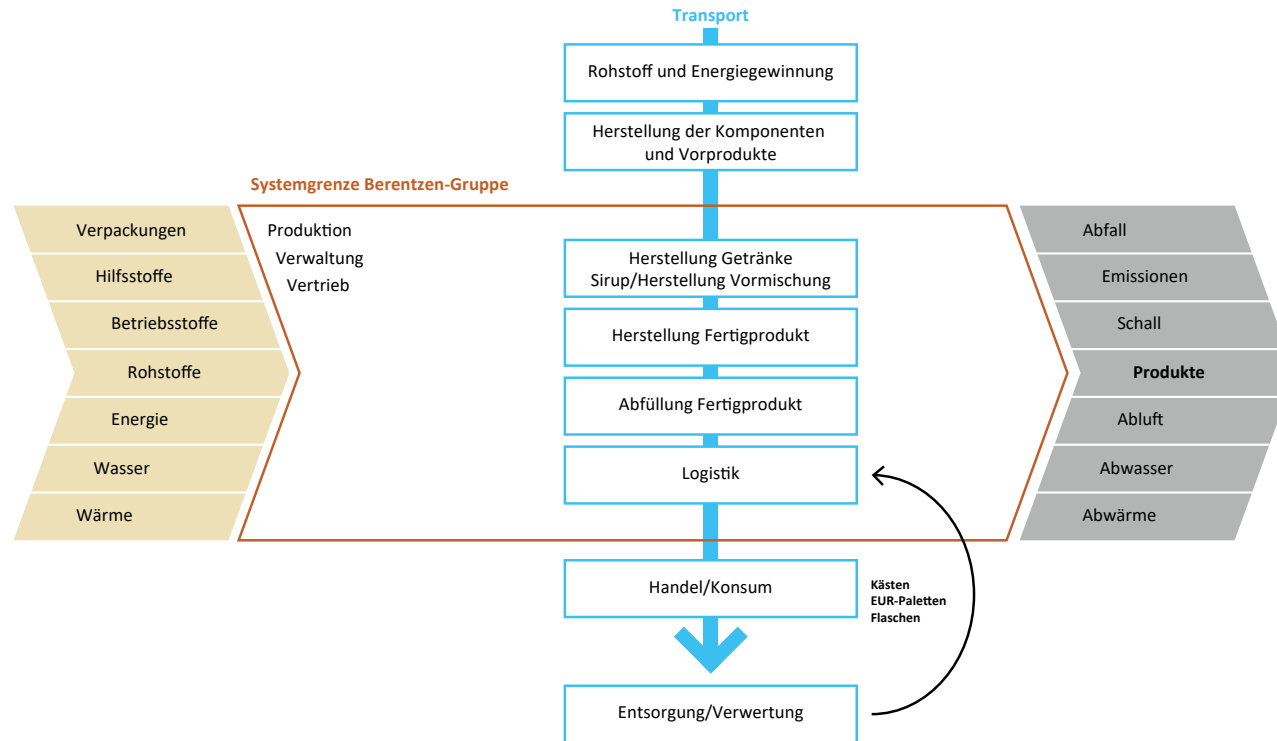
Wasser

Klimaschutz

Umgang mit Ressourcen

Products

Anhang



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

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

Input-Output-Bilanz

Die Input-Output-Bilanz dokumentiert die zur Herstellung und Verpackung der Spirituosen und AFG eingesetzten Roh- und Hilfsstoffe sowie Verpackungsmaterialien. Die Grundlage bilden die über das ERP-System SAP erfassten Wareneingänge im Geschäftsjahr 2022. Bestandsveränderungen im Laufe des Jahres bleiben unberücksichtigt. Darüber hinaus betrachtet sie ausschließlich Waren und erzeugte Produkte der konzerneigenen Produktionsstätten.

Dadurch kann der Trend in einzelnen Kategorien nur über längere Zeiträume beurteilt werden, 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.

Einführung

Grundlagen

People

Planet

Wertschöpfungskette

Wasser

Klimaschutz

Umgang mit Ressourcen

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

Products

Anhang

Input-Output-Bilanz 2022

Input	Menge	Einheit
Rohstoffe		
Kräuter/Gewürze	7	Tonnen
Öle	59.365	Liter
Aromen/Konzentrate/Grundstoffe	3.068	Tonnen
Zucker/Zuckersirup	6.193	Tonnen
Destillate	21.816.310	Liter
Halbware	714.483	Liter
Diverse Rohstoffe	76	Tonnen
Hilfsstoffe		
Stickstoff	71.446	Kubikmeter
Kohlensäure	1.135	Tonnen
Farbstoffe	5	Tonnen
Verpackungsmaterialien		
Papieretiketten	445.043	T Stück
Kartonagen	19.740	T Stück
Kartonaufkleber	6.532	T Stück
Folienetiketten	159.896	T Stück
PET-Flaschen	461	Tonnen
Schrumpfhäuben	1.702	T Stück
Stretchfolie unbedruckt	20	Tonnen
Stretchfolie bedruckt	343	T Meter
Sonstige Verpackungsmaterialien aus Kunststoff	1.508	T Stück
Kunststoffverschlüsse	66.605	T Stück
Metallverschlüsse	243.222	T Stück
Glasflaschen	35.882	Tonnen



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Wertschöpfungskette

Wasser

Klimaschutz

Umgang mit Ressourcen

Products

Anhang

Output	Menge	Einheit
Fertigprodukt	174.854.260	Liter
Füllungen	302.882.864	Stück
Durchschnittliche Füllmenge	0,58	Liter/Stück

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

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. Darüber hinaus wurde der Einsatz von Verpackungsfolie im Segment *Spirituose* signifikant reduziert, da durch eine Optimierung des Produktionsprozesses die Anzahl der Wicklungen gesenkt wurde. Außerdem setzen wir bei der Flaschenbeschaffung vermehrt bepfandete Kunststoffzwischenlagen statt Einwegkartonzwischenlagen ein. Die Kunststoffzwischenlagen werden nach der Nutzung an den Händler zurückgegeben und somit wiederverwendet.

Produktionsmenge

	2022	2021	2020	2015
AFG				
Fertigprodukt [l]	121.117.475	123.351.088	161.818.837	148.754.399
Füllungen [Stück]	166.550.845	161.582.135	191.083.269	163.049.443
Durchschnittliche Füllmenge [l/ Stück]	0,73	0,76	0,85	0,91
Spirituose				
Fertigprodukt [l]	53.736.785	51.173.349	56.617.520	54.701.144
Füllungen [Stück]	136.332.019	127.684.588	145.222.030	156.715.803
Durchschnittliche Füllmenge [l/ Stück]	0,39	0,40	0,39	0,35
Gesamt Fertigprodukt [l]	174.854.260	174.524.437	218.436.357	203.455.543
Durchschnittliche Füllmenge [l/ Stück]	0,58	0,60	0,65	0,64



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Wertschöpfungskette

Wasser

Klimaschutz

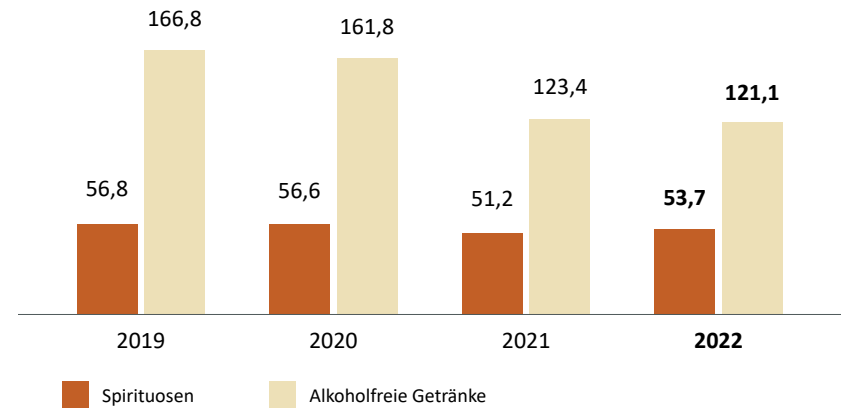
Umgang mit Ressourcen

Products

Anhang

Entwicklung der Produktionsmenge der Berentzen-Gruppe

In Mio. Liter Fertigprodukt



Entwicklung der Produktionsmenge

Im Geschäftsjahr 2022 gab es nur vergleichsweise geringfügige Veränderungen der Produktionsmengen. Im Segmente *Spirituose* ist die Produktionsmenge in Litern um 5,0 % gestiegen. Dies ist insbesondere auf eine erhöhte Nachfrage zurückzuführen. Die weitreichende Rücknahme pandemiebedingter Restriktionen im Berichtsjahr hatte zur Folge, dass viele Feierlichkeiten und Feste, die in den Jahren zuvor ausgefallen waren, wieder stattfinden konnten. Menschen kamen wieder zusammen, um zu feiern, was sich auch auf das Alkoholkonsumverhalten entsprechend ausgewirkt hat. Die Kennzahl „Anzahl der Füllungen“ verzeichnete sogar einen Zuwachs in Höhe von 6,7 %. Dies führte dazu, dass die durchschnittliche Füllmenge von 0,40 (2021) auf 0,39 Liter pro Füllung zurückgegangen ist. Hauptursache dafür waren ein höheres Absatzvolumen sogenannter Miniaturflasche und die verstärkte Füllung von Premiumprodukten in 0,5l-Flaschen anstatt der ansonsten vorrangig für Spirituosen verwendeten 0,7l-Flaschen.

Im Segment *Alkoholfreie Getränke* ist die Produktionsmenge von 123,4 Mio. Liter Fertigprodukt (2021) auf 121,1 Mio. Liter Fertigprodukt (2022) leicht gesunken, wohingegen die Anzahl der Füllungen von 161,5 Mio. Flaschen auf 166,6 Mio. Flaschen gestiegen ist. Dies führte ebenfalls dazu, dass die durchschnittliche Füllmenge im Vergleich zum Vorjahr deutlich gesunken ist. Sie liegt mit 0,73 Litern pro Füllung unter dem Wert für 2021 (0,76 Liter je Füllung). Hintergrund dieser Entwicklung ist insbesondere die Beendigung einer langjährigen Kooperation mit einem internationalen Getränkekonzern über die Abfüllung alkoholfreier Markenprodukte mit Ablauf des ersten Quartals des Geschäftsjahres 2021. Bei dieser Kooperation wurden insbesondere großvolumige PET-Flaschen mit 1,5l gefüllt. Im Berichtsjahr verzeichneten zudem die Produkte der Marke *Mio Mio*, die in 0,5l- und 0,33l-Flaschen gefüllt werden, ein starkes Absatzwachstum.

(4.2) Wasser

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

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



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Wertschöpfungskette

Wasser

Klimaschutz

Umgang mit Ressourcen

Products

Anhang



Unser Beitrag zur Erreichung des SDGs Nr. 6 „Sauberes Wasser und Sanitäreinrichtungen“ und des SDGs Nr. 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“ im Handlungsfeld Planet: Wir achten auf einen sorgsamem 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.

Absoluter Wasserverbrauch und Abwasseraufkommen

	2022	2021	2020	2015
Brunnenwasser [m³]	199.028	195.996	263.505	276.825
Stadtwasser [m³]	236.642	194.321	226.333	207.109
Gesamt Wasserverbrauch [m³]	435.670	390.317	489.838	483.934
Abwasser [m³]	263.380	229.260	240.787	224.340

Die Messung des Wasserverbrauchs und des Abwasseraufkommens erfolgt an allen Standorten über Wasser- und Abwasserzähler. Über 99 % des konzernweiten Wasserverbrauchs und des Abwasseraufkommens fallen direkt in der Produktion an. Im Geschäftsjahr 2022 ist der Wasserverbrauch von 390.317 m³ (2021) auf 435.670 m³ deutlich gestiegen. Auch das Abwasseraufkommen hat sich von 229.260 m³ im Geschäftsjahr 2021 auf 263.380 m³ (2022) erhöht. Dies ist insbesondere auf die deutlich höhere Anzahl von Füllungen in den Segmenten *Spirituose* und *Alkoholfreie Getränke* sowie den weiter gestiegenen Mehrweganteil im Segment *Alkoholfreie Getränke* zurückzuführen.

Spezifischer Wasserverbrauch und Abwasseraufkommen

	2022	2021	2020	2015
Wasserverbrauch je Liter Fertigprodukt [l/l]	2,49	2,24	2,24	2,38
Abwasseraufkommen je Liter Fertigprodukt [l/l]	1,51	1,31	1,10	1,10
Durchschnittliche Füllmenge [l/Stück]	0,58	0,60	0,65	0,64

Da im Rahmen einer zwischenzeitlich beendeten Lohnfüllkooperation primär PET-Einweggebilde genutzt wurden, hat sich der Anteil von Glas- und PET-Mehrwegflaschen an allen eingesetzten Gebinden erhöht, so dass in Summe auch die relativen Verbräuche gestiegen sind.



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Wertschöpfungskette

Wasser

Klimaschutz

Umgang mit Ressourcen

Products

Anhang

Vor diesem Hintergrund sind im Geschäftsjahr 2022 der spezifische Wasserverbrauch von 2,24 auf 2,49 Liter je Liter Fertigprodukt sowie das spezifische Abwasseraufkommen von 1,31 auf 1,51 Liter je Liter Fertigprodukt gestiegen.

(4.3) Klimaschutz


Die Bekämpfung des Klimawandels gehört zu den wesentlichen Herausforderungen unserer Zeit. Wir leisten unseren Beitrag zur Bekämpfung des Klimawandels, indem wir sowohl auf Energie- und Ressourceneffizienz, als auch auf den Einsatz von Strom aus erneuerbaren Energien setzen. Ein wesentliches Projekt in diesem Zusammenhang war im Berichtsjahr die Errichtung von Photovoltaikanlagen auf Dächern unserer Standorte in Haselünne und Minden. 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 – insbesondere im Bereich Produktion – durch die Inanspruchnahme von Energie. Um den Energieverbrauch innerhalb der Unternehmensgruppe zu optimieren und das Aufkommen an Treibhausgasen zu verringern, haben wir ein Energiemanagementsystem nach ISO 50001 eingeführt. Mehr Informationen zu unserem Energiemanagement sowie zu unserem Energieverbrauch finden sich im Kapitel → „[Umgang mit Ressourcen](#)“.

Um einen Beitrag zur klimafreundlicheren Mobilität zu leisten sowie uns mit alternativen Antriebsformen auseinanderzusetzen, haben wir im Geschäftsjahr 2022 die Elektrifizierung unseres Firmenfuhrparks sowie die Errichtung von Elektroladeinfrastruktur weiter vorangetrieben.

Darüber hinaus haben wir im Berichtsjahr den CO₂-Fußabdruck von verschiedenen Marken berechnet. Wir freuen uns besonders, dass seit dem Geschäftsjahr 2020

die CO₂-Emissionen unserer Wassermarken *Emsland Quelle* und *Märkisch Kristall* sowie aller im deutschen Handel erhältlichen *Mio Mio*-Produkte durch die Unterstützung von Klimaschutzprojekten in den Bereichen Waldschutz, Windenergie und Wasserkraft vollständig kompensiert werden. Im Geschäftsjahr 2021 wurden die Produkte unserer Marke *Emsland Sonne* ebenfalls klimaneutral gestellt. Im Berichtsjahr wurden zudem die Produkte unserer Marken *Sankt Ansgari* und *Kräuterbraut* klimaneutralisiert. Durch unsere Unterstützung der Klimaschutzprojekte werden insgesamt über 20.000 Tonnen CO₂ pro Jahr eingespart bzw. vermieden. Weitere Informationen dazu finden sich im Kapitel → „[Klimaneutralisierte Produkte](#)“.



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

Erneuerbare Energie

Wir setzen auf den Einsatz von erneuerbaren Energien, um damit einen Beitrag zum Klimaschutz zu leisten. Mit der Umstellung der Stromversorgung auf erneuerbare Energien haben wir bereits vor einigen Jahren innerhalb der Unternehmensgruppe begonnen. Bereits seit dem Geschäftsjahr 2018 liegt der Anteil erneuerbarer Energie am Gesamtstromverbrauch bei über 95 %. Im Berichtsjahr hat sich dieser noch einmal leicht auf 98,20 % erhöht. In der Produktion liegt der Anteil erneuerbarer Energie bereits bei 100 %.

Zukünftig erzeugt die Unternehmensgruppe auch eigenständig Strom aus erneuerbaren Energien. Zu diesem Zweck wurden im Berichtsjahr



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Wertschöpfungskette

Wasser

Klimaschutz

Umgang mit Ressourcen

Products

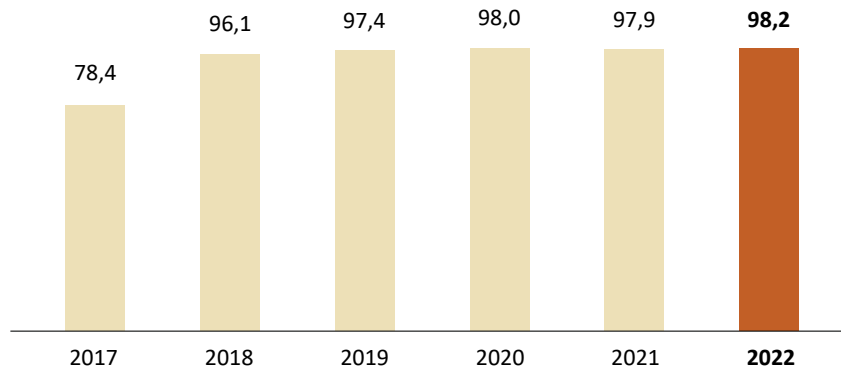
Anhang

Photovoltaikanlagen auf ausgewählten Dachflächen der Berentzen-Gruppe an den Standorten Minden und Haselünne errichtet.

Mit dem Bau der zwei Photovoltaikanlagen können wir bald rund zwölf Prozent unseres Strombedarfs selbst decken. Die Leistung der Anlagen liegt aktuell bei 550 kWp am Standort in Minden und bei 570 kWp am Standort in Haselünne.

Stromherkunft im Jahresvergleich

In Prozent



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

Corporate Carbon Footprint

Seit dem Geschäftsjahr 2017 berechnen wir den Corporate Carbon Footprint der gesamten Unternehmensgruppe. So ermitteln wir, wie viele und wodurch Emissionen von CO₂e (CO₂-Äquivalente) von der Berentzen-Gruppe verursacht werden. Diese Informationen helfen uns, Maßnahmen zum Klimaschutz abzuleiten und langfristig die CO₂e-Emissionen zu verringern.

Da die Berechnung des Corporate Carbon Footprint – auch als CO₂-Bilanz

bezeichnet – ein komplexes und herausforderndes Projekt ist, arbeiten wir auch mit Unterstützung eines externen Partners kontinuierlich an der Weiterentwicklung der Aussagekraft der diesbezüglichen Bilanzierung. So beziehen wir beispielsweise seit dem Geschäftsjahr 2021 die Scope 3 Emissionen umfangreicher in die Berechnung ein.

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

Die organisatorischen Systemgrenzen beschreiben die einbezogenen organisatorischen Einheiten und den Zeitraum, auf den sich der Corporate Carbon Footprint bezieht. Wir beziehen alle aktiven Produktions-, Vertriebs- und Verwaltungsstandorte der Berentzen-Gruppe Aktiengesellschaft für das Geschäftsjahr 2022 in die Bilanzierung ein.

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

Scope 1

In Scope 1 werden alle CO₂e-Emissionen ausgewiesen, die direkt durch das bilanzierende Unternehmen gesteuert werden können (direkte CO₂e-Emissionen). Hierunter fallen die Verbrennung fossiler Brennstoffe (mobil und stationär), CO₂e-Emissionen aus chemischen und physikalischen Prozessen sowie Kältemittelleckagen



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Wertschöpfungskette

Wasser

Klimaschutz

Umgang mit Ressourcen

Products

Anhang

aus Klimaanlagen.

Scope 2

In Scope 2 werden indirekte CO₂e-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 CO₂e-Emissionen unterschiedlicher Unternehmen vermieden.

Scope 3

Alle übrigen CO₂e-Emissionen, die nicht der direkten unternehmerischen Kontrolle unterliegen, werden in Scope 3 aufgeführt (andere indirekte CO₂e-Emissionen). Hierunter fallen z. B. CO₂e-Emissionen, die mit Produkten und Dienstleistungen verbunden sind, die durch das bilanzierende Unternehmen in Anspruch genommen oder verarbeitet werden. Hinzu kommen CO₂e-Emissionen, die mit der Nutzung verkaufter Produkte und Dienstleistungen verknüpft sind, wenn dabei direkte CO₂e-Emissionen verursacht werden.

Entsprechend den Vorgaben des GHG Protocol ist der Ausweis der CO₂e-Emissionen in den Kategorien Scope 1 und Scope 2 obligatorisch, in der Kategorie Scope 3 dagegen freiwillig.

Seit dem Geschäftsjahr 2017 ermitteln wir die CO₂e-Emissionen in den Kategorien Scope 1 und Scope 2 sowie die unter Scope 3 fallenden Emissionen der Vorkette für Strom, Wärme und Transport. Seit dem Geschäftsjahr 2021 berücksichtigen wir zudem die Emissionen, die durch Geschäftsreisen, Pendeln der Arbeitnehmer, Abfall sowie durch eingekaufte Güter und Dienstleistungen entstehen. Die Betrachtung der eingekauften Güter und Dienstleistungen findet derzeit noch nicht vollumfänglich auf Produktebene statt. So werden derzeit nur diejenigen Emissionen berücksichtigt, die durch eingekaufte Werbemittel, Druckprodukte und Büropapier sowie durch eingekauftes Stadtwasser und elektronische Geräte

entstehen.

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

Emissionen 2022

Im Geschäftsjahr 2022 lag der Corporate Carbon Footprint der Berentzen-Gruppe für Scope 1, Scope 2 und die in die Betrachtung einbezogenen Scope 3 Emissionen bei insgesamt 6.155,7 Tonnen CO₂-Äquivalente – deutlich weniger als im Vorjahr (6703,2 Tonnen CO₂e). Die direkten Emissionen (Scope 1) sind im Geschäftsjahr 2022 von 4.240,1 Tonnen CO₂e (2021) auf 3.914,4 Tonnen CO₂e zurückgegangen. Dies ist insbesondere auf den im Berichtsjahr gesunkenen Wärmeenergieverbrauch aufgrund umgesetzter Energiesparmaßnahmen zurückzuführen. So wurden insgesamt 3.320,2 Tonnen CO₂e aus eigenerzeugter Wärme direkt emittiert – ein Minus von 10,2 % gegenüber dem Geschäftsjahr 2021 (3.696 Tonnen CO₂e).



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Wertschöpfungskette

Wasser

Klimaschutz

Umgang mit Ressourcen

Products

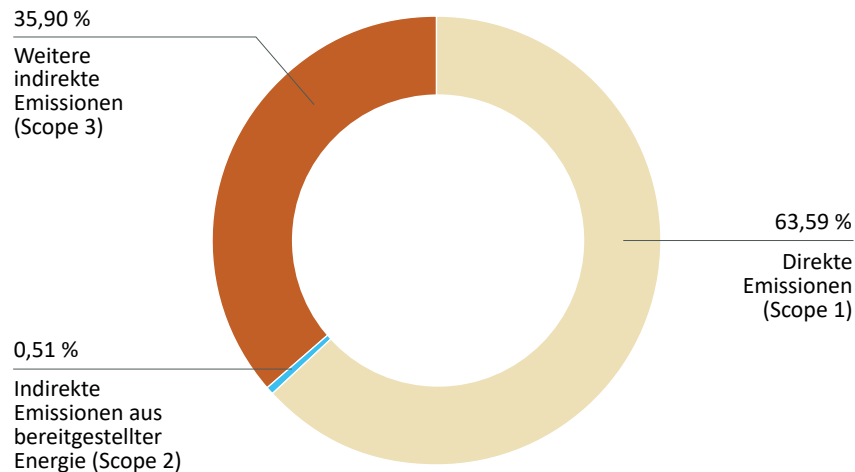
Anhang

		2022	2021	2020	2017
Scope 1:	Direkte Emissionen	3.914,4	4.240,1	4.048,8	4.271,0
	Energieemissionen der Berentzen-Gruppe [t CO ₂ e]	3.914,4	4.240,1	4.048,8	4.271,0
Scope 2:	Indirekte Emissionen aus bereitgestellter Energie	31,4	29,6	37,2	1.416,0
	Eingekaufte Energie [t CO ₂ e]	31,4	29,6	37,2	1.416,0
Scope 3:	Weitere indirekte Emissionen	2.209,9	2.433,4	1.199,4	900,0
	Brennstoff- und energiebezogene Emissionen aus der Vorkette [t CO ₂ e]	1.234,4	1.265,3	1.199,4	900,0
	Anfahrt Mitarbeitende [t CO ₂ e] ¹⁾	771,1	851,4	-	-
	Eingekaufte Güter und Dienstleistungen [t CO ₂ e] ^{1) 2)}	95,9	249,7	-	-
	Abfälle aus dem Betrieb [t CO ₂ e] ¹⁾	47,4	46,1	-	-
	Geschäftsreisen ¹⁾	61,1	21,0	-	-
	Gesamt Emissionen [t CO₂e]	6.155,7	6.703,2	5.285,4	6.587,0

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

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

Aufteilung der CO₂-Äquivalente



Die Scope 1 Emissionen machen im Geschäftsjahr 2022 63,59 % der Gesamtemissionen aus. Der Anteil der Scope 2 Emissionen liegt bei 0,51 %, der Anteil der Scope 3 Emissionen bei 35,90 % der Emissionen der CO₂-Bilanz der Unternehmensgruppe. Um den Vergleich mit den Vorjahren zu ermöglichen zeigt die folgende Tabelle die CO₂e-Emissionen in den Kategorien Scope 1 und Scope 2 sowie die unter Scope 3 fallenden Emissionen der Vorkette für Strom, Wärme und Transport. Insofern stellt die Tabelle eine bereinigte Variante der CO₂-Bilanz der Unternehmensgruppe dar.



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Wertschöpfungskette

Wasser

Klimaschutz

Umgang mit Ressourcen

Products

Anhang

Bereinigte CO₂-Bilanz

	2022	2021	2020	2017
Direkte Emissionen (Scope 1) [t CO ₂ e]	3.914,4	4.240,1	4.048,8	4.271,0
Indirekte Emissionen aus bereitgestellter Energie (Scope 2) [t CO ₂ e]	31,4	29,6	37,2	1.416,0
Weitere indirekte Emissionen (Scope 3) [t CO ₂ e] ¹⁾	1.234,4	1.265,3	1.199,4	900,0
Summe Emissionen [t CO₂e]	5.180,2	5.535,1	5.285,4	6.587,0

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

Datenerfassung und Berechnung

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


Die Berechnung der CO₂-Emissionen erfolgte mit Hilfe von Verbrauchsdaten und Emissionsfaktoren für die Umrechnung in CO₂-Äquivalente.

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

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


(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.



8 MENSCHENWÜRDIGE ARBEIT UND WIRTSCHAFTSWACHSTUM

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.



12 NACHHALTIGE/R KONSUM UND PRODUKTION

Energiemanagement nach ISO 50001

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



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Wertschöpfungskette

Wasser

Klimaschutz

Umgang mit Ressourcen

Products

Anhang

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

Durch das Energiemanagementsystem ist bereits der Grundstein zur Implementierung eines kontinuierlichen Verbesserungsprozesses gelegt worden.

Umweltmanagement nach ISO 14001

Der bestehende Managementansatz wurde im Berichtsjahr im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsstrategie durch die Implementierung eines Umweltmanagementsystems nach ISO 14001 erweitert. Das entsprechende Auditierungsverfahren haben wir erfolgreich durchlaufen.

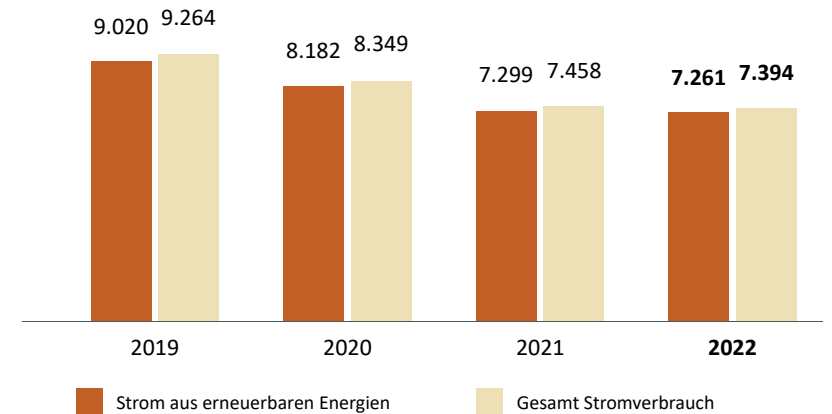
Dieses soll dabei unterstützen, den Umgang mit sozialen und ökologischen Themen zukünftig besser reflektieren zu können. Für das Umweltmanagementsystem wurden weitere formale Strukturen geschaffen und feste Verantwortlichkeiten an den jeweiligen Standorten benannt.

Stromverbrauch

Im Geschäftsjahr 2022 ist der absolute Stromverbrauch von 7.458.304 kWh (2021) auf 7.394.214 kWh (2022) leicht gesunken. Auch der spezifische Stromverbrauch ist von 42,74 (2021) auf 42,29 Kilowattstunden je Kubikmeter Fertigprodukt (2022) leicht zurückgegangen. Im Geschäftsjahr 2022 wurden absolut 21,4 % und je Kubikmeter Fertigprodukt 7,4 % weniger Strom eingesetzt als im Basisjahr.

Entwicklung des Stromverbrauchs im Jahresvergleich

In Tausend kWh





Absoluter und spezifischer Stromverbrauch auf Konzernebene

	2022	2021	2020	2015
Strom aus fossilen Energieträgern [kWh] ¹⁾	133.014	159.242	164.269	8.695.980
Strom aus erneuerbaren Energien [kWh]	7.261.200	7.299.062	8.182.010	591.991
Gesamt Stromverbrauch [kWh]	7.394.214	7.458.304	8.346.279	9.287.972
Spez. Stromverbrauch [kWh/m³]	42,29	42,74	38,21	45,65
Vergleich zum Basisjahr 2015 [%]	-7,4 %	-6,4 %	-16,3 %	Basisjahr

Einführung

Grundlagen

People

¹⁾ Inklusive selbsterzeugter Strom durch das BHKW.

Planet

Gesamtenergieverbrauch

Wertschöpfungskette

Wasser

Klimaschutz

[Umgang mit Ressourcen](#)

Unser Gesamtenergieverbrauch an allen Standorten lag im Geschäftsjahr 2022 bei 25.296.049 kWh. Damit verringerte sich der absolute Energieverbrauch im Vergleich zum Vorjahr um 5,6 %. Auch der spezifische Energieverbrauch wurde im Geschäftsjahr 2022 mit einem Minus von 5,8 % deutlich reduziert. Er lag bei 144,67 kWh je m³ Fertigprodukt (2021: 153,57 kWh je m³ Fertigprodukt). Der Rückgang der Energieverbräuche liegt wie zuvor beschrieben insbesondere in umgesetzten Energiesparmaßnahmen im Bereich Wärmeenergie begründet.

In Summe sind der Erdgasverbrauch von 14.756.420 kWh (2021) auf 13.384.686 kWh (2022) und der Heizölverbrauchs von 2.560.000 kWh (2021) auf 2.270.000 kWh (2022) zurückgegangen.

Products

Anhang



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Wertschöpfungskette

Wasser

Klimaschutz

Umgang mit Ressourcen

Products

Anhang

Zurück

Absoluter Energieverbrauch auf Konzernebene

	2022	2021	2020	2015
Erdgas [kWh]	13.384.686	14.756.420	14.138.224	15.186.172
Heizöl [kWh]	2.270.000	2.560.000	2.290.000	2.226.590
Diesel [kWh]	1.965.260	1.846.150	2.095.100	3.216.146
Benzin [kWh]	245.787	174.432	97.888	72.496
Strom [kWh] ¹⁾	7.288.073	7.326.852	8.206.717	9.287.972
Fernwärme [kWh]	142.243	138.644	121.329	48.000
Gesamt Energieverbrauch [kWh]	25.296.049	26.802.498	26.949.258	30.037.375
Spez. Energieverbrauch [kWh/m³]	144,67	153,57	123,37	147,64
Vergleich zum Basisjahr 2015 [%]	-2,0 %	4,0 %	-16,4 %	Basisjahr

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

Energieerzeugung

Neben den in Abschnitt 1.3 Klimaschutz detailliert beschriebenen Photovoltaikanlagen erzeugen wir durch ein erdgasbefeuertes Blockheizkraftwerk (BHKW) Strom. 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 langfristige Emissionen vermieden werden.

Im Geschäftsjahr 2022 erzeugte das BHKW 174.453 kWh Strom sowie 393.800 kWh Wärmeenergie. Die Wärmeenergie wurde vollständig zur Heizung der Gebäude genutzt. Darüber hinaus wurden 106.141 kWh des durch das BHKW erzeugten

Stroms dem Eigenverbrauch zugeführt. Die restlichen 68.312 kWh wurden ins Stromnetz eingespeist. Die eingespeiste Energie findet keine Berücksichtigung im Stromverbrauch der Unternehmensgruppe.

Kraftstoffverbrauch

Mit dem Abebben der Coronavirus-Pandemie und der damit verbundenen Rücknahme von Restriktionen im Geschäftsjahr 2022 wurden unsere Reiseaktivitäten – insbesondere im Vertriebsaußendienst – wieder deutlich ausgeweitet, was sich auch in einer Zunahme des Kraftstoffverbrauchs unserer Dienstwagenflotte widerspiegelt.



	2022	2021	2020	2015
Diesel [l]	196.526	184.615	209.510	321.615
Benzin [l]	26.716	18.960	10.640	7.880
Gesamt Kraftstoffverbrauch [l]	223.242	203.575	220.150	329.495

Einführung

Grundlagen

People

Planet

Wertschöpfungskette

Wasser

Klimaschutz

[Umgang mit Ressourcen](#)

Products

Anhang

Abfall- und Wertstoffaufkommen

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

Unser absolutes Abfall- und Wertstoffaufkommen ist von 3.669,4 Tonnen im Jahr 2021 aufgrund der höheren Produktionsmengen auf 3.716,1 Tonnen leicht gestiegen. Das spezifische Abfall- und Wertstoffaufkommen blieb mit 21,25 Gramm pro Liter Fertigprodukt nahezu konstant (2021: 21,03 Gramm pro Liter Fertigprodukt). Der spezifische Abfall zur Beseitigung ist im Berichtsjahr nur gering von 0,66 Gramm pro Liter Fertigprodukt (2021) auf 0,68 Gramm pro Liter Fertigprodukt gestiegen.

Unser Wertstoffaufkommen machte auch im Geschäftsjahr 2022 den überwiegenden Anteil unseres Abfalls aus. 96,78 % unseres Abfallaufkommens wird als Wertstoff in den Wertstoffkreislauf zurückgeführt.



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Wertschöpfungskette

Wasser

Klimaschutz

Umgang mit Ressourcen

Products

Anhang

	2022	2021	2020	2015
Glasabfall [t] ¹⁾	2.098,0	2.016,9	2.182,9	1.250,7
Papier und Pappe [t] ¹⁾	479,8	510,6	518,5	560,0
Kunststoff [t] ¹⁾	638,8	585,8	778,0	603,3
Metall [t] ¹⁾	148,1	158,1	149,2	139,2
Altholz [t] ¹⁾	37,4	30,6	24,3	36,5
Kompostierbare Abfälle [t] ¹⁾	16,4	17,1	26,2	44,9
Gefährliche Abfälle [t] ²⁾	9,1	9,6	7,2	3,4
Sonstige Abfälle zur Verwertung [t] ¹⁾	178,0	235,1	264,3	135,3
Sonstige Abfälle zur Beseitigung [t] ³⁾	110,5	105,7	125,8	172,7
Gesamt Abfall- und Wertstoffmenge [t]	3.716,1	3.669,4	4.076,4	2.946,0
Abfall- und Wertstoffaufkommen je Liter Fertigprodukt [g/l]	21,25	21,03	18,66	14,48
Recyclingfähiger Abfall je Liter Fertigprodukt [g/l]	20,57	20,36	18,05	13,61
Abfall zur Beseitigung je Liter Fertigprodukt [g/l]	0,68	0,66	0,61	0,87

¹⁾ Durch Recycling / Verwertung von Entsorgung umgeleitete Abfälle.

²⁾ Sonstige zur Entsorgung weitergeleitete gefährliche Abfälle.

³⁾ Entsorgung durch Verbrennung.



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Products

Nachhaltige Produkte und Verpackungen

Klimaneutrale Produkte

Produktsicherheit und -qualität

Verantwortungsvolle Beschaffung

Anhang

Absolutes Abfall- und Wertstoffaufkommen nach Entsorgungsart auf

Konzernebene

	2022	Anteil
Durch Recycling / Verwertung von Entsorgung umgeleitete Abfälle [t]	3.596,5	96,78 %
Entsorgung durch Verbrennung [t]	110,5	2,97 %
Sonstige zur Entsorgung weitergeleitete gefährliche Abfälle [t]	9,1	0,24 %
Gesamt Abfall- und Wertstoffaufkommen [t]	3.716,1	100,0 %

(5) Products

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



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

Mit unserer Nachhaltigkeitsstrategie und der Zielsetzung „One hundred sustainable Products“ legen wir seit Beginn des Geschäftsjahr 2021 einen noch stärkeren Fokus auf das Thema nachhaltige Produkte und umweltfreundlichere Produktverpackungen.

Als produzierendes Unternehmen stehen wir diesbezüglich in einer besonderen Verantwortung und gehen daher Schritt für Schritt weiter, Nachhaltigkeit noch stärker in unsere Unternehmenstätigkeit zu integrieren.

Um dieses Ziel zu erreichen, werden wir zunächst eine Roadmap entwickeln, mit deren Hilfe wir Inhalte und zeitliche Zielmarken für die folgenden Maßnahmen konkretisieren können: 1. Steigerung des Anteils an nachhaltigen Produkten, 2. Entwicklung von Leitlinien für umweltfreundlichere Produktverpackungen, 3. Überprüfung und Durchführung eines Scorings unserer bestehenden Produktverpackungen anhand der Leitlinien für umweltfreundlichere Produktverpackungen, und schließlich 4. systematische Überarbeitung ausgewählter Produktverpackungen auf Basis des zuvor genannten Scorings. In einem ersten Schritt wurde im Berichtsjahr von einem internen Projektteam ein Kriterienkatalog entworfen, der definieren soll, welche Anforderungen erfüllt sein müssen, damit ein Produkt der Berentzen-Gruppe überhaupt als nachhaltiges Produkt gilt.

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.

Verantwortlich für die Entwicklung, Produktion, Kontrolle sowie Vermarktung unserer Produkte sind die verschiedenen Fachabteilungen. Zuständig für die Themen



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Products

Nachhaltige Produkte und Verpackungen

Klimaneutrale Produkte

Produktsicherheit und -qualität

Verantwortungsvolle Beschaffung

Anhang

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

(5.1) Nachhaltige Produkte und Verpackungen

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

Auch das Thema Verpackung hat in den vergangenen Jahren zunehmend an Aufmerksamkeit gewonnen. Im Geschäftsbereich 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 98,46 %. Aufgrund der nach dem Ende der coronabedingten Restriktionen wieder verstärkt stattgefundenen öffentlichen

Veranstaltungen mit Glasverbot – wie z. B. Musikfestivals – ist der Anteil an Glas-Gebinde etwas niedriger ausgefallen als im Vorjahr (99,31 %).

Entwicklung der Verpackungsformen im Segment Spirituosen 1)

	2022	2021	2020
Glas-Gebinde	98,46 %	99,31 %	98,69 %
Sonstige Gebinde	1,54 %	0,69 %	1,31 %
Gesamt	100,00 %	100,00 %	100,00 %

1) Auf Basis produzierter Liter.

Aufgrund der sehr heterogenen Kunden- und Verbraucherwünsche bieten wir im Segment Alkoholfreie Getränke unsere Produkte in vielfältigen Verpackungsformen an. Mit einem Mehrweg-Anteil von 90,89 % (86,69 % im Geschäftsjahr 2021) setzen wir überwiegend auf umweltfreundliche Mehrweg-Gebinde. Den größten 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.

Entwicklung des Mehrweganteils im Segment Alkoholfreie Getränke

Auf Basis produzierter Liter

	2022	2021	2020
Mehrweg	90,89 %	86,69 %	69,33 %
Einweg	9,11 %	13,31 %	30,67 %
Gesamt	100,00 %	100,00 %	100,00 %



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Products

Nachhaltige Produkte und Verpackungen

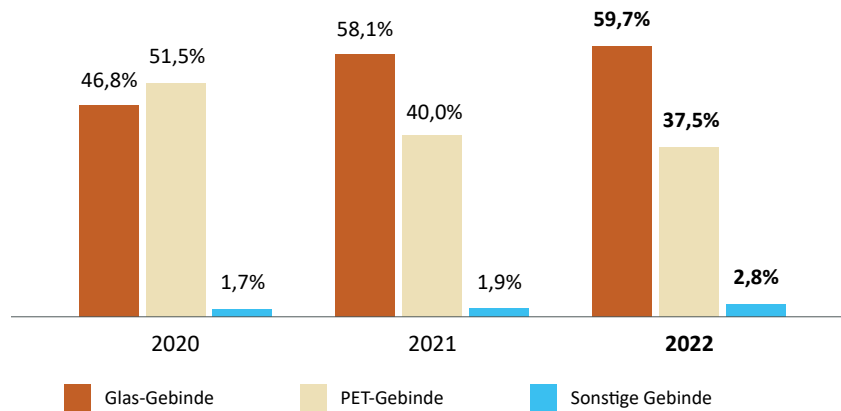
Klimaneutrale Produkte

Produktsicherheit und -qualität

Verantwortungsvolle Beschaffung

Anhang

Auf Basis produzierter Liter



	2022	2021	2020
Glas	59,74 %	58,06 %	46,82 %
PET	37,49 %	40,03 %	51,51 %
Sonstige Gebinde	2,77 %	1,91 %	1,67 %
Gesamt	100,00 %	100,00 %	100,00 %

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 rPET-Flaschen – bestehend aus bis zu 100 % Recyclingmaterial – im Markt zu etablieren. Darüber hinaus sind die Flaschen vollständig recyclingfähig und mit Kunststoff- oder Papieretiketten erhältlich. Im Berichtsjahr wurden die Flaschen zusätzlich ins deutsche Pfandsystem integriert. Dies dient der sortenreinen Trennung von Kunststoffflaschen und fördert somit die Rückführung der Rohstoffe in den Wertstoffkreislauf.

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

Verantwortungsvolle Vermarktung

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

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

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

Der Marketingkodex gilt für die gesamte Berentzen-Gruppe und ihre Mitarbeiter, alle



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Products

Nachhaltige Produkte und Verpackungen

[Klimaneutrale Produkte](#)

Produktsicherheit und -qualität

Verantwortungsvolle Beschaffung

Anhang

Marketing- und Kommunikationspartner sowie alle Aktivitäten und Maßnahmen im Bereich des Marketings.

(5.2) Klimaneutralisierte Produkte

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

Im Jahr 2019 haben wir in unserem Geschäftsbereich *Alkoholfreie Getränke* damit begonnen, den CO₂-Fußabdruck unserer Mineralwassermarken *Emsland Quelle* und *Märkisch Kristall* sowie der Marke *Mio Mio* zu berechnen.

Bei der Berechnung sind wir nach dem „Cradle to Customer plus Waste“-Ansatz verfahren. Demzufolge haben wir sämtliche Emissionen, die von den Produkten durch den Einsatz von Rohstoffen, durch die Produktion und schließlich durch den Transport bis in den Handel verursacht worden sind, einbezogen. Zusätzlich berücksichtigen wir die Herstellung, das Recycling und die Verwertung der Produktverpackung am Ende des Produktlebenszyklus.

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

des Berichtsjahres stellen wir zudem die Produkte unserer Mineralwassermarke *Sankt Ansgari* klimaneutral.

Der CO₂-Ausgleich für unsere drei Mineralwassermarken sowie die Marke *Emsland Sonne* erfolgte im Geschäftsjahr 2022 durch die zertifizierten Klimaschutzprojekte „Windenergie Jangi, Indien“, „Waldschutz Pacajá, Brasilien“ und „Windenergie Hebei, China“. Nähere Informationen dazu, was die Projekte bewirken können, finden sich in den Folgeabschnitten „Wie funktioniert Klimaschutz mit Wasserkraft?“ und „Wie funktioniert Klimaschutz mit Waldschutz?“.

Um einen weiteren positiven Beitrag für das Klima zu leisten haben wir seit Beginn des Jahres 2020 ebenfalls alle im deutschen Handel erhältlichen *Mio Mio*-Produkte klimaneutral gestellt. Seit dem Berichtsjahr haben wir zudem die Produkte unserer Marke *Kräuterbraut* klimaneutralisiert. Dafür kompensieren wir alle für uns unvermeidbaren Emissionen, die durch die *Mio Mio*- und die *Kräuterbraut*-Produkte verursacht werden, durch die zertifizierten Klimaschutzprojekte „Windenergie Nong Wang, Thailand“ und „Wasserkraft Pitanga, Brasilien“.

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





Einführung

Grundlagen

People

Planet

Products

Nachhaltige Produkte und Verpackungen

Klimaneutrale Produkte

Produktsicherheit und -qualität

Verantwortungsvolle Beschaffung

Anhang

Der Erfolg unserer ersten klimaneutralen Produkte hat uns den Anstoß dafür gegeben, diesen Weg weiterzugehen. So wurden wir zu der Zielsetzung „One hundred sustainable Products“ im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsstrategie inspiriert.

Neben der Berechnung und Kompensation der durch die Produkte verursachten CO₂-Emissionen ist ein weiterer bedeutsamer Baustein die Reduktion der Treibhausgasemissionen unserer Produkte. Zu diesem Zweck optimieren wir stetig unseren Ressourcenverbrauch, wie beispielsweise durch die Umstellung auf E-Stapler in der Produktion und die Elektrifizierung unseres Firmenfuhrparks. Zur Reduzierung von Transportwegen unserer nationalen Marke *Mio Mio* sind wir im Berichtsjahr eine zweite Lohnfüllkooperation im mitteldeutschen Raum eingegangen, nachdem wir eine erste Partnerschaft im südwestdeutschen Raum bereits im Geschäftsjahr 2021 begonnen haben.

Wie funktioniert Klimaschutz mit Wasserkraft?

Der globale Ausbau von erneuerbaren Energien ist unerlässlich bei der Bewältigung des Klimawandels und der Sicherstellung einer langfristigen Energieversorgung.

Das von uns unterstützte Klimaschutzprojekt „Wasserkraft Pitanga, Brasilien“ umfasst den Bau eines Kleinkraftwerkes mit einer Leistung von bis zu 14,22 Megawatt. Damit wird elektrische Energie aus einer erneuerbaren Quelle in das brasilianische Stromnetz eingespeist, was zur Deckung des steigenden Energiebedarfs in Brasilien beiträgt. Ohne dieses Projekt würde die elektrische Energie in der Region hauptsächlich durch die Verbrennung fossiler Brennstoffe erzeugt werden. Die CO₂-Einsparung des Projektes wird errechnet, indem der CO₂-Ausstoß der gleichen Menge Energie aus dem üblichen Strommix der Region als Vergleichswert angelegt wird.

Wie funktioniert Klimaschutz mit Waldschutz?

Wälder speichern CO₂, tropische Wälder sogar besonders viel. Für anerkannte

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

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

Das von uns unterstützte Klimaschutzprojekt „Waldschutz Pacajá, Brasilien“ setzt sich für den Erhalt des Regenwaldes in der Region ein. Das Ziel dieses Projekts ist es, die „Ribeirinhos“ – den Amazonasanwohnern – bei der Anwendung nachhaltiger Agroforsttechniken zu unterstützen und ihnen 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 das Projekt das Auskommen der Anwohner, die mit zu den Ärmsten in ganz Brasilien zählen.

(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. Die erstmalige Zertifizierung erfolgte im Jahr 2003 am Standort Minden.



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Products

Nachhaltige Produkte und Verpackungen

Klimaneutrale Produkte

Produktsicherheit und -qualität

Verantwortungsvolle Beschaffung

Anhang

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 April 2022 auf höherem IFS Standardniveau. Das Audit für die unterjährige IFS-Zertifizierung erfolgte für den Geschäftsbereich *Alkoholfreie Getränke* für die Betriebsstätte in Haselünne auf höherem Niveau im Oktober 2022 und die Betriebsstätte in Grüneberg auf Basisniveau im November 2022. Die Zertifizierung des Geschäftsbereichs Frischsaftsyste^me nach dem Standard IFS Broker Version 2 erfolgte im November 2022 auf höherem Niveau.

ISO 9001

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

ISO 9001 ist ein prozessorientiertes Qualitätsmanagementsystem, das alle betrieblichen Prozesse auf den Prüfstand stellt und Optimierungspotenziale

aufdeckt. Ebenso wie bei ISO 50001 wird bei der Qualitätsmanagementnorm ein kontinuierlicher Verbesserungsprozess implementiert. Im Mai 2022 wurde das Überwachungsaudit für ISO 9001:2015 erfolgreich absolviert.

Forschung und Entwicklung

Um das Produktangebot für Verbraucher attraktiv zu halten und Konsumpotenziale zu nutzen, hat die konzerneigene Forschungs- und Entwicklungsabteilung auch im Jahr 2022 kontinuierlich an der Qualitäts- und Geschmacksverbesserung bestehender Spirituosenprodukte sowie an der Entwicklung innovativer Neuprodukte gearbeitet. Im abgelaufenen Geschäftsjahr 2022 wurden hierzu 206 (2021: 226) Rezepturen für Spirituosen im Marken- und Handelsmarkenbereich entwickelt und begutachtet.

Im Segment *Alkoholfreie Getränke* wurden im Geschäftsjahr 2022 zwei weitere Varianten unter der eigenen Marke *Mio Mio* entwickelt und eingeführt. Daneben wurde gemeinsam mit externen Kooperationspartnern eine neue Softdrink-Produktlinie entwickelt.

Die Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten im Segment *Frischsaftsyste^me* konzentrierten sich im Geschäftsjahr 2022 auf die Entwicklung einer neuen Fruchtsaftpresse, die vorwiegend in Supermärkten zum Einsatz kommen soll. Die Marktreife wird für Anfang des Jahres 2024 erwartet. Ein weiterer Schwerpunkt im Berichtsjahr war die Anpassung bestehender Gerätetypen an die spezifischen Anforderungen zum Pressen von Granatäpfeln. Unserer Konzerngesellschaft Citrocasa obliegt die gesamte Leitung und Steuerung des Produktentwicklungsprozesses, einschließlich des gemeinsam mit externen Partnern sowie dem Produzenten der Maschinen durchgeführten Engineerings.

Die direkten Aufwendungen für Forschung und Entwicklung sowie Qualitätssicherung lagen im Geschäftsjahr 2022 bei 1,6 Mio. Euro (1,6 Mio. Euro).



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Products

Nachhaltige Produkte und Verpackungen

Klimaneutrale Produkte

Produktsicherheit und -qualität

Verantwortungsvolle Beschaffung

Anhang

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

3 GESUNDHEIT UND WOHLERGEHEN
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.

8 MENSCHENWÜRDIGE ARBEIT UND WIRTSCHAFTSWACHSTUM

Die potentiellen Risiken des Handlungsfelds „Products“ haben wir im Rahmen der ESG-Risikoanalyse identifiziert. Dies sind der Einfluss von Extremwetterereignissen auf unsere interne und externe Lieferkette, negative Umweltauswirkungen im Zusammenhang mit externen Lieferketten sowie Menschenrechtsverletzungen bzw. schlechte Arbeitsbedingungen in der Lieferkette. Wir streben konsequent danach, alle Risiken im Hinblick auf Menschenrechtsverletzungen soweit wie möglich zu minimieren. Dieses Verständnis haben wir im Geschäftsjahr 2021 durch den Beitritt zum United Nation Global Compact und das Bekenntnis zu dessen zehn Prinzipien erneut bekräftigt.

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

Ein weiteres Instrument zur Sicherstellung verantwortungsvoller Beschaffung ist unser Lieferantenkodex. Alle Lieferanten sind zur Kenntnisnahme durch Unterzeichnung 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.



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Products

Nachhaltige Produkte und Verpackungen

Klimaneutrale Produkte

Produktsicherheit und -qualität

Verantwortungsvolle Beschaffung

Anhang

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.

Verstöße gegen die Grundsätze unseres Lieferantenkodex können direkt dem Bereich Einkauf oder anonym an unsere zentral eingerichtete externe Vertrauensstelle („Whistleblower-Hotline“) gemeldet werden. Jeder kann dort Hinweise auf Rechtsverstöße und Verstöße gegen unsere Kodizes anonym melden. Die Funktion der Vertrauensstelle wird von einem externen und unabhängigen Rechtsanwalt wahrgenommen, der Hinweise in deutscher, englischer und französischer Sprache entgegennimmt. Im Berichtsjahr wurde außerdem mit der Erarbeitung eines digitalen Hinweisgebersystems, das am Hinweisgeberschutzgesetz ausgerichtet ist und dessen Implementierung für das Geschäftsjahr 2023 geplant ist, begonnen.

Sedex Members Ethical Trade Audit

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

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

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

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

Zertifizierte Fruchtlieferanten

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



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Products

Nachhaltige Produkte und Verpackungen

Klimaneutrale Produkte

Produktsicherheit und -qualität

Verantwortungsvolle Beschaffung

können wir die Beachtung von einheitlichen Sozialstandards gewährleisten.

Menschenrechtliche Sorgfaltspflicht in der Lieferkette

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

Menschenrechtsplan in der Lieferkette: 3-Stufen-Plan

	Ziel	Umsetzung bis	Status
1	Inkrafttreten der Berentzen Kodizes	Oktober 2017	umgesetzt
	Versand und schriftliche Bestätigung des Lieferantenkodex durch die wesentlichen Hauptlieferanten von Rohstoff- und Verpackungsmaterial	Mai 2018	umgesetzt
2	Versand und schriftliche Bestätigung des Lieferantenkodex durch wesentliche Lieferanten aller Kategorien	Dezember 2019	umgesetzt
	Beitritt zur Lieferantenplattform SEDEX	März 2019	umgesetzt
3	Veröffentlichung der SMETA Berichte der Berentzen-Gruppe und Start der Vernetzung mit Lieferanten und Kunden, die ebenfalls bei SEDEX registriert sind	August 2019	fortlaufend
	Entwicklung eines Business Partner-Screenings	2023	offen
	Implementierung des Business Partner-Screenings	2024	offen

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.

Anhang

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

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

Das Business Partner-Screening ist in zwei wesentliche Phasen aufgeteilt. Im ersten Teil des Screenings soll ein allgemeines Risikoprofil des jeweiligen Lieferanten erstellt werden. In dieses Risikoprofil können beispielsweise Angaben über das Land, in dem der Lieferant ansässig ist, die Gesetzeslage, durchgeführte Audits



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Products

Anhang

[Über diesen Bericht](#)

[GRI-Inhaltsindex](#)

[Impressum](#)

und viele weitere Faktoren einfließen. Dies kann auch unter der Zuhilfenahme des Sedex Tools zur Risikobewertung erfolgen.

Mithilfe des Risikoprofils werden die Geschäftspartner und Lieferanten zunächst priorisiert. Anhand eines Prüfkonzepthes wird anschließend festgelegt, ob und in welchem Ausmaß diese einer vertieften Prüfung unterzogen werden (zweite Phase des Business Partner-Screenings). 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 oder wie eine bestehende Geschäftsbeziehung mit einem Lieferanten mit hoher Risikobewertung weitergeführt wird.

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.

Ursprünglich sollte die Entwicklung des Business Partner Screenings in unserer Unternehmensgruppe bereits abgeschlossen sein. Da unsere Einkaufsorganisation aufgrund der Coronavirus-Pandemie mit großen Herausforderungen auf den Beschaffungsmärkten, Materialknappheit und Lieferengpässen konfrontiert war, konnte die Entwicklung des Business Partner-Screening im Geschäftsjahr 2021 nicht wie geplant durchgeführt werden. Im Berichtsjahr haben wir entschieden,

die weitere Entwicklung des EU-Lieferkettengesetzes zu beobachten, um unser Business Partner Screening daran auszurichten. Dessen Entwicklung streben wir nun im Geschäftsjahr 2023 an. Entsprechend haben wir auch die geplante Implementierung aufs Folgejahr verlagert.

(6) Anhang

(6.1) Über diesen Bericht

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

Im März 2023 haben wir den Geschäftsbericht 2022 veröffentlicht, welcher den zusammengefassten Lagebericht, den Konzernabschluss und den Corporate Governance Bericht beinhaltet. Der Geschäftsbericht enthält alle für die ökonomische Entwicklung wichtigen Finanzkennzahlen, während der Nachhaltigkeitsbericht sich hauptsächlich auf ökologische und soziale Themen bezieht. Kennzahlen und Inhalte des Geschäftsberichts werden in diesem Nachhaltigkeitsbericht daher nur wiedergegeben, wenn sie zum unmittelbaren Verständnis zwingend erforderlich sind. Um zu viele Doppelnennungen zu vermeiden, erfolgt in der Regel ein Verweis auf die entsprechende Seite des Geschäftsberichts, auf der weiterführende Informationen zu finden sind.



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Products

Anhang

[Über diesen Bericht](#)

[GRI-Inhaltsindex](#)

[Impressum](#)

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

Der Nachhaltigkeitsbericht wird in einem jährlichen Turnus erstellt. Der Nachhaltigkeitsbericht wird üblicherweise zeitgleich mit dem Geschäftsbericht veröffentlicht. In diesem Jahr wurde der Geschäftsbericht 2022 am 23. März 2023, der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht 2022 hingegen erst am 31. Mai 2023 veröffentlicht. Dieser Umstand beruht auf personellen Engpässen, die einen längeren Erarbeitungszeitraum erforderlich machten. Ab dem Folgejahr ist wieder eine parallele Veröffentlichung von Geschäftsbericht und Nachhaltigkeitsbericht geplant. Bei inhaltlichen Fragen zu dem vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht stehen die Leiter der Abteilungen Finanzen und Nachhaltigkeit sowie Unternehmenskommunikation und Investor Relations zur Verfügung. Die Kontaktdaten sind im Impressum auf der letzten Seite dieses Berichts zu finden.

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

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

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

Datenerhebung

Der Berichtszeitraum ist – soweit nicht anders angegeben – das Geschäfts- und Kalenderjahr 2022. Die Ausnahme bilden der abweichende Abrechnungszeitraum des Strom- und Wasserverbrauchs unserer Tochtergesellschaft Citrocasa. Da es sich um einen Verwaltungsstandort handelt, sind keine wesentlichen Änderungen im Verhältnis zur kalendarischen Betrachtung zu erwarten. Standortbezogene Daten werden in der Regel über die gesamte Unternehmensgruppe aggregiert dargestellt. Dies hat den Hintergrund, dass insbesondere die Darstellung von Personaldaten bei einer standortbezogenen Darstellung gegebenenfalls Rückschlüsse auf einzelne Personen oder Personengruppen zulässt. Sofern nicht anders angegeben, beziehen sich die Angaben auf die gesamte Unternehmensgruppe.

Die Angaben zu den Mitarbeiterkennzahlen beziehen sich auf die Kopfzahl und sind, falls nicht anders gekennzeichnet, Stichtagsangaben zum 31.12.2022.

Die zugrunde gelegten Daten stammen grundsätzlich aus dem Jahr 2022. Um die Entwicklung wichtiger Kennzahlen (z. B. Strom- und Erdgasverbrauch) aufzeigen zu können, werden für ausgewählte Indikatoren auch die vorangegangenen Geschäftsjahre 2020, 2019 und das Basisjahr 2015 dargestellt. Bei den Mitarbeiterkennzahlen werden lediglich die vorangegangenen zwei Jahre als Vergleichsbasis herangezogen.

Die Daten für diesen Nachhaltigkeitsbericht wurden zu großen Teilen dem Warenwirtschaftssystem in SAP entnommen. Bestandsveränderungen wurden dabei



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Products

Anhang

[Über diesen Bericht](#)

[GRI-Inhaltsindex](#)

[Impressum](#)

grundsätzlich nicht berücksichtigt, da ihre Ermittlung einen unverhältnismäßigen Aufwand darstellen würde.

Bei den Energieverbräuchen erfolgte die Mengenermittlung über Messprotokolle und Rechnungen der Energieversorger. In wenigen Fällen lagen Daten zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieses Berichts noch nicht vor, beispielsweise die Verbrauchswerte für gemietete Büroflächen, bei denen die Abrechnung erst zur Jahresmitte erfolgt. In diesen Fällen wurden Schätzwerte anhand des Vorjahresverbrauchs gebildet. Die Schätzwerte werden in den folgenden Berichten durch die Verbrauchswerte ersetzt. Wesentliche Veränderungen der in diesem Bericht ausgewiesenen Werte sind nicht zu erwarten.

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

Vergleichbarkeit

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

Im Geschäftsjahr 2022 wurden insgesamt 174.854.260 Liter Fertigprodukt (2021: 174.524.437 Liter Fertigprodukt) hergestellt. Dabei wurden 302.882.864 Füllungen (2021: 336.305.299 Füllungen) mit einer durchschnittlichen Füllmenge von 0,58 Liter (2021: 0,60 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.

Im Geschäftsjahr 2022 gab es nur vergleichsweise geringfügige Veränderungen der Produktionsmenge.

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

Neben der Produktionsmenge 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.

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

Die Ermittlung der Verbrauchswerte und des Abfall- und Abwasseraufkommens erfolgte unter Einbeziehung der Vertriebs- und Verwaltungsstandorte. Zwar besteht kein direkter Zusammenhang zwischen den Tätigkeiten an diesen Standorten und der Herstellung des Fertigprodukts in Litern, die Verbräuche sollen jedoch nicht unberücksichtigt bleiben, da keine eigenen Kenngrößen für diese Tätigkeiten gebildet



werden. Grundsätzlich ist der Anteil der Vertriebs- und Verwaltungsstandorte an den Verbrauchswerten und dem Abfall- und Abwasseraufkommen jedoch nicht wesentlich. So macht beispielsweise das Abwasseraufkommen unserer Vertriebsgesellschaft in der Türkei nur 0,5 % des gesamten Abwasseraufkommens aus.

Einführung

Grundlagen

People

Planet

Products

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.

Anhang

[Über diesen Bericht](#)

GRI-Inhaltsindex

Impressum



Anwendungserklärung	Die Berentzen-Gruppe Aktiengesellschaft hat die in diesem GRI-Index genannten Informationen für das Kalenderjahr 2022 unter Bezugnahme auf die GRI-Standards berichtet.
---------------------	---

Verwendeter GRI 1	GRI 1: Grundlagen 2021
-------------------	------------------------

Einführung

Grundlagen

People

Planet

Products

Anhang

[Über diesen Bericht](#)

[GRI-Inhaltsindex](#)

[Impressum](#)

GRI Standard	GRI-Angabe	Verweis	Kommentar
Allgemeine Angaben			
	GRI 2-1 Organisationsprofil	Unternehmensporträt; GB S. 21-23	
	GRI 2-2 Entitäten, die in der Nachhaltigkeitsberichterstattung der Organisation berücksichtigt werden	Über diesen Bericht; GB S. 113	Die Liste der im GB enthaltenen Entitäten gleicht der des Nachhaltigkeitsberichts.
	GRI 2-3 Berichtszeitraum, Berichtshäufigkeit und Kontaktstelle	Über diesen Bericht; Impressum	
	GRI 2-4 Richtigstellung oder Neudarstellung von Informationen	Über diesen Bericht	Im Vergleich zum Vorjahresbericht gab es keine erheblichen Änderungen in Bezug auf die wesentlichen Themen oder die Abgrenzungen der Themen.
	GRI 2-5 Externe Prüfung	Über diesen Bericht	Eine freiwillige inhaltliche Prüfung des vorliegenden Berichts durch externe Dritte hat nicht stattgefunden.
GRI 2 Wesentliche Themen (2021)	GRI 2-6 Aktivitäten, Wertschöpfungskette und andere Geschäftsbeziehungen	Unternehmensporträt; Planet: Wertschöpfungskette GB: S. 21-23	
	GRI 2-7 Angestellte	Über diesen Bericht; People: Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit	
	GRI 2-8 Mitarbeiter:innen, die keine Angestellten sind	People: Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit	
	GRI 2-9 Führungsstruktur und Zusammensetzung	Grundlagen Nachhaltigkeitsmanagement; GB: S. 199ff	
	GRI 2-10 Nominierung und Auswahl des höchsten Kontrollorgans	Grundlagen: Nachhaltigkeitsmanagement; GB S. 199 ff.	
	GRI 2-11 Vorsitzender höchsten Kontrollorgans	Grundlagen: Nachhaltigkeitsmanagement	Der Vorsitzende des Aufsichtsrats ist nicht zugleich Führungskraft bei der Berentzen-Gruppe Aktiengesellschaft



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Products

Anhang

Über diesen Bericht

[GRI-Inhaltsindex](#)

Impressum

GRI Standard	GRI-Angabe	Verweis	Kommentar
GRI 2 Wesentliche Themen (2021)	GRI 2-13 Delegation der Verantwortung für das Management der Auswirkungen	Grundlagen: Nachhaltigkeitsmanagement	
	GRI 2-14 Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Nachhaltigkeitsberichterstattung	Grundlagen: Nachhaltigkeitsmanagement	
	GRI 2-17 Gesammeltes Wissen des höchsten Kontrollorgans	Grundlagen: Nachhaltigkeitsmanagement	
	GRI 2-19 Vergütungspolitik	People: Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit	
	GRI 2-22 Anwendungserklärung zur Strategie für nachhaltige Entwicklung	Vorstandsvorwort	
	GRI 2-23 Verpflichtungserklärung zu Grundsätzen und Handlungsweisen	Grundlagen: Nachhaltigkeitsstrategie, Nachhaltigkeitsmanagement, Compliance und Transparenz	
	GRI 2-24 Einbeziehung politischer Verpflichtungen	Grundlagen: Nachhaltigkeitsmanagement, Compliance und Transparenz	
	GRI 2-26 Verfahren für die Einholung von Ratschlägen und die Meldung von Anliegen	Grundlagen: Compliance und Transparenz; Products: Verantwortungsvolle Beschaffung	
	GRI 2-27 Einhaltung von Gesetzen und Verordnungen	Planet	Im Berichtszeitraum sind keine wesentlichen Verstöße gegen Gesetze und Verordnungen zu verzeichnen.
	GRI 2-28 Mitgliedschaft in Verbänden und Verordnungen	Grundlagen: Stakeholder-Engagement	
GRI 2-29 Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	Grundlagen: Stakeholder-Engagement		
GRI 2-30 Tarifverträge	People: Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit		



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Products

Anhang

Über diesen Bericht

[GRI-Inhaltsindex](#)

Impressum

GRI Standard	GRI-Angabe	Verweis	Kommentar
Wesentliche Themen			
GRI 3 Wesentliche Themen (2021)	GRI 3-1 Verfahren zur Bestimmung wesentlicher Themen	Grundlagen Nachhaltigkeitsstrategie ; Nachhaltigkeitsbericht 2019, S.7-9	
	GRI 3-2 Liste der wesentlichen Themen	Grundlagen Nachhaltigkeitsstrategie	Es gibt keine Änderungen der wesentlichen Themen gegenüber des vorherigen Berichtszeitraums
Compliance und Transparenz			
GRI 3 Wesentliche Themen (2021)	GRI 3-3 Management von wesentlichen Themen	Grundlagen: Nachhaltigkeitsmanagement , Compliance und Transparenz	
GRI 205 Korruptions- bekämpfung (2016)	GRI 205-3 Bestätigte Korruptionsvorfälle und ergriffene Maßnahmen	Grundlagen: Compliance und Transparenz	Im Berichtszeitraum sind keine Korruptionsvorfälle zu verzeichnen.
GRI 206 Wettbewerbs- widriges Verhalten	GRI 206-1 Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten, Kartell- und Monopolbildung	Grundlagen: Compliance und Transparenz	Im Berichtszeitraum sind keine Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten und Verstöße gegen das Kartell- und Monopolrecht zu verzeichnen.
Umgang mit Ressourcen			
GRI 3 Wesentliche Themen (2021)	GRI 3-3 Management von wesentlichen Themen	Über diesen Bericht ; Grundlagen: Nachhaltigkeitsstrategie , Nachhaltigkeitsmanagement Planet (ges. Kapitel) ; Planet: Umgang mit Ressourcen	
GRI 301 Materialien 2016	GRI 301-1 Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen	Über diesen Bericht ; Planet: Wertschöpfungskette ; Products: Nachhaltige Produkte und Verpackungen	
GRI 302 Energie 2016	GRI 302-1 Energieverbrauch innerhalb der Organisation	Planet: Umgang mit Ressourcen	
	GRI 302-3 Energieintensität	Planet: Umgang mit Ressourcen	
	GRI 302-4 Verringerung des Energieverbrauchs	Über diesen Bericht ; Planet: Umgang mit Ressourcen	



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Products

Anhang

Über diesen Bericht

[GRI-Inhaltsindex](#)

Impressum

GRI Standard	GRI-Angabe	Verweis	Kommentar
GRI 305 Emissionen 2016	GRI 305-1 Direkte THG Emissionen (Scope 1)	Planet: Klimaschutz	
	GRI 305-2 Indirekte energiebedingte THG Emissionen (Scope 2)	Planet: Klimaschutz	
	GRI 305-3 Sonstige indirekte THG Emissionen (Scope 3)	Planet: Klimaschutz	
	GRI 305-5 Senkung der THG-Emissionen	Planet: Klimaschutz	
GRI 306 Abfall 2020	GRI 306-3 Angefallener Abfall	Über diesen Bericht; Planet: Umgang mit Ressourcen	
	GRI 306-4 Von Entsorgung umgeleiteter Abfall	Über diesen Bericht; Planet: Umgang mit Ressourcen	
	GRI 306-5 Zur Entsorgung weitergeleiteter Abfall	Über diesen Bericht; Planet: Umgang mit Ressourcen	
Nachhaltige Produkte und Verpackungen			
GRI 3 Wesentliche Themen (2021)	GRI 3-3 Management von wesentlichen Themen	Über diesen Bericht; Grundlagen: Nachhaltigkeitsstrategie, Nachhaltigkeitsmanagement; Products	
GRI 301 Materialien 2016	GRI 301-3 Wiederverwertete Produkte und ihre Verpackungsmaterialien	Products: Nachhaltige Produkte und Verpackungen	
Wasser			
GRI 3 Wesentliche Themen (2021)	GRI 3-3 Management von wesentlichen Themen	Über diesen Bericht; Planet; Planet: Wasser	
GRI 303 Wasser und Abwasser 2018	GRI 303-1 Wasser als gemeinsam genutzte Ressource	Planet; Planet: Wasser	
	GRI 303-3 Wasserentnahme	Planet; Planet: Wasser	
	GRI 303-5 Wasserverbrauch	Planet; Planet: Wasser	



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Products

Anhang

Über diesen Bericht

[GRI-Inhaltsindex](#)

Impressum

GRI Standard	GRI-Angabe	Verweis	Kommentar
Verantwortungsbewusste Beschaffung			
GRI 3 Wesentliche Themen (201)	GRI 3-3 Management von wesentlichen Themen	Grundlagen: Nachhaltigkeitsstrategie , Nachhaltigkeitsmanagement ; Products: Products: Verantwortungsvolle Beschaffung	
GRI 308 Umweltbewertung der Lieferanten 2016	GRI 308-1 Neue Lieferanten, die anhand von Umweltkriterien überprüft wurden	Products: Products: Verantwortungsvolle Beschaffung	Derzeit erfolgt keine systematische Überprüfung der Lieferanten anhand von Umweltkriterien. Zukünftig ist geplant diese Kennzahlen im Rahmen des Business Partner Screenings zu erheben
GRI 407 Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen (2016)	GRI 407-1 Betriebsstätten und Lieferanten, bei denen das Recht auf Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen bedroht sein könnte.	Products: Verantwortungsvolle Beschaffung	Eine systematische Risikoanalyse der Lieferanten findet derzeit nicht statt. Die Durchführung der Risikoanalyse sowie die Berichterstattung dieser Kennzahl ist im Rahmen des Business Partner Screenings geplant.
GRI 408 Kinderarbeit 2016	GRI 408-1 Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Kinderarbeit	Products: Verantwortungsvolle Beschaffung	Eine systematische Risikoanalyse der Lieferanten findet derzeit nicht statt. Die Durchführung der Risikoanalyse sowie die Berichterstattung dieser Kennzahl ist im Rahmen des Business Partner Screenings geplant.
GRI 409 Zwangs- oder Pflichtarbeit 2016	GRI 409-1 Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Zwangs- oder Pflichtarbeit	Products: Verantwortungsvolle Beschaffung	Eine systematische Risikoanalyse der Lieferanten findet derzeit nicht statt. Die Durchführung der Risikoanalyse sowie die Berichterstattung dieser Kennzahl ist im Rahmen des Business Partner Screenings geplant.
GRI 414 Soziale Bewertung der Lieferanten 2016	GRI 414-1 Neue Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien überprüft wurden	Products: Verantwortungsvolle Beschaffung	Derzeit erfolgt keine systematische Überprüfung der Lieferanten anhand von Sozialkriterien. Zukünftig ist geplant diese Kennzahlen im Rahmen des Business Partner Screenings zu erheben. Die Prüfung der Einhaltung der Menschenrechte erfolgt im Rahmen des Sozialaudits SMETA.



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Products

Anhang

Über diesen Bericht

[GRI-Inhaltsindex](#)

Impressum

GRI Standard	GRI-Angabe	Verweis	Kommentar
Arbeitgeberattraktivität und -verantwortung			
GRI 3 Wesentliche Themen	GRI 3-3 Management von wesentlichen Themen	Grundlagen: Nachhaltigkeitsstrategie , Nachhaltigkeitsmanagement ; People: Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit , Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz	
GRI 401 Beschäftigung	GRI 401-1 Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation	People: Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit	
GRI 406 Beschäftigung	GRI 401-2 Betriebliche Leistungen, die nur vollzeitbeschäftigten Angestellten, nicht aber Zeitarbeitnehmern oder teilzeitbeschäftigten Angestellten angeboten werden	People: Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit	
GRI 402 Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis 2016	GRI 402-1 Mindestmitteilungsfrist für betriebliche Veränderungen	People: Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit	
GRI 403 Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz 2018	GRI 403-1 Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	People: Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz	
	GRI 403-2 Gefahrenidentifizierung, Risikobewertung und Untersuchung von Vorfällen	People: Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz	
	GRI 403-3 Arbeitsmedizinische Dienste	People: Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz	
	GRI 403-6 Förderung der Gesundheit der Mitarbeiter	People: Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz	
	GRI 403-8 Mitarbeiter, die von einem Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz abgedeckt sind	People: Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz	
	GRI 403-9 Arbeitsbedingte Verletzungen	People: Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz	



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Products

Anhang

Über diesen Bericht

[GRI-Inhaltsindex](#)

Impressum

GRI Standard	GRI-Angabe	Verweis	Kommentar
GRI 405 Diversität und Chancengleichheit 2016	GRI 405-1 Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten	People: Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit	
GRI 406 Nicht-diskriminierung 2016	GRI 406-1 Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen	People: Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit	Im Berichtsjahr sind keine Hinweise bezüglich eines gemeldeten Verstoßes gegen das Benachteiligungsverbot eingegangen
GRI 407 Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen 2016	GRI 407-1 Betriebsstätten und Lieferanten, bei denen das Recht auf Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen bedroht sein könnte		Bisher wurde kein Geschäftsstandort identifiziert, bei dem die Vereinigungsfreiheit oder das Recht auf Kollektivverhandlungen erheblich gefährdet sein könnte.
GRI 408 Kinderarbeit 2016	GRI 408-1 Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Kinderarbeit		Bisher wurde kein Geschäftsstandort identifiziert, bei dem ein Risiko von Kinderarbeit besteht.
GRI 409 Zwangs- oder Pflichtarbeit 2016	GRI 409-1 Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Zwangs- oder Pflichtarbeit		Bisher wurde kein Geschäftsstandort identifiziert, bei dem ein Risiko von Zwangs- und Pflichtarbeit besteht.
Weitere wichtige Themen			
Wirtschaftliche Leistungen			
GRI 3 Wesentliche Themen (2021)	GRI 3-3 Management von wesentlichen Themen	GB: S 187-222	
GRI 201 Wirtschaftliche Leistungen (2016)	GRI 201-1 Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert	GB: S. 36-53 BG: S. 155-160	



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Products

Anhang

Über diesen Bericht

[GRI-Inhaltsindex](#)

Impressum

GRI Standard	GRI-Angabe	Verweis	Kommentar
Produktsicherheit und -qualität			
GRI 3 Wesentliche Themen (2021)	GRI 3-3 Management von wesentlichen Themen	Grundlagen: Nachhaltigkeitsstrategie , Nachhaltigkeitsmanagement ; Products ; Products: Produktsicherheit und -qualität	
GRI 416 Kundengesundheit und -sicherheit 2016	GRI 416-2 Verstöße im Zusammenhang mit den Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen auf die Gesundheit und Sicherheit		Alle Produktkategorien werden den gesetzlich vorgeschriebenen Verfahren zur Produktsicherheit unterzogen und somit die Auswirkungen auf die Gesundheit und Sicherheit überprüft. Im Berichtszeitraum gab es keine Verstöße und Produktrückrufaktionen.
GRI 417 Marketing und Kennzeichnung 2016	GRI 417-2 Verstöße im Zusammenhang mit Produkt- und Dienstleistungsinformationen und der Kennzeichnung		Alle Produktkategorien werden den gesetzlich vorgeschriebenen Verfahren für Produktinformationen und Kennzeichnung unterzogen. Im Berichtszeitraum gab es keine relevanten Verstöße gegen Produktkennzeichnungsvorschriften.



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Products

Anhang

Über diesen Bericht

GRI-Inhaltsindex

[Impressum](#)

Berentzen-Gruppe Aktiengesellschaft

Ritterstraße 7

49740 Haselünne

Deutschland

T: +49 (0) 5961 502 0

F: +49 (0) 5961 502 268

E: info@berentzen.de

Internet: www.berentzen-gruppe.de

Veröffentlichungsdatum: 31. Mai 2023

Corporate Social Responsibility

T: +49 (0) 5961 502 575

F: +49 (0) 5961 502 369

E: csr@berentzen.de

Unternehmenskommunikation

& Investor Relations

T: +49 (0) 5961 502 215

F: +49 (0) 5961 502 550

E: pr@berentzen.de

E: ir@berentzen.de



Einführung

Grundlagen

People

Planet

Products

Anhang

Über diesen Bericht

[GRI-Inhaltsindex](#)

[Impressum](#)

Disclaimer

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

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

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

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

Berentzen-Gruppe Aktiengesellschaft

Ritterstraße 7

47940 Haselünne

Deutschland

T: +49 (0) 5961 502 0

F: +49 (0) 5961 502 268

E: info@berentzen.de

Internet: www.berentzen-gruppe.de