

Doing better. For what matters.

Nachhaltigkeitsbericht 2025





Liebe Leserinnen, liebe Leser,

die Diskussion über Nachhaltigkeit hat sich verändert. Wirtschaftliche Unsicherheiten, geopolitische Spannungen und steigender Kostendruck führen derzeit in vielen Unternehmen dazu, dass Nachhaltigkeitsziele neu bewertet, verschoben oder zurückgenommen werden. Gleichzeitig steigen die regulatorischen Anforderungen. Nachhaltigkeit muss heute stärker denn je begründet werden.

Wir bei BRITA sehen darin keinen Grund, unseren Kurs zu verändern. Im Gegenteil: Gerade in einem anspruchsvollen Umfeld zeigt sich, wie wichtig langfristiges Denken, belastbare Strukturen und verantwortungsvolles Handeln sind. Zukunftsfähigkeit, Resilienz und Glaubwürdigkeit entstehen nicht kurzfristig. Sie entstehen durch konsequentes Handeln über viele Jahre hinweg.

Im vergangenen Geschäftsjahr haben wir unsere bisherige Nachhaltigkeitsstrategie abgeschlossen. Einige Ziele konnten wir erreichen, andere haben wir nur teilweise oder nicht in dem Maße erfüllt, wie wir es uns vorgenommen hatten. Das offen zu kommunizieren, gehört für uns zu einem glaubwürdigen Umgang mit Nachhaltigkeit dazu. Gelernt haben wir aber auch, dass wir an den richtigen Themen arbeiten. Jetzt geht es darum, welche Konsequenzen wir aus den Ergebnissen ableiten. Die Erfahrungen der vergangenen Jahre und eine erste strukturierte Wesentlichkeitsanalyse sind systematisch in die Entwicklung unserer neuen Nachhaltigkeitsstrategie eingeflossen, die ab 2026 umgesetzt wird. Unser Fokus liegt dabei stärker auf Priorisierung und langfristiger Wirksamkeit.

Die Dekarbonisierung unseres Unternehmens gehört für uns zu den zentralen Zukunftsaufgaben. Im Berichtsjahr haben wir deshalb wichtige Voraussetzungen geschaffen, um das Thema Net-Zero strukturell im Unternehmen zu verankern: Das BRITA Net-Zero Board hat die Arbeit aufgenommen, wir haben ambitionierte Reduktions- und Net-Zero-Ziele definiert und diese bei der Science Based Targets initiative eingereicht. Diese Zielsetzungen sind auch in die Entwicklung unserer neuen Gruppenstrategie eingeflossen, sodass Net-Zero noch stärker Teil unserer operativen Unternehmenssteuerung wird.

Warum sich dieser Weg lohnt, zeigt auch die konkrete Wirkung unserer Produkte. Im Jahr 2025 wurden durch die Nutzung von BRITA Produkten weltweit rund 6,1 Milliarden Wasserflaschen ersetzt. Damit konnten erhebliche Mengen an Abfall und Emissionen vermieden werden. Solche Zahlen bestätigen uns darin, dass nachhaltige Lösungen dann am besten funktionieren, wenn sie alltagstauglich, skalierbar und langfristig relevant sind.

Auch in den kommenden Jahren werden wir unseren Weg zu mehr Nachhaltigkeit konsequent weitergehen. Im Mai 2026 haben wir die Validierung unserer eingereichten Net-Zero-Ziele erhalten. Gleichzeitig werden wir unsere Datengrundlagen, Prozesse und Governance weiter ausbauen, um Fortschritte noch transparenter und wirksamer steuern zu können.

Nachhaltigkeit ist für uns kein kurzfristiges Programm und keine Reaktion auf gesellschaftliche Trends. Sie ist Teil unseres Verständnisses von Verantwortung und damit Teil der Art, wie wir BRITA führen und weiterentwickeln wollen.

Ich wünsche euch eine anregende Lektüre.

Herzliche Grüße
Markus Hankammer

Über diesen Bericht

In diesem Bericht stellen wir als BRITA Gruppe unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten vor. Wir beschreiben unser Verständnis von Nachhaltigkeit, unsere Strategie sowie die gesetzten Ziele. Darüber hinaus geben wir Einblicke in umgesetzte und angestoßene Maßnahmen in diesem Bereich. Dieser Report richtet sich an B2B-Kunden, Mitarbeitende, Lieferanten, Geschäftspartner und die interessierte Öffentlichkeit. Der Berichtszeitraum umfasst das Geschäftsjahr 2025 vom 1. Januar bis zum 31. Dezember. Der vorige Nachhaltigkeitsbericht der BRITA Gruppe wurde im Juli 2025 veröffentlicht und deckte die Geschäftsjahre 2023 und 2024 ab. Um der steigenden Bedeutung von Nachhaltigkeitsthemen für die strategische Ausrichtung unseres

Unternehmens gerecht zu werden, werden wir den BRITA Nachhaltigkeitsbericht künftig jährlich veröffentlichen.

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

Um die wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen der BRITA Gruppe zu identifizieren, haben wir 2024 in Vorbereitung auf kommende Reporting-Vorgaben auf EU-Ebene eine Wesentlichkeitsanalyse durchgeführt und diese Anfang 2025

abgeschlossen. Ziel war u. a. die Bewertung von Auswirkungen, Risiken und Chancen unserer Geschäftsaktivitäten. Eine detaillierte Darstellung der Methodik und Ergebnisse stellen wir in [Kapitel 2](#) dieses Berichts zur Verfügung.

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

Die Wertschätzung von Vielfalt in all ihren Formen ist fest in unserem Selbstverständnis und Unternehmenswerten verankert. Daher nutzen wir eine inklusive Sprache. Besonders sichtbar wird dies in der Nutzung einer geschlechtersensiblen Sprache. Das bedeutet, dass wir überall dort, wo wir über natürliche Personen oder Personengruppen sprechen, neutrale Formulierungen verwenden oder den Gender-Doppelpunkt setzen. An den Stellen, an denen sich ein Begriff auf Unternehmen bezieht, in unserem Fall z. B. Kunden und Partner, gendern wir nicht.

Inhaltsverzeichnis



Unternehmen	05
BRITA Gruppe	06
Executive Board	10
Aufsichtsrat	12
Standorte	14
Geschäftsentwicklung	16
Produktinnovationen	20
Mitarbeitende	24
Governance & Compliance	26
Lieferkette	32
Stakeholder	34



Strategie & Ziele	38
Nachhaltigkeitsansatz	39
Planet Contribution	42
Sustainable Development Goals	45
Nachhaltigkeitsziele	47
Wesentliche Themen	65
Ein Blick nach vorn	70



Zahlen & Fakten	74
Managementsysteme	75
Energie & Emissionen	78
Wasser & Abfälle	83
Unternehmenskultur	87
Mitarbeitendenzahlen	91
Gesundheit & Sicherheit	93

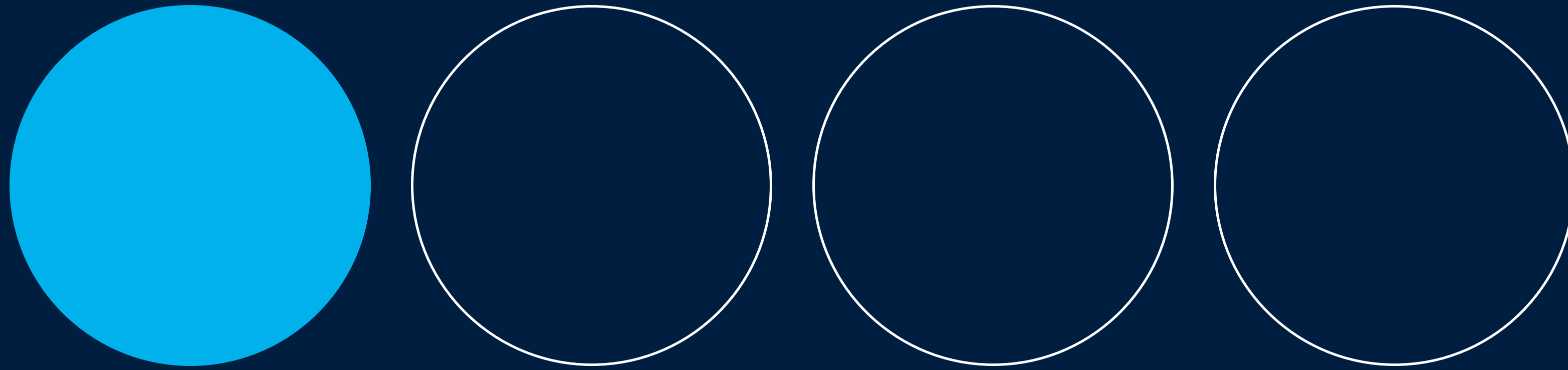


Social Impact	97
Saubere Lebensräume	98
Schutz von Wasser & Natur	99
Neuer Standort, nachhaltig gedacht	100
Nachhaltigkeit im Profisport	101
Gemeinsam mehr bewegen	102

Ziele für nachhaltige Entwicklung

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

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

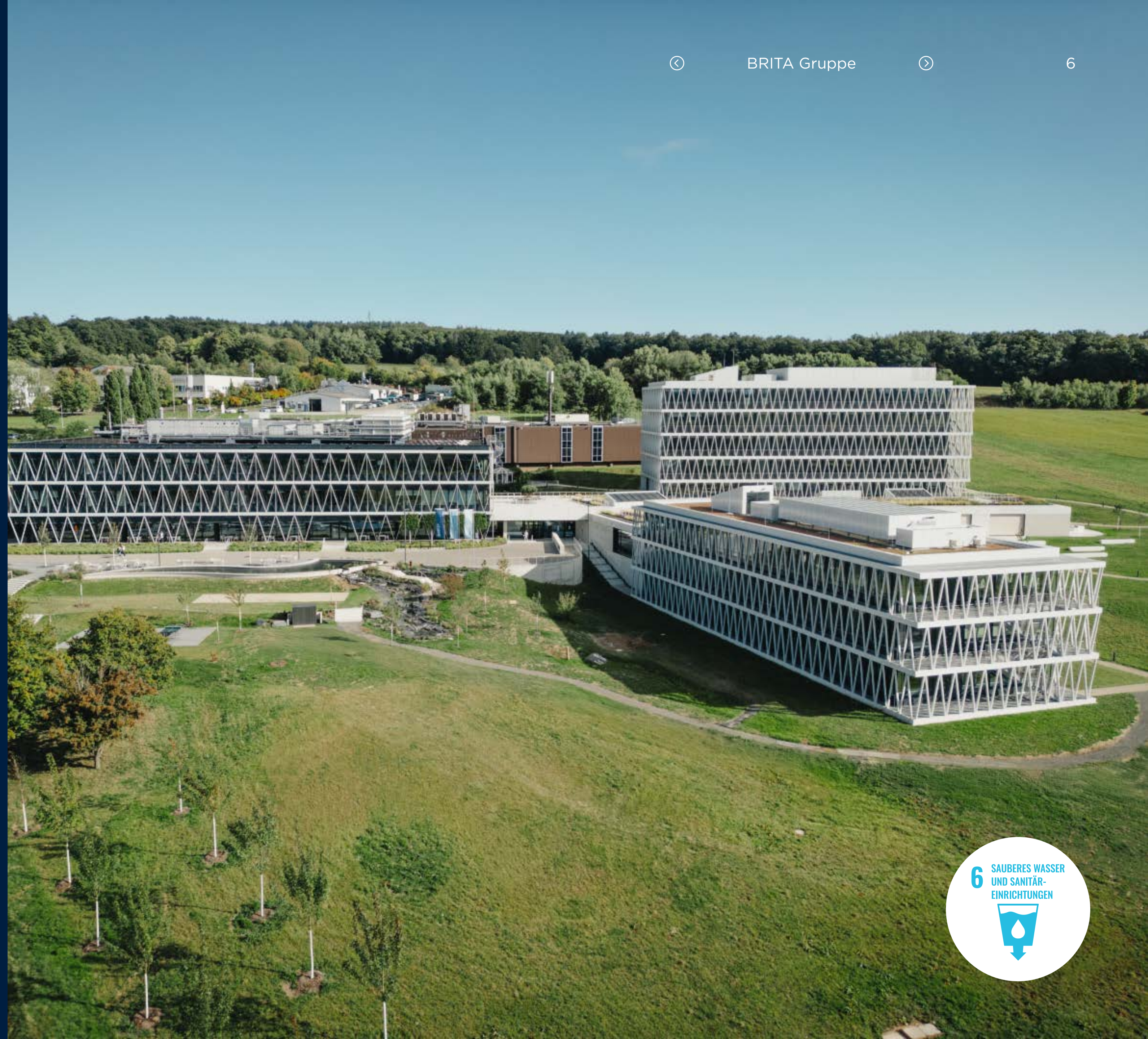


Unternehmen

Das ist BRITA

Die BRITA Gruppe ist weltweit führend im Bereich der Trinkwasser-optimierung und -individualisierung.

Das 1966 gegründete Familienunternehmen ist in drei strategische Segmente untergegliedert.





Consumer

Im Bereich Consumer bieten wir Produkte für den Heimgebrauch, darunter u. a. Tischwasserfilter und Trinkflaschen mit Filterkartuschen, Sprudler zum Karbonisieren von Leitungswasser sowie diverse Geräte zur Zubereitung von Heißwasser für Tee und Kaffee.



Professional Filter

Im Segment Professional Filter beinhaltet das Portfolio verschiedene Filterlösungen für die Anwendung im Profibereich. Dazu zählen beispielsweise Cafés und Bäckereien, aber auch die Gastronomie und Catering – also überall dort, wo Geschmack, Sauberkeit und Maschinenschutz eine besondere Rolle spielen.



Dispenser

Im Dispenser-Segment bündeln wir unser Sortiment an Premium-Wasserspendern. Diese kommen insbesondere in Büros, aber auch in Krankenhäusern, Schulen und Behörden zum Einsatz und können gekühltes, stilles, heißes oder gesprudeltes Wasser ausgeben – natürlich stets gefiltert mit der neuesten BRITA Technologie.

Veränderung gestalten mit der BRITA Philosophy

Als global agierender innovativer Marktführer wollen wir nicht nur unsere Produkte, sondern auch unser Unternehmen kontinuierlich weiterentwickeln. Die Welt legt ein hohes Tempo vor. Wir wollen auf veränderte Marktbedingungen und technologische Entwicklungen nicht nur reagieren, sondern den Wandel aktiv mitgestalten. Weil wir glauben, dass Veränderung immer auch Chancen birgt. Und um dieses Mindset in unserem Unternehmen zu verankern, haben wir 2023 die BRITA Philosophy eingeführt. Sie dient Mitarbeitenden und Führungskräften gleichermaßen als Entscheidungshilfe und Orientierung im Arbeitsalltag.

Die BRITA Philosophy fasst unsere Identität als international ausgerichtetes Familienunternehmen, unsere Unternehmensvision, die BRITA Mission und unsere Kernwerte zusammen. Sie bildet ein starkes Fundament für unseren Erfolg – heute und morgen. Die einzelnen Elemente der Philosophie verdeutlichen, wofür wir stehen und was wir gemeinsam in der Welt erreichen wollen. Unsere Passion für das, was wir tun, ist insbesondere in der BRITA Identität stark verankert. Gleichzeitig treibt sie uns an, echten Impact zu erzielen.



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

Unser Executive Board





Markus Hankammer

Chief Executive Officer
BRITA Gruppe



Stefan Jonitz

Chief Financial Officer
BRITA Gruppe



Dr. Rüdiger Kraege

Chief Commercial Officer
Professional Filter/Dispenser
BRITA Gruppe

BRITA ist ein modernes Familienunternehmen und wurde 1966 von Heinz Hankammer in Taunusstein bei Wiesbaden gegründet. Seitdem haben wir uns zu einem internationalen Unternehmen und einer weltweit anerkannten Marke entwickelt.

Seit 1999 wird das Geschäft von Markus Hankammer in der zweiten Generation geleitet. Im Geschäftsjahr 2025 bestand das Executive Board der BRITA Gruppe neben Markus Hankammer aus Stefan Jonitz und Dr. Rüdiger Kraege. Beide Vorstände sind langjährige Mitglieder der obersten Management-Ebene.

Unser Aufsichts- rat



Der Aufsichtsrat der BRITA SE ist das zuständige Kontrollgremium der BRITA Gruppe. Seine Aufgabe besteht im Wesentlichen aus der Beratung und Kontrolle des Vorstands.

Aktuell besteht der Aufsichtsrat der BRITA SE aus drei festen und einem stellvertretenden Mitglied:



Moss Kadey

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



Brita Hankammer

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



Prof. Dr. Gerd Walger

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



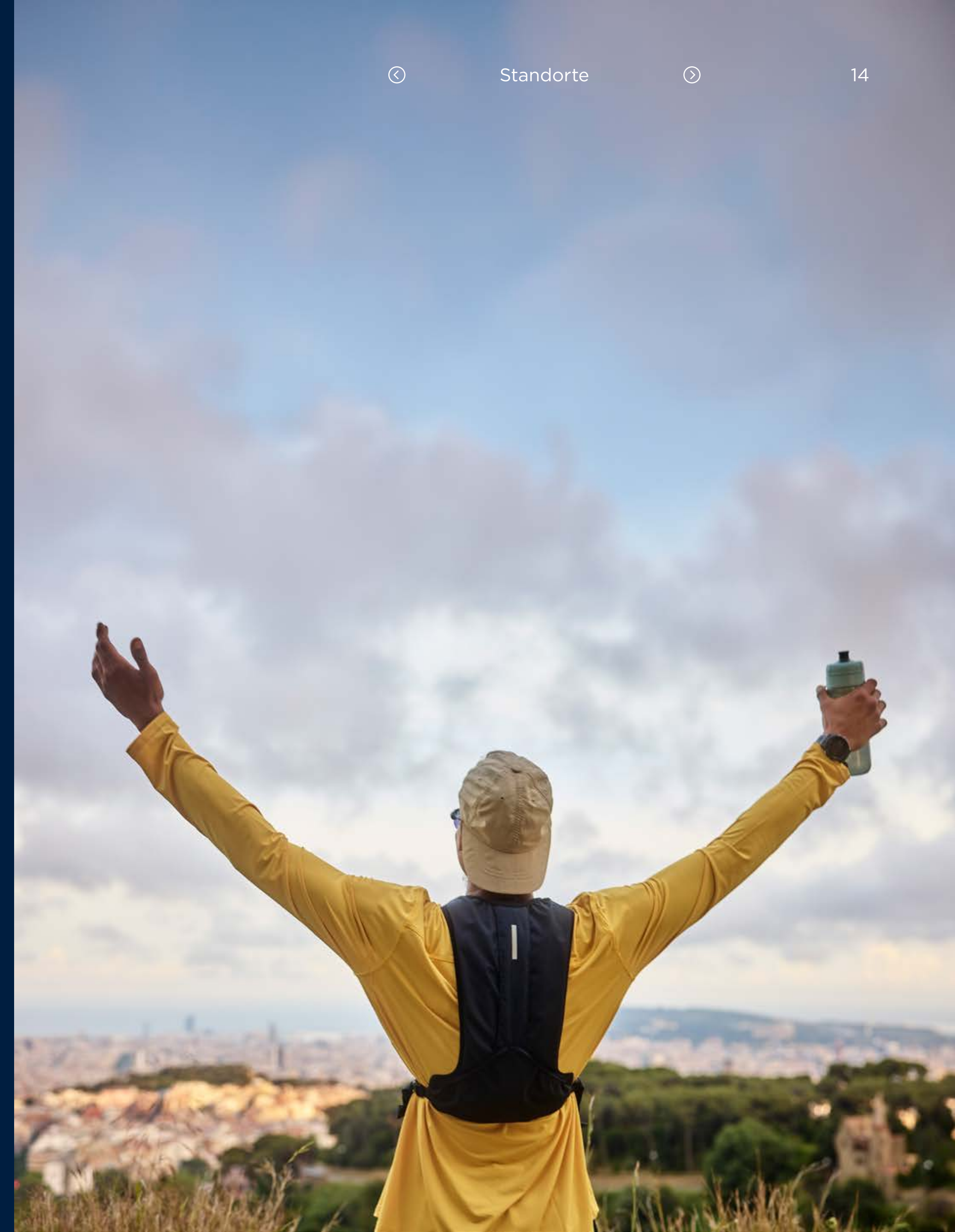
Andreas Land

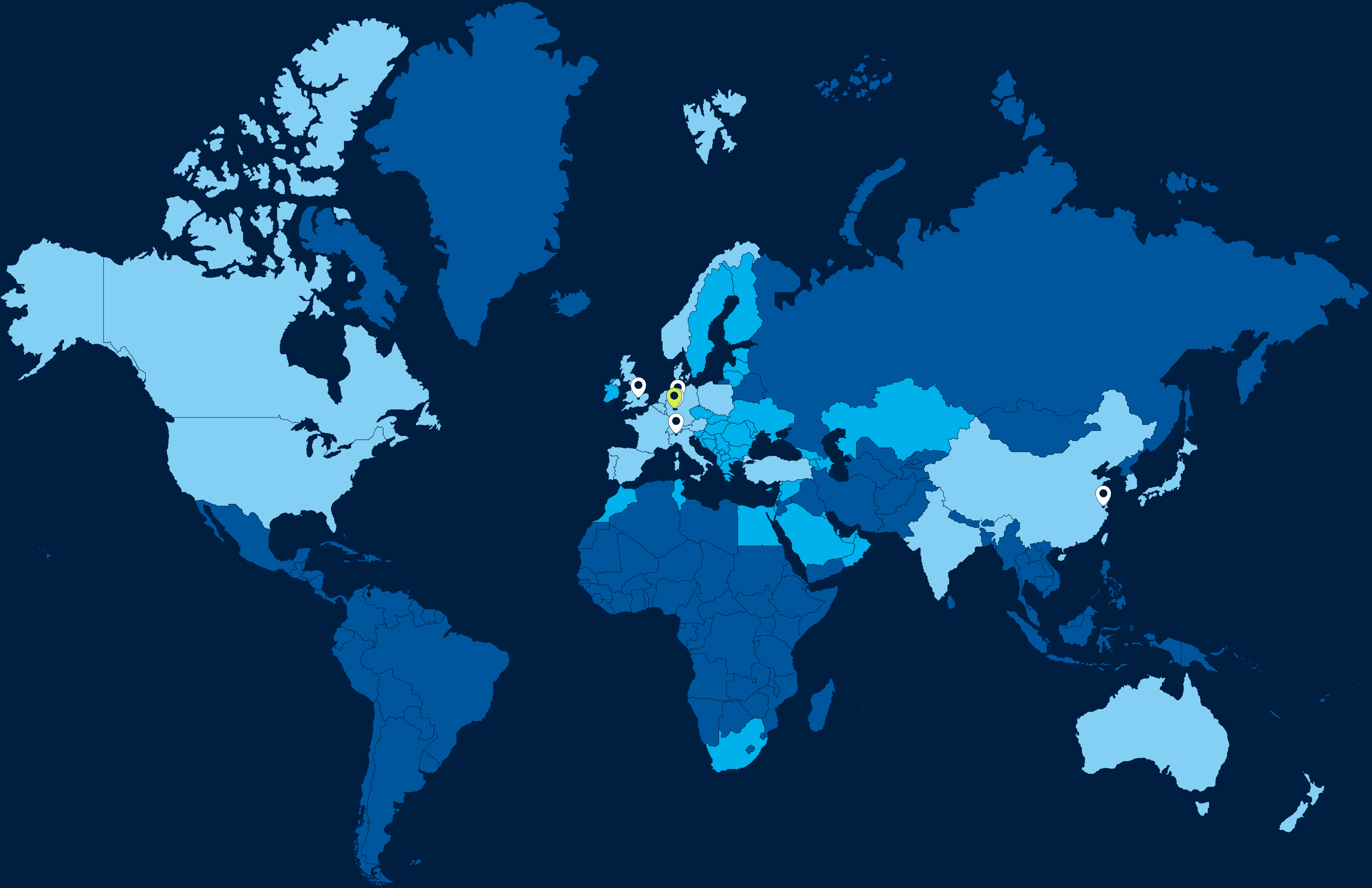
Stellvertretendes Mitglied des Aufsichtsrats der BRITA SE seit Mai 2022, Mitglied im Aufsichtsrat der Hanvest Holding SE seit 2019, Gesellschafter der Griesson – de Beukelaer GmbH & Co. KG.

Von Taunusstein in die Welt

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

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





Unsere Gesellschaften

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

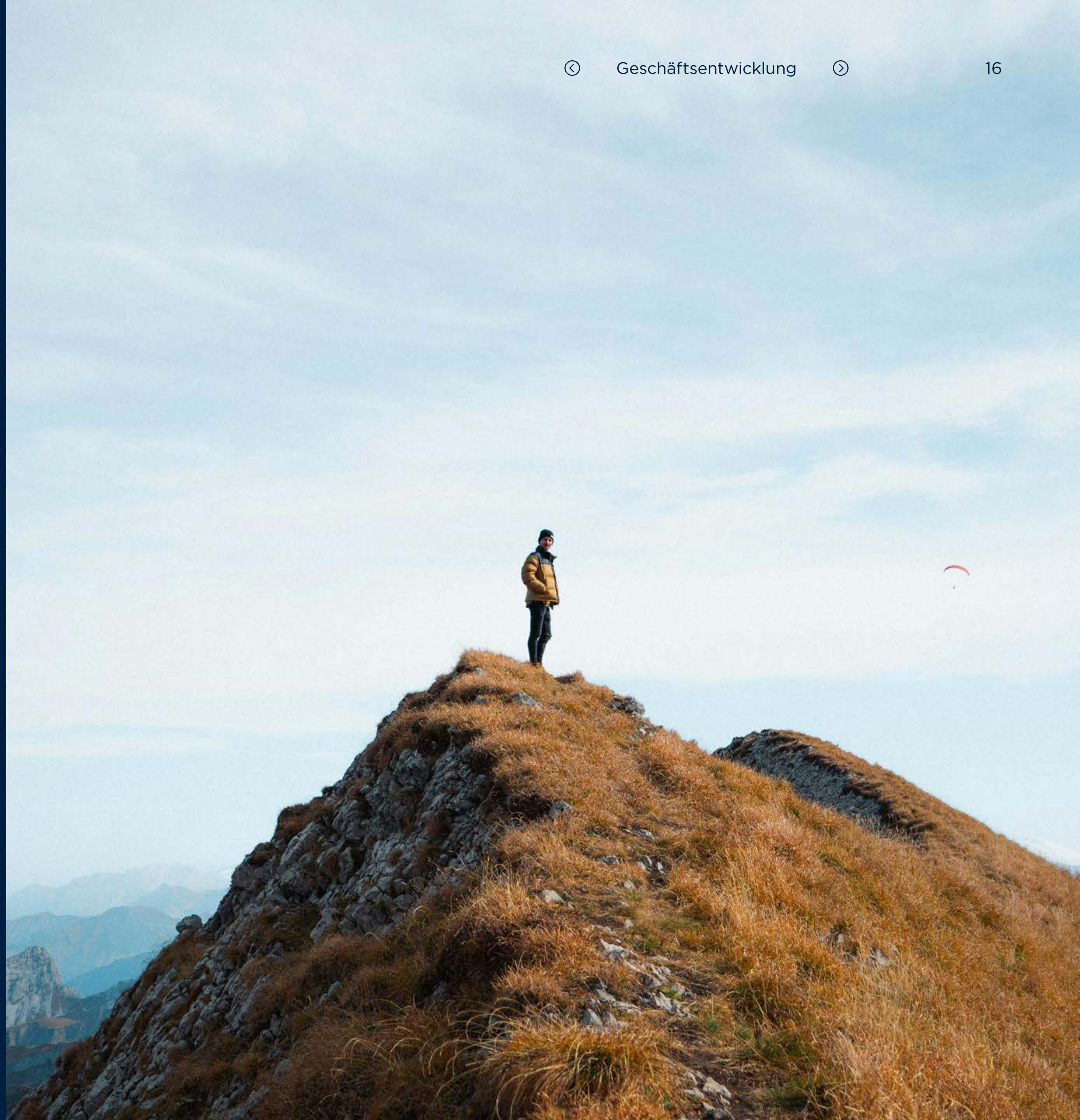
Produktionsstandorte

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

Legende

- BRITA Gesellschaft
- Distributorenmarkt
- Produktionsstandort
- Hauptsitz

Weiter auf Erfolgskurs



Das Geschäftsjahr 2025 ist für die BRITA Gruppe insgesamt erfreulich verlaufen. In einem herausfordernden Marktumfeld, das von geo- und handelspolitischen Spannungen sowie strukturellen Veränderungen in wichtigen Absatzmärkten geprägt war, erwirtschaftete die BRITA Gruppe Rekordumsatzerlöse in Höhe von 759 Mio. Euro. Dies entspricht einem Wachstum von 4,4% im Vergleich zum Vorjahr (2024: 727 Mio. Euro). Dabei konnten wir in allen Geschäftsbereichen und fast allen Märkten Zuwächse erzielen.

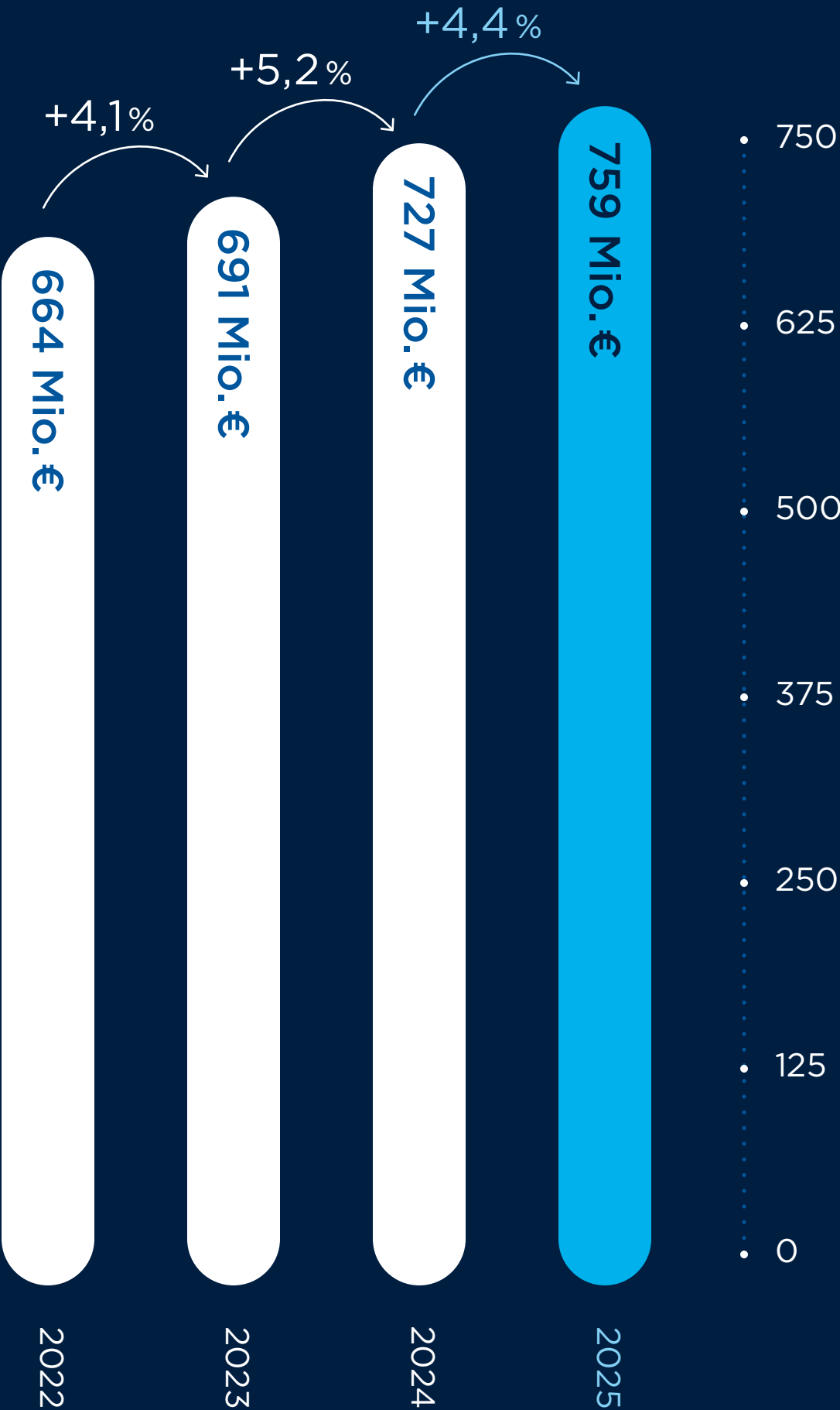
Insbesondere vor dem Hintergrund stark negativer Wechselkurseffekte und einer weiterhin spürbaren Kaufzurückhaltung ist diese Entwicklung bemerkenswert. Wie bereits in den Vorjahren waren die umsatzstärksten Märkte Deutschland, China und Großbritannien. Mit 81% generierten wir den Großteil unseres Umsatzes in den Märkten außerhalb Deutschlands.

Im Consumer-Segment konnten wir 2025 unseren Umsatz um 2,8% steigern und mit insgesamt 508 Mio. Euro erstmalig die 500-Mio.-Euro-Marke überschreiten. Besonders ausgezahlt haben sich dabei Investitionen in unsere Markentransformation. Damit verbunden war die Erschließung neuer Zielgruppen durch Brand Ambassadors und weitere zielgruppengerechte Marketingaktivitäten.

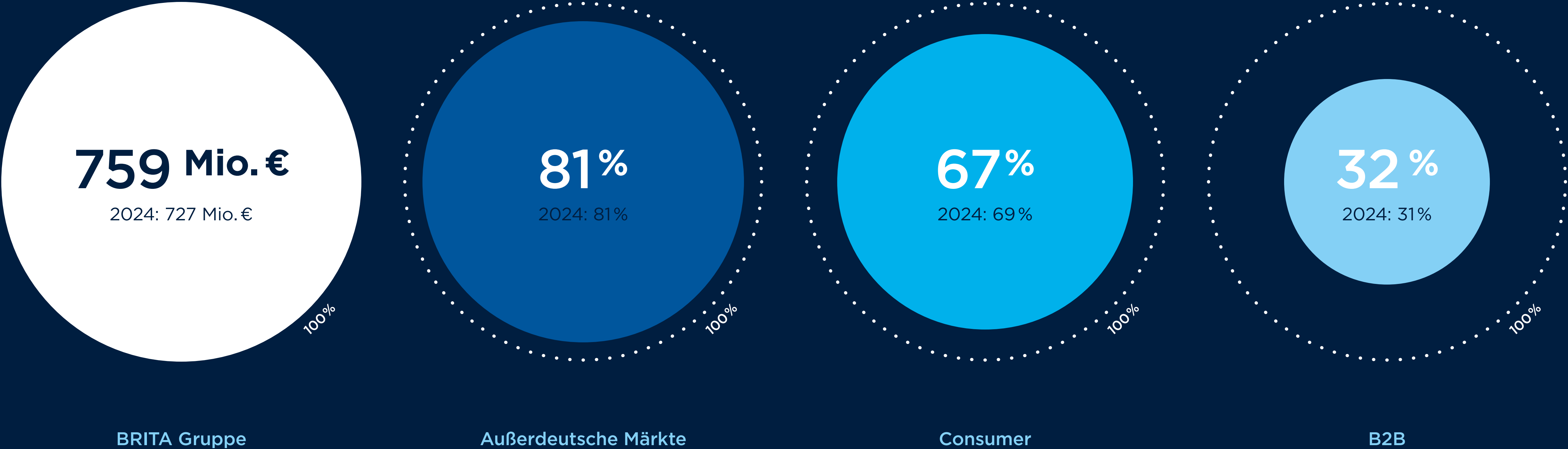
In den Bereichen Professional Filter und Dispenser verzeichneten wir eine besonders positive Geschäftsentwicklung. Während im Segment Professional Filter der Umsatz um 6,0% auf 122 Mio. Euro gestiegen ist, wuchs er im Segment Dispenser um 8,7% und lag zum Ende des abgelaufenen Geschäftsjahrs bei 120 Mio. Euro. Wesentliche Treiber dieser Entwicklung waren vor allem der erfolgreiche Launch unserer digitalen iQ-Lösungen bei Professional Filter sowie der Gewinn mehrerer langfristiger Verträge im Dispenser-Segment.

2022 haben wir eine Minderheitsbeteiligung (25,1%) an OH LA LAQUA erworben, einem Hersteller von flüssigen Konzentraten zur natürlichen Aromatisierung von Wasser. Seitdem mussten wir feststellen, dass sich OH LA LAQUA trotz vieler Initiativen und engagierter Zusammenarbeit nicht wie geplant entwickelt hat. Aufgrund dieser Entwicklung haben wir entschieden, uns von unseren Anteilen zu trennen und diese im Dezember 2025 an den Gründer Andreas Meyer zurückverkauft.

Umsatzerlöse der BRITA Gruppe (in Mio. €)



So verteilt sich der Umsatz



Be a Gamechanger: Nachhaltiger Wasserkonsum beginnt im Alltag

Anlässlich des Weltwassertags am 22. März 2025 hat BRITA mit der Initiative „Be a Gamechanger“ eine aufmerksamkeitsstarke Kampagne gegen Plastikverschmutzung umgesetzt. Im Mittelpunkt dessen steht ein klares Ziel: Bis 2030 wollen wir gemeinsam weltweit acht Milliarden Flaschen einsparen. Damit unterstreichen wir unseren Anspruch, nachhaltigen Wasserkonsum im Alltag zu fördern und praktikable Alternativen zu Einwegflaschen aufzuzeigen. Denn jede vermiedene Flasche bedeutet weniger Abfall, weniger Emissionen und mehr Schutz für unsere Gewässer.

Viele kleine Schritte mit großer Wirkung

Plastikverschmutzung ist eine globale Herausforderung, die politische Maßnahmen und unternehmerische Verantwortung

erfordert. Gleichzeitig können auch kleine Veränderungen im Alltag einen spürbaren Beitrag leisten. Bereits der Umstieg von Flaschenwasser auf Leitungswasser hilft dabei, Verpackungsabfälle zu vermeiden und Gewässer zu schützen.

Gefiltertes Leitungswasser verursacht deutlich weniger Verpackungsabfall und weist im Vergleich zu Flaschenwasser einen wesentlich geringeren CO₂-Fußabdruck auf. Als Unternehmen übernehmen wir Verantwortung für einen nachhaltigen Umgang mit unseren Ressourcen, indem wir unsere Produkte kontinuierlich weiterentwickeln, bio-basierte Materialien einsetzen und etablierte [Recyclingprogramme](#) für Filterkartuschen anbieten.

Bewusstsein schaffen für nachhaltigen Wasserkonsum

Mit der Initiative „Be a Gamechanger“ schafft BRITA Awareness für nachhaltigen Wasserkonsum, möchte aber auch Verbraucher:innen motivieren, bewusste Entscheidungen im Alltag zu treffen. So zeigt die Kampagne zusätzlich viele einfache Möglichkeiten auf, wie sich Plastik im Alltag reduzieren lässt, z. B. durch die Nutzung wiederverwendbarer Taschen und Netze sowie von Mehrwegbechern und -behältern oder durch den Kauf langlebiger Produkte. Damit setzt BRITA ein positives Zeichen für verantwortungsvollen Konsum und zeigt, dass nachhaltiges Handeln nicht immer Verzicht bedeutet und eine bewusste Entscheidung für unsere Umwelt und zukünftige Generationen ist.



Von Ideen zu Innovationen

Im abgelaufenen Geschäftsjahr haben wir uns in allen Geschäftsbereichen darauf konzentriert, neue Produkte zu entwickeln, bestehende Produkte insbesondere bezüglich der Materialauswahl zu optimieren und unsere digitalen Dienstleistungen auszurollen.





Consumer

Im Oktober 2022 haben wir im Rahmen unserer Innovationsstrategie das US-amerikanische Unternehmen LARQ Inc., einen Premiumhersteller von Trinkwasserlösungen, erworben. Mitte 2025 brachten wir die BRITA LARQ Flasche auf den deutschen Markt – ein wichtiger Meilenstein unserer Transformation zu einer Lifestyle Brand. Sie hält Getränke bis zu 24 Stunden kalt und ist in zwei Varianten erhältlich. Neben einer Einstiegsversion, der LARQ Essential, verbindet vor allem die BRITA LARQ iQ fortschrittliche Technologie mit Digitalisierung. Der integrierte Filter entfernt PFAS wie PFOA/PFOS sowie Chlor, während die PureVis UV C Technologie bis zu 99,99% biologischer Verunreinigungen wie E. coli beseitigt. Ergänzend bietet die verbundene App

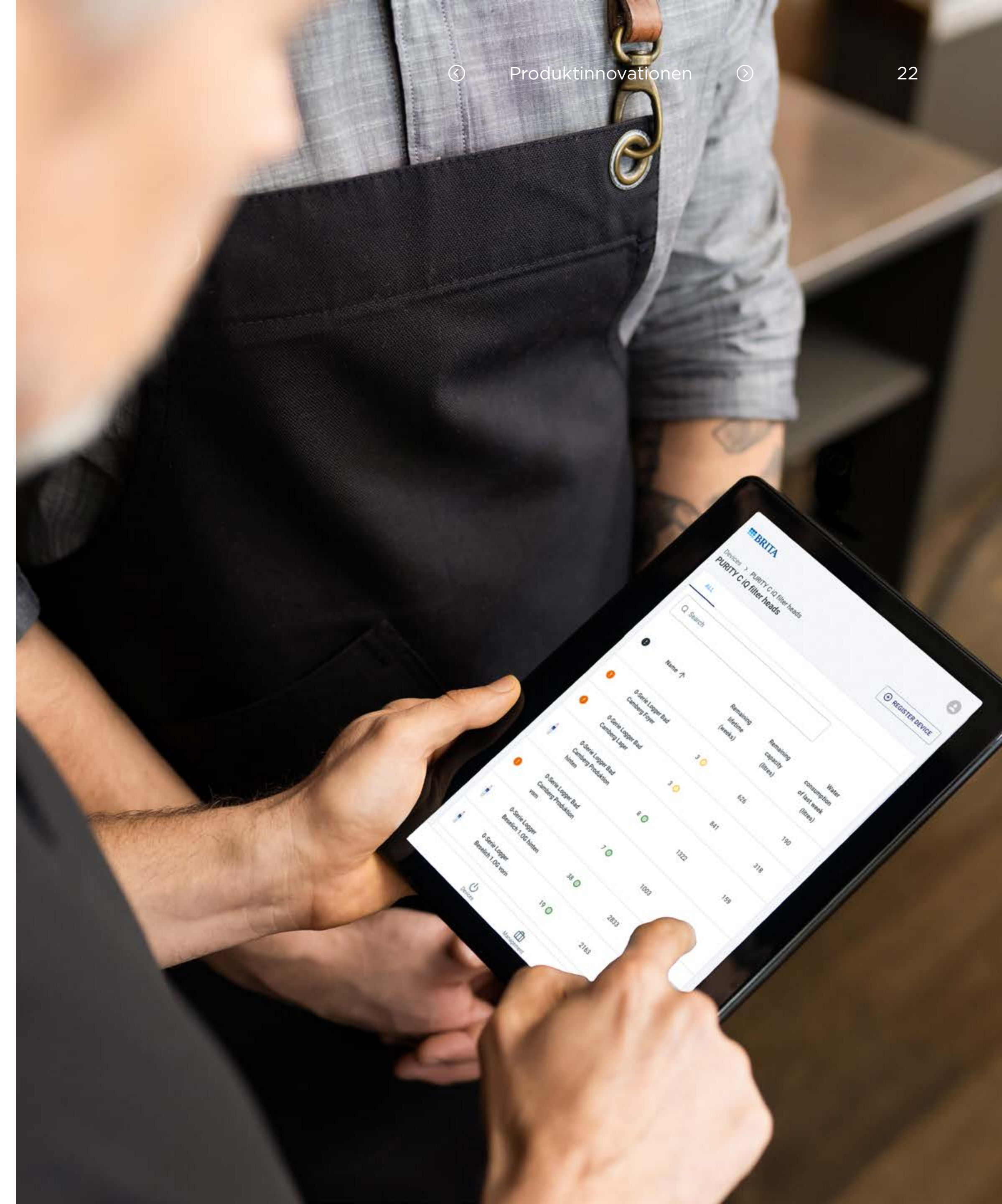
Hydration Tracking, analysiert das Trinkverhalten und erinnert Nutzer:innen daran, ausreichend zu trinken.

Im vergangenen Geschäftsjahr lag der Fokus im Consumer-Segment auf der Entwicklung neuer Produkte, der Optimierung der Entwicklungsprozesse sowie der Etablierung einer Prozessstruktur. Diese ermöglicht es, Nachhaltigkeitsaspekte auch über die Marktreife eines Produkts hinaus sukzessive zu verbessern. Nachhaltigkeitskriterien wie Materialauswahl, Reparierbarkeit und Recyclingfähigkeit werden so noch stärker in den frühen Stadien der Produktentwicklung verankert. So können Entscheidungen frühzeitig im Sinne eines stärkeren Nachhaltigkeitsfokus oder Ökodesign angepasst werden.

Professional Filter

Im Bereich Professional Filter haben wir 2025 die Produkte PURITY C 1100 Clean und die PURITY C 1100 Clean Extra ge-launcht. Beide Filterkartuschen wurden speziell für die Anwendung vor Unter-tischspülmaschinen entwickelt, wie sie üblicherweise in kleineren Restau-rants, Bistros und Bars eingesetzt wer-den. Beide Filterkartuschen verringern die Wasserhärte, was Ablagerungen deutlich reduziert und somit für glän-zend saubere Gläser, Besteck und Ge-schirr sorgt – ganz ohne Nachpolieren. Während die PURITY C Clean gute Reinigungsergebnisse für den täglichen Bedarf liefert, erfüllt die PURITY C Clean Extra höchste Ansprüche mit über-legener Leistung und brilliantem Glanz.

Mit dem iQ Meter haben wir im Jahr 2025 den ersten digital vernetzten Durchfluss- und Verbrauchssensor auf den Markt gebracht. Er ist kompati-bel mit allen Kartuschen der PURITY und PURITY C Serien und sendet den Wasserverbrauch an das Cloud-basier-te BRITA iQ Portal. Dort wird anhand der Verbrauchsdaten die genaue Filter-erschöpfung ermittelt und wochen-genau die Restlaufzeit berechnet und angezeigt. So ermöglichen wir unseren Kunden eine effiziente Service- und Wartungsplanung.





Dispenser

Auch bei unseren Wasserspendern setzen wir vermehrt auf smarte, digitale Lösungen. So konnten wir 2025 mit dem BRITA Online Dispenser unseren ersten digital vernetzten Wasserspender herausbringen, der seine Maschinen- und Verbrauchsdaten automatisch und drahtlos an die BRITA iQ Plattform sendet. Dort können Service-Techniker:innen die Daten einsehen, um Wartungen, Diagnosen und Updates aus der Ferne durchzuführen. Das reduziert Servicefahrten und vermeidet Ausfallzeiten.

Seit Anfang 2025 setzt BRITA in mehreren nicht-wasserberührenden Gehäuseteilen der Top Pro Wasserspender konsequent ABS Rezyklat ein. Das verwendete Material besteht zu rund 85 % aus recyceltem ABS. Durch die vollständige Umstellung dieser Komponenten auf Rezyklat lassen sich jährlich rund 9,4 Tonnen fossiler Kunststoff einsparen. Perspektivisch prüfen wir, ob auch weitere Dispenser-Produktlinien auf Rezyklat umgestellt werden können.

Unsere Mitarbeitenden

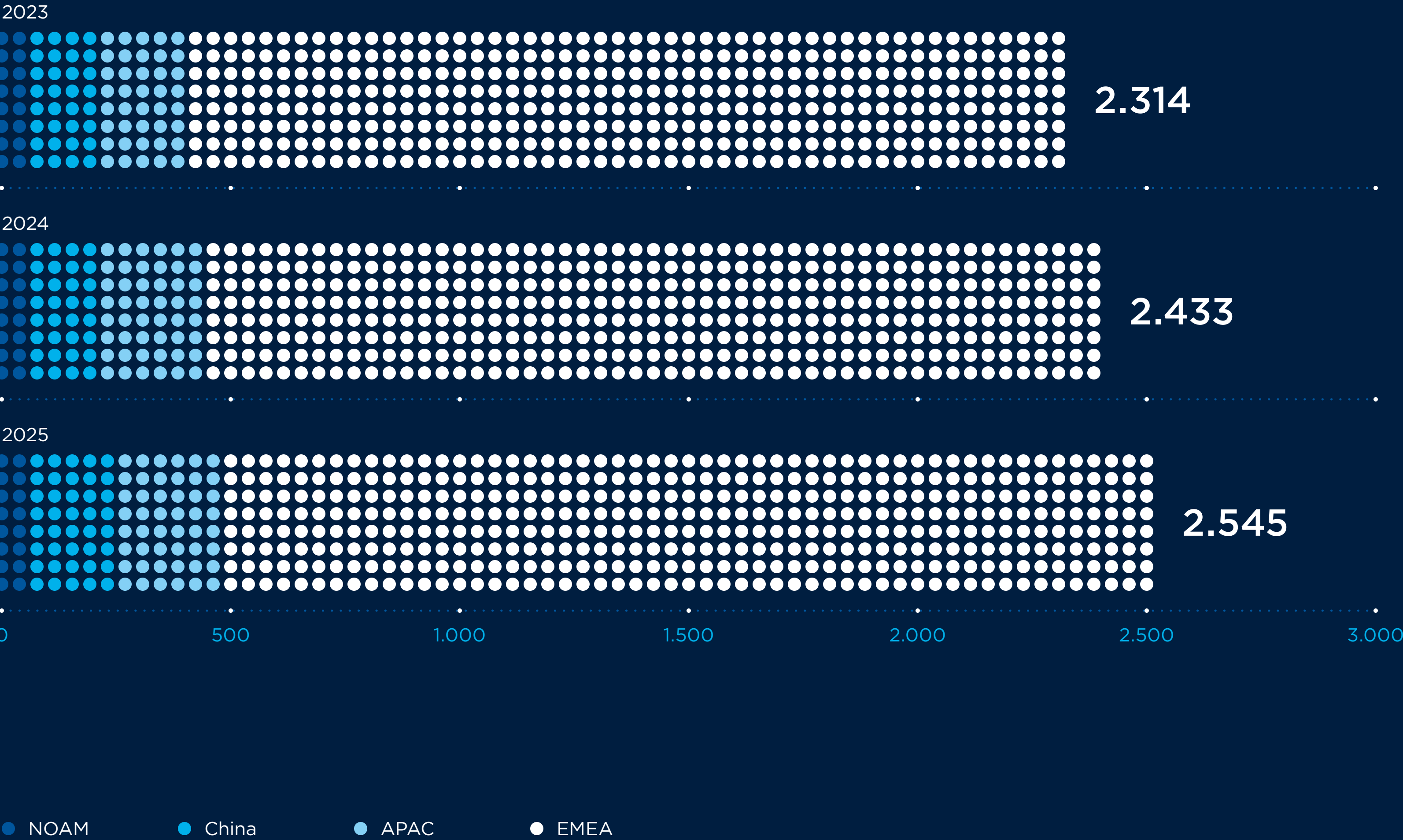


Unsere Mitarbeitenden sind die treibende Kraft hinter unserem Erfolg. Mit ihrem Einfallsreichtum, Engagement und täglichen Einsatz bringen sie unser Unternehmen nach vorne und gestalten zugleich eine offene, inklusive und lebendige Unternehmenskultur.

Daher wollen wir ein Arbeitsumfeld schaffen, das von Respekt, Wertschätzung und echtem Miteinander geprägt ist. Wie gut uns das gelingt, zeigt unsere erste Great Place to Work Umfrage im Jahr 2024: Mit einer beeindruckenden Beteiligung von 84% und der Zertifizierung von 15 Standorten haben wir einen wichtigen Meilenstein erreicht – und sind stolz auf dieses starke Zeichen unserer Teams. Die nächste globale Umfrage ist für 2026 geplant.



Unsere Mitarbeitenden weltweit



Governance und Compliance





Gute Unternehmensführung als Basis nachhaltigen Handelns

Um die Integrität von BRITA sicherzustellen, haben wir verbindliche Unternehmensstandards etabliert und ein umfassendes Compliance-System eingeführt. Die Grundlage hierfür bildet der [BRITA Verhaltenskodex \(Code of Conduct\)](#). Er beschreibt die ethischen Prinzipien, die unser Handeln und unsere Geschäftsprozesse leiten. Zugleich vermittelt er Mitarbeitenden das Thema Compliance verständlich und sensibilisiert sie für mögliche Risiken im Arbeitsalltag. Die im Code of Conduct

beschriebenen Verhaltensweisen sind verbindlich für Mitarbeitende aller Hierarchieebenen, inklusive des Vorstands, und bilden den Maßstab für verantwortungsbewusstes Verhalten im gesamten Unternehmen. Die [Human Rights Policy](#) ergänzt den Code of Conduct und erläutert, wie wir speziell mit möglichen Problemen im Zusammenhang mit Menschenrechten an unseren eigenen Standorten und bei unseren Lieferanten umgehen.



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

einer Compliance-Kultur im gesamten Unternehmen. Bei Verdacht auf Verstöße gegen unseren Code of Conduct leitet Compliance die internen Ermittlungen. Die Financial Directors der einzelnen Länder fungieren als lokale Ansprechperson für Compliance-Themen und verantworten die Umsetzung der Maßnahmen vor Ort. Ergänzend bietet die Zentralfunktion Compliance

regelmäßig interaktive Workshops und Trainings an, die Mitarbeitende dazu befähigen, Compliance-Themen selbstverantwortlich und sicher im Arbeitsalltag zu handhaben. Die gesamte Belegschaft ist außerdem verpflichtet, an jährlichen Compliance-Schulungen teilzunehmen.

Das Vertrauen in unser professionelles Geschäftsverhalten bildet die Grundlage für die Zusammenarbeit mit unseren Kunden und Partnern. Um dieses Vertrauen zu wahren, achten wir darauf, jegliche Art von Interessenkonflikt zu vermeiden. Wir tolerieren keine Form von Korruption oder Bestechung. Wir bekennen uns zu freiem Wettbewerb und halten uns strikt an geltende Regeln. Kartellbildung und Preisabsprachen lehnen wir konsequent ab. Auch unsere Marktposition nutzen wir zu keinem Zeitpunkt aus, um Druck auf andere Marktteilnehmende auszuüben.

Unser Anspruch an gute Unternehmensführung reicht jedoch weit über die Einhaltung gesetzlicher Vorgaben und Mindeststandards hinaus. Wir möchten einen nachhaltigen und positiven Beitrag für Gesellschaft und Umwelt leisten und unser Handeln an klaren Werten ausrichten. Daher berücksichtigen wir ökologische und soziale Aspekte bei allen Unternehmensentscheidungen. Wir wollen durch sichere und gut bezahlte Arbeitsplätze sowie durch einen offenen und ehrlichen Dialog etwas zurückgeben und in den Regionen, in denen wir produzieren, arbeiten und leben, einen angemessenen finanziellen Beitrag leisten. Deshalb verfolgen wir eine auf Integrität und Transparenz ausgerichtete Steuerstrategie, bei der es um mehr geht als die reine Steueroptimierung.

Wir sind der festen Überzeugung, dass jeder Mensch Anspruch auf Fairness, Respekt und Würde hat. Deshalb bekennen wir uns klar zu den international anerkannten Menschenrechten, wie sie im UN Global Compact und in den Arbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) verankert sind. Dieses Commitment endet nicht vor unseren eigenen Toren, sondern erstreckt sich konsequent über unsere gesamte Wertschöpfungskette.



United Nations
Global Compact



**International
Labour
Organization**

Sicher melden, anonym bleiben: Unser Whistleblower-System

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

Meldungen, die über das Whistleblower-System eingehen, werden zunächst von einer externen Ombudsfrau entgegengenommen. Über ein geschütztes Postfach kann die hinweisgebende Person anschließend direkt mit ihr kommunizieren. Die Ombudsfrau führt eine

rechtliche Erstprüfung durch, ordnet die Hinweise thematisch ein und bewertet deren Plausibilität. Im nächsten Schritt werden die plausiblen Hinweise an eine interne Ansprechperson von BRITA weitergeleitet. Die vertrauliche Behandlung aller Informationen ist dabei jederzeit gewährleistet. Die zuständige BRITA Ansprechperson prüft den Sachverhalt sorgfältig und initiiert die notwendigen Folgemaßnahmen.

Wir ermutigen ausdrücklich jede:n, das Whistleblower-System zu nutzen, damit wir mögliche Verstöße frühzeitig erkennen und angemessen reagieren können. Nur durch partnerschaftliche Zusammenarbeit sowohl intern mit unseren Mitarbeitenden als auch extern mit Geschäftspartnern und Kunden können

wir langfristig sicherstellen, dass unser Unternehmenserfolg nicht zulasten von Menschen oder Umwelt geht.

Ausführliche Informationen zu unserem Whistleblower-System sowie zu den Prozessen und Eskalationsstufen sind in der [BRITA Verfahrensordnung](#) dokumentiert. Im Jahr 2025 gingen insgesamt sechs Meldungen ein. Sämtliche Vorfälle wurden vollständig geprüft und abgeschlossen.

Klare Regeln für verlässliche Partnerschaften: Der BRITA Supplier Code of Conduct

Unsere Erwartung an gewissenhaftes und verantwortungsvolles Verhalten gilt nicht nur für unsere eigenen Mitarbeitenden, sondern gleichermaßen für unsere Geschäftspartner in der Lieferkette. Deshalb gelten für unsere Lieferanten dieselben Compliance-Vorgaben wie für BRITA Mitarbeitende. Um unsere Anforderungen noch klarer und zielgruppengerecht zu kommunizieren, haben wir 2024 den neuen [BRITA Supplier Code of Conduct](#) veröffentlicht und ausgerollt.

Bevor wir neue Geschäftsbeziehungen mit Lieferanten oder anderen Geschäftspartnern eingehen, prüfen wir sorgfältig deren Identität sowie ihr Geschäftsgebaren. Unser Anspruch ist es, nur mit seriösen Partnern zusammenzuarbeiten, die gesetzliche Vorgaben einhalten und ausschließlich Mittel aus legitimen Quellen verwenden. Wir verurteilen jede Form der Terrorismusfinanzierung und halten uns rigoros an geltende Exportkontrollen, Wirtschaftssanktionen und

Embargobeschränkungen. Mithilfe eines automatisierten Sanktionslistenchecks stellen wir sicher, dass aktuelle oder potenzielle Geschäftspartner nicht auf entsprechenden Listen geführt werden.

Nachhaltigkeit in der Lieferkette verankern





In der heutigen globalisierten Welt ist ein gut funktionierendes Lieferkettenmanagement unerlässlich, um wettbewerbsfähig zu bleiben und flexibel auf Veränderungen in den Märkten reagieren zu können. Um unsere Lieferketten besser zu verstehen und wirksame Prozesse und Steuerungsmechanismen entwickeln zu können, haben wir in den letzten Jahren unsere Lieferketten-Due-Diligence ausgebaut und an die Anforderungen des deutschen Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes angepasst. Doch unser Anspruch reicht darüber hinaus.

Wir wollen transparente und verantwortungsvolle Praktiken in der Lieferkette verankern und potenzielle Menschenrechts- und Umweltrisiken bei Lieferanten frühzeitig identifizieren und wirksam adressieren. Dafür führen wir eine regelmäßige Risikobewertung unserer Lieferanten durch. Grundlage dafür sind die Anforderungen und Mindeststandards, die im Supplier Code of Conduct vorgegeben sind. In der Risikobetrachtung berücksichtigen wir sowohl den Standort des Lieferanten als auch die Materialgruppe der von

ihm bezogenen Güter. Für die Beurteilung der Standorte nutzen wir externe, anerkannte Risikodatenbanken. Die anhand dieses Prozesses als potenziell risikobehaftet bewerteten Lieferanten werden anschließend mithilfe eines umfassenden Self-Assessment-Fragebogens genauer analysiert. Bei Bedarf nutzen wir Vor-Ort-Audits, um ein vollständiges Bild zu erhalten und Risiken weiter zu konkretisieren. Die regelmäßige Überprüfung liefert wichtige Erkenntnisse und hilft uns, Wissenslücken in unserer Wertschöpfungskette Schritt für Schritt zu schließen. Künftig soll ein Softwaretool diesen Prozess unterstützen.

Das Due-Diligence-Verfahren befindet sich noch im Roll-out. Im Jahr 2025 wurde eine zusätzliche Stelle im Einkauf geschaffen, die für den Ausbau und die Steuerung der notwendigen Prozesse und Strukturen verantwortlich ist. So können wir enger mit Lieferanten im Austausch stehen und durch gemeinsame Projekte auch tiefer in der Lieferkette für Transparenz und faire Bedingungen sorgen.

Zuhören, verstehen, gestalten: Stakeholder- Dialog



Das Vertrauen in die Marke BRITA ist zentral für unseren Erfolg. Dieses Vertrauen sichern wir vor allem durch Transparenz und regelmäßigen Dialog mit unseren unterschiedlichen Interessengruppen. Dadurch gewinnen wir wertvolle Erkenntnisse über die Bedürfnisse unserer Stakeholder. Darüber hinaus hilft uns der regelmäßige Austausch, insbesondere mit Blick auf Nachhaltigkeitsthemen, Markttrends früh zu erkennen und unsere Strategien entsprechend anzupassen. Zu unseren wichtigsten Stakeholdern gehören unsere Mitarbeitenden, B2B-Kunden und Verbraucher:innen, Geschäftspartner, Handelspartner, Lieferanten sowie diverse lokale politische Akteure und die Presse.

Verbraucher:innen haben die Möglichkeit, über diverse Social-Media-Kanäle oder über unsere Hotline direkt mit uns Kontakt aufzunehmen. Wir holen außerdem regelmäßig durch Befragungen und Marktforschung aktiv Feedback von Verbraucher:innen ein, das wir

bündeln, auswerten und in unsere Arbeit einfließen lassen. Im B2B-Bereich nutzen wir unter anderem Jahresgespräche, um über relevante Entwicklungen informiert zu bleiben und mögliche Kooperationen zu besprechen. Auch im Rahmen von Nachhaltigkeitsprojekten arbeiten wir eng mit Lieferanten zusammen, etwa bei Verpackung, Logistik und Materialien. Unsere regelmäßige Präsenz auf relevanten Messen und Konferenzen bietet uns viele zusätzliche Gelegenheiten, mit Kunden und Lieferanten, aber auch mit Behörden oder Non-Profit-Organisationen ins Gespräch zu kommen. Mit lokalen Verwaltungen und der Presse sind wir ebenfalls regelmäßig in Kontakt und pflegen einen professionellen und unkomplizierten Umgang. Über Entwicklungen auf EU-Ebene, die für BRITA relevant sind, halten wir uns mithilfe von Briefings und Newslettern informiert. Im Jahr 2025 haben wir mehrfach die Gelegenheit genutzt, unsere Themen auch direkt bei Stakeholdern in Brüssel zu platzieren.

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

Wasser, Verantwortung und Transformation: BRITA beim DNT 2025

Auch im Jahr 2025 war BRITA als Kompetenzpartner für das Thema Wasser beim 18. Deutschen Nachhaltigkeitstag (DNT) vertreten – einem der renommiertesten Nachhaltigkeitskongresse im deutschsprachigen Raum. Mit einem vielfältigen Auftritt präsentierten wir unser Nachhaltigkeitsengagement als Aussteller, hielten eine Keynote auf der großen Bühne, waren Sponsor einer Paneldiskussion sowie Wasserversorger des gesamten Kongresses und der anschließenden Gala-Veranstaltung. Dabei machten wir nachhaltigen Wassergenuss für die Teilnehmenden unmittelbar erlebbar.

Im Rahmen des Kongresses, der unter dem Motto „Gegen Rollback und Krisenmodus“ stand, diskutierten Expert:innen aus Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Zivilgesellschaft zentrale Fragen rund um nachhaltige Transformation, Verantwortung und Zukunftsfähigkeit.

An unserem Messestand stellten wir unsere Initiativen und Erfolge rund um die Themen Recycling und Kreislaufwirtschaft vor. Visuelle Einblicke in den Recyclingprozess, ausgestellte Materialien sowie ausgewählte Produkte luden zum Austausch über unsere Nachhaltigkeitsinitiativen ein.

Ein besonderes Highlight war die Keynote „Rollback oder Purpose? Warum wir nachhaltig aus Überzeugung sind“ von Meike Rapp (Director Sustainability bei BRITA) und Maren Huth (Vice President Global Brand Strategy & Experience bei BRITA). Die beiden Speakerinnen zeigten, wie Nachhaltigkeit untrennbar mit unserer Marke verbunden ist und die Grundlage unseres Erfolgs bildet. Die zwei machten deutlich, dass gerade in schwierigen Zeiten Glaubwürdigkeit und Transparenz entscheidende Pfeiler für echte

Transformation sind. Auf der von uns gesponserten Paneldiskussion zum Thema bewusster Wasserkonsum diskutierten die Expert:innen die Auswirkungen unseres Konsumverhaltens auf die Umwelt und die Ressource Wasser – von Plastikflaschen über Transportemissionen bis zum Zugang zu sauberem Trinkwasser.

Wir freuen uns, auch 2025 Teil dieses wichtigen Branchentreffens gewesen zu sein. Es war eine insgesamt inspirierende Veranstaltung, bei der wir viele gute Gespräche geführt und wichtige Impulse für unsere Arbeit mitgenommen haben.



Vinicius Dantas, Vivreau Kanada

„Menschen zusammenzubringen ist kein Zusatz. Es ist Teil der Arbeit.“

Was treibt dich an?

Ich möchte Verbindungen zwischen Menschen schaffen. Ich glaube, dass ich die Fähigkeit habe, Menschen zusammenzubringen. Und wenn ich das tue, dann mit ganzem Herzen. Es geht nicht darum, einfach Aktivitäten zu organisieren oder Kalender zu füllen.

Es geht darum, Räume zu schaffen, in denen Kolleg:innen sich begegnen, austauschen und Teamgeist erleben können. Menschen zusammenzubringen ist kein Zusatz. Es ist Teil der Arbeit.

Ich glaube, dass darin großes Potenzial liegt. Wenn Menschen sich kennen, wenn sie sich gesehen und wertgeschätzt fühlen, arbeiten sie anders zusammen. Offener. Enger. Und oft auch erfolgreicher.

Woran arbeitest du gerade?

Seit März 2025 entwickeln wir das BRITA Vital Programm in Kanada weiter. Ein wichtiger Schritt war die Einführung einer Plattform für Anerkennung und Austausch: Über ein „Kudo Board“ können Kolleg:innen sichtbar machen, was gut läuft.

Sie teilen dort nicht nur Nachrichten, sondern auch Fotos und Videos; dadurch ist eine lebendige und sehr persönliche Plattform entstanden. Rund drei Viertel des Teams nutzen sie bereits aktiv. Mir ist wichtig, dass wir eine Kultur schaffen, in der wir anerkennen, was gut funktioniert, ohne dabei die Wirklichkeit auszublenden. Wir reden nichts schön.

Darüber hinaus organisieren wir regelmäßig Aktivitäten außerhalb des klassischen Arbeitskontexts: kleine Events, Treffen, Sportangebote oder gemeinsame Strand- und Parkreinigungen. Genau das schätzen viele besonders, wie unsere internen Umfragen zeigen. Viele Kolleg:innen arbeiten hybrid oder im Homeoffice. Umso wichtiger ist es, Gelegenheiten zu schaffen, bei denen man sich persönlich begegnet.

Für mich ist entscheidend, dass diese Angebote niedrigschwellig sind. Sie sollen Freude machen, nicht verpflichten. Und sie sollen etwas auslösen: mehr Austausch, bessere Zusammenarbeit und ein stärkeres Gefühl der Zugehörigkeit.

Was möchtest du weiterbringen?

Ich möchte dieses Gemeinschaftsgefühl auch über Kanada hinaus stärken. Aktuell arbeite ich eng mit unserem Standort in New Jersey, USA, zusammen. Gemeinsam wollen wir eine stärker vernetzte und kollaborative nordamerikanische Community schaffen, die unsere Teams in den USA und Kanada enger zusammenbringt.

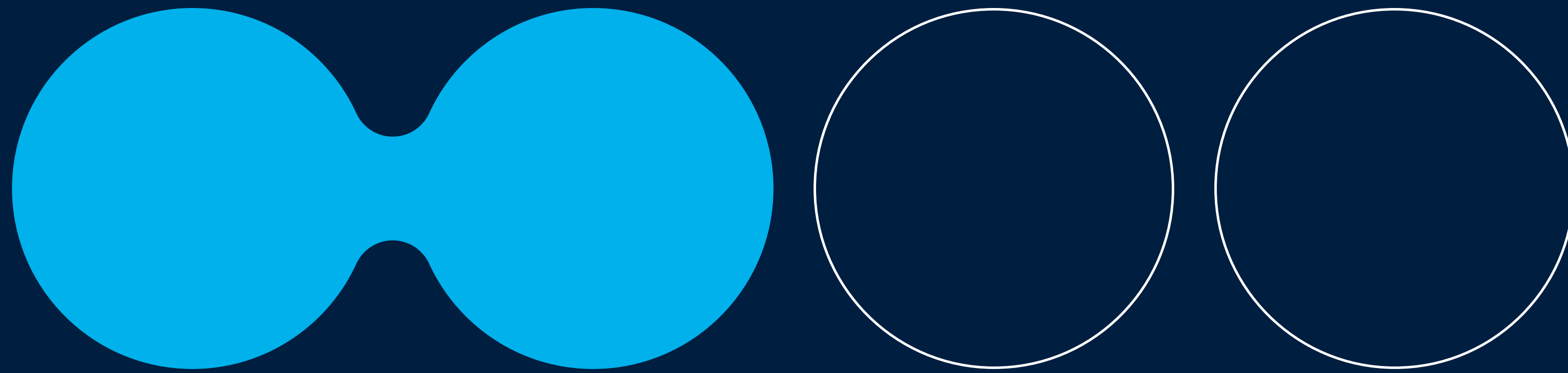
Ich glaube, dass genau hier ein wichtiger Hebel liegt. Wenn Teams besser miteinander verbunden sind, verbessert das nicht nur die Stimmung, sondern auch die Zusammenarbeit – und letztlich die Ergebnisse. Kommunikation und Vertrauen sind keine weichen Faktoren. Sie sind die Grundlage funktionierender Organisationen.

Mein Ziel ist es, das Programm so weiterzuentwickeln, dass es an unterschiedlichen Standorten funktioniert und für möglichst viele Menschen relevant wird. Denn am Ende geht es darum, dass sich jede:r als Teil eines größeren Ganzen versteht.



Vinicius Dantas ist Executive Assistant und Office Manager bei Vivreau in Kanada. Als BRITA Vital Ambassador gestaltet er Angebote rund um Gesundheit und Wohlbefinden mit.

Vor allem aber bringt er Menschen zusammen. Denn für ihn beginnt Gesundheit nicht mit abstrakten Programmen.



Strategie & Ziele

Nachhaltigkeit steuern, Wirkung erzielen





Inklusion im Fokus: Sensibilisierung für unterschiedliche Lebensrealitäten

Es ist uns wichtig, das soziale Miteinander am Arbeitsplatz fair und empathisch zu gestalten. Um ein Zeichen für Inklusion zu setzen, hat BRITA Hongkong den Mitarbeitenden im August 2025 die Möglichkeit gegeben, sich beim sogenannten Dialogue in the Dark in sehbehinderte Menschen hineinzusetzen. Indem sich die Teilnehmenden ohne Sehvermögen in alltäglichen Situationen wie beim Einkaufen, bei der Fahrt mit der Fähre und beim Gehen bewegten, gewannen sie praktische Einblicke in die Herausforderungen, Perspektiven und Bedürfnisse von sehbehinderten Menschen sowie eine größere Wertschätzung für deren Widerstandsfähigkeit und Stärke. Das Team von BRITA Hongkong verließ die Erfahrung mit einem Gefühl von Verbundenheit, Respekt und einem tieferen Verständnis für unterschiedliche Lebensrealitäten – auch am Arbeitsplatz.

Nachhaltigkeit ist fest in unserer Unternehmensstrategie verankert und prägt unser unternehmerisches Handeln. Daher wollen wir einen messbaren Beitrag für unseren Planeten leisten. Mit unserer [Sustainability Policy](#) haben wir uns dazu verpflichtet, uns aktiv für den Schutz von Umwelt und Gesellschaft einzusetzen. Damit wollen wir einen Beitrag zu einer lebenswerten Zukunft für kommende Generationen leisten. Unser Ziel ist es, langfristiges Wachstum für unser Unternehmen auf eine Weise zu sichern, die Umweltaspekte, soziale Verantwortung und wirtschaftliche Tragfähigkeit miteinander verbindet. Als familiengeführtes Unternehmen richten wir unser Handeln langfristig aus und entwickeln unser Unternehmen kontinuierlich entlang dieses Anspruchs weiter.

Nachhaltigkeit ist organisatorisch auf höchster Ebene, dem Executive Board, angesiedelt. Es trägt die Gesamtverantwortung für nachhaltiges Handeln im Unternehmen und legt gemeinsam mit den relevanten Fachbereichen die strategischen Nachhaltigkeitsziele der Gruppe fest. Dabei gehen wir bewusst über gesetzliche Vorgaben hinaus. Um sicherzustellen, dass wir unsere Ziele konsequent verfolgen und unsere Maßnahmen wirkungsvoll umsetzen, überprüft das Executive Board regelmäßig die Fortschritte, bewertet Entwicklungen und nimmt bei Bedarf Anpassungen vor.

Die Sustainability-Abteilung verantwortet die unternehmensweiten Nachhaltigkeitsprozesse, darunter das Carbon Management, die Nachhaltigkeitsberichterstattung und die Nachhaltigkeitsstrategie. Sie entwickelt und steuert unsere Nachhaltigkeitsinitiativen, treibt Themen sowohl auf strategischer als auch auf operativer Ebene voran und koordiniert die Umsetzung mit allen relevanten Stakeholdern. Dabei arbeitet das Team in enger Abstimmung mit Nachhaltigkeitsexpert:innen in anderen Fachbereichen zusammen. Im Geschäftsjahr 2025 wurden zudem zwei zusätzliche Stellen im Einkauf und in der R&D geschaffen, um Nachhaltigkeit noch stärker in den relevanten Unternehmensbereichen zu verankern.

Das Sustainability-Team koordiniert auch das BRITA Sustainability Forum, an dem Kolleg:innen aus den verschiedenen Fachbereichen und Tochtergesellschaften als Sustainability Ambassadors zusammenkommen. Ziel ist es, voneinander zu lernen, Synergien zu nutzen und gruppenweite Aktivitäten zu koordinieren. Die Sustainability Ambassadors tragen Informationen in ihre Teams weiter und erhöhen durch lokale Events das Bewusstsein für Nachhaltigkeit in ihren jeweiligen Organisationen.

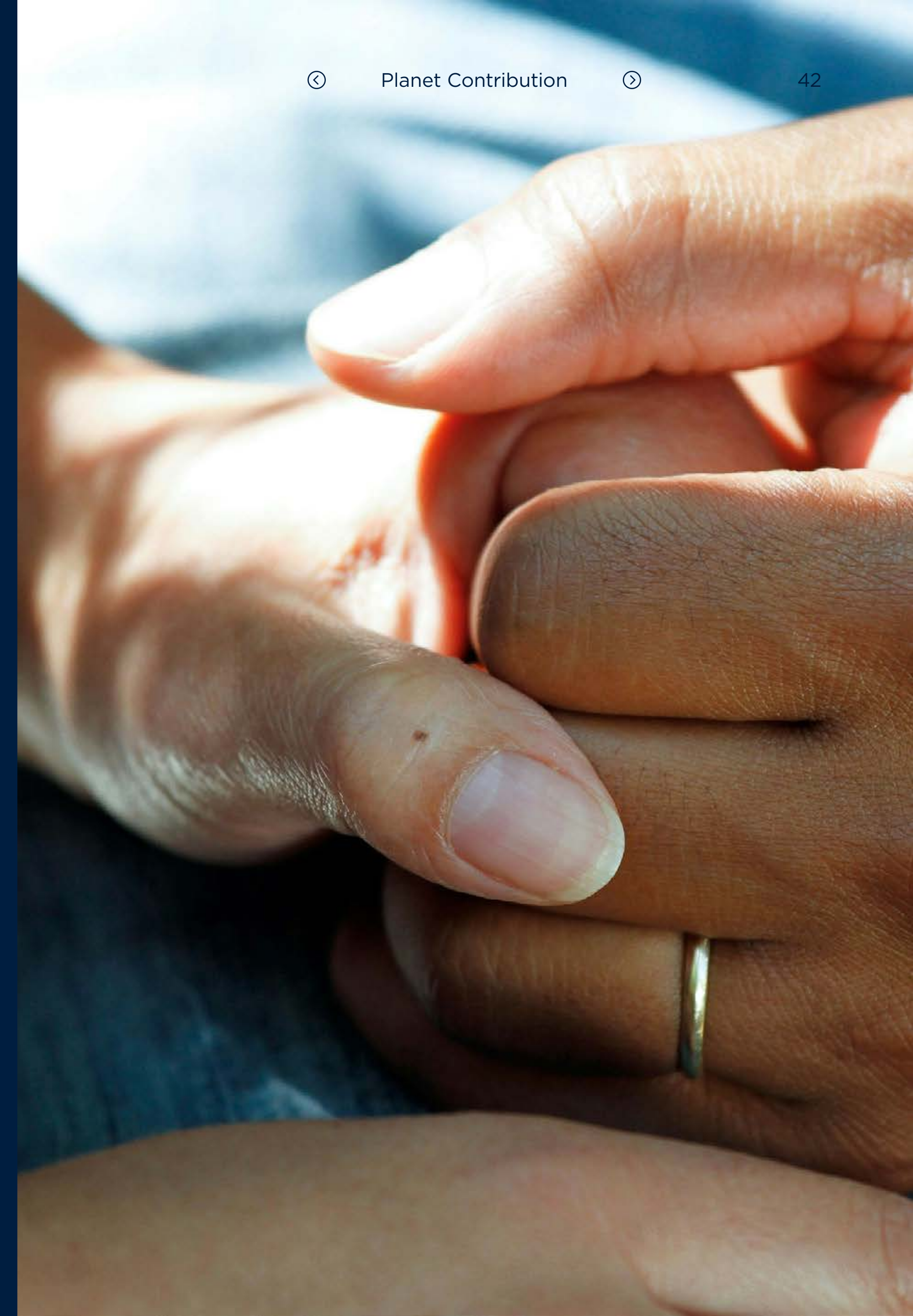
Für die Entwicklung und Umsetzung der Dekarbonisierungsstrategie steuert die Sustainability-Abteilung zusätzlich das 2024 gegründete BRITA Net-Zero Board. Mitglieder sind die Leiter:innen der relevanten Fachbereiche. Sie verantworten die strategische Verankerung des Themas Net-Zero in ihrem Bereich sowie die Übersetzung der Reduktionsziele in passende Maßnahmen. Sie sind ebenfalls

dafür zuständig, die Zielerreichung regelmäßig zu überprüfen und das Thema im Vorstand zu platzieren. Auf diese Weise fördern wir ein gemeinsames Verständnis für unsere Net-Zero-Ambitionen über alle Unternehmensbereiche hinweg und schaffen zugleich eine Basis für messbare Fortschritte.

Das Sustainability-Team ist organisatorisch dem Bereich Group Brand and Sustainability zugeordnet und über den CEO an das Executive Board angebunden. Es berichtet regelmäßig an das Executive Board.



Nachhaltige Steuerungsgröße: Die Planet Contribution

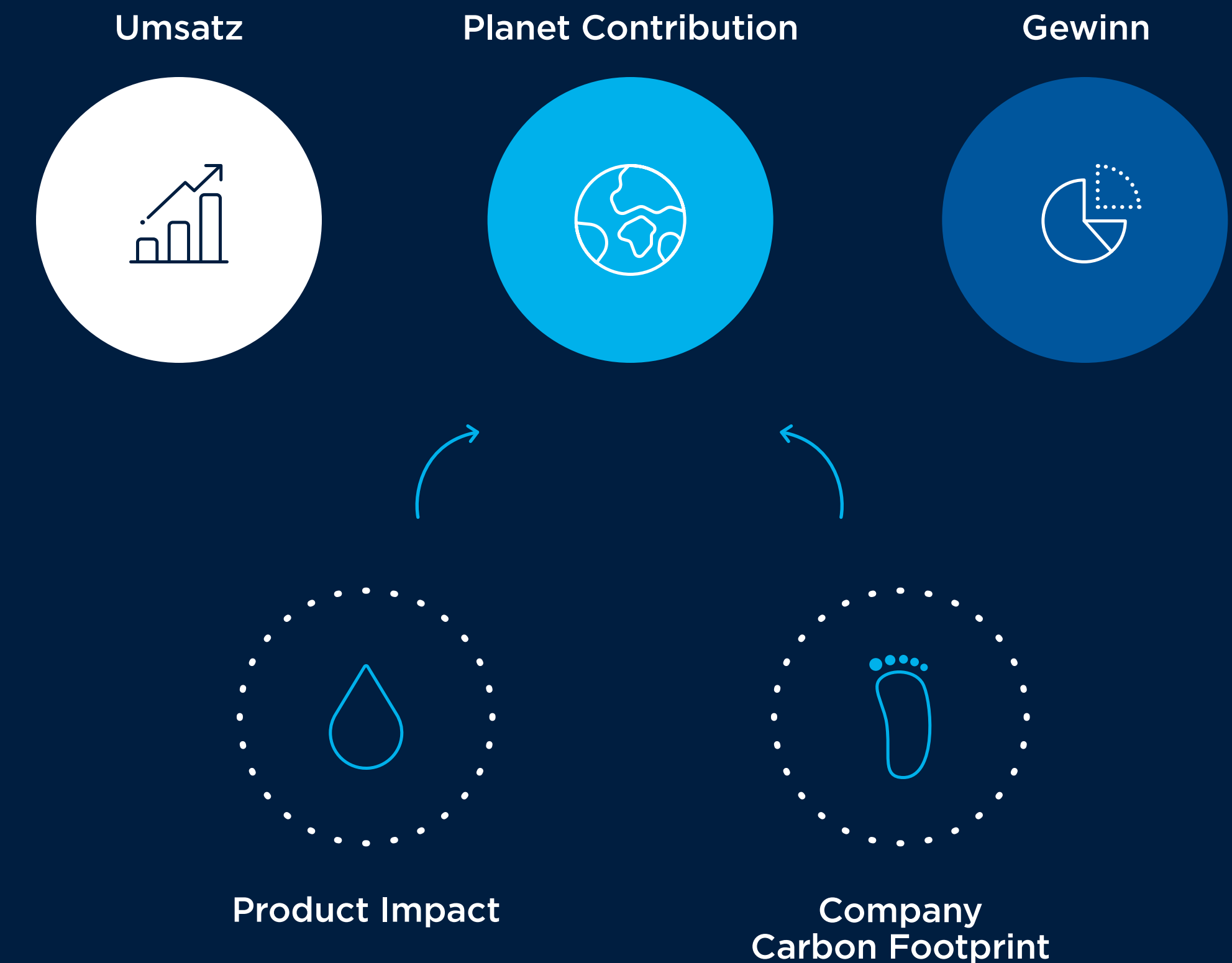


Seit 2020 quantifizieren wir mit der sogenannten Planet Contribution die Auswirkung unserer Geschäftstätigkeit auf den Planeten. Die Leistungskennzahl steht auf einer Stufe mit Umsatz und Gewinn und ist damit eine wichtige Steuerungsgröße im Unternehmen. Sie ist Bestandteil des monatlichen Management Reportings und unterstützt die systematische Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsaspekten in der Unternehmenssteuerung, auch wenn sie unsere Nachhaltigkeitsleistung nicht vollständig abbilden kann. Die Planet Contribution setzt sich aus zwei Teil-kennzahlen zusammen:

Der Product Impact steht für den positiven Beitrag unseres Kerngeschäfts. Er bildet ab, wie viele 1-Liter-Plastikflaschen weltweit jedes Jahr vermieden bzw. nicht genutzt werden, weil Verbraucher:innen BRITA gefiltertes Wasser anstelle von Flaschenwasser trinken. Bei der Berechnung der Kennzahl berücksichtigen wir unter anderem die Anzahl der verkauften relevanten Filterkartuschen, deren produktspezifische

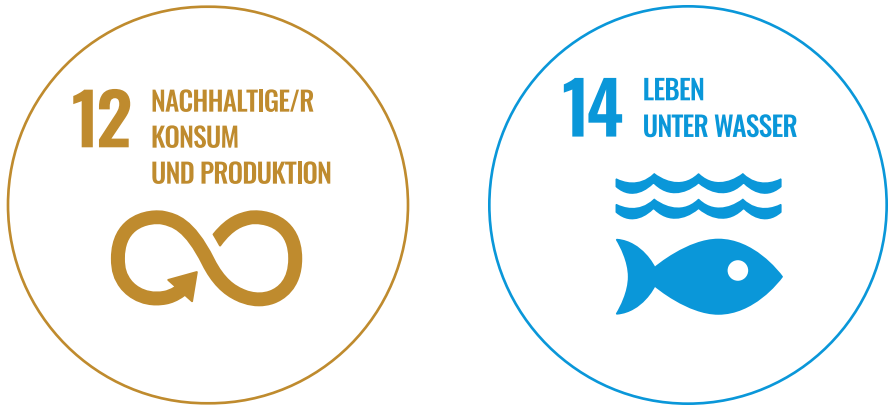
Filterleistung sowie Informationen aus Kundenbefragungen und Marktforschung zum Verbrauchsverhalten. Die zugrundeliegenden Daten und Annahmen werden regelmäßig überprüft und aktualisiert. Wo Annahmen erforderlich sind, setzen wir sehr konservative Werte an. Abgeleitet von unseren Wachstumszielen wollen wir zusammen mit unseren Kunden, Partnern und den Verbraucher:innen bis 2030 acht Milliarden Plastikflaschen pro Jahr einsparen.

Dem Product Impact steht der Company Carbon Footprint gegenüber. Er bildet die Treibhausgasemissionen unserer Geschäftstätigkeit ab und misst unseren unternehmensweiten CO₂-Fußabdruck nach dem Standard des Greenhouse Gas Protocol in den Scopes 1 und 2 sowie in den für uns relevanten Kategorien von Scope 3. Unser Ziel ist es, diese Emissionen kontinuierlich zu reduzieren und bis 2050 Netto-Null-Emissionen zu erreichen. Kurzfristige Reduktionsziele sind in der neuen Nachhaltigkeitsstrategie festgelegt.

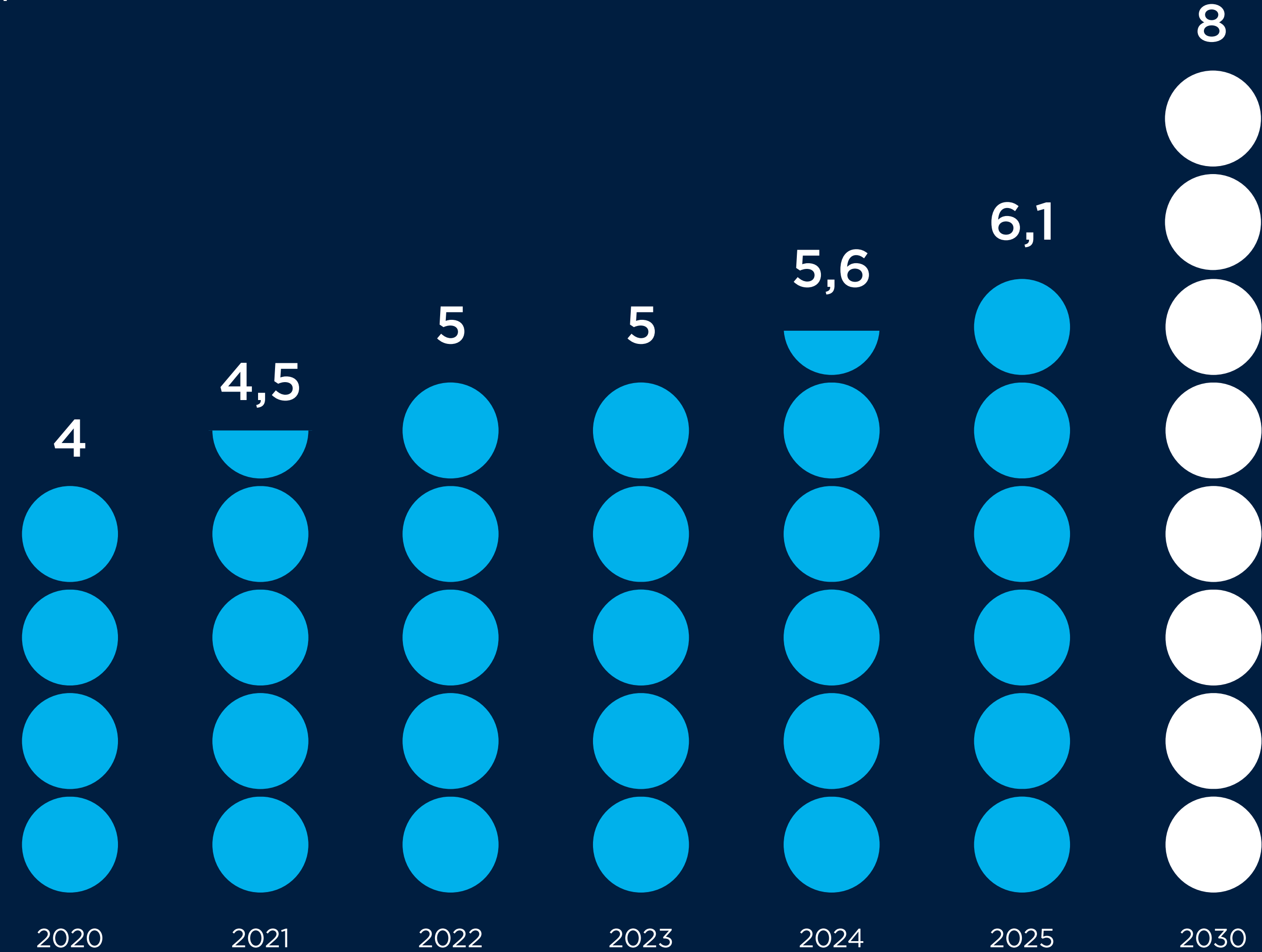


Kontinuierlicher Fortschritt beim Product Impact

Unser Ziel, bis 2025 jährlich 6,5 Milliarden Flaschen zu vermeiden, haben wir knapp verpasst. Mit 6,1 Milliarden vermiedenen Plastikflaschen haben wir dennoch einen wichtigen Meilenstein erreicht. Denn jede vermiedene Einwegplastikflasche trägt dazu bei, den Einsatz von Materialien sowie den Aufwand für Herstellung, Transport und Entsorgung zu verringern und die damit verbundenen Umweltauswirkungen zu reduzieren.



Vermiedene Wasserflaschen pro Jahr in Milliarden



Die SDGs als strategischer Kompass



Unsere gesellschaftliche Verantwortung geht für uns über unser Tagesgeschäft hinaus. Deshalb unterstützen wir die Agenda 2030 der Vereinten Nationen mit ihren 17 Zielen für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, SDGs). Die Ausrichtung an den SDGs hilft uns, unsere strategischen Schwerpunkte zu hinterfragen und einzuordnen und einen Orientierungsrahmen für unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten innerhalb und außerhalb unseres Unternehmens zu schaffen.

Unsere wesentlichen SDGs, auf die wir durch unsere Strategie direkt einzahlen, sind die Ziele 3 (Gesundheit und Wohlergehen), 12 (Nachhaltiger Konsum und Produktion) und 13 (Maßnahmen zum Klimaschutz). Das SDG 6 (Sauberes Wasser und Sanitäreinrichtungen) hat für uns einen besonderen Stellenwert. Es steht in direktem Zusammenhang mit unserer Vision und unterstreicht unsere Verantwortung im Umgang mit der Ressource Wasser. Weitere SDGs, auf die wir durch unsere Geschäftstätigkeit einzahlen, sind SDG 7 (Bezahlbare und saubere Energie), 8 (Gute Arbeit und Wirtschaftswachstum), 14 (Leben unter Wasser) und 15 (Leben an Land).

Vision



Produkte und Geschäft



Indirekte SDGs



Unsere Nachhaltigkeitsziele: Wo wir 2025 stehen





Die Sustainability Charter bildet den strategischen Rahmen für unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten im Zeitraum von 2021 bis 2025. Sie dient Mitarbeitenden, Führungskräften sowie Entscheidungsträger:innen als Leitbild und Orientierung. In der Sustainability Charter haben wir vier Handlungsfelder festgelegt: Materialien, Verpackung, Wiederverwendung & Recycling sowie Emissionen. Diese wurden gemeinsam mit diversen Stakeholder-Gruppen als die für uns strategisch relevantesten Themenblöcke definiert und mit konkreten Zielen hinterlegt. Vieles haben wir uns vorgenommen, nicht alles haben wir erreicht, aber dennoch viele wertvolle Erkenntnisse gewonnen. Auf den folgenden Seiten blicken wir zurück und zeigen, was wir zum Ende der Strategieperiode geschafft haben.

Sustainability Charter: Unsere Nachhaltigkeitsziele bis 2025

	Unsere Vorsätze	Unsere Ziele	Zielerreichung
Materialien	Unsere Produkte helfen, Abfall und Emissionen zu vermeiden. Um diesen Nutzen zu verstärken, reduzieren wir unsere Abhängigkeit von fabrikneuen Kunststoffen und den Fußabdruck unserer Produkte.	Fabrikneue Kunststoffe in unserem Kernportfolio um 30 % reduzieren bis 2025	> 6,4 %
Verpackung	Verpackungsmüll ist ein globales Problem. Wir reduzieren unseren Fußabdruck durch weniger Verpackung, weniger fabrikneue Kunststoffe und den Einsatz nachhaltiger Materialien.	5.000 Tonnen Verpackungsmaterial einsparen bis 2025 - Ab 2025 keine fabrikneuen Kunststoffe in neuen Verpackungen 100 % gut recyclingfähige Verpackungen zur Förderung der Kreislaufwirtschaft	> 2.361 Tonnen > Nicht erreicht > Erreicht
Wiederverwendung & Recycling	Materialien wieder einzusetzen oder einem hochwertigen Recycling zuzuführen, steht für uns an erster Stelle. Wir wollen unseren Produktmaterialien zu einem sinnvollen zweiten Leben verhelfen.	- Anteil des zurückgewonnenen Ionenaustauschers auf 20 % erhöhen bis 2025 - System zur Aufbereitung und Wiederverwendung von Wasserspendern bis 2023 einführen	> 22 % > Teilweise erreicht
Emissionen	Mit der Reduzierung unseres CO ₂ -Fußabdrucks tragen wir direkt zum Klimaschutz bei. Das erreichen wir, indem wir Emissionen minimieren und sinnvolles Offsetting betreiben.	- Emissionen aus Scope 1 und 2 sowie aus Logistik, Fuhrpark und Dienstreisen ab 2023 klimaneutral - Unser Weg zu Netto-Null-Emissionen festgelegt bis 2023	> Gestrichen > Erreicht

Materialien

Kunststoff spielt in unserem Alltag eine zentrale Rolle. Auch für unsere Produkte ist er aktuell noch ein wichtiger Rohstoff. Wir arbeiten dennoch stets daran, alternative Materialien zu finden, die eine geringere Umweltbelastung darstellen. Unser Ziel war es, bis Ende 2025 den Anteil fabrikneuer Kunststoffe in unserem Kernportfolio um 30 % zu senken. Tatsächlich gelang uns zum Ende der

Strategieperiode eine Reduktion um 6,4 %. Auch wenn wir unser Ziel nicht vollständig erreicht haben, konnten wir im Handlungsfeld Materialien wichtige Fortschritte erzielen und wichtige Erkenntnisse für die weitere Entwicklung gewinnen.



Ziel
In unserem Kernportfolio den Einsatz von fabrikneuem Plastik bis Ende 2025 um 30 % reduzieren

Status
6,4 % erreicht



Wir haben eine Vielzahl an Materialoptionen für unsere Produkte getestet. Dabei haben sich biobasierter Kunststoff und Glas als vielversprechende Alternativen zu Neuplastik in unseren Produkten erwiesen. Insbesondere biobasierter Kunststoff ist derzeit eine der zentralen Säulen zur Reduktion von Neuplastik in unserem Produktportfolio. Er wird ganz oder teilweise aus nachwachsenden pflanzenbasierten Rohstoffen hergestellt und weist hinsichtlich Langlebigkeit und technischer Recyclbarkeit vergleichbare Eigenschaften wie herkömmlicher Kunststoff auf. Wir achten zusätzlich darauf, dass das von uns eingesetzte Material aus Restströmen, z. B. aus der Forstwirtschaft, hergestellt wird, sodass keine Konkurrenz zur Nahrungsmittelherstellung besteht. Heute setzen wir biobasierten Kunststoff anteilig (nach Massenbilanzverfahren) in mehreren Produkten ein, z. B. im Gehäuse der MAXTRA PRO, dem Style eco oder dem Trichter des Glass Jugs. Bei der Entwicklung neuer Produkte spielt das Material ebenfalls eine zentrale Rolle.

In der Produktentwicklung haben wir klarere Öko-designprozesse etabliert. Das bedeutet unter anderem, Nachhaltigkeitskriterien wie Reparierbarkeit und technische Recyclingfähigkeit bereits früh in der Materialauswahl zu berücksichtigen und Alternativen zu konventionellem Kunststoff zu prüfen. Im B2B-Bereich haben wir mit der neuen Generation der Top-Linie

erstmals eine Wasserspenderserie auf den Markt gebracht, bei der für die nicht wasserberührenden Gehäuseteile recycelter Kunststoff eingesetzt wird. Auch im Consumer-Geschäft prüfen wir fortlaufend die Möglichkeiten des Einsatzes von Rezyklat und haben in der Strategieperiode Projekte angestoßen, die sich mit dem Thema befassen (siehe Side Story rechts).

Die Suche nach Materialien mit geringeren Umweltauswirkungen bleibt auch über die Strategieperiode 2025 hinaus eine unserer zentralen Aufgaben, denn auch mit Blick auf unseren CO₂-Fußabdruck ist die Materialauswahl ein wesentlicher Hebel, um Treibhausgasemissionen zu reduzieren. Dabei werden uns die Rahmenbedingungen, in denen wir uns in den vergangenen Jahren bewegt haben, voraussichtlich auch künftig vor Herausforderungen stellen. So unterliegen beispielsweise wasserberührende Materialien strengen regulatorischen Vorgaben. Das bedeutet auch, dass aktuell wenige nachhaltige Materialien eine Zulassung für Lebensmittelkontakt haben – und noch weniger die technischen Voraussetzungen für unsere Produktion erfüllen. Unabhängig davon bleibt unser Anspruch unverändert: Qualität und Produktsicherheit haben für uns oberste Priorität. Hinzu kommt, dass die globalen geopolitischen Entwicklungen und die anhaltend schwierige wirtschaftliche Lage der vergangenen Jahre die Verfügbarkeit vieler Materialien in ausreichenden Mengen und

zu stabilen Preisen erschwert haben. Gleichzeitig beobachten wir infolge der weltweit gestiegenen Lebenshaltungskosten eine höhere Preissensibilität bei unseren Kunden und Verbraucher:innen. Leider bedeutet dies oftmals auch, dass Nachhaltigkeitsaspekte bei Kaufentscheidungen gegenüber anderen Kriterien an Bedeutung verlieren.

Trotz dieser komplexen Ausgangslage haben wir in der nun abgeschlossenen Strategieperiode wichtige Grundlagen geschaffen: Wir wissen heute genauer, welche Materialien für unsere Produkte ökologisch sinnvoll, regulatorisch machbar und technisch umsetzbar sind. Zudem berechnen wir inzwischen für den Großteil unserer Produkte Product Carbon Footprints. Sie zeigen auf, an welchen Stellen wir gezielt ansetzen können, um Treibhausgasemissionen zu reduzieren und Materialentscheidungen künftig noch fundierter zu treffen.



Produktionsprozesse zirkulär gestalten

Wir haben 2025 gemeinsam mit einem unserer langjährigen Spritzgusslieferanten ein Projekt ins Leben gerufen, das sich mit der Wiederverwendung von produktionsbedingtem Materialausschuss befasst. Hierfür wurde überschüssiges Kunststoffmaterial aus der Produktion gesammelt und testweise in unterschiedlichen Anteilen in neuen Tischwasserfiltern beigemischt. Anschließend wurden die Produkte standardisierten Qualitäts- und Sicherheitsprüfungen unterzogen. Bis Ende 2025 konnten wir so wichtige Erkenntnisse über Materialeigenschaften und die potenzielle zukünftige Nutzung von Produktionsausschüssen im Einklang mit gesetzlichen Vorgaben und unseren Qualitätsstandards erlangen. Langfristig ist es unser Ziel, durch diese Erkenntnisse die Abläufe in der Produktion unserer Consumer-Produkte zu optimieren und geschlossene Materialkreisläufe zu ermöglichen.

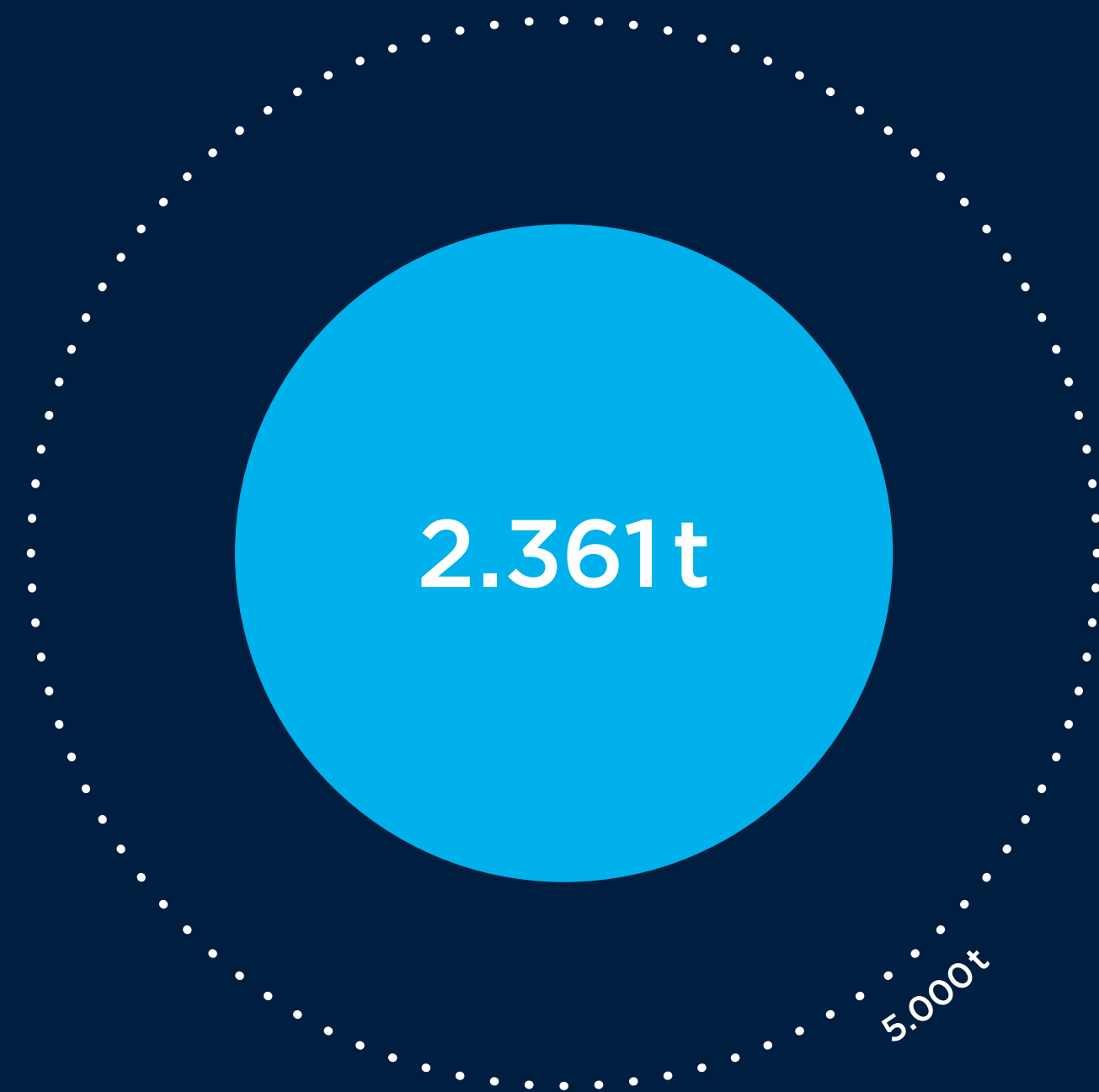
Verpackung

Verpackungen erfüllen eine wichtige Funktion: Sie schützen unsere Produkte, sichern Qualität und Hygiene und ermöglichen einen zuverlässigen Transport entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Gleichzeitig vermitteln sie wertvolle Informationen und sorgen für eine ansprechende Präsentation unserer Produkte im Verkauf. Aber sie verbrauchen auch Ressourcen und verursachen Abfall – und sind deshalb als Handlungsfeld in unserer Sustainability Charter definiert. Für die Strategieperiode hatten wir uns drei Ziele gesetzt: Ausgehend vom Basisjahr 2020 wollten wir bis Ende 2025 insgesamt 5.000 Tonnen Verpackungsmaterial einsparen. Außerdem war es

unser Ziel, keine fabrikneuen Kunststoffe in neuen Verpackungen zu verwenden. Und wo sich Verpackungen nicht vermeiden lassen, sollen sie zu 100% recyclebar sein.

Dieses Ziel haben wir bereits mehrere Jahre vor Ende der Strategieperiode erreicht, sodass heute sämtliche Verpackungen sehr gut recycelt werden können. Das lassen wir uns durch unabhängige externe Prüfungen verifizieren. Auch bei der Reduzierung von Verpackungsmaterial konnten wir deutliche Einsparungen erzielen – insgesamt 2.361 Tonnen seit 2020!



**Ziel 1**

5.000 Tonnen Verpackungsmaterial bis 2025 einsparen

Status

47 % erreicht

Das entspricht einem Zielerreichungsgrad von 47 %. Die Einführung von Mehrwegkartonagen in der Materialanlieferung durch Lieferanten hat sich dabei als besonders wirksame Maßnahme herausgestellt. Auf diese Weise konnten seit 2020 mehr als 740 Tonnen Verpackungsmaterial eingespart werden.

Auch im Onlinehandel, dessen Anteil an unserem Geschäft kontinuierlich wächst, haben wir während der Strategieperiode Maßnahmen umgesetzt. Denn beim Versand fallen häufig zusätzliche Verpackungen in Form von Versandkartons und Füllmaterialien an. Und hier setzen wir an: Um die Verpackungen auf das Nötigste zu reduzieren, haben wir für bestimmte Produkte ein sogenanntes Ship-in-own-Container-Konzept eingeführt. Dabei werden Bestellungen aus unserem Onlineshop sowie von großen E-Retailern direkt in der Originalverpackung und ohne zusätzlichen Umkarton versendet. Dadurch konnten mehr als 1.500 Tonnen Versandkartons eingespart werden.

Unser Ziel, insgesamt 5.000 Tonnen Verpackungsmaterial einzusparen, haben wir zwar nicht vollständig erreicht, doch die umgesetzten Maßnahmen und Ergebnisse zeigen, dass unsere Ansätze wirken. Gleichzeitig stellten regulatorische Anforderungen sowie unser eigener Anspruch an Hygiene, Sicherheit und Markenauftritt die Verpackungsentwicklung immer wieder vor Herausforderungen. Darüber hinaus sind unsere realisierten Verpackungseinsparungen direkt an die Absatzmengen gekoppelt. Die volatilen Marktbedingungen in wichtigen Absatzmärkten während der Strategieperiode haben daher auch das tatsächlich eingesparte Verpackungsvolumen beeinflusst und dazu geführt, dass wir nicht alle geplanten Maßnahmen wie vorgesehen umsetzen konnten.

Unser Ziel, ab 2025 vollständig auf fabrikneue Kunststoffe in unseren Verpackungen zu verzichten, haben wir nicht erreicht. Rückblickend war die Zielsetzung zu ambitioniert, insbesondere angesichts der vielfältigen gesetzlichen Vorschriften und technischen Anforderungen an Lebensmittelkontakt- bzw. wasserberührende Materialien. Hinzu kommt, dass eine hohe Recyclingfähigkeit eines unserer wichtigsten Kriterien bei der Materialauswahl ist. Daraus ergeben sich mitunter Zielkonflikte, etwa zwischen einer hohen Recyclingfähigkeit und Materialien wie kompostierbaren Folien, die von Verbraucher:innen häufig mit Nachhaltigkeit assoziiert werden. Trotz dieser Einschränkungen gelang es uns 2022, mit dem Glass Jug ein erstes Produkt auf den Markt zu bringen, dessen Verpackung vollkommen ohne Plastik auskommt. Auch beim neuen BRITA Cube, der 2025 auf den Markt kam, konnten wir den Einsatz von Plastik bis auf wenige Schutzfolien vermeiden und zugleich ein hochwertiges Auspackerlebnis für Verbraucher:innen gewährleisten.

Auf den erreichten Fortschritten und den gewonnenen Erkenntnissen wollen wir auch über die abgeschlossene Strategieperiode hinaus aufbauen und unsere Ziele im Bereich Verpackung konsequent weiterverfolgen. Dies ist auch mit Blick auf unsere Scope-3-Emissionen wichtig. Wir arbeiten daran, Verpackungen noch ressourcenschonender zu gestalten, Material- und Designanforderungen besser miteinander zu verbinden und neue regulatorische Entwicklungen frühzeitig in die Entwicklung unserer Verpackungskonzepte einzubeziehen.

Ziel 2
Ab 2025 keine fabrikneuen Kunststoffe in neuen Verpackungen

Status
Nicht erreicht



Ziel 3
100 % gut recyclingfähige Verpackungen

Status
Erreicht



Wiederverwendung & Recycling

Recycling ist bei BRITA kein neues Thema, sondern seit vielen Jahren gelebte Praxis. Bereits 1992 haben wir an unserem Hauptsitz in Taunusstein ein Recyclingprogramm für gebrauchte Consumer- und Professional-Filter-Kartuschen ins Leben gerufen. Die zurückgeführten Kartuschen werden dort in ihre Bestandteile zerlegt und die enthaltenen Materialien, soweit möglich, weiterverwertet. Insbesondere der

Ionenaustauscher leistet einen echten Beitrag zur Kreislaufwirtschaft, denn er kann beliebig oft in unserer eigenen Anlage regeneriert und in neuen Kartuschen eingesetzt werden – und das ohne Qualitätsverlust! So halten wir Materialien länger im Kreislauf, reduzieren den Einsatz von Primärrohstoffen und schaffen die Grundlage, die Wiederverwendbarkeit unserer Produkte weiter zu verbessern.



Für die abgeschlossene Strategieperiode hatten wir uns vorgenommen, 20 % des in unserer Produktion genutzten Ionenaustauschers aus zurückgeführten Kartuschen zu gewinnen. Angesichts unserer Wachstumsraten in allen Segmenten und Märkten war das ein ambitioniertes Ziel. Umso mehr freuen wir uns, dass wir das Ziel bereits im Geschäftsjahr 2024 mit einem Anteil von 22 % übertreffen konnten. Zum Ende der Strategieperiode 2025 blieb dieser Wert stabil.

Neben dem Ionenaustauscher wollen wir auch weitere Bestandteile unserer Kartuschen möglichst sinnvoll verwerten. So wird beispielsweise die Aktivkohle von unseren Lieferanten zurückgenommen und reaktiviert. Da sie anschließend aus Qualitätsgründen nicht erneut in unserer eigenen Produktion eingesetzt werden kann, wird sie in diversen industriellen Anwendungen eingesetzt. Der glasfaserverstärkte Kunststoff unserer Professional-Filter-Kartuschen wird an Recyclingunternehmen gegeben und von dort zum Beispiel zu Plastikelementen für die Automobilindustrie weiterverarbeitet. Das Kunststoffgehäuse der Haushaltskartuschen wird derzeit dem allgemeinen Recyclingweg zugeführt. Insgesamt weist unser Kartuschenportfolio eine sehr hohe Recyclingfähigkeit auf: Im Professional-Bereich werden in unserem Prozess 80 bis 85 % der Materialien recycelt, bei der MAXTRA PRO Haushaltskartusche sind es sogar 99 %.



Ziel 1
Anteil des recycelten Ionenaustauschers an Gesamtmenge bis 2025 auf 20 % steigern

Status
22 % erreicht

Ziel 2 System zur Aufbereitung und Wiederverwendung von Wasserspendern bis 2023 einführen

Status ●●●○○ Teilweise erreicht

Der Beginn des Kreislaufs: Die Rückholquote

Nur wenn wir die gebrauchten Kartuschen zurück-erhalten, können wir diese auch recyceln. Deshalb sind wir beim Recycling unserer Haushaltskartuschen vor allem von einer Stakeholder-Gruppe abhängig: den Verbraucher:innen. Ein funktionierendes Sammelsystem lebt von der Beteiligung unserer Nutzer:innen. Um unsere Rückholquote zu steigern, haben wir uns während der abgeschlossenen Strategieperiode deshalb auf die Ausweitung der Rückgabeoptionen fokussiert. Wir wollen die Rückgabe für Verbraucher:innen so unkompliziert wie möglich gestalten und passen uns daher an die lokalen Gegebenheiten an. In Südkorea beispielsweise können Verbraucher:innen benutzte Kartuschen, analog zum regulären Recyclingabfall, zuhause abholen lassen.

In den Regionen EMEA und APAC arbeiten wir mit einem stetig wachsenden Netz an Handelspartnern, um Sammelboxen in deren Filialen bereitzustellen. Begleitend dazu haben wir während der abgeschlossenen Strategieperiode kontinuierlich Sensibilisierungsmaßnahmen umgesetzt, unter anderem über Social Media.

Insbesondere in den europäischen Märkten konnten wir dadurch unsere Rückholquote deutlich steigern – teilweise mit zweistelligen jährlichen Zuwachsraten. Denn unsere Befragungen zeigen, dass ein Großteil der BRITA Nutzer:innen, die das Recyclingprogramm kennen, dieses regelmäßig nutzt.

Trotz dieser Fortschritte gibt es weiterhin Ausbaupotenzial. Wir arbeiten daran, weitere Handelspartner für unser Rückholprogramm zu gewinnen und das teilnehmende Filialnetz weiter auszubauen. Gleichzeitig testen wir neue Anreizsysteme, um Verbraucher:innen zur Rückgabe gebrauchter Kartuschen zu motivieren. Besonders im Bereich E-Commerce und über unseren eigenen Onlineshop sehen wir Chancen, neue Rückgabeoptionen anzubieten. Am Ende hängt funktionierendes Recycling nicht allein von der technischen Machbarkeit ab, sondern ebenso von Kommunikation, Aufklärung sowie der Bewältigung regulatorischer Anforderungen, die die Rücknahme gebrauchter Kartuschen selbst innerhalb Europas erschweren.



Nachhaltige Mobilität im Service

Mit dem Einsatz eines vollelektrischen Servicebusses setzt BRITA Benelux ein weiteres Zeichen für nachhaltige Mobilität. Der Volkswagen ID. Buzz ergänzt die Flotte als innovative und umweltfreundliche Lösung für den täglichen Serviceeinsatz. Durch den elektrischen Antrieb werden CO₂-Emissionen deutlich reduziert, wodurch ein aktiver Beitrag zum Klimaschutz geleistet wird. Gleichzeitig verbindet das Fahrzeug moderne Technologie mit einem zukunftsorientierten Mobilitätskonzept.



Das BRITA Sustainability Partner Programm für unsere Professional-Filter-Kunden zeigt, wie ein erfolgreiches Rücknahmesystem aussehen kann. Seit 2022 unterstützen wir teilnehmende Unternehmen dabei, gebrauchte Kartuschen an uns zurückzugeben. Dazu stellen wir faltbare Ready-to-use-Sammelboxen zur Verfügung, die entweder von uns oder einem Partnerunternehmen, oft im Rahmen der regelmäßigen Wartung oder Belieferung, abgeholt werden. Im Gegenzug bekommen unsere Partner ein jährliches Zertifikat ausgestellt, welches für die eigene Nachhaltigkeitskommunikation genutzt werden kann. Die positive Resonanz auf das Programm zeigt sich in einer seit Jahren stabil hohen Rückholquote von zuletzt rund 58% im B2B-Bereich. Das entspricht über 800.000 Kartuschen, die so jährlich den Weg zurück zu uns und in unser Recycling finden. Darin enthalten sind auch Kartuschen, die in unseren Wasserspendern eingesetzt werden. Auf dieser Grundlage arbeiten wir daran, die Rückholquoten weiter zu steigern und das System kontinuierlich weiterzuentwickeln.

Ein verlängertes Leben für Wasserspender

Der Fokus bei den Wasserspendern liegt darauf, Geräte und Materialien möglichst lange in Nutzung zu halten. Refurbishment, also das Wiederaufbereiten und Generalüberholen von Geräten, spielt dabei eine zentrale Rolle. Dazu bewerten wir im ersten Schritt, ob ein an uns zurückgegebener Wasserspender repariert oder wiederaufbereitet werden kann, um ihn dann als gebrauchtes Modell zu vergünstigten Konditionen erneut auf den Markt zu bringen. Kann ein Wasserspender nicht repariert werden, wird er demontiert. Verwendbare Komponenten nutzen wir für die Instandsetzung anderer Geräte weiter. Geräte, die nicht mehr verwendet werden können, entsorgen wir nach den jeweils geltenden Vorschriften.

Diese Maßnahme wird bereits in unseren absatzstärksten Märkten Deutschland, Frankreich und Großbritannien umgesetzt. Unser Ziel war es, dieses Vorgehen bis Ende 2023 zu systematisieren und auf weitere Märkte auszurollen. Aufgrund notwendiger strategischer Anpassungen musste die Priorität des Themas zwischenzeitlich herabgestuft werden. Unser Ziel haben wir daher verpasst, aber das Thema bleibt relevant und wird perspektivisch erneut aufgegriffen und weiterentwickelt.

Wir sind bereits jetzt regelmäßig mit lokalen Organisationen im Austausch, um sie anzuregen, Reparatur- und Generalüberholungsservices über gesetzliche Anforderungen hinaus umzusetzen.

Auch das Kartuschenrecycling bleibt ein zentraler Baustein unserer Nachhaltigkeitsarbeit. Daher investieren wir in ein neues Recyclingcenter, welches 2028 fertiggestellt werden soll und künftig einen wesentlichen Beitrag zur Erweiterung unserer Recyclingkapazitäten leisten wird. Außerdem wollen wir weiter die Recyclingfähigkeit unserer Kartuschen erhöhen, vor allem im Professional-Bereich. Fest steht, dass das Recycling und die Wiederverwendung unserer Produkte strategische Fokusthemen bleiben werden – auch, weil wir darin zentrale Hebel für die Dekarbonisierung sehen. Die Erfahrungen und Erkenntnisse der vergangenen fünf Jahre bilden dabei die Grundlage für die Weiterentwicklung künftiger Initiativen.

Emissionen

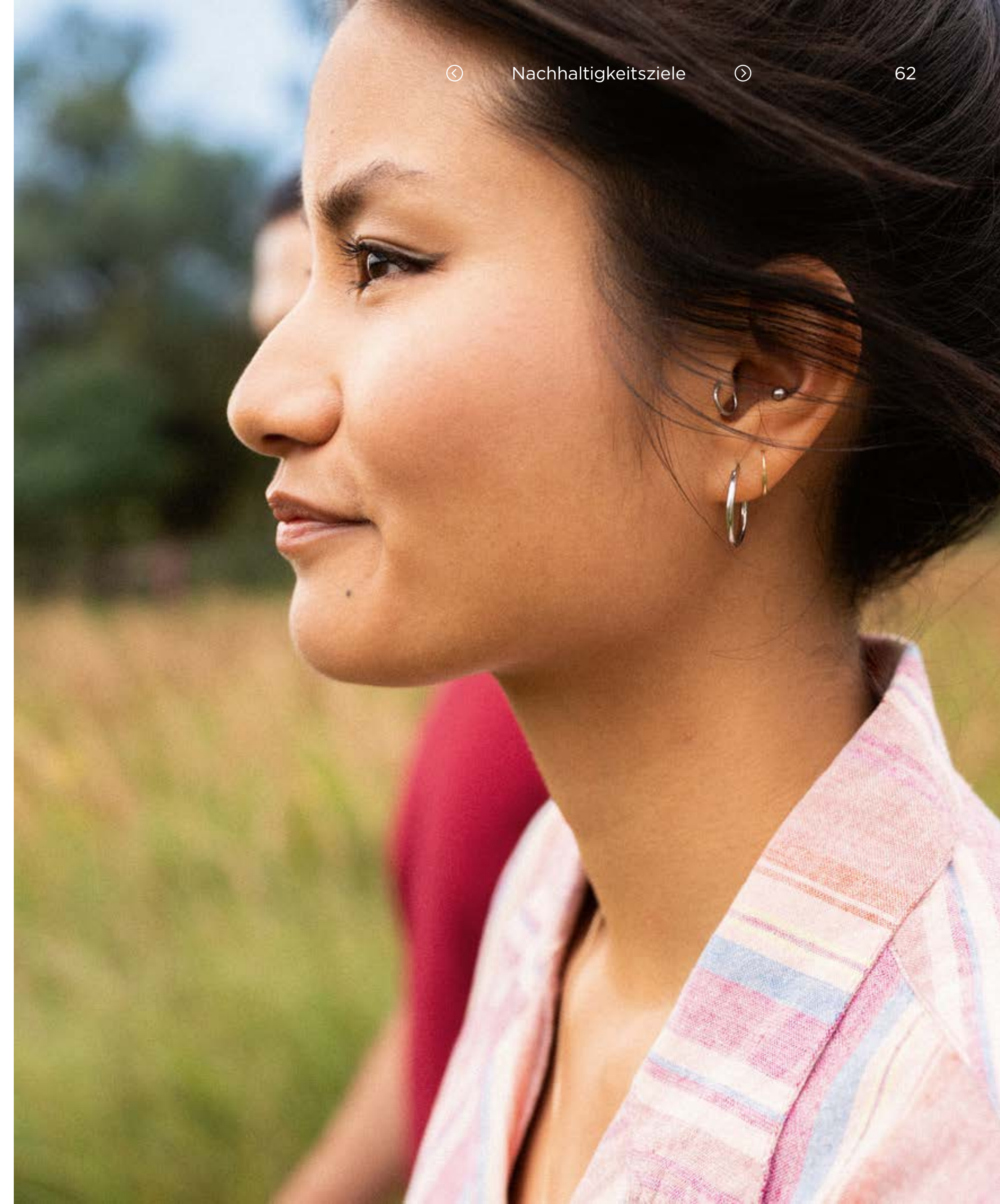
Klimaschutz ist einer der zentralen Aufgaben unserer Zeit. Als Familienunternehmen wollen wir unseren Beitrag dazu leisten, einen lebenswerten Planeten für zukünftige Generationen zu hinterlassen. Deshalb ist Carbon Management einer der wirksamsten Hebel, um die Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit auf das Klima zu reduzieren. Wir verstehen es nicht als Zusatzaufgabe, sondern als festen Bestandteil verantwortungsvoller und zukunftsorientierter Unternehmensführung.



Konkret heißt das: Seit 2015 erheben wir jährlich unseren globalen CO₂-Fußabdruck nach dem Greenhouse Gas Protocol (GHG) Standard. Er beinhaltet sowohl direkte Emissionen unserer Geschäftsaktivitäten als auch jene, die in unserem Auftrag ausgestoßen werden. Seitdem haben wir bereits große Fortschritte bei der Reduktion unserer Emissionen gemacht. Im Scope 1 und 2 konnten wir seit 2020 eine Reduktion von 34,3% erzielen. Gleichzeitig konnten wir die Emissionen pro produzierter Kartusche im Berichtszeitraum um 10,2% reduzieren. Wesentliche Treiber waren dabei vor allem gezielte Investitionen in unsere Gebäudeinfrastruktur in Bad Camberg und Taunusstein sowie die Optimierung unserer Produktionsprozesse.

Insgesamt machen die Emissionen in Scope 1 und 2 nur knapp 4% unserer Gesamtemissionen aus. Die Scope-3-Emissionen sind, wie bei fast allen produzierenden Unternehmen, für den größten Teil unserer Emissionen verantwortlich und liegen bei etwa

96%. Auch hier haben wir in der abgeschlossenen Strategieperiode wichtige Fortschritte gemacht. Um die richtigen Stellschrauben zu identifizieren, haben wir in den vergangenen fünf Jahren intensiv an der Verbesserung unserer Datenqualität gearbeitet und 2024 erstmals vollständige Transparenz über unsere Scope-3-Emissionen erlangt. Auf dieser Datengrundlage können wir nun gezielt mit Maßnahmen und Initiativen aufsetzen und Schritt für Schritt auf unser erklärtes Ziel hinarbeiten, bis 2050 ein Net-Zero-Unternehmen zu sein. Unsere detaillierten Energie- und Emissionskennzahlen sind unter „[Energie und Emissionen](#)“ zu finden.



Vom Zielbild zur Roadmap: Net-Zero als gemeinsame Aufgabe

Im Themenfeld Emissionen war unser wichtigstes Ziel die Entwicklung einer konkreten Roadmap für unseren Weg zu Net-Zero. Auch wenn wir den ursprünglich vorgesehenen Zeitrahmen nicht ganz einhalten konnten, haben wir dieses Ziel erreicht und im Herbst 2024 einen offiziellen Letter of Commitment bei der Science Based Targets initiative (SBTi) eingereicht. Das war der Startschuss auf unserer Reise zu Net-Zero. Denn mit dem Letter of Commitment haben wir uns formell dazu verpflichtet, kurzfristige Reduktionsziele bis 2030 festzulegen sowie bis 2050 Netto-Null-Emissionen zu erreichen. Seitdem hat sich viel getan.

Ende 2024 haben wir das BRITA Net-Zero Board ins Leben gerufen und damit interne Governance-Strukturen für das Thema geschaffen. Zusammen mit dem Sustainability-Team erarbeitete das Net-Zero Board 2025 die Reduktionsziele bis 2030, die zum Jahresende bei der SBTi zur Validierung eingereicht wurden. Außerdem wurden erste Maßnahmen für 2026 in den

Geschäftsbereichen identifiziert und in die Bereichsstrategien aufgenommen. Ein weiterer Schwerpunkt lag auf der Analyse der Emissionsquellen und der Festlegung strategischer Schwerpunktthemen bis 2030 und darüber hinaus. Diese Arbeiten sollen 2026 in einem Transitionsplan gebündelt werden.

Das zweite Ziel bei den Emissionen war die Kompensation von nicht vermeidbaren Emissionen aus Scope 1 und 2 sowie aus der Logistik, dem Fuhrpark und Dienstreisen. Im Zuge der Ausarbeitung unserer Net-Zero 2050 Roadmap haben wir bewusst entschieden, dieses Ziel nicht weiterzuverfolgen. Dafür gibt es zwei konkrete Gründe: Erstens orientieren wir uns an den Anforderungen der SBTi, die den Einsatz von Kompensationsmaßnahmen nur unter bestimmten Bedingungen vorsehen. Zweitens haben wir seit der Festlegung des Ziels im Jahr 2020 viele Erkenntnisse zum Thema CO₂-Kompensation gewonnen. Vor diesem Hintergrund haben wir entschieden, die Vermeidung und Reduktion

Ziel 1
Emissionen aus Scope 1 und 2 sowie aus Logistik, Fuhrpark und Dienstreisen ab 2023 klimaneutral

Status
Gestrichen



Ziel 2
Unser Weg zu Netto-Null-Emissionen festgelegt bis 2023

Status
Erreicht





von Emissionen zu priorisieren und unsere Ressourcen gezielt auf entsprechende Maßnahmen zu konzentrieren. Dabei ist uns bewusst: Auf dem Weg zu Net-Zero werden wir langfristig auf die Kompensation unvermeidbarer CO₂-Emissionen angewiesen sein. Die Projekte, in die wir in diesem Zuge investieren, möchten wir jedoch mit Bedacht wählen. Sie müssen für uns Sinn ergeben, zu uns passen und höchsten Qualitätsstandards genügen.

Auch wenn wir in der abgeschlossenen Strategieperiode wichtige Erfolge verzeichnen konnten, liegen auf dem Weg zu Net-Zero noch einige Herausforderungen vor uns. Eine zentrale Aufgabe besteht darin, unser angestrebtes gruppenweites Wachstum mit unseren Klimazielen in Einklang zu bringen und von den Emissionen zu entkoppeln. Gleichzeitig arbeiten wir daran, Lösungen zur Emissionsreduktion zu entwickeln, die wirtschaftlich tragfähig und langfristig wirksam sind.

Mit zunehmender Größe des Unternehmens werden auch die Datenerfassung und -auswertung immer komplexer. Deshalb setzen wir auf digitale Lösungen und softwaregestützte Datensammlung, um den Prozess zu optimieren und professionell zu steuern. Gleichzeitig gilt es, die hohe Komplexität des Themas fortlaufend zu managen und durch übergeordnete Gremien wie dem Net-Zero Board sicherzustellen, dass Net-Zero bereichsübergreifend verankert ist und bei wesentlichen Unternehmensentscheidungen berücksichtigt wird. Bei allen Herausforderungen bleiben wir optimistisch. Wir haben bereits viel erreicht und wichtige Weichen gestellt. Das Thema begeistert und motiviert Mitarbeitende auf allen Hierarchieebenen. Zudem steht fest: Klimaschutz wird auch in der kommenden Strategieperiode eine zentrale Rolle einnehmen.

Startpunkt für die neue Strategie: Unsere wesent- lichen Themen



Mit dem Abschluss der Strategieperiode blicken wir 2025 auch nach vorne. Für die Entwicklung der neuen Nachhaltigkeitsziele und in Vorbereitung auf die zukünftigen Anforderungen der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD), haben wir im Rahmen einer doppelten Wesentlichkeitsanalyse nachhaltigkeitsbezogene Themen systematisch mit dem Geschäftsmodell von BRITA verknüpft. Daraus ergaben sich die für BRITA relevanten Themen.

In einem mehrstufigen Prozess haben wir unterschiedliche Perspektiven unserer Stakeholder gezielt einbezogen. Ausgangspunkt war die Liste der Nachhaltigkeitsthemen aus ESRS 1 AR16. Diese haben wir um sektorspezifische Aspekte aus internationalen Standards sowie um branchenübliche Auswirkungen, Risiken und Chancen (Impacts, Risks and Opportunities - IROs) ergänzt. Die Themen haben wir jeweils aus zwei Blickwinkeln betrachtet: aus der Inside-Out-Perspektive, also mit Blick auf unsere Auswirkungen auf Umwelt und Gesellschaft, und aus der Outside-In-Perspektive, also im Hinblick auf finanzielle Risiken und Chancen für BRITA. Auf dieser Grundlage identifizierten wir für jedes Nachhaltigkeitsthema die relevanten IROs entlang unserer

Geschäftsaktivitäten und unter Berücksichtigung anerkannter Branchenstandards. Dabei unterscheiden wir zwischen tatsächlichen Auswirkungen, die unmittelbar aus unseren Geschäftsaktivitäten entstehen, und potenziellen Auswirkungen, die mittelbar eintreten können.

Für eine fundierte Bewertung haben wir alle identifizierten IROs weiter eingeordnet – nach kurz-, mittel- und langfristigem Zeithorizont sowie nach ihrer Verortung in der vor- und nachgelagerten Wertschöpfungskette. Für die weitere Einordnung, insbesondere von Chancen und Risiken, haben wir zudem die Ergebnisse unserer Klimarisiko- und Resilienzanalysen herangezogen. Während die Klimaszenarioanalyse standortspezifische physische Klimarisiken betrachtet, bewertet die Resilienzanalyse, wie widerstandsfähig unser Geschäftsmodell gegenüber übergangsmäßigen Entwicklungen ist.

Die Ergebnisse dieser Analysen sind in die Bewertung der identifizierten IROs eingeflossen. Verschiedene Kriterien wie Eintrittswahrscheinlichkeit oder Schweregrad haben wir dann in ein quantitatives Bewertungsmodell überführt. Zur Identifikation der wesentlichen Themen definierten wir einen Schwellenwert. Darüber hinaus

flossen die Ergebnisse interner Workshops sowie die Auswertung von Gesprächen mit Kunden, Dienstleistern und Lieferanten in die Analyse mit ein.

Anschließend wurden die Ergebnisse gemeinsam mit internen Fachexpert:innen aus Bereichen wie R&D, Einkauf, HSE und Controlling validiert und bestätigt. Die abschließende Prüfung und Freigabe der Ergebnisse der Wesentlichkeitsanalyse erfolgte durch den Gesamtvorstand.

Die Wesentlichkeitsanalyse bildet die Grundlage, um bedeutende Auswirkungen, Risiken und Chancen zu erkennen, zu bewerten und unsere Nachhaltigkeitsstrategie gezielt weiterzuentwickeln. Wir sehen diese erste Version als Startpunkt. Bei einzelnen Themen, wie etwa Wasser und Biodiversität, werden wir in den kommenden Jahren weiter analysieren, wie unsere IROs aussehen. Künftig überprüfen wir die Wesentlichkeitsanalyse jährlich und passen sie bei Bedarf an neue Entwicklungen an. So stellen wir sicher, dass unsere Nachhaltigkeitsstrategie fortlaufend auf den für uns wesentlichen Themen basiert.



Übersicht über unsere wesentlichen Themen (1/2)

ESRS Thema	Sub-Thema	Beschreibung
Klimawandel (E1)	• Klimaschutz • Anpassung an den Klimawandel • Energie	Im Mittelpunkt stehen die Reduktion von Treibhausgasemissionen, der effiziente Einsatz von Energie und Ressourcen sowie die Anpassung an physische Klimarisiken entlang der Wertschöpfungskette. Neben emissionsintensiven Aktivitäten und Energieverbräuchen werden auch Übergangsrisiken durch strengere Anforderungen an die Ambitionen zur Klimaneutralität berücksichtigt. Gleichzeitig eröffnen erneuerbare Energien, resiliente Energiesysteme und die steigende Nachfrage nach nachhaltigen Wassertechnologien neue Chancen.
Umweltverschmutzung (E2)	• Verschmutzung von Luft, Wasser und Boden • Mikroplastik	Die Nutzung und der Verbrauch von Rohstoffen und Materialien wirken sich auf die Luft-, Gewässer- und Bodenqualität aus. Relevante Aspekte in diesem Kontext sind potenzielle Emissionen im Zusammenhang mit Materialien, Produktion und Entsorgung, ergänzt durch produktspezifische Wirkungen wie die Reduktion von Mikroplastik im Trinkwasser. Berücksichtigt werden außerdem mögliche Risiken, die durch eine unsachgemäße Nutzung oder Entsorgung unserer Produkte entstehen können. Insbesondere durch ein nachhaltiges Produktdesign und einen durchdachten Produktlebenszyklus kann BRITA seine Umweltauswirkungen gezielt beeinflussen.
Wasserressourcen (E3)	• Wasserentnahme und -verbrauch	Der Fokus liegt auf der Entnahme und Nutzung von Wasser sowie auf der Einleitung von Abwasser entlang der Wertschöpfungskette. Für BRITA sind insbesondere direkte und indirekte Wasserverbräuche in der Produktion und entlang der vorgelagerten Wertschöpfungskette sowie die daraus resultierenden Anforderungen an ein effizientes Wassermanagement wesentlich. Es geht auch um die Chance, durch Produkte und Prozesse zur nachhaltigen Nutzung von Wasserressourcen beitragen zu können.
Ressourcennutzung und Kreislaufwirtschaft (E5)	• Ressourcenzu- und -abflüsse • Abfälle	Der Einsatz von Ressourcen, das Management von Ressourcenabflüssen und die Entstehung von Abfällen stehen für BRITA im Zusammenhang mit dem Ziel einer stärkeren Zirkularität und eröffnen entsprechende Chancen. Berücksichtigt werden muss die Abhängigkeit von nicht-regenerativen Materialien, insbesondere in Produkten und Verpackungen und die daraus resultierenden Kosten- und regulatorischen Risiken, denen Effizienzpotenziale durch ressourcenschonendere Materialien, Ökodesign, reduzierte Abfallmengen und zirkuläre Lösungen gegenüberstehen.

Übersicht über unsere wesentlichen Themen (2/2)

ESRS Thema	Sub-Thema	Beschreibung
Arbeitskräfte des Unternehmens (S1)	- Arbeitsbedingungen - Gleichheit & Nicht-Diskriminierung	Die Grundlage bilden faire, sichere und attraktive Arbeitsbedingungen sowie Gleichbehandlung und Entwicklungsmöglichkeiten für Mitarbeitende. Stabile Beschäftigungsverhältnisse, angemessene Vergütung, Arbeitszeitgestaltung, Gesundheit und Sicherheit sowie soziale Dialogformate sind Teil dieser Arbeitsbedingungen. Ergänzt werden diese Aspekte durch Diversität, Qualifizierung und Chancengleichheit. Sie können zur Zufriedenheit der Mitarbeitenden beitragen, die Arbeitgeberattraktivität stärken und den langfristigen Unternehmenserfolg unterstützen.
Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette (S2)	Arbeitsbedingungen	Das Themenfeld umfasst die Arbeitsbedingungen in der vorgelagerten Wertschöpfungskette, insbesondere bei unseren Lieferanten. Relevante Aspekte sind die Sicherstellung grundlegender Arbeitsstandards durch Audits und Zertifizierungen sowie die Weiterentwicklung von Partnerschaften. Diese helfen, Risiken hinsichtlich menschenrechtlicher Sorgfaltspflichten zu reduzieren und insbesondere Chancen zur Stärkung verantwortungsvoller und stabiler Lieferketten zu nutzen.
Konsument:innen und Endnutzer:innen (S4)	- Persönliche Sicherheit - Soziale Teilhabe	Der Schwerpunkt liegt auf Gesundheit, Sicherheit und der Einbeziehung von Konsument:innen sowie auf der Nutzung nachhaltiger Produkte. Sichere, anwenderfreundliche Lösungen bilden den Kern, um durch gesundheitsbezogene Vorteile, zirkuläre Geschäftsmodelle und nachhaltige Produktangebote Kundenbindung und Marktdurchdringung auszubauen – unter Berücksichtigung regulatorischer und reputationsbezogener Risiken.
Unternehmensführung (G1)	- Unternehmenskultur - Schutz von Hinweisgebenden - Management der Beziehungen zu Lieferanten	Eine verantwortungsvolle Unternehmensführung basiert auf gelebter Unternehmenskultur, funktionierenden Hinweisgebersystemen und einem nachhaltigen Lieferantenmanagement. Klare, transparente Prozesse, faire Geschäftspraktiken sowie die Einbindung von Nachhaltigkeitskriterien in zentrale Entscheidungs- und Beschaffungsprozesse tragen dazu bei, das Vertrauen der Stakeholder zu stärken und den langfristigen Unternehmenserfolg zu sichern.

Ein Blick nach vorn: Unsere Strategie 2030





Die wesentlichen Themen waren der Ausgangspunkt für die Entwicklung unserer neuen Nachhaltigkeitsstrategie. Die Analyse zeigte, dass die bereits adressierten Themen weiterhin relevant bleiben. Aber andere Themen, wie Wasser oder soziale Aspekte, werden noch nicht ausreichend strategisch gesteuert. Zur weiteren Ausarbeitung der strategischen Schwerpunkte haben wir deshalb zusätzlich berücksichtigt, welche Themen im Kontext der Markenstrategie und der Außenwirkung eine besondere Rolle spielen. Dabei haben wir unter anderem betrachtet, welche Themen von Geschäftspartnern und Kunden besonders nachgefragt oder eingefordert werden.

Erste Ideen wurden Mitte 2025 im Rahmen eines internen Strategietags mit dem Vorstand und relevanten Führungskräften diskutiert und im Anschluss weiterentwickelt. Bereits bestehende Ziele in Fachbereichen oder im Kontext von Transformationsprojekten wurden in der Ausarbeitung der Ambitionslevels berücksichtigt. Ebenso wurde sichergestellt, dass die Zielvorgaben der ebenfalls 2025 erarbeiteten neuen BRITA Unternehmensstrategie einen Anknüpfungspunkt in der Nachhaltigkeitsstrategie finden. Damit wird die Relevanz der Nachhaltigkeit auf höchster Unternehmensebene verankert.

Nachhaltigkeit ist eine von drei strategischen Säulen in der Unternehmensstrategie 2030 „Inspiring Water“. Unser Anspruch ist hoch: Bis 2030 wollen wir als eines der glaubwürdigsten und nachhaltigsten Unternehmen im Bereich Hydration wahrgenommen werden. Die neue Nachhaltigkeitsstrategie beschreibt, wie wir dieses Ziel erreichen wollen – durch klare Fortschritte in drei für uns zentralen Themenfeldern: Wasser, Klima und Menschen.

Dafür haben wir zu allen drei Fokus-themen ein Zielbild für 2030 entwickelt, welches die Grundlage für die weitere Ausarbeitung der Strategie bildet. Die konkreten Ziele, dazugehörige Maßnahmen und Verantwortlichkeiten werden bis zum Frühjahr 2026 finalisiert und im nächsten Nachhaltigkeitsbericht vorgestellt.



Wasser

Unsere Auswirkungen verstehen und Wasser schützen

Wir haben unsere Rolle als Hüterin des Wassers definiert, da Wasser die Grundlage unseres Geschäfts ist. Wir haben erste Schritte unternommen, um Wasser als wertvolle, lebensspendende Ressource zu schützen.



Klima

Die Reduktionsziele bis 2030 sowie die langfristigen Net-Zero-Ziele erreichen

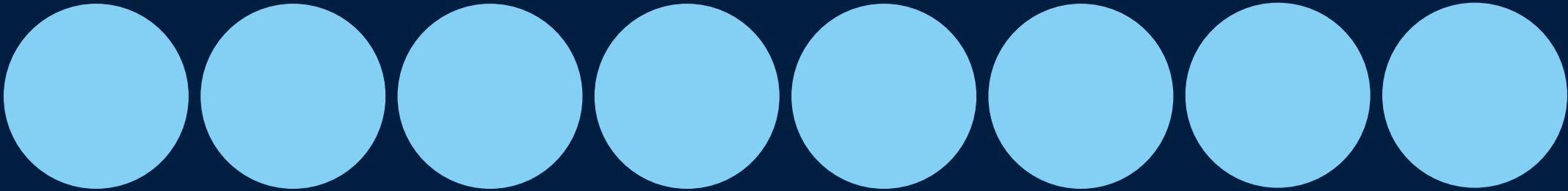
Wir haben unsere Abhängigkeit von nicht-erneuerbaren Ressourcen reduziert, den Beitrag zur Kreislaufwirtschaft erhöht und unseren Energieverbrauch gesenkt. Dies unterstützt uns dabei, unsere CO₂-Reduktionsziele bis 2030 zu erreichen.



Menschen

Für unsere Mitarbeitenden und die Menschen entlang der Wertschöpfungskette sorgen

Wir haben unsere Maßnahmen zu Vielfalt, Inklusion, Vertrauen und Respekt gestärkt, indem wir unsere Mitarbeitenden dabei unterstützten, ihr authentisches Selbst zu sein. Zudem haben wir Prozesse für mehr Transparenz eingeführt, um faire Lieferketten sicherzustellen.



Product Impact
8 Milliarden eingesparte
Wasserflaschen im Jahr 2030

Clara Rings, BRITA SE

„Verantwortung endet nicht an den eigenen Unternehmensgrenzen.“

Was treibt dich an?

Meine Leidenschaft für Nachhaltigkeit habe ich während meines Studiums im Bereich International Management entdeckt. Besonders interessiert hat mich, wie globale Lieferketten erfolgreich funktionieren können und gleichzeitig die Menschen respektieren und schützen, die in ihnen arbeiten.

Lieferketten gehören für mich zu den wirkungsvollsten Hebeln für mehr Nachhaltigkeit. Sie umfassen viele Ebenen – Lieferanten, Unterlieferanten, Produzenten – und damit auch die Menschen, die in ihnen arbeiten.

Für mich endet unternehmerische Verantwortung nicht bei den eigenen Standorten und Mitarbeitenden. Sie reicht bis zu den Menschen entlang der gesamten Lieferkette. Zu wissen, dass die Partner, mit denen wir zusammenarbeiten, einen echten Einfluss auf die Nachhaltigkeit der gesamten Wertschöpfungskette haben können, motiviert mich persönlich sehr.

Woran arbeitest du gerade?

Ein zentraler Teil meiner Arbeit ist die Umsetzung von Due-Diligence-Prozessen im Einklang mit regulatorischen Anforderungen wie dem deutschen Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz. Dazu gehören Risikoanalysen sowie die enge Zusammenarbeit mit Lieferanten, beispielsweise über Selbstauskünfte und strukturierte Fragebögen.

Gleichzeitig arbeiten wir daran, unsere internen Prozesse weiter zu standardisieren und auszubauen. Dazu gehört auch die Einführung einer speziellen Due-Diligence-Softwarelösung.

Konkret wird diese Arbeit in unseren Lieferketten. Ein Beispiel ist Aktivkohle, die aus Kokosnussschalen hergestellt wird und ein wichtiger Rohstoff für unsere Produkte ist. Hier wollen wir die gesamte Wertschöpfungskette – von den Bauern über Produzenten bis hin zu Händlern – besser verstehen, um Transparenz zu schaffen, Risiken frühzeitig zu erkennen und langfristige Partnerschaften aufzubauen.

Ein weiterer wichtiger Teil meiner Arbeit ist die Unterstützung der BRITA Net-Zero-Strategie durch eine enge Zusammenarbeit mit Lieferanten. Dabei arbeiten Kolleg:innen aus Einkauf und Group Sustainability zusammen mit Lieferanten daran, die Datenqualität zu verbessern und den Einsatz primärer Emissionsdaten zu erhöhen. So können wir Emissionen und Reduktionspotenziale in wichtigen Materialgruppen besser verstehen.

Was möchtest du weiterbringen?

Für mich bedeutet nachhaltiger Einkauf, Verantwortung mit langfristigem Denken zu verbinden und damit Partnerschaften zu schaffen, die stabil, fair und zukunftsfähig sind. Es geht nicht darum, Standards von oben vorzugeben, sondern mit Lieferanten zusammenzuarbeiten.

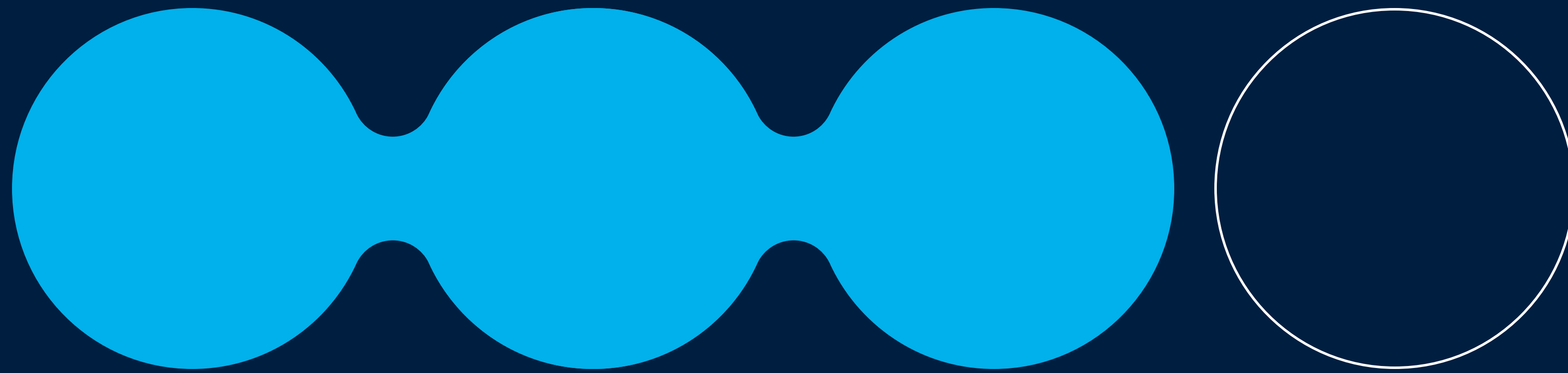
Indem wir regulatorische Aufgaben automatisieren und Prozesse weiter standardisieren, schaffen wir zusätzliche Kapazitäten, um uns stärker auf Nachhaltigkeit selbst konzentrieren zu können: gemeinsam mit Partnern Prozesse zu verbessern und langfristige Veränderungen anzustoßen.

Für die Zukunft interessiert mich besonders, wie wir die Transparenz, die wir aufgebaut haben, in konkretes Handeln übersetzen können, vor allem durch mittel- und langfristige Initiativen mit Lieferanten, etwa im Bereich Kreislaufwirtschaft.



Clara Rings arbeitet im Einkauf bei BRITA und beschäftigt sich mit Lieferketten-Due-Diligence sowie der Umsetzung regulatorischer Anforderungen wie dem Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz.

Sie arbeitet an der Schnittstelle von Compliance, Einkauf und Umweltverantwortung.



Zahlen & Fakten

Verantwortung mit System



Zertifizierte Managementsysteme

Alle Produktionsstandorte für unsere Filterkartuschen und Wasserspender sowie BRITA VIVREAU Deutschland erfüllen inzwischen die Anforderungen der Normen ISO 9001 für Qualitätsmanagement, ISO 14001 für Umweltmanagement und ISO 45001 für Arbeitsschutz. Die Produktionsstandorte in Deutschland und Großbritannien verfügen darüber hinaus noch über die BRC-Zertifizierung für Lebensmittelsicherheit und werden ebenso wie unser Produktionsstandort in China regelmäßig im Rahmen eines SMETA-Social-Audits überprüft. Auditiert werden dabei jeweils die Bereiche Sicherheit, Gesundheit, Umwelt und Geschäftsethik. Die Filltech GmbH, die CO₂-Kartuschen für Sprudlersysteme befüllt, ist zudem nach ISO 9001 sowie nach ISO 22000 für Lebensmittelsicherheit zertifiziert. Unabhängig von Zertifizierungen und

Auszeichnungen gelten an allen Standorten einheitliche Anforderungen an Qualität, Arbeitssicherheit und Umweltschutz.

Maßnahmen in den Bereichen Arbeits- und Umweltschutz werden von verschiedenen Abteilungen und Verantwortlichen vorangetrieben. Dazu gehören Health, Safety & Environment (HSE) im Headquarter, die Produktion, das Gebäudemanagement, aber auch das Sustainability-Team und die HSE-Verantwortlichen an den Produktionsstandorten. Auch unsere Tochtergesellschaften leisten durch zahlreiche verschiedene Initiativen einen wertvollen Beitrag. Regelmäßige interne und externe Audits helfen uns dabei, die richtigen Schwerpunkte zu setzen und uns kontinuierlich weiterzuentwickeln.



Standortzertifizierungen

		ISO 9001	ISO 14001	ISO 45001	ISO 50001	ISO 22000	BRC	SMETA
Filterkartuschen	BRITA Deutschland	●	●	●	●		●	●
	BRITA UK	●	●	●			●	●
	BRITA China	●	●	●				●
Wasserspender	BRITA Italien	●	●	●				
	BRITA VIVREAU DE	●	●	●				
CO ₂ -Zylinder	Filltech	●				●		

Verbräuche senken, Effizienzen heben



7 BEZAHLBARE UND
SAUBERE ENERGIE



13 MASSNAHMEN ZUM
KLIMASCHUTZ



Operational Excellence als Hebel für mehr Nachhaltigkeit

Effizienzsteigerungen leisten einen wichtigen Beitrag zur Nachhaltigkeit. Mit unseren Operational-Excellence-Projekten verfolgen wir das Ziel, die Produktionseffizienz weiter zu optimieren und Best Practices zu etablieren. Die hochautomatisierten MAXTRA Fertigungslinien am Standort Bad Camberg produzieren bereits heute mehr als 100 Kartuschen pro Minute. Durch eine enge Zusammenarbeit der Teams und gezielte Prozessoptimierungen konnte die Ausbringung pro Schicht um 17% gesteigert werden. Langfristiges Ziel ist eine Anlageneffektivität von 80%.

Die Ergebnisse zeigen, dass effiziente Produktionsprozesse nicht nur die Leistungsfähigkeit erhöhen, sondern auch Ressourcen schonen und damit zur Nachhaltigkeit beitragen. Erfolgreiche Ansätze aus der Optimierung der MAXTRA Fertigungslinien wurden bereits auf weitere Produktionsbereiche, wie die PURITY C Fertigung, übertragen. Operational Excellence steht damit für eine neue Art, Produktion zu denken, geprägt von kontinuierlicher Verbesserung, Zusammenarbeit und dem Anspruch, nachhaltigen Fortschritt zu ermöglichen.



Energie gezielt steuern

Die Energie, die wir für den Betrieb unserer Gebäude und Produktionsanlagen benötigen, wird als CO₂-Emissionen in Scope 1 und 2 erfasst. Wir arbeiten konsequent daran, diese Verbräuche kontinuierlich zu senken. Das Energiemanagement, das wir 2025 nach DIN ISO 50001 eingeführt haben, liegt im Verantwortungsbereich der Abteilung Group Real Estate. Das Energiemanagement-Team besteht zusätzlich aus Kolleg:innen der Bereiche Logistik, Produktion, IT sowie dem Einkauf. Hauptaufgabe des Teams ist es, den Energieeinsatz zu messen, zu analysieren und effizienter zu gestalten. Darüber hinaus kümmert es sich um den Energieeinkauf und um die Einhaltung

aller gesetzlichen Anforderungen. Dazu gehören beispielsweise regelmäßige Energieaudits gemäß DIN 16247 an allen relevanten Standorten. Dadurch können wir Verbesserungspotenzial identifizieren und Optimierungsprojekte anstoßen – sowohl im laufenden Betrieb als auch bei Neubau und Sanierungen.

Im Bereich des direkten Energieverbrauchs zeigte insbesondere die fortschreitende Elektrifizierung des Fuhrparks Wirkung. Bei der BRITA SE sind mittlerweile etwa 60% der Fahrzeuge elektrisch angetrieben. Auch viele Tochtergesellschaften setzen verstärkt auf Elektromobilität – sowohl bei Dienstwagen als auch im

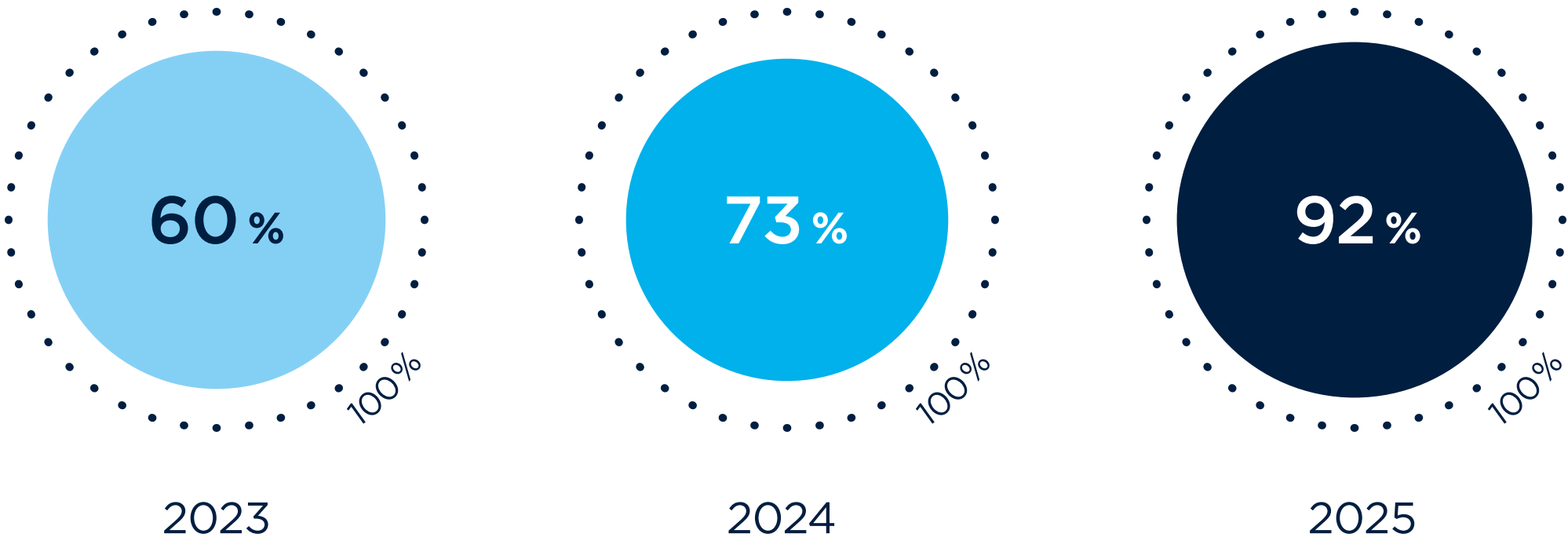
Service. Durch diese und weitere Maßnahmen konnte unsere Energieintensität, gemessen in Kilowattstunden pro 1.000 Euro Umsatz, 2025 um 11,5% auf nunmehr 45,0 verbessert werden.

Der Stromverbrauch der BRITA Gruppe sank 2025 um etwa 1,6%. Gleichzeitig stieg der Anteil zertifizierten Ökostroms am Gesamtstromverbrauch auf 92%, was einem Plus von 19% gegenüber dem Vorjahr entspricht. Grund dafür war vor allem die Umstellung der chinesischen Produktion auf zertifizierten Ökostrom. Damit nutzen jetzt alle Produktionsstätten für Filterkartuschen ausschließlich Strom aus erneuerbaren Energien.

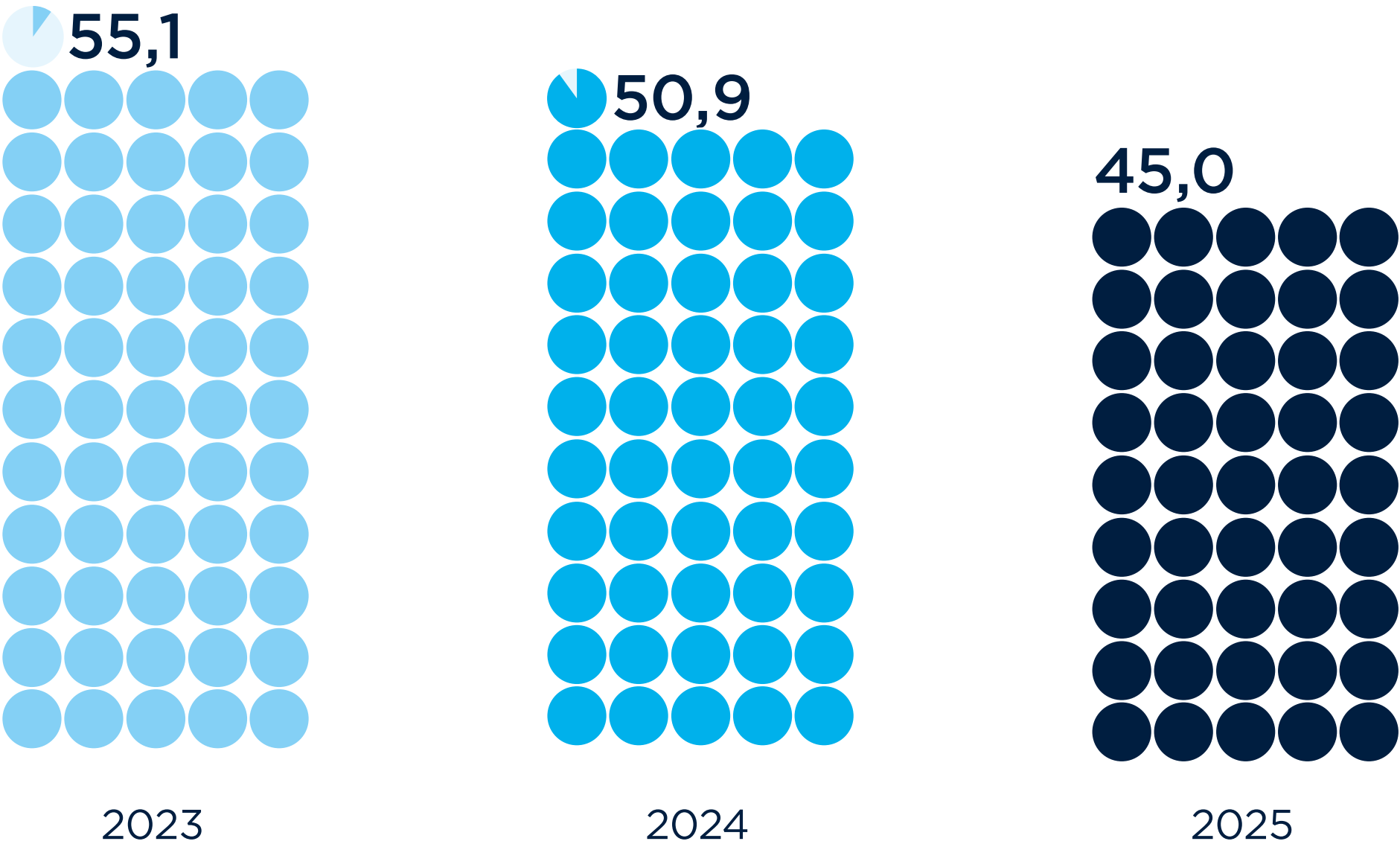
Energieverbrauch (in MWh)

	2023	2024	2025
Direkter Energieverbrauch	26.134	24.292	21.679
Brennstoffe	14.001	14.321	14.613
Kraftstoffe	12.118	9.970	7.066
Indirekter Energieverbrauch (Strom)	11.947	12.679	12.471
Gesamter Energieverbrauch	38.081	36.970	34.151

Anteil Ökostrom am Gesamtverbrauch



Energieintensität (in kWh/1.000 Euro)

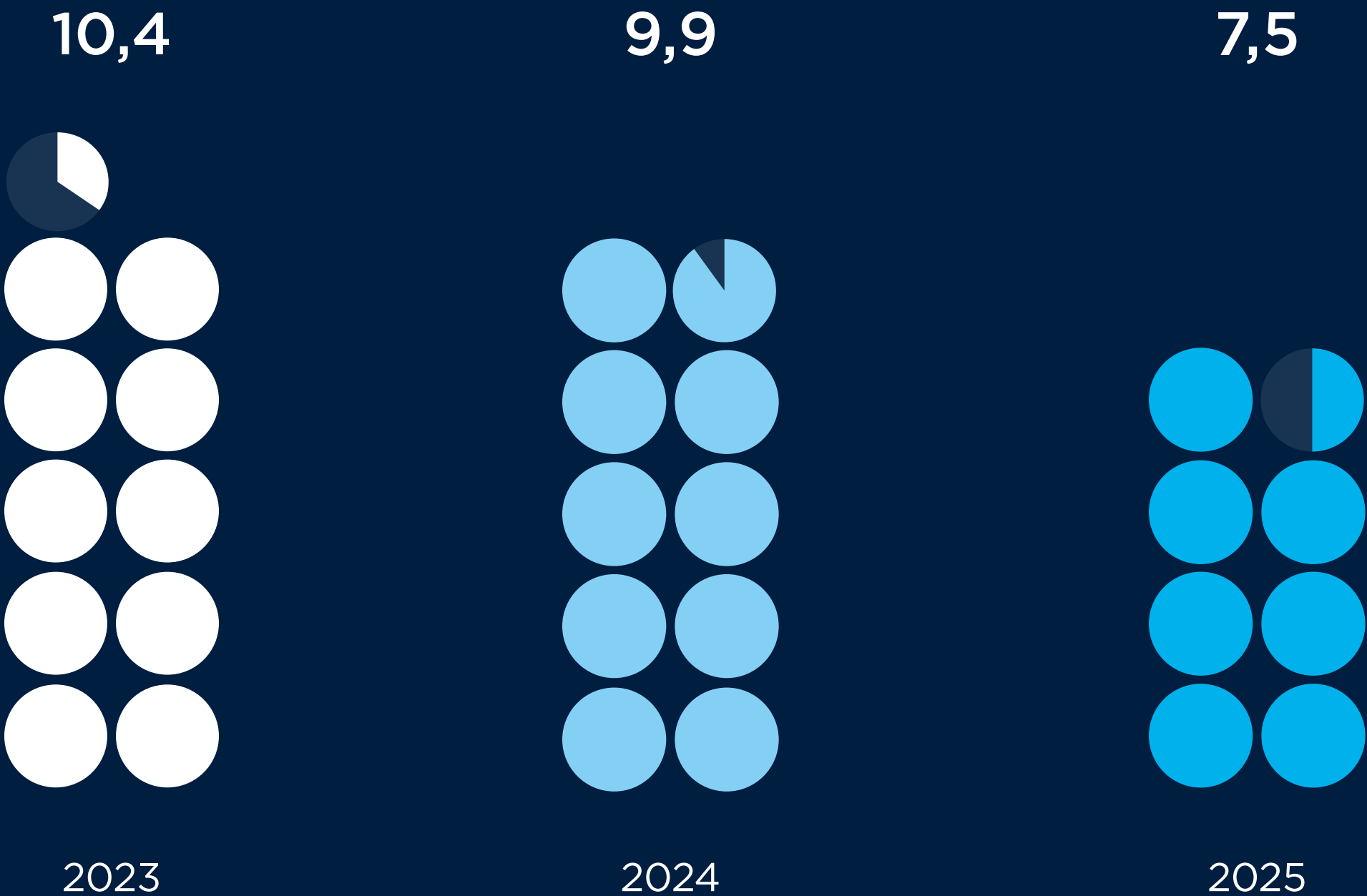


Emissionen weiter reduziert

Auch bei den Emissionen konnten wir 2025 wieder gute Fortschritte erzielen. So gelang es uns, die direkten Emissionen (Scope 1) um 2,5% und die indirekten Emissionen (Scope 2) um 71,5% auf 5.207 Tonnen respektive 521 Tonnen zu senken. Der starke Rückgang der Scope-2-Emissionen ist insbesondere auf die Einführung von Ökostrom an der Produktionsstätte in China sowie den Ausbau der PV-Kapazitäten an mehreren BRITA Standorten zurückzuführen. Gleichzeitig konnten wir die Emissionsintensität um 23,5% reduzieren. Diese Ergebnisse zeigen, dass sich die zahlreichen Maßnahmen, die wir in den letzten Jahren angestoßen und umgesetzt haben, auszahlen. Und dass es uns gelingt, unser stetiges Wachstum von unseren Emissionen aus Scope 1 und 2 zu entkoppeln.

Die Scope-3-Emissionen beziehen sich auf jene Emissionen, die entlang unserer Wertschöpfungskette entstehen. Diese erfassen wir seit 2024 vollständig. Insgesamt lag der Scope 3 im Jahr 2025 bei 140.113 Tonnen und erhöhte sich damit leicht um 5,3%. Verantwortlich für den Anstieg ist die positive wirtschaftliche Entwicklung von BRITA sowie kleinere Anpassungen in der Datengenauigkeit.

Emissionsintensität Scope 1 und 2
(in kg CO₂/1.000 Euro)



Treibhausgasemissionen (in t CO₂)

	2023	2024*	2025*	Verteilung 2025
Scope 1: direkte Emissionen	5.323	5.341	5.207	3 %
Scope 2: indirekte Emissionen	1.826	1.831	521	1 %
Gesamtemissionen Scope 1 und 2	7.149	7.171	5.728	4 %
Scope 3: weitere Emissionen	152.926	133.019	140.113	96 %
Gesamtemissionen	160.074	140.190	145.841	100 %

* ab 2024 Berechnung mit zusätzlichen Primärdaten und aktualisierten Emissionsfaktoren

Sorgsamer Umgang mit Wasser und Abwasser

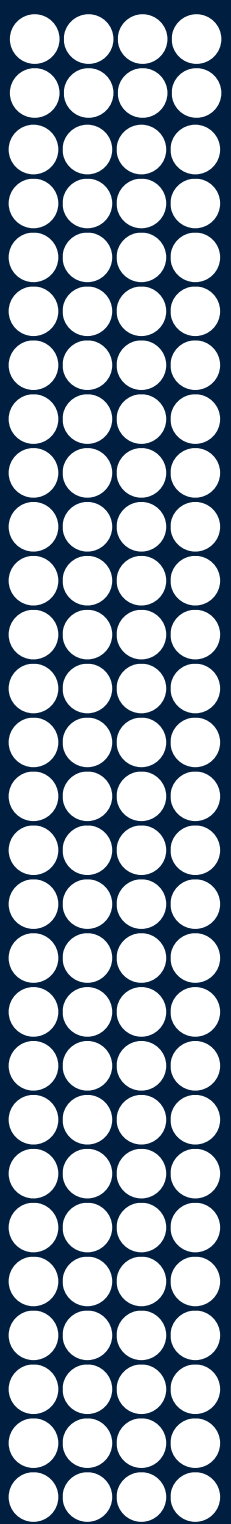
Gruppenweit verbrauchen wir das meiste Wasser für die Dampfsterilisation unserer Filterkartuschen, für den Betrieb unserer Gebäude und für das Regenerieren des erschöpften Ionenaustauschers in unserem Recyclingprozess in Taunusstein. Das hierfür benötigte Wasser beziehen wir jeweils aus der lokalen Trinkwasserversorgung.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

Wasser ist für uns eine besonders wertvolle Ressource. Daher gewährleisten wir mithilfe unserer hauseigenen Aufbereitungsanlage, dass aus dem Regenerierprozess für den erschöpften Ionenaustauscher in Taunusstein ausschließlich einwandfreies Wasser in die Kanalisation zurückgeleitet wird. Die Grenzwerte werden kontinuierlich überwacht und mehrfach im Jahr durch externe, unabhängige Prüfstellen kontrolliert. Bisher kam es zu keinem Vorfall, bei dem ein Gewässer verunreinigt wurde. Im Jahr 2025 wurden insgesamt 106.055 Kubikmeter Wasser der kommunalen Abwasserbehandlung zugeführt. Damit bleiben sowohl unser Wasserverbrauch als auch die Wasserintensität im Vergleich zum Vorjahr konstant und entwickeln sich unterproportional zum Umsatzwachstum.



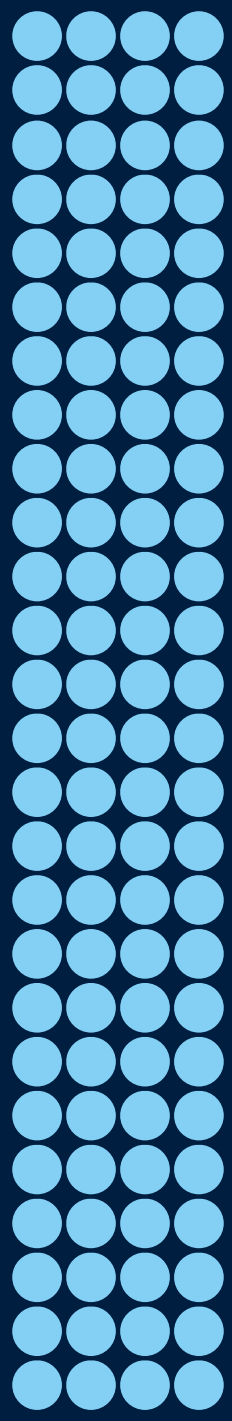
Wasserverbrauch (in m³)

126.146



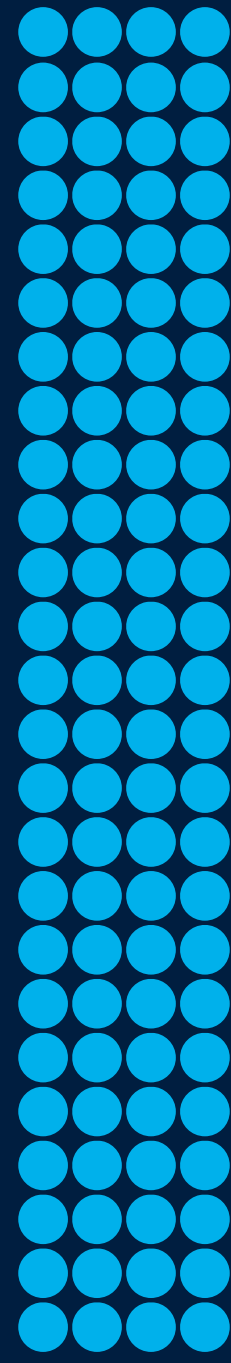
2023

119.269



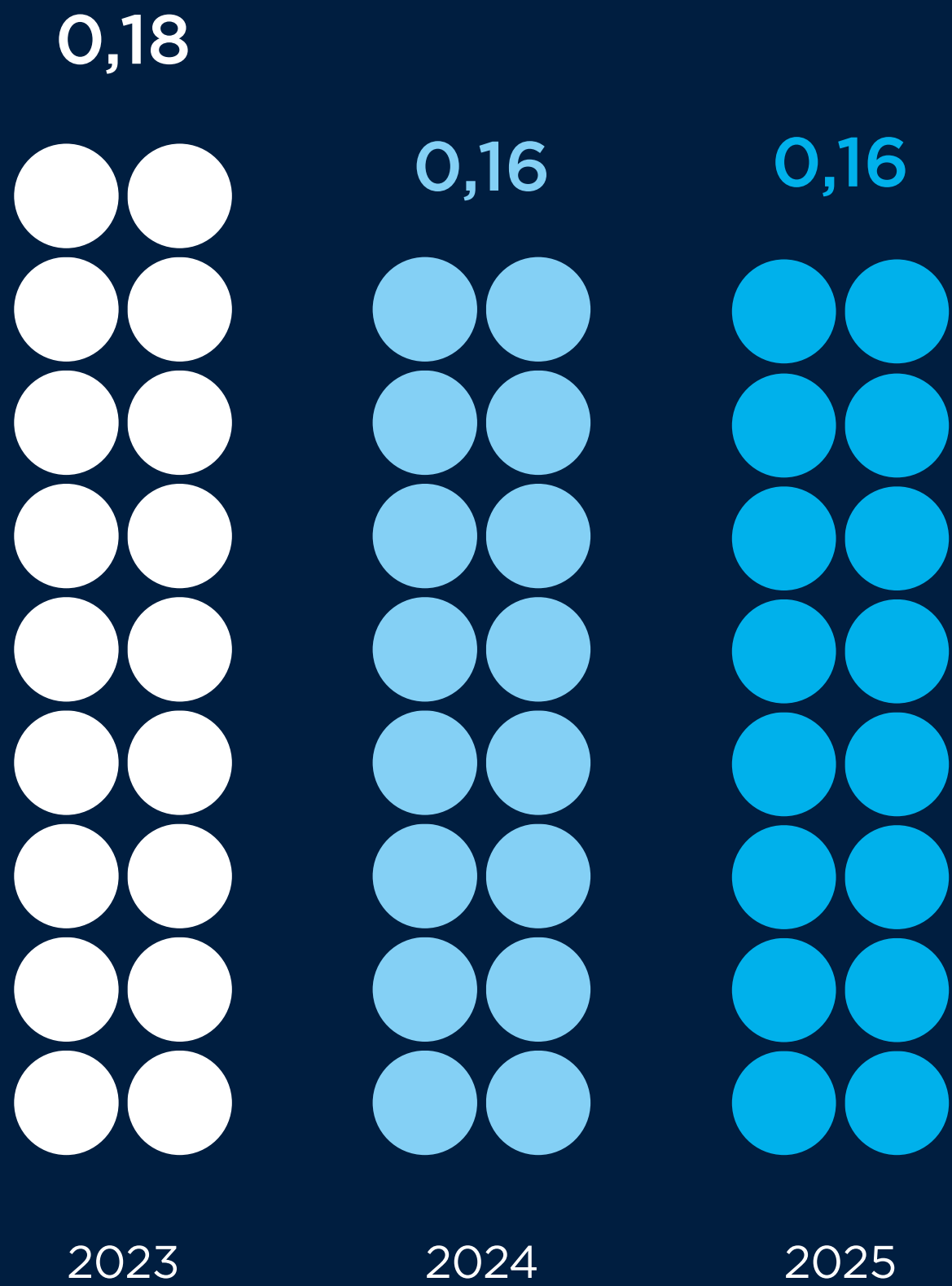
2024

118.495

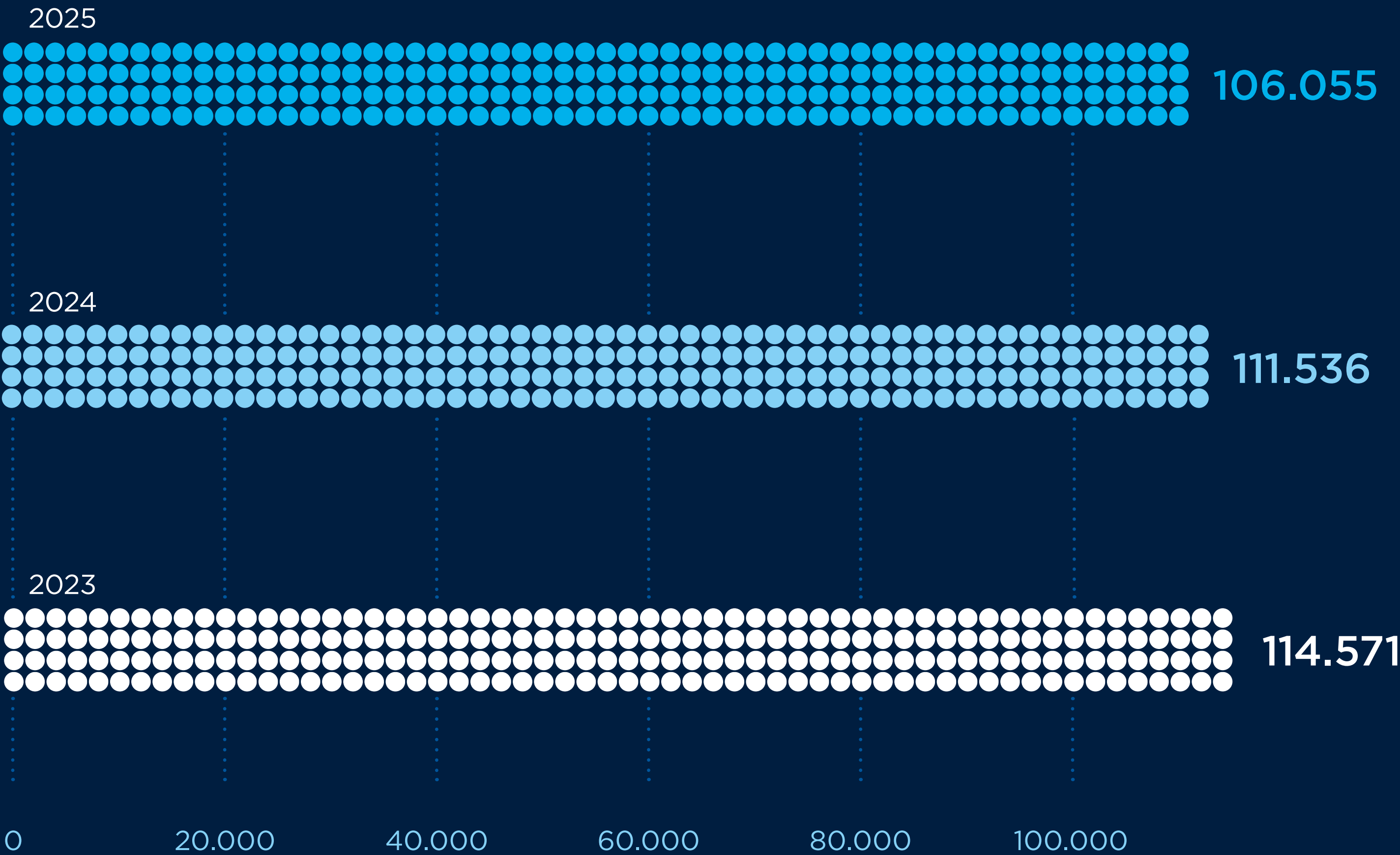


2025

Wasserintensität in m³/1.000 Euro



Abwassereinleitung in kommunale Abwasserbehandlung (in m³)



Unsere Abfall- und Recyclingbilanz

Die im Jahr 2025 von uns erzeugte Menge an nicht gefährlichen Abfällen betrug insgesamt 3.775 Tonnen und ist damit im Vergleich zu 2024 leicht angestiegen. Die Fluktuation der anderen Abfallarten ist auf reguläre Schwankungen des Produktionsvolumens und sonstiger Tätigkeiten zurückzuführen. Wie in den Vorjahren machen auch im Berichtszeitraum Restmüll, PPK und Kunststoffe den größten Anteil unserer nicht gefährlichen Abfälle aus.

Der Anteil der gefährlichen Abfälle ist in den vergangenen Jahren konstant niedrig geblieben und im Vergleich zu

2024 noch weiter gesunken. Den mit Abstand größten Posten bei den gefährlichen Abfällen stellt Elektroschrott dar, der hauptsächlich durch die Entsorgung von Dispenser-Teilen entsteht.

Mit 64 % wurde der Großteil unserer Gesamtabfallmengen 2025 recycelt. Unser Ziel ist es, diesen Anteil weiter zu steigern und somit eine erfolgreiche Kreislaufwirtschaft zu fördern. Zusätzlich wurden 36 % der Verbrennung mit Energiegewinnung zugeführt. Lediglich 0,02 % unseres Abfallaufkommens wurde 2025 deponiert.



Nicht gefährliche Abfälle (in t)

	2023	2024	2025
Restmüll*	1.137	1.121	1.286
Papier, Pappe, Kartonagen (PPK)	1.024	1.055	1.108
Kunststoffe	798	850	865
Holz	371	353	341
Metalle	45	28	86
Elektroschrott	n/a	n/a	86
Sonstige Abfälle**	36	111	3
Nicht gefährliche Abfälle gesamt	3.413	3.517	3.775

* inkl. Küchen- und Gewerbeabfälle

** inkl. Bauabfälle, Batterien, Glas und für die Jahre 2023 und 2024 Elektroschrott

Gefährliche Abfälle (in t)

	2023	2024	2025
Elektroschrott	62	65	54
Klärgrubenschlamm	19	15	10
Chemikalien	3	4	3
Gefährliche Abfälle gesamt	84	84	67
Abfälle gesamt	3.497	3.601	3.842

Menschen bei BRITA





Unternehmens- kultur gemeinsam gestalten

Unsere Mitarbeitenden, ihr täglicher Einsatz, ihre Leidenschaft und ihr Einfallsreichtum prägen unsere Unternehmenskultur. Sie sind das Fundament unseres Erfolgs und machen BRITA zu dem Unternehmen, das es ist. Deshalb sind für uns ein inspirierendes und positives Arbeitsumfeld sowie ein fairer Umgang miteinander über Hierarchieebene hinweg selbstverständlich.

Ein wichtiger Bestandteil unseres Betriebsklimas ist die Mitarbeitendenvertretung. Seit 1999 vertritt der deutsche Betriebsrat mit 15 Personen die Mitarbeitenden an unserem Hauptsitz in Taunusstein, in unserer Produktion in Bad Camberg sowie in unserem Zentrallager in Beselich. Die Zusammenarbeit zwischen Betriebsrat, Geschäftsführung und Personalabteilung basiert auf Respekt, Fairness und einer Gesprächskultur auf Augenhöhe. Seit unserer Umfirmierung im Jahr 2022 verfügt BRITA zudem über einen SE-Betriebsrat. Dieser hat keine

Mitbestimmungsrechte, sondern ist ausschließlich für länderübergreifende Themen zuständig, insbesondere für den Informationsaustausch. Der SE-Betriebsrat setzt sich aus neun Vertreter:innen der fünf größten europäischen Landesgesellschaften zusammen. Ergänzend dazu gibt es weitere lokale Betriebsräte an unseren Standorten in Italien und Frankreich.



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

Zu den angebotenen Zusatzleistungen gehören u. a. flexible Arbeitszeiten, großzügige Regelungen für Remote Work, umfangreiche Angebote zur Gesundheitsvorsorge sowie moderne Arbeitsplätze und -ausstattung. Zukünftig wollen wir unser Angebot an Zusatzleistungen stärker global betrachten und bauen dafür in der Personalabteilung den Bereich Total Rewards Management auf.

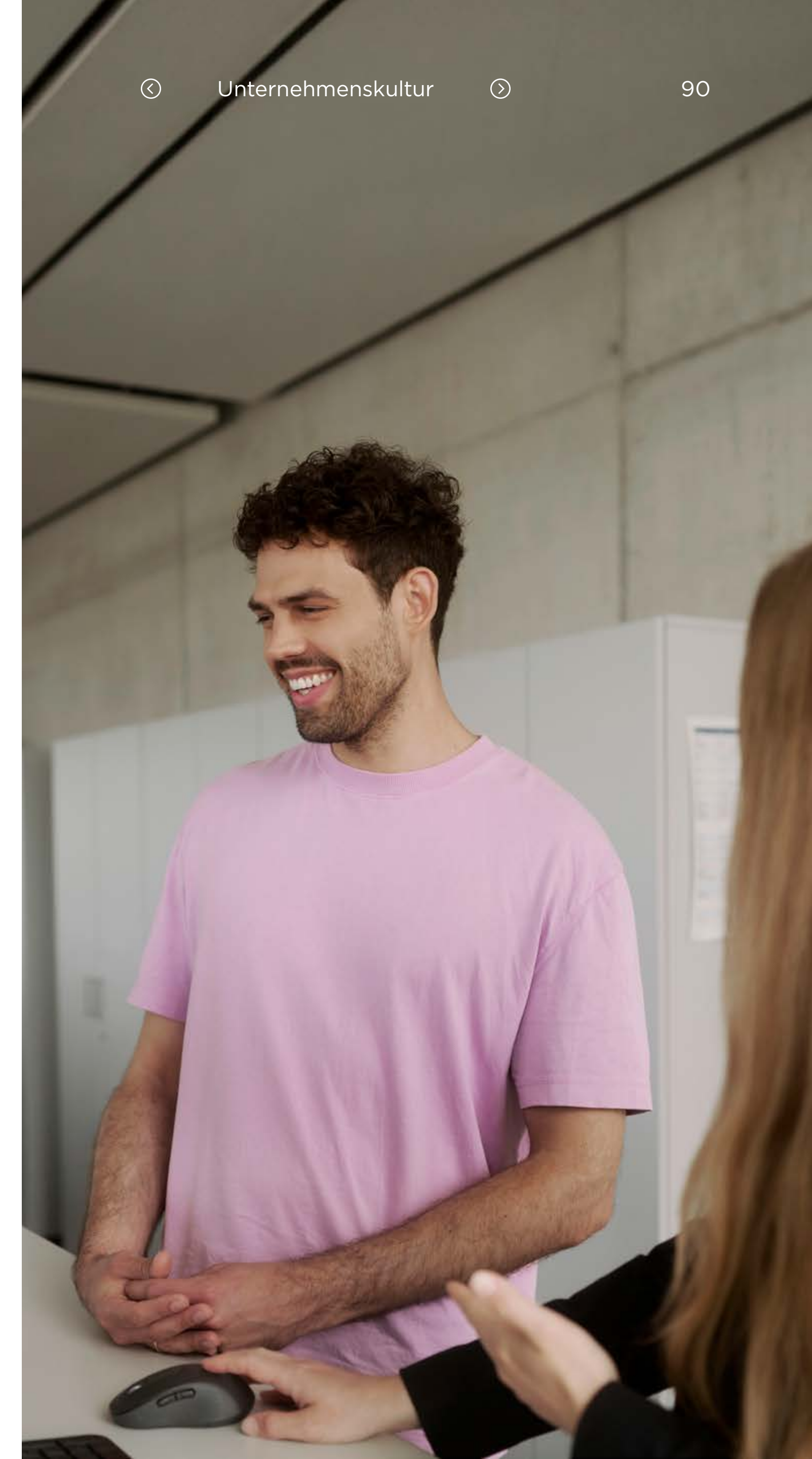
Perspektiven schaffen, Potenziale entfalten

Bei BRITA glauben wir fest an lebenslanges Lernen. Daher liegt uns die Aus- und Weiterbildung unserer Mitarbeitenden besonders am Herzen. Wir bieten vielfältige Möglichkeiten der fachlichen und persönlichen Weiterentwicklung, wie beispielsweise das berufsbegleitende Studium, externe Fortbildungen oder interne Schulungen in der BRITA Akademie, die wir sowohl online als auch im Präsenzformat anbieten. Das Themenspektrum reicht von Führungskompetenz und Selbstmanagement über Software-Skills bis hin zu Sprachen und Persönlichkeitsentwicklung. Seit 2025 stehen insbesondere der Umgang und die Nutzung von Künstlicher Intelligenz als Bildungs- und Entwicklungsthema bei BRITA im Fokus. Ergänzend dazu bieten unsere Functional Academies spezifische Weiterbildungsangebote für die Bereiche Marketing, Sales sowie Reporting & Analytics. Über unser vielfältiges E-Learning-Angebot können Mitarbeitende außerdem ihr Wissen über unsere Produktpalette vertiefen.

Um vielversprechende Mitarbeitende gezielt zu den Führungskräften von morgen zu entwickeln, haben wir das BRITA Opportunities for Leadership Development (BOLD) Programm ins Leben gerufen. In dem dreijährigen modularen Programm lernen Teilnehmende

durch geschäftsbezogene Projekte, Workshops und persönliches Mentoring, Führungsverantwortung zu übernehmen. Und diese Methode der Nachwuchsförderung hat sich bewährt: Mittlerweile besetzen wir knapp zwei Drittel aller offenen Führungspositionen mit internen Talenten.

Für die jährliche Bewertung und Entwicklung unserer Mitarbeitenden setzen wir standortübergreifend auf einen einheitlichen, softwaregestützten Prozess. Dieser schafft Transparenz, unterstützt eine klare Zielorientierung und ermöglicht den Mitarbeitenden eine umfassende Selbsteinschätzung. Gleichzeitig fördern wir eine aktive Mitgestaltung der individuellen beruflichen Entwicklung. Um Potenziale gezielt zu erkennen und weiter auszubauen, haben wir 2024 im Bereich Digital Marketing erstmals Skill-Gap-Analysen als Pilotprojekt durchgeführt. Ziel ist es, diesen Ansatz künftig systematisch weiterzuentwickeln und auf weitere Unternehmensbereiche auszuweiten.



Unsere Belegschaft im Überblick

Qualifizierte und gut ausgebildete Mitarbeitende sind das Fundament unseres langfristigen Erfolgs. Und mit unserem Unternehmen wächst auch unsere BRITA Familie. Im Geschäftsjahr 2025 ist die Gesamtzahl der Mitarbeitenden insgesamt um 4,6% angestiegen. Gleichzeitig ist die Fluktuationsrate nahezu konstant geblieben.

Auch die globale Verteilung der Mitarbeitenden blieb nahezu unverändert. In der Region APAC waren 2025 9% unserer Mitarbeitenden tätig. Gleichzeitig lag in der Region NOAM der Anteil der Mitarbeitenden bei 3% und in China bei 7%. Mit einem Anteil von 82% arbeitete 2025 der Großteil unserer Kolleg:innen in der Region EMEA, insbesondere an unseren deutschen Produktionsstandorten und dem Headquarter in Taunusstein. Der hohe regionale Beschäftigungsanteil ergibt sich primär aus den am Headquarter ansässigen wichtigen Zentralfunktionen wie z. B. Einkauf, R&D, IT und Operations.

Vielfalt ist einer unserer Kernwerte. Wir sind davon überzeugt, dass unsere Teams von Diversität in all ihren Facetten profitieren. Unser Ziel ist es, in unserem gesamten Unternehmen eine Atmosphäre zu schaffen, in der sich alle gleichermaßen wertgeschätzt und fair behandelt fühlen und ihr Potenzial voll entfalten können. Aktuell arbeiten bei BRITA Mitarbeitende aus 67 Nationen. Mit Blick auf die Verteilung der Belegschaft nach Geschlecht lag der Anteil der weiblichen Mitarbeitenden 2025 bei 40%. Bei den Führungskräften ist der Anteil der Frauen im gleichen Zeitraum leicht gestiegen auf 39%. Im Geschäftsjahr 2025 waren 16% der BRITA Mitarbeitenden 30 Jahre oder jünger. Die größte Gruppe bildeten mit 59% Beschäftigte im Alter zwischen 31 und 50 Jahren. Weitere 20% der Belegschaft waren zwischen 51 und 60 Jahre alt, während 5% das 60. Lebensjahr überschritten haben.



Gesünder leben: Rauchentwöhnungsangebote bei BRITA

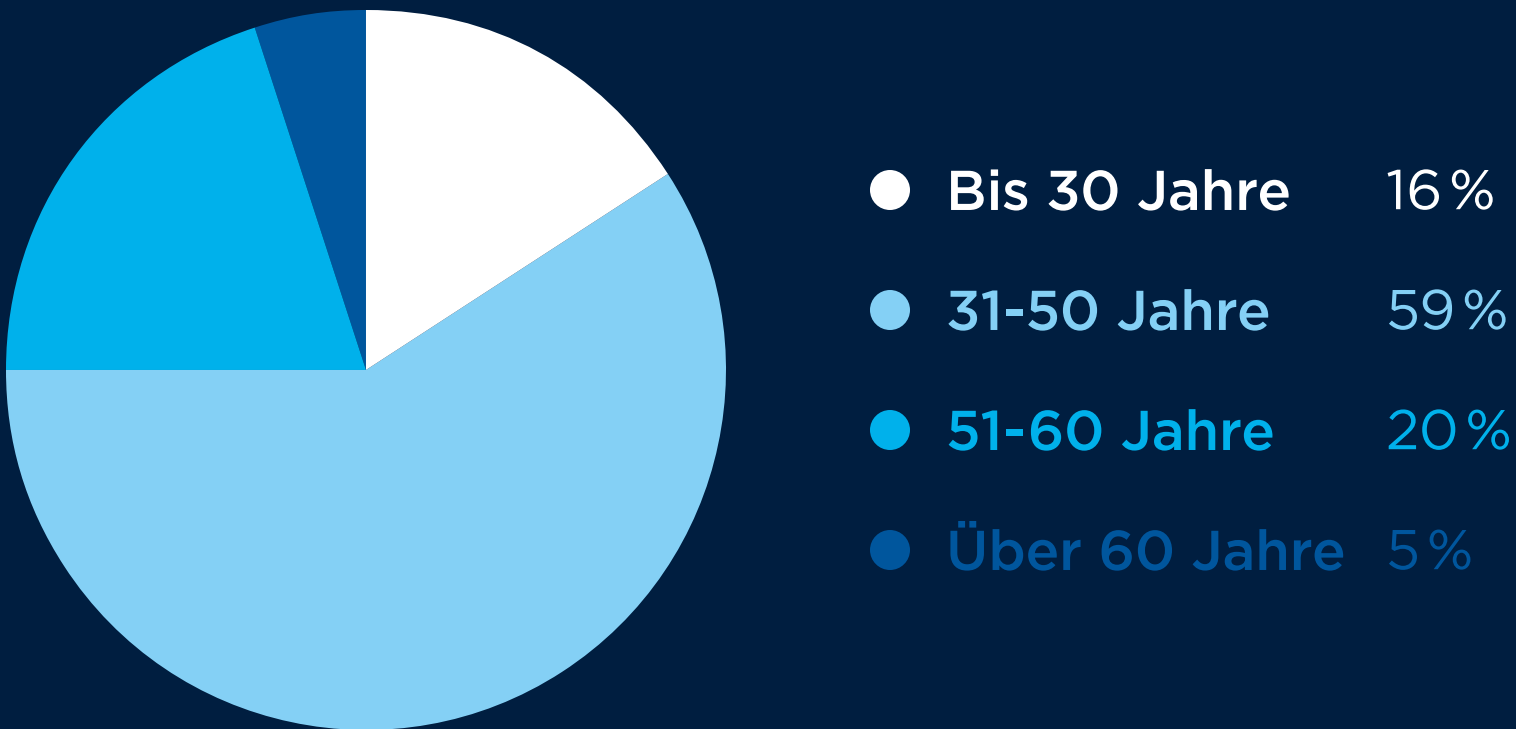
Die Gesundheit der Mitarbeitenden steht bei BRITA im Fokus. Mit einem kostenlosen Rauchentwöhnungskurs im Distributionszentrum Beselich wurde bereits Ende 2024 ein Angebot geschaffen, um Mitarbeitende auf dem Weg zu einem rauchfreien Alltag zu unterstützen. Der Erfolg spricht für sich: Rund zwei Drittel der Teilnehmenden sind inzwischen Nichtraucher:innen. Begleitet von erfahrenen Trainer:innen und gestärkt durch das Gemeinschaftsgefühl innerhalb der Gruppe, wurde der Kurs von den Mitarbeitenden sehr positiv aufgenommen. Daher wurde das Angebot ausgerollt und Ende 2025 auch im Produktionswerk in Bad Camberg sowie Anfang 2026 am Headquarter angeboten, um so noch mehr Mitarbeitende für einen gesünderen Lebensstil zu gewinnen.

Wir wollen unseren Mitarbeitenden eine langfristige Perspektive bei BRITA bieten. Daher sind gruppenweit 91% der Beschäftigten unbefristet angestellt. Im Jahr 2025 blieb der Anteil der tariflich beschäftigten Mitarbeitenden der BRITA SE in Deutschland mit 49% hoch. Im gleichen Zeitraum bezogen 42% ein außertarifliches Gehalt. Der Anteil der Werkstudierenden hat sich im Vergleich zu den vorherigen Jahren ebenfalls kaum geändert und blieb 2025 bei 7%. Die übrigen 2% der Kolleg:innen befanden sich in einem tariflichen Ausbildungsverhältnis.

Verteilung Mitarbeitende nach Regionen (in %)*

	2023	2024	2025
EMEA	82	82	82
APAC	9	8	9
China	6	7	7
NOAM	3	3	3

Altersstruktur Mitarbeitende*



Verteilung Mitarbeitende nach Geschlecht (in %)*

	2023	2024	2025
Weiblich	40	40	40
Männlich	60	60	60
Divers	n/a	0,1	0,1

* ohne LARQ

Verteilung Führungskräfte nach Geschlecht (in %)*

	2023	2024	2025
	39	38	39
	61	62	61

Präventiv handeln



3 GESUNDHEIT UND
WOHLERGEHEN



8 MENSCHENWÜRDIGE
ARBEIT UND WIRT-
SCHAFTSWACHSTUM



Gesundheit und Sicherheit im Arbeitsalltag

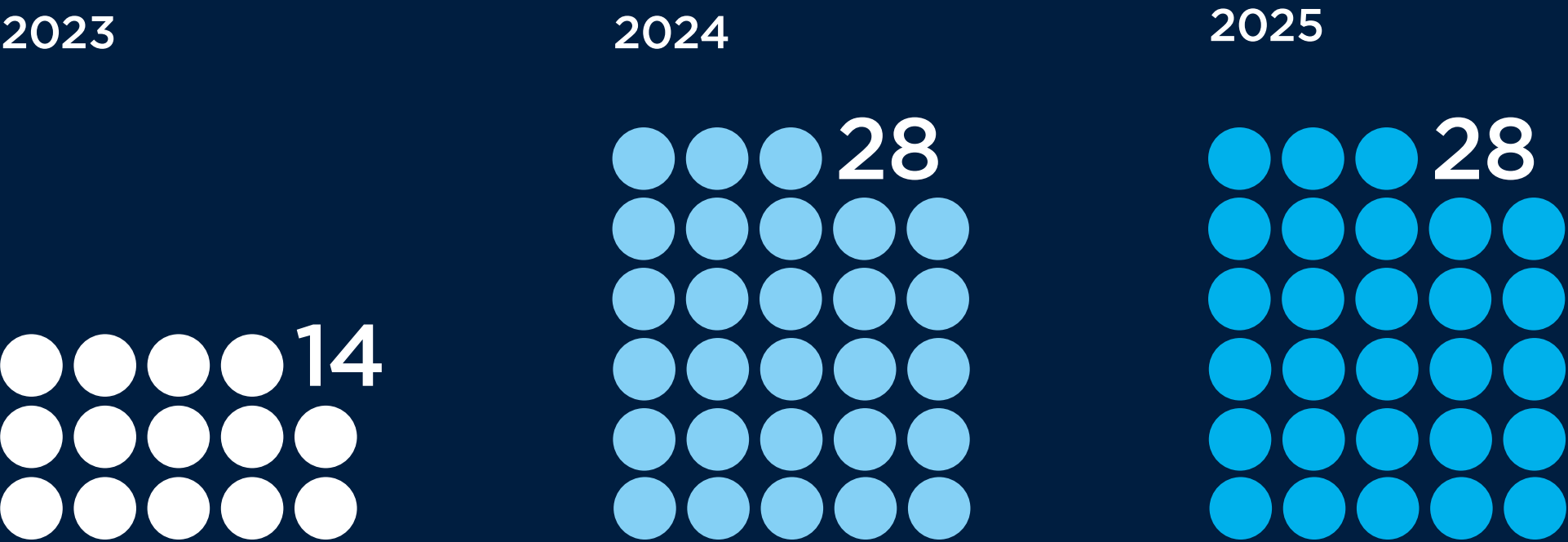
Der BRITA Arbeitsschutz wird von der Abteilung Health, Safety & Environment (HSE) verantwortet. Diese führt regelmäßig Arbeitsplatzinspektionen durch und überprüft Prozesse mit dem Ziel, potenzielle Risiken frühzeitig zu identifizieren und geeignete Schutzmaßnahmen einzuleiten. Das HSE-Team berichtet regelmäßig an den Vorstand, berät zu allen Themen des Arbeits- und Gesundheitsschutzes und legt verbindliche gruppenweite Standards fest. Darüber hinaus nehmen alle Mitarbeitenden jährlich an Schulungen zu Arbeits- und Gesundheitsschutz teil.

Die Arbeit von HSE trägt dazu bei, dass sich die Anzahl der Arbeitsunfälle und Unfallquoten seit vielen Jahren auf einem konstant niedrigen Niveau bewegt. Im Geschäftsjahr 2025 gab es in der BRITA Gruppe 28 Arbeitsunfälle, die insgesamt

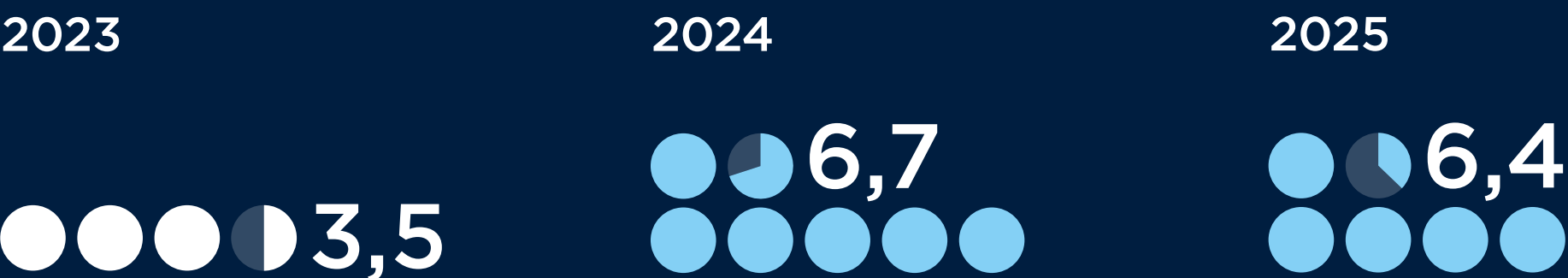
622 Ausfalltage verursachten. Die daraus resultierende Unfallquote beläuft sich auf 6,4 Unfälle pro eine Million Arbeitsstunden. Wie in den Vorjahren ist Unachtsamkeit die Hauptursache für Unfälle. Im Geschäftsjahr 2025 kam es zu einem schweren Arbeitsunfall mit dauerhaften gesundheitlichen Folgen für die betroffene Person. Der Vorfall wurde umfassend aufgearbeitet. Auf Basis der Ursachenanalyse haben wir gezielte Maßnahmen implementiert, um vergleichbare Ereignisse künftig zu verhindern. Unfälle mit Todesfolge gab es im Berichtszeitraum nicht.

Übersicht Arbeitsunfälle

Anzahl Arbeitsunfälle*



Unfallquote pro 1 Mio. Arbeitsstunden*

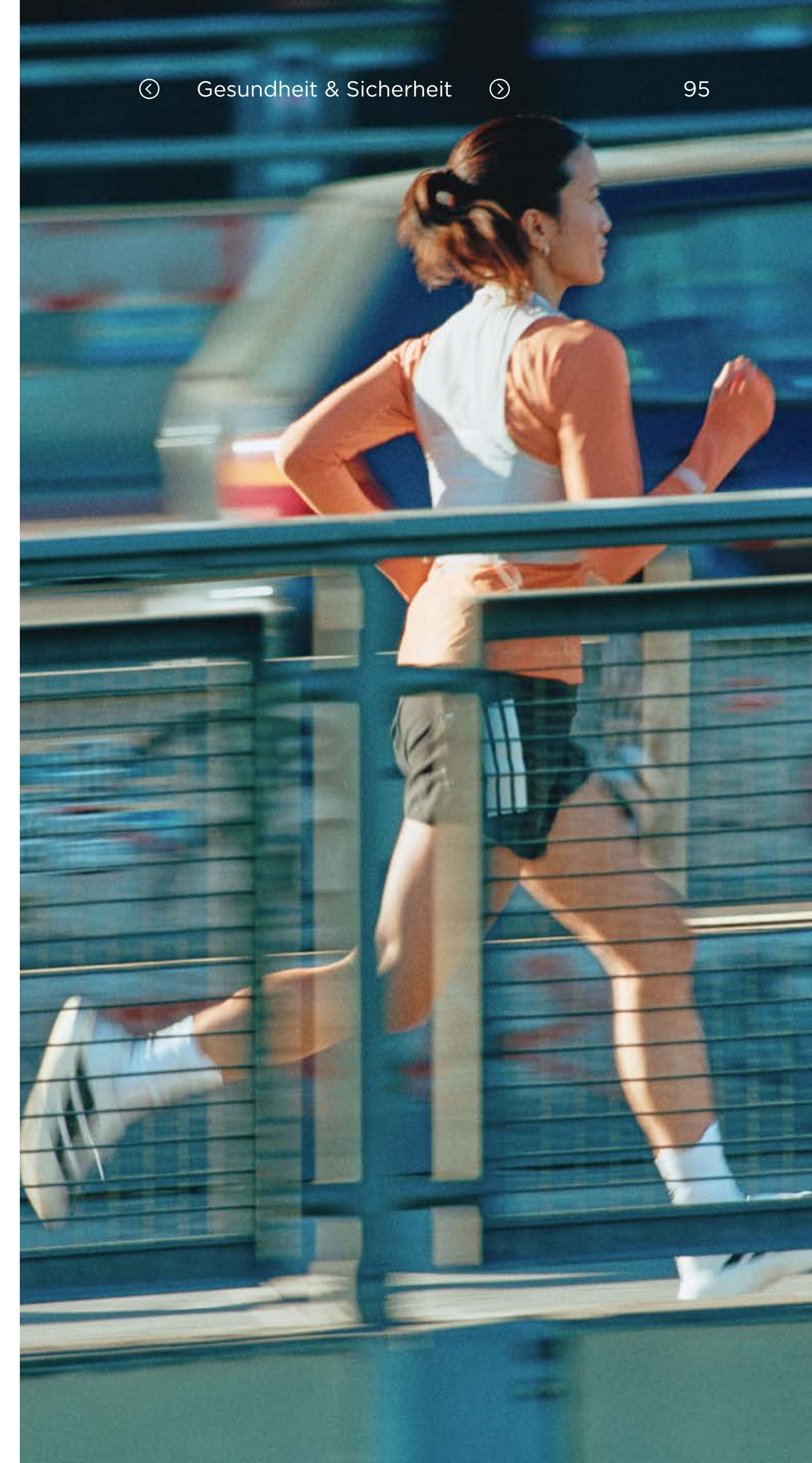


*Meldepflichtige Unfälle im Rahmen der Geschäftstätigkeit mit Ausfallzeiten ≥ 1 Tag; Berechnungsgrundlage: 1.840 Stunden jährlich pro Vollzeitarbeitskraft; bezieht sich auf die BRITA SE, alle Produktionsstandorte sowie BRITA Schweiz und BRITA Vivreau Deutschland und UK.

BRITA Vital: Gesundheit ganzheitlich denken

Einen Beitrag zur physischen und mentalen Gesundheit unserer Mitarbeitenden zu leisten, ist für BRITA selbstverständlich. Daher bieten wir seit einigen Jahren mit dem BRITA Vital Programm ein breites Spektrum an kostenlosen Gesundheitsvorsorgemaßnahmen und Unterstützungsangeboten an unseren Standorten in Deutschland an. Dazu gehören u.a. Hautscreenings, Herzchecks und Impfungen. Außerdem stehen eine Beratungshotline für unterschiedliche Lebenslagen sowie vielfältige Sportangebote und Challenges zur Verfügung. Ein quartalsweise erscheinender Newsletter informiert zudem regelmäßig über Themen rund um ein gesundes und vitales Leben und bietet Inhalte zu Ernährung, Resilienz und Work-Life-Balance.

Auch in unseren Tochtergesellschaften werden seit Jahren vielfältige Initiativen zur Förderung der Mitarbeitendengesundheit umgesetzt. Seit 2023 werden diese Aktivitäten unter dem Dach von BRITA Vital gebündelt. So gibt es z.B. wöchentliche Yogakurse bei BRITA NOAM und einen Badminton-Club bei BRITA China. In jedem Land treibt ein Vital Ambassador Gesundheitsthemen in der eigenen Organisation voran und koordiniert den lokalen Gesundheitszirkel, der aus freiwillig mitwirkenden Mitarbeitenden besteht. Zudem finden in regelmäßigen Abständen internationale Abstimmungstreffen statt, in denen Erfahrungen geteilt, Best Practices diskutiert und Veranstaltungsideen entwickelt werden, um Synergien im globalen Netzwerk zu nutzen.



Robbie Taylor, BRITA UK

„Eine Maschine zu reparieren statt sie auszutauschen: Das ist einfach sinnvoll.“

Was treibt dich an?

Ich habe schon immer gern als Techniker, als Handwerker gearbeitet. Bevor ich zu BRITA kam, habe ich an Heizsystemen und Boilern gearbeitet – eigentlich an allem, was mit Wasser zu tun hat. Am meisten gefällt mir daran, Probleme zu lösen und Dinge wieder zum Laufen zu bringen.

Genauso wichtig ist für mich aber die Arbeit mit den Kunden. Ich bin gern direkt vor Ort, höre zu und finde gemeinsam mit ihnen eine Lösung. Jeder Standort ist ein bisschen anders, jede Anlage bringt ihre eigenen Besonderheiten mit. Genau das macht die Arbeit interessant.

Wenn die Kunden zufrieden sind, weiß man, dass man gute Arbeit geleistet hat. Das motiviert mich. Ich bin jetzt seit etwa fünf Jahren bei BRITA, und es ist ein sehr offenes und unterstützendes Unternehmen. Das macht einen Unterschied, und zwar sowohl darin, wie man arbeitet, als auch im Umgang miteinander.

Woran arbeitest du gerade?

Kein Tag ist wie der andere. Meistens fahre ich fünf oder sechs Standorte in ganz London an, überwiegend Büros mit größeren Wasserspendern. Mein Tag ist zwar geplant, aber es passiert immer etwas Unerwartetes. Deshalb muss man flexibel bleiben.

Viele Probleme sind eigentlich recht einfach zu lösen. Zum Beispiel vergessen Mitarbeitende unserer Kunden manchmal, rechtzeitig neue Gaskartuschen für Sprudelwasser nachzubestellen. Aber auch kleine Probleme sind wichtig, weil sie den Alltag unterbrechen. Die Menschen verlassen sich jeden Tag auf unsere Systeme.

Was meine Arbeit ausmacht, ist, dass wir möglichst reparieren statt austauschen. Wenn sich ein Bauteil reparieren oder ersetzen lässt, tauschen wir nicht gleich die ganze Maschine aus. Das schätzen die Kunden sehr: Es geht schneller, die Geräte bleiben im Einsatz und unnötiger Abfall wird vermieden.

Dazu gehört auch das Konzept des „Walking Engineer“. Ich bin mit der Underground oder dem Bus unterwegs. In einer Stadt wie London ist das oft schneller als Autofahren, außerdem vermeidet man Verkehr und Parkplatzsuche. So komme ich effizient von einem Einsatzort zum nächsten, ohne Zeit zu verlieren.

Und irgendwie passt das auch ganz gut zu dem, wofür BRITA steht: praktische Lösungen, die den Alltag einfacher machen und gleichzeitig verantwortungsvoller mit Ressourcen umgehen.

Was möchtest du weiterbringen?

Für mich ist das eigentlich ganz einfach. Ich möchte meine Arbeit weiterhin gut machen und langfristig bei BRITA bleiben.

Ich würde nicht sagen, dass ich mich intensiv mit Nachhaltigkeitsthemen im großen Ganzen beschäftige. Ich bin Techniker. Aber in meinem Arbeitsalltag ergibt es einfach Sinn, Maschinen zu reparieren statt sie auszutauschen. Das ist praktisch, effizient und schont Ressourcen.

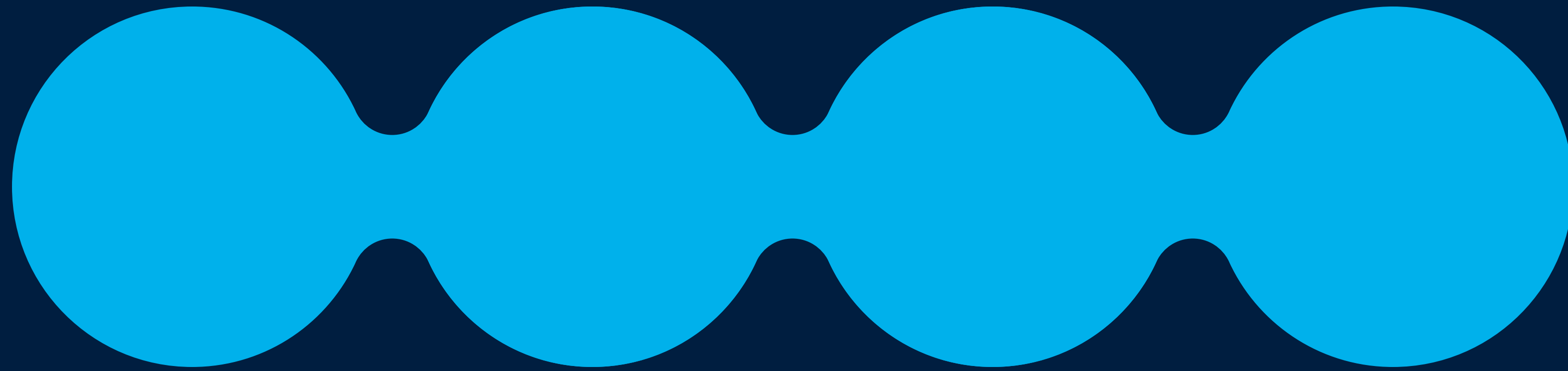
Wenn man etwas weiter nutzen kann, statt es wegzwerfen, ist das immer die bessere Lösung. Und wenn man das Tag für Tag konsequent macht, summiert es sich.

Und ich glaube, dass genau das ein wichtiger Teil des großen Ganzen ist.



Robbie Taylor arbeitet als Service Engineer für BRITA in Großbritannien. Intern ist er als „Walking Engineer“ bekannt, weil er quer durch London mit öffentlichen Verkehrsmitteln unterwegs ist, um Wasserspender direkt vor Ort bei Kunden zu warten.

Seine Arbeit ist praktisch, hands-on und in vielerlei Hinsicht ein stilles Beispiel dafür, wie Nachhaltigkeit im Arbeitsalltag gelebt wird.



Social Impact

Saubere Sache: Einsatz für intakte Lebensräume

Das Säubern der Natur von Müll ist eine wirkungsvolle Möglichkeit, aktiv Verantwortung für Umwelt und Gesellschaft zu übernehmen. BRITA China feierte im November 2025 das fünfjährige Jubiläum ihrer Beach-Cleanup-Initiative im Shanghai Nanhui Zui Seaview Park. Zahlreiche Mitarbeitende, auch aus internationalen Teams, engagierten sich vor Ort. In einer positiven Atmosphäre, ergänzt durch interaktive Quizformate und gemeinsame Lernmomente, wurde Umweltschutz aktiv erlebbar. Bereits nach knapp einer Stunde sammelten die Teilnehmenden 304 Kilogramm Meeresmüll – ein starkes Zeichen für das Engagement der BRITA Teams.

Auch in Hongkong wurde im November 2025 mit 21 Teilnehmenden der Lei Yue Mun Beach gesäubert. Insgesamt konnten rund 60 Kilogramm Müll eingesammelt werden, darunter Baumaterialien, Plastikflaschen und -besteck, Glasscherben und vier Kilogramm Sperrmüll.

Gemeinsam mit dem Partner 4ocean befreiten Mitarbeitende von Vivreau auch in Nordamerika Waldwege in Rockaway, NJ, sowie die Uferpromenade in Vancouver von Müll und leisteten so einen wertvollen Beitrag zum Schutz der Natur.



Mehr Raum für Wasser, Natur und Wohlbefinden

BRITA UK baut sein Engagement für den Schutz von Wasserressourcen weiter aus und arbeitet dabei eng mit dem [Wildfowl & Wetlands Trust \(WWT\)](#) zusammen. Im Rahmen der Partnerschaft unterstützt BRITA den [Blue Recovery Fund](#), der zur Wiederherstellung von 100.000 Hektar Feuchtgebieten im Vereinigten Königreich beiträgt – eine Fläche von rund 140.000 Fußballfeldern. Anlässlich des Weltwassertags 2025 wurde die Zusammenarbeit durch eine umfassende Aktivierung sichtbar gemacht. Im Fokus stand die Bedeutung

von Feuchtgebieten nicht nur für den Umwelt- und Artenschutz, sondern auch für das menschliche Wohlbefinden, denn bereits zehn Minuten in sogenannten „Blue Spaces“ können das mentale Wohlbefinden spürbar steigern. Gemeinsam mit der Community-Initiative Flock Together, die Menschen über das gemeinsame Vogelbeobachten mit der Natur verbindet, wurde die Botschaft rund um Natur, Inklusion und Gesundheit weiter gestärkt.



Neuer Standort, nachhaltig gedacht

Dass Nachhaltigkeit bei BRITA fest zum Selbstverständnis gehört, zeigt sich auch im neuen Büro von BRITA Australien. Der Umzug wurde genutzt, um nachhaltige Lösungen umzusetzen, den ökologischen Fußabdruck zu reduzieren und gleichzeitig einen positiven Beitrag für Mitarbeitende und Gemeinschaft zu leisten.

So wurden neun Kisten ungenutzter Büroartikel an das Stationery Reuse Centre der University of New South Wales gespendet, eine von Studierenden organisierte Initiative, die Schreibwaren weiterverwendet. Gleichzeitig recycelte BRITA Australien rund 220 Kilogramm Elektroschrott, darunter Laptops und Drucker. Für die fachgerechte Entsorgung größerer Geräte arbeitete das Team mit einem spezialisierten Unternehmen zusammen, das klimaneutrale Entsorgungslösungen anbietet und für jeden Auftrag einen Baum pflanzt. Auch das neue Büro selbst steht im Zeichen der Nachhaltigkeit: Das Gebäude wurde nach dem

NABERS-System bewertet und erreicht hohe Standards in den Bereichen Innenraumqualität, Energieeffizienz und Wassermanagement. Ergänzt wird dies durch zahlreiche nachhaltige Maßnahmen im Betrieb – von sensor-gesteuerter Beleuchtung über Solarenergie bis hin zu wassersparenden Technologien. Mit dem neuen Standort schafft BRITA Australien so ein Arbeitsumfeld, das Nachhaltigkeit im Alltag erlebbar macht und langfristig zu einem verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen beiträgt.





Volle Leistung, weniger Plastik: Nachhaltige Trinkwasserversorgung im Profisport



Weil Trinkwasser im Sportbereich eine naheliegend große Rolle spielt, bauen wir das Engagement in diesem Umfeld weiter aus und stärken nachhaltige Lösungen für die Trinkwasserversorgung in verschiedenen Regionen. Basierend auf diesem Ansatz hat Vivreau 2025 in Kanada eine [Zusammenarbeit mit dem Vancouver Whitecaps FC](#) gestartet – einem führenden Club der Major League Soccer, der auch im Bereich Nachhaltigkeit ambitionierte Ziele verfolgt. Seit 2025 ist er außerdem die neue fußballerische Heimat von Thomas Müller.

Im National Soccer Development Centre (NSDC) des Clubs wurden zuvor jährlich über 10.000 halbvollere Einweg-Plastikflaschen entsorgt. Der leistungsstarke Vivreau Extra I-Tap Wasserspender reduziert den Plastikverbrauch dort deutlich und stellt gleichzeitig eine zuverlässige Wasserversorgung für Spieler und Mitarbeitende sicher. Neben den Trainingsbereichen kommen die Wasserspender auch in den Büroräumen des Clubs zum Einsatz.

Die Partnerschaft ist Teil eines wachsenden Engagements von Vivreau im nordamerikanischen Profisport. Neben dem Vancouver Whitecaps FC werden auch weitere Teams aus führenden Ligen mit nachhaltigen Trinkwassersystemen ausgestattet, darunter die Los Angeles Chargers (NFL), die Cleveland Browns (NFL), die San Antonio Spurs (NBA), Seattle Storm (WNBA) und die New York Yankees (MLB).

Gemeinsam mehr bewegen



Wir BRITA Mitarbeitende bemühen uns jedes Jahr, Aktionen ins Leben zu rufen, die auf der einen Seite Spaß machen, auf der anderen Seite aber gleichzeitig sinnvoll sind und Spenden einbringen. Damit unterstützen wir soziale Projekte oder Organisationen, die uns am Herzen liegen. Am Headquarter in Taunusstein haben wir 2025 z.B. einen großen Garagenverkauf veranstaltet, bei dem BRITA Produkte, IT-Equipment und andere Artikel gegen einen Mindestspendenbetrag an Mitarbeitende abgegeben wurden. Ergänzt wurde dies durch die BRITA Vital Fitness Challenge: Mitarbeitende sammelten durch Gehen, Laufen oder Radfahren Kilometer, die in eine Spende von BRITA umgewandelt wurden.

Die gesammelten Spenden kamen zum Großteil den Franziskanerinnen von Salzkotten zugute, die im rumänischen Caransebeș wichtige soziale Einrichtungen wie einen Kindergarten, eine Sozialstation

sowie Bildungs- und Sportprojekte betreiben. Ein weiterer Teil der Spenden ging an die Organisation [Whale and Dolphin Conservation](#), die sich für den Schutz von Walen, Delfinen und der Meere einsetzt. Die Spendenbilanz 2025 kann sich sehen lassen: Insgesamt rund 83.400 Euro sind durch die Aktionen zusammengekommen!

Auch BRITA Italien hat 2025 mit großem körperlichen Einsatz Spenden generiert. So nahm das Team der BRITA Italia Manufacturing im Oktober an einem Pyjama-Lauf zugunsten krebskranker Kinder teil. In Pyjamas, die die Alltagsrealität krebskranker Kinder darstellen sollten, wurden Kilometer gesammelt, um Aufmerksamkeit für die besonderen Belastungen betroffener Familien zu schaffen und Spenden zu sammeln. In Mailand gab es außerdem einen Wohltätigkeitsmarathon, an dem vier BRITA Mitarbeitende gemeinsam teilnahmen.

Die Erlöse der als Staffellauf organisierten Veranstaltung wurden genutzt, um Menschen kostenlose Krebsvorsorgeuntersuchungen bieten zu können, die sich solche sonst nicht leisten könnten. Insgesamt wurden an diesem Tag rund 900 Euro von BRITA Italien und den Mitarbeitenden gespendet. Beide Läufe waren organisiert von der [LILT](#), einer Organisation, die sich für Aufklärung, Vorsorge und die Betreuung krebskranker Menschen und ihrer Familien einsetzt.

Mit unseren Aktionen konnten wir auf einfache Weise Bewegung, Gemeinschaft und soziales Engagement verbinden und ein starkes Zeichen für Solidarität setzen. Dabei unterstützten wir nicht nur Menschen und Tiere in Not, sondern haben gleichzeitig unseren Teamgeist gestärkt und viele freudige Momente miteinander geteilt.



Impressum

Herausgeber:

BRITA SE
Heinz-Hankammer-Str. 1
65232 Taunusstein
Deutschland

sustainability@brita.net
www.brita.net



Veröffentlichungsdatum:
Juli 2026

Bildnachweis

Getty:

S. 32 Bildnr. 1306742055
S. 85 Bildnr. 1272753778

Unsplash:

S. 16 Gian Porsius
S. 31 Roger Bradshaw
S. 33 Bruno van der Kraan
S. 42 National Cancer Institute
S. 45 Samuel Regan-Asante

Pexels:

S. 48 Alin Serban

BRITA SE:

alle weiteren Bilder

