

Unternehmenspräsentation

# Wir sind BRITA. Eine globale Familie.

# Agenda



## 1 BRITA auf einen Blick

Damals und heute  
Wer wir sind/Wo wir sind

## 2 Unsere Welt in Zahlen

Meilensteine der BRITA Geschichte  
Wir sind ein Great Place to Work  
Unsere drei Strategischen Geschäftssegmente  
Produktportfolio

## 3 Was uns antreibt

Aktuelle Strategieperiode

## 4 Unser Weg zur Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeitscharta  
Planet Contribution  
Product Impact

## 5 Unsere Zukunft



# BRITA damals und heute – eine Reise mit Haltung

**1966 – ein Mann, eine Idee: Wasser für alle, besser und individuell.**

In einer Garage in Deutschland begann eine Reise, die heute um die Welt geht.

**Vom funktionalen Produkt zur emotionalen Lifestyle-Marke**

Heute begleiten unsere Lösungen Millionen Menschen – Tag für Tag.

**Von der ersten Produktion „unterm Birnbaum“:** Im eigenen Garten mit Familienmitgliedern und Freunden hin zu einem internationalen Unternehmen.



# Unsere Wurzeln

In einer Garage unter einem Birnbaum, mit Familie und Freunden, entstand die erste Produktion. Ein Ort voller Pioniergeist und Tatkraft.



BRITA damals und heute – eine Reise mit Haltung

# Von der Vision eines Einzelnen zur globalen Wirkung.

Was 1966 mit Heinz Hankammers Idee begann – Leitungswasser einfach und praktisch zu optimieren – entwickelte sich zu einer Bewegung, die heute Millionen Menschen weltweit begleitet.



# Unsere Gegenwart

Heute sind wir eine internationale Unternehmensgruppe mit Hauptsitz in Taunusstein. Wir produzieren in hochmodernen, automatisierten Fertigungsstätten in Deutschland, Italien, Großbritannien und China – und bleiben dabei unseren Werten treu.



Unsere Haltung

**Wir denken in Generationen,  
handeln nachhaltig und gestalten  
Lösungen, die das Leben besser  
machen – Tag für Tag.**

# Wer wir sind



## Denken in Generationen

Heute wird BRITA noch immer als Familienunternehmen geführt, mit Markus Hankammer, dem Sohn des Gründers, an der Spitze. Diese Kontinuität sorgt für Stabilität, langfristiges Denken und die Verpflichtung, das Unternehmen für die nächste Generation vorzubereiten.



## Vom Pionier zur Marke

Heinz Hankammer war ein Erfinder und Problemlöser – seine Vision, den Menschen besseren Zugang zu sauberem Wasser zu ermöglichen, ist bis heute tief in unserer Markenidentität verwurzelt.

# Unser Management

## **Markus Hankammer, Chief Executive Officer**

„Zutiefst leidenschaftlich bei den Themen Wasser, Umwelt und Familie – sowohl bei der eigenen wie auch der BRITA Familie. Und ich liebe es, Verantwortung für all das zu übernehmen.“

## **Stefan Jonitz, Chief Financial Officer**

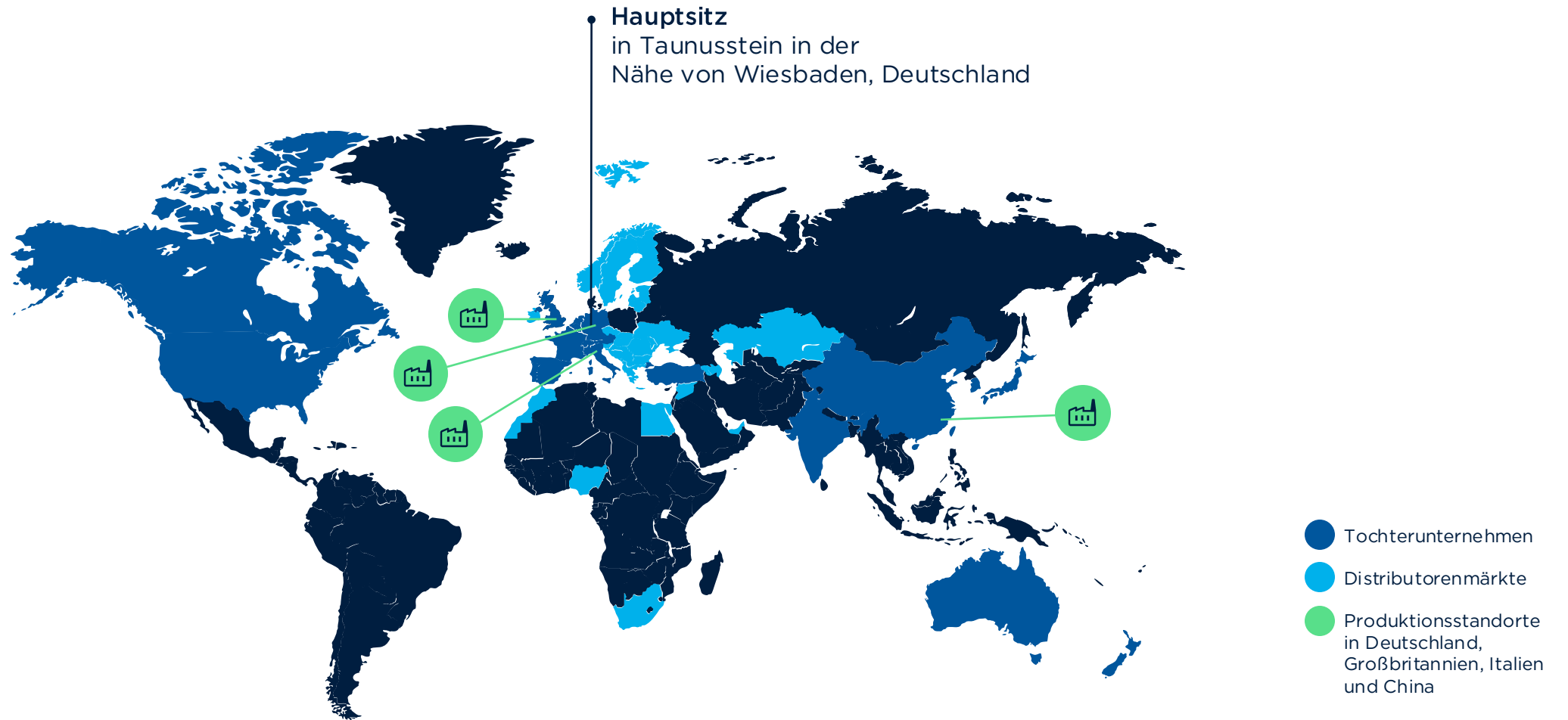
„Unsere Diversität – Kulturen, Persönlichkeiten, Generationen, Fachbereiche, Talente und Erfahrungen – kombiniert mit unserem enormen Teamgeist ist unsere Stärke.“

## **Dr. Rüdiger Kraege, Chief Commercial Officer**

„Zu sehen, wie sich unsere Vision und Mission auf der ganzen Welt verbreiten, ist sehr befriedigend und inspirierend. Wir haben ein klares Ziel – und das bedeutet für mich Erfolg.“



# Wo wir sind: Präsent in 70 Ländern



# Unsere Welt in Zahlen



70

**Länder**  
Mit 27 eigenen  
Tochtergesellschaften

2.400

**Mitarbeitende**  
Davon 1.296 in Deutschland  
7 Dual Studierende und  
12 Azubis in Deutschland

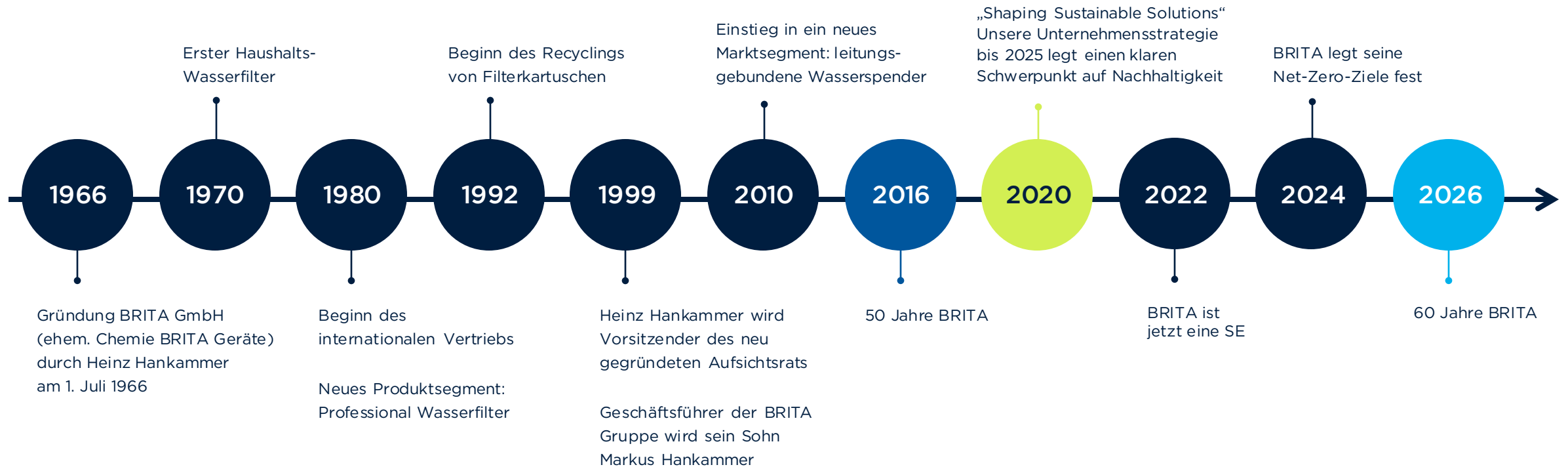
6,1 Mrd.

**Eingesparte Plastikflaschen**  
Unsere messbare Wirkung  
für die Umwelt

727 Mio.

**Euro Umsatz in 2024**  
Solides Wachstum  
trotz herausfordernder  
Marktbedingungen

# Meilensteine der BRITA Geschichte



# Wir sind ein Great Place to Work®

84 Prozent der Befragten weltweit haben angegeben, dass **BRITA** für sie ein **großartiger Arbeitsplatz** ist.

88 Prozent sind **stolz** darauf, anderen erzählen können, **dass sie hier arbeiten.**

Die globale **Teilnahmequote** war mit 84 Prozent **sehr hoch.**

Quelle: Internationale GPTW-Befragungen 2024



# Unsere drei strategischen Geschäftssegmente



## Consumer

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



## Professional Filter

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



## Dispenser

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

# Produktportfolio



**Klassische Filtration**  
Hochwertige  
Tischwasserfilter mit  
bewährter Technologie



**Wasserspender**  
Leitungsgebundene  
Wasserspender für  
Büro, Gastronomie  
und Co.



**Professional Filter**  
Maßgeschneiderte  
Lösungen für  
Geschäftskunden



**Trinkflaschen**  
Nachhaltige Begleiter  
für unterwegs



**Wasser mit Geschmack**  
Ohne zusätzlichen  
Zucker oder künstliche  
Zusatzstoffe

# Was uns antreibt



## Vision

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

## Mission

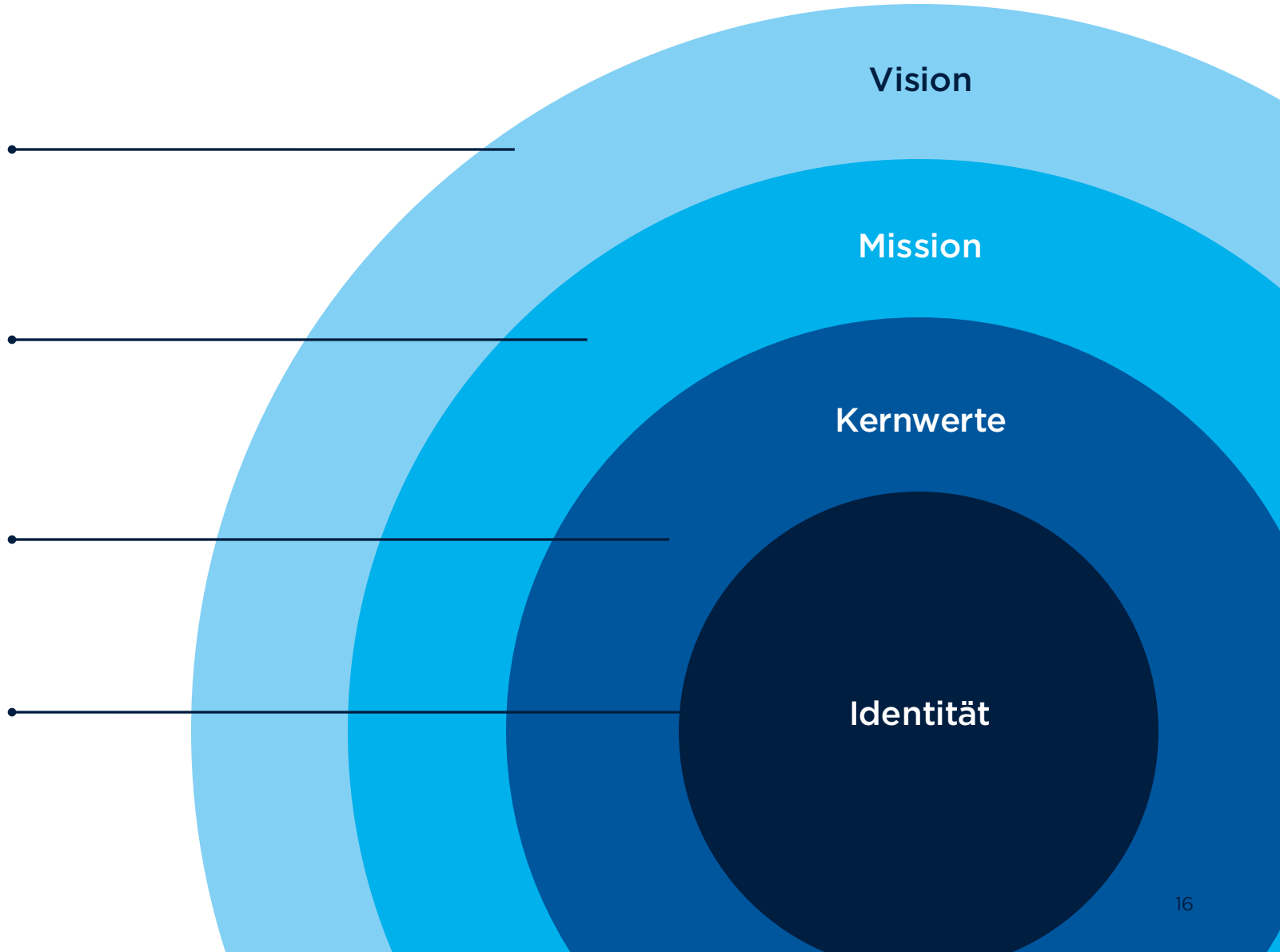
Wir bieten jedem das bestmögliche Trinkwassererlebnis – den individuellen Bedürfnissen entsprechend.

## Kernwerte

Denken in Generationen, Persönliche Entwicklung  
Vertrauen & Respekt, Ergebnisorientierung,  
Vielfalt, Agilität, Eigenverantwortung

## Identität

Wir sind BRITA. Eine globale Familie.  
Fest entschlossen, die Welt des Wassers  
positiv und nachhaltig zu verändern.



„Wir werden  
unseren Teil  
dazu beitragen,  
die Welt ein  
bisschen besser  
zu machen.“

Markus Hankammer, CEO





# Unsere Zukunft – erlebbar, digital, nachhaltig

1

## Neuer Flagship-Store – unsere Marke zum Anfassen

Ein Ort, an dem unsere Produkte hautnah  
erfahrbar sind. Wir prüfen, ob das Konzept  
Teil unserer Verkaufsstrategie wird.

2

## Digitalisierung – nah am Kunden

Wir treiben die Digitalisierung voran,  
um Produktivität zu steigern und unsere  
Wettbewerbsfähigkeit zu sichern – inkl.  
Produktkonnektivität, Direktvermarktung  
und digitalen Services.

3

## Science-Based-Targets: Klimaneutral bis 2050

Verpflichtung zur Emissionsneutralität bis  
2050 im Rahmen der Science-Based-Targets-  
Initiative. Keine Alternative zu Net Zero.



Vielen  
Dank!