

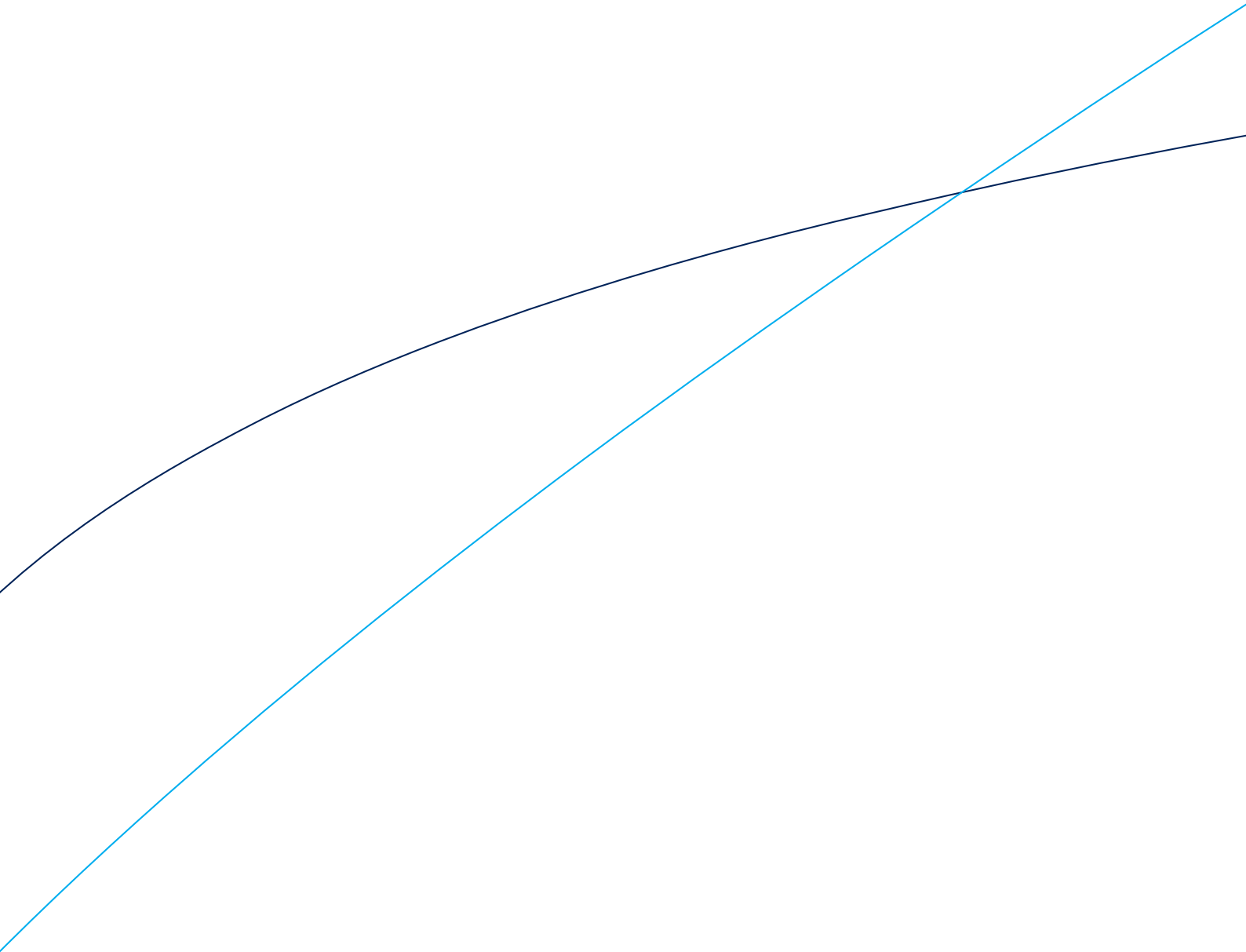


BRITA® Management Handbuch

Bezugsnormen DIN EN ISO 9001, DIN EN ISO 14001, DIN EN ISO 50001, OHSAS 18001
Oktober 2016

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

Vision BRITA Gruppe



1.0	Präambel	4
1.1	Willenserklärung	4
1.2	Geltungsbereich	5
2.0	Die BRITA Gruppe	6
2.1	Meilensteine: Geschichte der BRITA-Innovationen	8
2.2	Auszeichnungen: Starke Marke – starke Werte	10
3.0	Vision und Strategie: BRITA 2020 – Conquer New Waters	12
3.1	BRITA 2020 – Conquer New Waters: Strategie mit differenziertem Portfolioansatz	12
3.2	Unser Führungsverständnis	14
4.0	Information und Kommunikation bei BRITA	15
5.0	Unser Selbstverständnis	16
5.1	Wer wir sind – was wir wollen	16
5.2	Unser Verhalten – unsere Grundsätze	18
6.0	Corporate Compliance: Integres, ethisches und werteorientiertes Verhalten	20
7.0	Corporate Responsibility: Verantwortung übernehmen	22
7.1	Verantwortung für Ressourcen und die Umwelt	24
7.2	Energiepolitik bei BRITA	25
7.3	Arbeitsschutz und Gesundheitsmanagement	26
8.0	Geprüfte Qualität: Teil des BRITA-Markenversprechens	28
8.1	Kunden- und Konsumentenzufriedenheit	28
8.2	Kontinuierliche Verbesserung (KVP)	29
8.3	BEST – Operational Excellence	30
9.0	Der prozessorientierte Ansatz: Mehr Transparenz, mehr Gewinn für alle Beteiligten	31

1.1 Willenserklärung

Mit der Unterschrift der Geschäftsführer wird das Management-System in Kraft gesetzt.



Markus Hankammer

Chief Executive Officer BRITA Group und
Sprecher der Geschäftsführung BRITA GmbH

Jörg Heise

Chief Operating Officer BRITA Group und
Geschäftsführer BRITA GmbH

Stefan Jonitz

Chief Financial Officer BRITA Group und
Geschäftsführer BRITA GmbH

Die Inhalte dieses Handbuchs sind für alle Mitarbeiterinnen
und Mitarbeiter der BRITA Gruppe verbindlich.

1.2 Geltungsbereich

Die BRITA Gruppe ist ein mittelständisches Familienunternehmen mit internationaler Ausrichtung und konsequenter Kundenorientierung. Seit 50 Jahren stehen die Optimierung und Individualisierung von Trinkwasser im Fokus der Geschäftstätigkeit, ausgehend von sehr unterschiedlichen Wasserqualitäten und Kundenbedürfnissen in den jeweiligen Märkten. Die Traditionsmarke BRITA – in vielen Ländern ein Synonym für den Tisch-Wasserfilter – hat eine Spitzenposition im globalen Wasserfiltermarkt.

Breite Produktpalette mit innovativen Lösungen für die Trinkwasseroptimierung

Längst ist BRITA-Technologie nicht mehr nur dem Privathaushalt und dort Küche oder Esszimmer vorbehalten. Mobile Produkte für die Verwendung beim Sport, unterwegs oder im Büro, leitungsgebundene Wasserspender für hygienesensible Umfelder wie Krankenhäuser und Schulen; darüber hinaus zukunftssträchtige Trinkwasserlösungen für Unternehmen und Gastronomie sowie für die Kaffee-, Vending- oder Steamer-Branche, oder auch BRITA-Filter in Elektrogroß- und Kleingeräten namhafter Hersteller – all das ist BRITA heute. Durch unser permanentes Engagement in den Bereichen Forschung und Entwicklung zählen wir weltweit zu den technologisch führenden Unternehmen, was nicht zuletzt durch zahlreiche internationale Patente eindrucksvoll belegt wird.

Auch in Zukunft möchten wir die führende globale Marke im Bereich der Trinkwasseroptimierung bleiben und damit nachhaltigen Mehrwert für unsere Kunden, Konsumenten, Beschäftigten, Geschäftspartner (Handels- und Industriepartner ebenso wie Lieferanten), Vertreiber sowie das Unternehmen BRITA schaffen.

Der Firmensitz: Im Herzen Europas

Hauptsitz von BRITA ist Taunusstein, nur wenige Minuten von Wiesbaden entfernt. Taunusstein liegt am westlichen Rand der Metropolregion Rhein-Main, einer der wirtschaftsstärksten und innovativsten Regionen in Deutschland und Europa.

Das internationale Flughafendrehkreuz Frankfurt/Main, die ICE-Schnellstrecke Frankfurt-Köln-Amsterdam sowie wichtige Bundesautobahnen wie die A3 und die A5 liegen in unmittelbarer Reichweite des Firmensitzes, eine Verkehrsanbindung, die angesichts der internationalen Ausrichtung von BRITA unverzichtbar ist.

Zudem sichert der exponierte Standort die Verfügbarkeit hoch qualifizierter Mitarbeiter und potenzieller Nachwuchskräfte und ermöglicht wertvolle Kooperationen im Bereich Forschung und Entwicklung.

2.0 Die BRITA® Gruppe

„Hidden Champion“ mit internationaler Ausrichtung

Gegründet	1966 von Heinz Hankammer
Hauptsitz	Taunusstein (bei Wiesbaden), Deutschland
Unternehmensstruktur	Inhabergeführtes Familienunternehmen Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH)
Vorsitzender des Aufsichtsrats	Moss Kadey
Geschäftsführer	Markus Hankammer, Jörg Heise, Stefan Jonitz
Executive Board	Markus Hankammer, CEO Chief Executive Officer BRITA Group und Sprecher der Geschäftsführung BRITA GmbH Jörg Heise, COO Chief Operating Officer BRITA Group und Geschäftsführer BRITA GmbH Stefan Jonitz, CFO Chief Financial Officer BRITA Group und Geschäftsführer BRITA GmbH Markus Kirschner, Senior Vice President Europe Dr. Hilmar Walde, CTO Chief Technology Officer BRITA Group Dr. Rüdiger Kraege, Senior Vice President Asia

BRITA-Tochtergesellschaften

- BRITA GmbH, Deutschland (Hauptsitz)
- BRITA Water Filter Systems Distributors Pty Ltd., Australien
- BRITA China Co. Ltd., China
- BRITA China Manufacturing Co. Ltd., China
- BRITA Hong Kong Ltd., Hong Kong
- BRITA S.A.R.L., Frankreich
- BRITA Water Filter Systems Ltd., Großbritannien
- BRITA Italia s.r.l. Unipersonale, Italien
- BRITA Japan KK, Japan
- BRITA Korea, Korea
- BRITA Polska S.p.z.o.o., Polen
- BRITA Turkey Su Cözümleri Ltd. Sirketi, Türkei
- BRITA OOO, Russland
- BRITA AG, Schweiz
- BRITA Iberia S.L., Spanien
- BRITA Taiwan Co. Ltd., Taiwan
- MAVEA LLC, USA
- MAVEA Canada Inc., Kanada
- BRITA Ionox Deutschland GmbH, Deutschland
- BRITA Yource GmbH, Deutschland
- Asset s.r.l., Italien
- Vivreau Ltd., Großbritannien
- Vivreau USA LP, USA
- Vivreau Canada Inc., Kanada

Produktionsstätten

- Deutschland
- Großbritannien
- Schweiz
- Italien
- China (Produktionsaufnahme 2017)

Mitarbeiter weltweit

1.480 (2015)

Mitarbeiter Deutschland

785 (2015)

2.1 Meilensteine: Geschichte der BRITA®-Innovationen

- 1966 Startschuss:** Gründung von BRITA in Deutschland durch Heinz Hankammer. Erstes Produkt ist ein Filter zur Entmineralisierung von Wasser.
- 1970 Premiere:** Erster Tisch-Wasserfilter für den Haushalt.
- 1980 Business-to-Business:** Erster Professional-Wasserfilter für den gewerblichen Bereich kommt auf den Markt. Beginn des internationalen Vertriebs.
- 1987 Benchmark:** BRITA wird in Deutschland zum Synonym für Tisch-Wasserfilter.
- 1992 Auszeichnung:** BRITA erhält das Prädikat „Frauenfreundlicher Betrieb“. Einführung des ersten Recyclingprogramms für Filterkartuschen.
- 1995 Spritziger Markt:** BRITA vertreibt den Trinkwassersprudler Soda-Club in Deutschland.
- 1997 US-Award:** Heinz Hankammer erhält als erster Deutscher die Auszeichnung „Internationaler Unternehmer des Jahres“, verliehen vom „American Housewares Club of New England“.
- 1998 Pole-Position:** BRITA wird in Südafrika der Standard für Tisch-Wasserfilter.
- 1999 Generationswechsel:** Heinz Hankammer wird Vorsitzender des neu gegründeten Aufsichtsrats, Markus Hankammer alleiniger Geschäftsführer der BRITA Gruppe.
- 2001 Weltpremiere I und II:** Einführung des weltweit ersten Wasserkochers mit integriertem Wasserfilter in Großbritannien; Einführung von BRITA On Tap (leitungsabhängiges Filtersystem) in Frankreich und später in anderen Ländern.
- 2004 Integrierte Lösung:** Start der neuen Geschäftsidee „BRITA Integrated Solutions“ (Erweiterung des Anwendungsbereichs der BRITA Filterkartusche auch auf andere Haushaltsgeräte).
- 2004 Very British:** Eröffnung einer Produktionsstätte im britischen Bicester nahe Oxford. BRITA wird in die Liste der 100 besten kleinen und mittelständischen Arbeitgeber in Großbritannien aufgenommen, eine Auszeichnung der Sunday Times.
- 2005 Innovationskraft:** Einführung der neuen Kartuschengeneration MAXTRA sowie der Tisch-Wasserfilter Elemaris, Marella und Liquelli (für Japan).
- 2006 Jubiläum:** Die BRITA GmbH feiert 40-jähriges Firmenjubiläum. Einführung der neuen Filterkartusche INTENZA für BRITA Integrated Solutions-Anwendungen. Einführung einer in die Küchenarmatur integrierten Filterkartusche (in Kooperation mit der Firma Pegler zunächst in Großbritannien).

2.1 Meilensteine: Geschichte der BRITA®-Innovationen

- 2007 IT works:** BRITA GmbH führt SAP ein.
- 2008 Relaunch:** Relaunch und Ausbau der PURITY-Produktfamilie im Professional-Bereich und Einführung der neuen Filterkerzenfamilie PURITY C.
- 2009 Zertifizierte Qualität:** Erfolgreiche Zertifizierung der BRITA GmbH nach dem Qualitätsmanagement Standard DIN EN ISO 9001.
- 2010 „move in“:** BRITA feiert die offizielle Eröffnung seines neuen Firmensitzes auf dem BRITA Campus in Taunusstein. BRITA On Line macht die Küchenarmatur zur Quelle für BRITA-optimiertes Wasser. BRITA Großbritannien erreicht eine Carbon Neutral-Zertifizierung für sein Gebäude und seine Aktivitäten bei Geschäftsreisen. Nach der Akquisition von leitungsgebundenen Wasserspendern der Marke enviva steigt BRITA in ein neues Marktsegment ein.
- 2011 Umwelt und Mitarbeiter schützen:** Erfolgreiche Zertifizierung der BRITA GmbH nach den Standards ISO 14001 Umweltmanagement und OHSAS 18001 Arbeitsschutzmanagement. Erwerb des Wasserspender-Spezialisten Ionox.
- 2012 Fußabdruck:** BRITA veröffentlicht Nachhaltigkeitsbericht 2012 mit Product Carbon Footprint für einen BRITA Tisch-Wasserfilter. Markteinführung der BRITA (Neo 3) Armatur und der Fill&Go Wasserfilter-Flasche. Partnerschaft mit dem britischen Unternehmen Vivreau.
- 2013 Quelle für zuhause:** Einführung 4-Wege-Küchenarmatur BRITA Neo 4 für gefiltertes, gekühltes und auch gesprudelt Wasser. Heinz Hankammer wird Ehrenvorsitzender des Aufsichtsrats, Moss Kadey übernimmt den Vorsitz. BRITA erwirbt 90% der Anteile am italienischen Produzenten von leitungsgebundenen Wasserspendersystemen Asset. Neue Tochtergesellschaften in Taiwan und China.
- 2014 Internationale Spannweite:** Neue Tochtergesellschaft in Russland gegründet. Vivreau North America ist Partner der „Drink Up“-Kampagne von Michelle Obama. BRITA Neo 4 präsentiert neue Wasserhähne und eine neue Einbaulösung.
- 2015 Grün und innovativ:** Erfolgreiche Zertifizierung nach dem Energiemanagementsystem DIN EN ISO 50001. Fuhrpark wird mit neuer Car Policy „grüner“. Konzentration des sensorischen Wasser-Know-hows im Unternehmen: Eröffnung eines eigenen Sensorik-Labors. Einführung Wasserfilter-Karaffe BRITA fill&serve Mind und universaler Wasserfilter für alle professionellen Kaffeemaschinen mit Wassertank, AquaGusto.
- 2016 Ein halbes Jahrhundert BRITA:** BRITA feiert 50-jähriges Firmenbestehen. Die BRITA Gruppe berechnet erstmals ihren CO₂-Fußabdruck. Start der neuen globalen BRITA-Dachmarkenkampagne „Think your water“. Gründung einer neuen Tochtergesellschaft in der Türkei und eines Regionalbüros in Hongkong. Start des Geschäfts mit leitungsgebundenen Wasserspendern nach Deutschland, Österreich, der Schweiz und Großbritannien jetzt auch in Frankreich und Italien.

2.2 Auszeichnungen: Starke Marke – starke Werte

Deutsche Standards: Marken des Jahrhunderts

Der Verlag Deutsche Standards nahm BRITA 2016 in die Reihe der „Marken des Jahrhunderts“ auf.

Trusted Brand Award

Im Jahr 2013 wählten Verbraucher in Taiwan zum sechsten Mal BRITA zur Marke ihres Vertrauens. Mit der Konsumentenbefragung „Trusted Brand“, die die Zeitschrift „Reader's Digest“ seit 1999 durchführt, werden jedes Jahr die beliebtesten Marken in acht asiatischen Ländern ermittelt.

Superbrands

BRITA wurde 2006 und 2008 in die begehrte Liste der 500 Topmarken („Superbrands“) in Großbritannien aufgenommen. Als Superbrands werden Marken definiert, die in ihrem Marktsegment hohes Ansehen genießen und konkrete Vorteile gegenüber anderen Marken bieten.

Entrepreneur des Jahres – Finalist 2006

Ernst & Young, eines der weltweit führenden Prüfungs- und Beratungsunternehmen, zeichnet besondere unternehmerische Leistungen mit dem Titel „Entrepreneur des Jahres“ aus. BRITA erreichte 2006 das Finale und überzeugte die Jury durch nachhaltiges Wachstum und Innovationen.

Grünes Band 2011

Im Jahr 2011 erhielt BRITA für die konsequente Verankerung von Nachhaltigkeit in seinem Unternehmenskonzept das „Grüne Band“. BRITA überzeugte die Jury mit seinem Kartuschen-Recycling (seit 1992), der konsequenten Umstellung auf zertifizierten Ökostrom aus Wasserkraft sowie seinem vielfältigen gesellschaftlichen Engagement.

Footprint Awards 2015 – Nachhaltiger Zulieferer – Gewinner

Der „Footprint Award“ wird im Industriesektor der Gastronomie für innovatives und nachhaltiges Handeln vergeben. BRITA Großbritannien erhielt den Award unter anderem für das Bestreben, keine Abfälle auf Deponien zu schicken. Hervorgehoben wurde das gruppenweite Engagement für einen reduzierten CO₂-Ausstoß.

Vending Industry Awards 2016 – Gewinner

Der Award für die beste Umweltinitiative wird für beispielhaftes Engagement im Umweltbereich vergeben. Bei der Vergabe wurde betont, dass BRITA kontinuierlich am Thema Nachhaltigkeit arbeitet.

National Recycling Star Gold

BRITA Großbritannien erhielt 2013 den „National Recycling Star“ in Gold, weil alle Kriterien für die höchste Auszeichnungsstufe erfüllt wurden: die vollständige Vermeidung von Deponiemüll, die Einführung von Maßnahmen für eine umfassende Wiederverwertung sowie die Verbesserung des Abfallmanagements unter Beteiligung der Mitarbeiter.

2.2 Auszeichnungen: Starke Marke – starke Werte

red dot design award	Internationale Design-Experten zeichneten 2016 zum sechsten Mal ein BRITA-Produkt mit dem „red dot design award“ aus. Dieser wird im Rahmen des weltweit größten und bekanntesten Designwettbewerbs von einer hochkarätig besetzten Jury vergeben.
pro-K award	Ebenfalls im Jahr 2016 erhielt die Wasserfilterkaraffe BRITA fill&serve Mind den „pro-K award“ für Qualität in Kunststoff. Die Bewertung berücksichtigte Funktionalität, Design und Innovationsgrad. Das Urteil der 13-köpfigen Jury lautete: „Klare Formsprache mit pfiffigen Elementen. Die klassische Karaffe gekonnt in Kunststoff umgesetzt.“
Good Design Award	In den Jahren 2008 und 2011 erhielten BRITA-Produkte den japanischen „Good Design Award“. Der begehrte Designpreis, um den sich 2008 rund 3.000 Kandidaten beworben hatten, wird von der Japan Industrial Design Promotion Organization (JIDPO) verliehen. Die Auszeichnung steht für Design, das die „Branche belebt“ und das „Leben bereichert“.
iF product design award	Das Industrieforum Design zeichnete 2014 die Wasserfilterflasche BRITA Fill&Go mit dem „iF design award“ aus. Die iF Awards zählen mit jährlich mehr als 20.000 Einreichungen aus über 50 Ländern zu den größten und wichtigsten internationalen Designpreisen.
Investors in People – Gold Standard	BRITA Großbritannien erhielt 2012 den „Gold Standard Investors in People“. Dieser Standard zeigt auf, wie sich der Geschäftserfolg über die Förderung der Belegschaft steigern lässt. Den „Gold Standard“ erreichen lediglich drei Prozent der Teilnehmer.
Best Companies	BRITA Water Filter Systems Ltd. in Großbritannien wurde in den Jahren 2004, 2005, 2006 und 2008 in die renommierte Liste der „Sunday Times 100 Best Small Companies to Work for“ aufgenommen.
Best Factory Award	2014 nahm BRITA Großbritannien an den „Best Factory Awards“ teil und erhielt für den vorbildlich und auf allen Ebenen des Unternehmens gelebten kontinuierlichen Verbesserungsprozess (KVP) sowie die erstklassigen Fertigungsprozesse den „Judges‘ Special Award“. Die Best Factory Awards (BFA) und die dazugehörige Konferenz bringen die besten produzierenden Betriebe des Landes zusammen, um Best Practice auszutauschen und ihre Erfolge zu feiern.

3.0 Vision und Strategie: BRITA® 2020 – Conquer New Waters



Unsere Vision

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

Unsere Mission

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

3.1 BRITA® 2020 – Conquer New Waters: Strategie mit differenziertem Portfolioansatz

Unsere aktuelle Unternehmensstrategie „BRITA 2020 – Conquer New Waters“ basiert auf BRITAs Vision und Mission sowie der vorherigen Strategie BRITA BIG⁵⁰. Mit „Conquer New Waters“ haben wir ganz klare qualitative sowie quantitative strategische Ziele, strategische Initiativen und Verantwortlichkeiten festgelegt, die unserem gemeinsamen Handeln bis 2020 Struktur und Orientierung geben. „Conquer New Waters“ – also der Aufbruch in neue Gewässer – ist die erste Strategie bei BRITA mit einem differenzierten Portfolioansatz und fördert die Entwicklung der BRITA Gruppe vom Ein-Produkt-Unternehmen zum Mehr-Produkt-Unternehmen. Die Strategie treibt den zielgerichteten Ausbau unserer Geschäftsfelder sowohl geografisch als auch im Hinblick auf das Produktportfolio voran. Hierzu hat BRITA sich in zwölf strategische Geschäftsfelder (engl. SBA „Strategic Business Areas“) aufgeteilt und für jedes einzelne in Form von individuellen strategischen Leitlinien und Initiativen sowie finanziellen Vorgaben bis 2020 konkrete Ziele definiert.

Internationalisierungs-kompetenz als großes Plus

Die Internationalisierungskompetenz von BRITA ist neben dem Wasser- und Filtrations-Know-how unsere zweite wesentliche strategische Stärke. BRITA erwirtschaftet seit über zehn Jahren mehr als 80 Prozent seines Umsatzes außerhalb der Grenzen seines Heimatmarkts. Unsere internationalen Märkte sind mit ihren spezifischen Nutzungsgewohnheiten und Anforderungen auch immer stärker Motor für die Produkt- und Technologieinnovationen unserer Marke.

Ziele von Conquer New Waters

Aufbauend auf BRITA BIG⁵⁰ wollen wir einerseits weiterhin wirtschaftlich erfolgreich sein und andererseits unsere Identität als unabhängiges Familienunternehmen bewahren. Mit „Conquer New Waters“ haben wir die Ziele unserer „Expedition“ bis ins Jahr 2020 festgelegt und den Kurs dorthin bestimmt. Durch professionelle Zusammenarbeit aller

3.0 Vision und Strategie: BRITA® 2020 – Conquer New Waters

Mitarbeiter der BRITA Gruppe nutzen wir die Potenziale, die sich uns weltweit bieten, zur Erweiterung der von uns beherrschten Technologien, Verbreiterung unserer Produktpalette und Erschließung neuer Märkte.

Das übergeordnete Ziel von „Conquer New Waters“ lautet:
„Auf der Basis von BRITA BIG⁵⁰ werden wir durch Diversifizierung, Beschleunigung und die Förderung von Unternehmergeist unseren Umsatz bis 2020 verdoppeln.“

Die drei wesentlichen Säulen der Strategie

Diversifizierung

Wir wollen ein technologisch breiter aufgestelltes Unternehmen mit einem vielfältigeren Produktportfolio in noch mehr attraktiven Märkten werden. Diese Diversifizierung zeigt sich in der Strategie durch klare Ziele, Leitlinien und Initiativen – abgestimmt auf unsere jeweiligen geografischen Regionen und Produktkategorien. Mit einem ausgewogeneren Produktportfolio will BRITA die bisherige Abhängigkeit vom traditionellen Geschäft mit Tisch-Wasserfiltern verringern und damit seine Zukunft absichern. Expansion in neue Länder und zunehmende Internationalisierung sollen dazu führen, dass die BRITA Gruppe als multipolare Organisation mit untereinander verbundenen regionalen Basen agiert und zu starke Abhängigkeit von einzelnen Regionen vermeidet.

Beschleunigung

Wir wollen Geschwindigkeit aufnehmen, um unsere sehr gute Ausgangslage und das enorme Wachstumspotenzial von BRITA optimal zu nutzen. Hierzu müssen Prozesse optimiert, Entscheidungen rasch, aber mit Bedacht getroffen, Aktivitäten effizient umgesetzt und Informationen schnell geteilt werden. Das Unternehmen wird Beschleunigung erreichen, indem es sich jederzeit neu auf externe Faktoren wie Markt und Wettbewerb einstellt und sich ständig in einem dynamischen Gleichgewicht ausbalanciert.

Unternehmergeist

BRITA will auf allen Ebenen eine Kultur fördern, die von Unternehmergeist geprägt ist. Es fordert seine Mitarbeiter auf, neugierig zu sein, Unbekanntes zu wagen, unvermeidbare Risiken bewusst einzugehen und Entscheidungen mutig zu treffen. Wenn dabei Fehler gemacht werden, sollen sie dazu dienen, kontinuierlich zu lernen und besser zu werden. Das BRITA Executive Board verpflichtet sich, den Rahmen hierfür zu bieten sowie die unternehmerische Mentalität zu unterstützen und zu leben.

3.0 Vision und Strategie: BRITA® 2020 – Conquer New Waters

3.2 Unser Führungsverständnis

Das Executive Board der BRITA Group hat zur Frage „Welche Führung braucht unsere Strategie BRITA 2020 – Conquer New Waters?“ einen Führungsleitfaden erarbeitet. Es ist davon überzeugt, dass dem Führungsverständnis für die erfolgreiche Umsetzung der Strategie eine Schlüsselfunktion zukommt. Das Executive Board will in seinem Führungsleitfaden konkrete, spezifisch auf die BRITA-Situation zugeschnittene und in der täglichen Arbeit anwendbare Methoden und Grundsätze vermitteln. Diese sollen den Mitarbeitern deutlich machen, dass es ein gemeinsames Führungsverständnis bei BRITA gibt und wie es aussieht. Das gibt Handlungssicherheit für die Vorgesetzten und Verlässlichkeit für die Mitarbeiter.

Unsere drei wichtigsten Ziele von Führung



Die drei wichtigsten Eigenschaften einer Führungskraft

- Initiative
- Mut
- Zielstrebigkeit

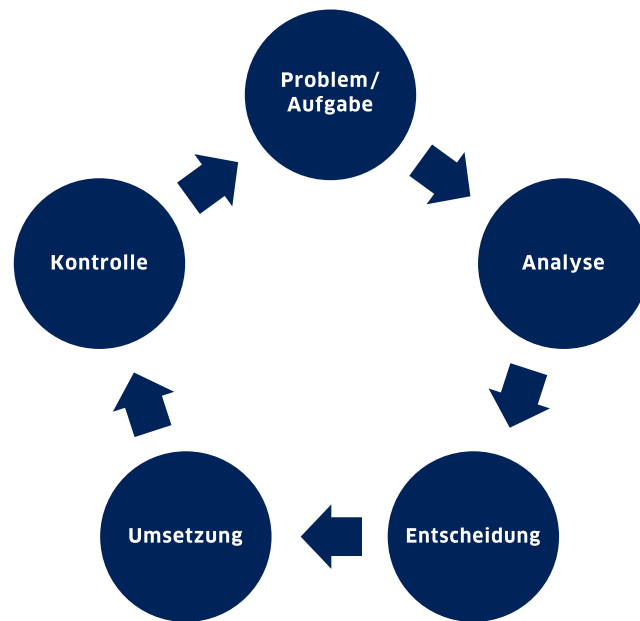
Kernelemente des Führungsverhaltens

- Haltungsebene (Authentisches Vorleben)
- Handlungsebene (Vorangehen, Anpacken, Fördern & Fordern)
- Symbolische Ebene (Handeln mit Symbolcharakter)

3.0 Vision und Strategie: BRITA® 2020 – Conquer New Waters

3.2 Unser Führungsverständnis

Der Führungsprozess bei BRITA



4.0 Information und Kommunikation bei BRITA®

Klares Wasser ist für unsere Gesundheit und für unser aller Wohlbefinden unverzichtbar – klare und transparente Informationen sind unverzichtbarer Bestandteil einer starken und glaubwürdigen Unternehmenskommunikation.

BRITA-Kunden werden weltweit über BRITA und seine Produkte informiert: über das Internet, die Sozialen Medien, E-Mail-Newsletter, über Print-Medien und POS-Material im Handel sowie über Trailer in Film und Fernsehen – um nur einige Beispiele zu nennen. Sollten darüber hinaus noch Fragen offen sein, so können sich die Konsumenten telefonisch über eine Hotline-Nummer mit uns in Verbindung setzen.

Doch nicht nur der Austausch mit den Konsumenten, sondern auch ihre Zufriedenheit mit den Produkten ist BRITA wichtig. Unsere Tisch-Wasserfilter können innerhalb von 30 Tagen an BRITA zurückgegeben werden – ohne Wenn und Aber. Der Kunde erhält dann sein Geld zurück. Zudem haben unsere Produkte eine Garantie über volle zwei Jahre. Innerhalb dieses Zeitraums können Ersatzteile kostenlos angefordert werden.

5.1 Wer wir sind – was wir wollen

Wasser ist unser Element

Unsere Kernkompetenz liegt im Bereich Wasser. Damit gestalten wir einen der wichtigsten Märkte der Zukunft. BRITA engagiert sich auf dem Gebiet der Aufbereitung und Optimierung dieser lebenswichtigen Ressource und hilft Menschen, die Qualität ihres Wassers gebrauchsgerecht zu beeinflussen. Der Ansatz ist ganzheitlich, er schließt den Ort der Entstehung, der Aufbereitung und des Gebrauchs von Wasser gleichermaßen ein. International ergeben sich je nach Qualität und Stellenwert des Wassers unterschiedliche Ansätze. Wir berücksichtigen im Rahmen der Zielerreichung des Gesamtunternehmens die Individualität jedes Landes, in dem wir vertreten sind, und werden so unseren Partnern und unseren Kunden gerecht.

Am Markt orientieren

Erfolgreich ist nur, wer sich an der Nachfrage des Marktes orientiert. Wir entwickeln, fertigen und vermarkten Produkte, die auf die Bedürfnisse der Verbraucher zugeschnitten sind. Nicht immer liegen diese Bedürfnisse offen zu Tage; wir beobachten daher sorgfältig die Entwicklung des Marktes in allen relevanten Segmenten, registrieren Veränderungen schnell und agieren gezielt und flexibel.

Marktführer sein

Haben wir uns dafür entschieden, ein Produkt bzw. eine Dienstleistung zu vermarkten, dann wollen wir in diesem Segment schnell Marktführer, also weltweit die Nummer eins gemessen am Marktanteil, sein. Eine nicht marktführende Position in einzelnen Regionen oder Teilsegmenten akzeptieren wir nur dann, wenn sie die Gesamtzielerreichung unterstützt.

Zukunft durch Bereitschaft zum Wandel

Jede Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter soll aktiv zu Innovation beitragen oder an ihr teilnehmen. Nur so können wir die Marktführerschaft und Wettbewerbsfähigkeit von BRITA erhalten. Innovation bedeutet für uns natürlich in allererster Linie die Entwicklung und Vermarktung von innovativen Produkten und Technologien. Aber es geht um mehr, nämlich um schrittweise Veränderungen, große wie kleine, die zu guten bzw. besseren Ergebnissen führen.

Neues als Chance begreifen

Ideen für Veränderung können von jedem Einzelnen und von überall her kommen. BRITA steht Veränderung positiv gegenüber, sorgt für ein Umfeld und geeignete Instrumente für Veränderung, überträgt Verantwortung und geht angemessene Risiken ein. Alle MitarbeiterInnen sind aufgefordert, Gegebenes mutig in Frage zu stellen und Verantwortung für ihr Feld und auch für das Ganze zu übernehmen. Erfolg wird nur durch Innovation möglich sowie durch das Lernen jedes Einzelnen und jedes Teams aus Erfahrungen und aus Fehlern.

Profitabel sein

Wir steigern den Wert und das Ergebnis unseres Unternehmens, wir sind profitabler als unsere Konkurrenz. Dieses anspruchsvolle Ziel erreichen wir, indem wir kontinuierlich alle Leistungsprozesse innerhalb des Unternehmens auf ihre Effizienz hin kontrollieren und optimieren.

5.1 Wer wir sind – was wir wollen

Weiter wachsen

Wachstum ist für uns sowohl eine quantitative als auch eine qualitative Kategorie. Größer werden und besser werden: Das erreichen wir durch den Einsatz eigener Ressourcen sowie durch die gezielte Nutzung von Fremdressourcen.

Jeder Einzelne zählt

Wir realisieren unsere Ambitionen, wenn wir uns gemeinsam – jeder einzelne Mitarbeiter und jede einzelne Mitarbeiterin – mit aller Kraft engagieren. Wir wissen, dass Energie, Professionalität, Initiative und Kreativität wertvolle menschliche Qualitäten sind, die sich nicht beliebig ausschöpfen lassen. In dem Maß, in dem wir uns dem verantwortungsvollen Umgang mit der Ressource Wasser verpflichtet fühlen, tragen wir auch gewissenhaft Sorge für den Menschen. Wir sind für unsere Mitarbeiter verantwortlich, sie sind Basis für unseren Erfolg. Nur, wenn wir sie gezielt fördern und honorieren, können wir sie auch fordern.

Werte prägen

Wir wissen, dass ganz bestimmte Werte und Tugenden ebenso zum Erfolg unseres Unternehmens beigetragen haben wie betriebswirtschaftliche Strategien. Diese Werte haben den Charakter BRITAs unverwechselbar geprägt, und sie werden von uns als elementar wahrgenommen: Freiraum, Eigenverantwortung, Vertrauen, Teamgeist, Respekt und Offenheit. Es ist daher eine zentrale Aufgabe, diese charakteristischen Stärken unseres Unternehmens mit neuem Leben zu füllen. Denn wir wissen, dass auch in Zukunft unsere unverwechselbaren Werte unsere Identität prägen und damit maßgeblich zum Erfolg beitragen werden.

5.2 Unser Verhalten – unsere Grundsätze

Führen heißt bei uns Vorbild sein

Wir stellen hohe Anforderungen an unsere Führungskräfte; sie sind für ihre Aufgaben hoch qualifiziert. Wer führt, ist Vorbild; er vertritt seine Mitarbeiter und trägt unseren Werten im täglichen Miteinander und bei allen Entscheidungen Rechnung. Die Mitarbeiter haben einen Anspruch darauf, von ihren Führungskräften ernst genommen und respektiert zu werden. Der kritische Dialog mit ihnen ist jederzeit möglich. Wer führt, ist verantwortlich für die Steuerung zahlreicher Prozesse und muss zielsicher Entscheidungen treffen. Er ist aber genauso verantwortlich für Kommunikation und Klima innerhalb des Teams und des Unternehmens.

Eindeutig formulierte, erreichbare Ziele schaffen Freiraum

Mitarbeiter und Vorgesetzte entwickeln auf Basis der Unternehmensziele gemeinsam individuelle Ziele, die für jeden eindeutig und verständlich sind und die sich an den Erfordernissen des Marktes orientieren. Jedem Einzelnen muss klar sein, in welchem Rahmen die vorgegebenen Ziele realisiert werden. Innerhalb dieses Rahmens kann er eigenverantwortlich an Prozessen mitwirken und hat die Chance, selbstständig Entscheidungen zu treffen; umgekehrt kann der Vorgesetzte seinen Mitarbeitern vertrauen und ihnen Verantwortung übertragen. Die Kontrolle aller Vorgänge – vom Beginn bis zum Abschluss – verstehen wir als Hilfestellung: So lassen sich Prozesse weiter optimieren, so bauen wir unsere Effizienz und letztlich auch unsere Profitabilität aus.

Wir verstehen einander

Wir reden miteinander, setzen uns auseinander, informieren einander, und das funktioniert reibungslos, weil wir alle – Mitarbeiter und Führung – die gleiche offene und verständliche Sprache sprechen. Mit dem anderen so zu reden, dass er versteht, was gemeint ist, ist nicht nur ein Gebot gegenseitigen Respekts, sondern auch wesentlich für die korrekte Weitergabe von Informationen. Für unser Unternehmen ist der ungehinderte und unverfälschte Informationsfluss existenziell; für jeden Einzelnen sind der verständliche Austausch untereinander und der offene Umgang miteinander eine persönliche Bereicherung.

Internationalität ist unsere Chance und Zukunft

Wir sind auf Märkten in der ganzen Welt – Amerika, Europa, Australien, Asien, Afrika – präsent; unsere internationalen Standorte tragen maßgeblich zum Wachstum bei. Wir versammeln unter unserem Dach verschiedene Kulturen und damit auch verschiedene Arten, zu denken und zu handeln. Das Zusammentreffen zahlreicher Kulturen und Arbeitsweisen ist eine fundamentale Chance, die wir nutzen. Wir respektieren kulturelle Unterschiede nicht nur, sondern sind offen für das, was wir von unseren Partnern und Töchtern lernen können. Wir stehen in einem kontinuierlichen produktiven Dialog: solide Basis für unser internationales Wachstum.

5.2 Unser Verhalten – unsere Grundsätze

Gesellschaftliche Verantwortung aktiv leben

Soziales Engagement ist tief in der BRITA-Tradition verankert. Wir wollen einen Teil unseres wirtschaftlichen Erfolgs zurückgeben und fördern Projekte in Kultur, Bildung, Sport und der Entwicklungshilfe. Aber auch der Schutz unserer Umwelt und der nachhaltige Umgang mit Ressourcen liegen uns am Herzen: Wir glauben, dass ein Unternehmen in Zukunft nur Erfolg hat, wenn der Umweltschutz nicht vernachlässigt wird. In der Außenwirkung aller unserer Aktivitäten achten wir darauf, dass unsere Worte und Taten im Einklang stehen.

Wir fördern und wir fordern unsere Mitarbeiter

Neugier und Wissensdurst sind der Antrieb für jede Art von Veränderung. Die Fähigkeit, neue Ideen schnell aufzugreifen, zu prüfen und umzusetzen, ist zentral für den unternehmerischen Erfolg. Wir fordern von unseren Mitarbeitern, Prozesse nicht als gegeben hinzunehmen, sondern kritisch zu betrachten und eigene Ideen einzubringen. Die Freiräume, die für solch ein eigenverantwortliches Handeln vorhanden sein müssen, können von jedem Einzelnen jederzeit eingefordert werden. Das kritische und kreative Potenzial der Mitarbeiter zu fördern ist eine wichtige Aufgabe aller Führungskräfte.

Wir beurteilen und belohnen Leistung

Unternehmensziele und die persönlichen Ziele des Einzelnen sind kompatibel. Wir honorieren die Leistung unserer Mitarbeiter angemessen, unterstützen Talente und fördern Karrieren. Bei BRITA ist keine Position eine Sackgasse. Bringt ein Mitarbeiter die notwendigen Stärken mit, wird er jederzeit und mit allen Kräften gefördert. Die Leistungen jedes Einzelnen reflektieren und beurteilen wir sorgfältig in Gesprächen. Der offene und ehrliche Dialog trägt dazu bei, sowohl Entwicklungen zu fördern als auch Schwächen zu thematisieren.

Wir lernen – unser Leben lang

Jeder einzelne Mitarbeiter hat, unabhängig von seiner Position, ein Recht auf individuelle Fortbildung, und er hat gleichzeitig die Pflicht, entsprechende Angebote wahrzunehmen. Wir lernen aber nicht nur durch gezielte thematische Workshops und Seminare, wir lernen auch im täglichen Umgang voneinander. Und hier ist es weniger Fachwissen, das wir uns aneignen, sondern wir erwerben soziale Kompetenzen: die Fähigkeit, aufeinander zuzugehen, den Anderen zu respektieren, im Team zu arbeiten. Auf diesen erlernbaren Kompetenzen beruht erfolgreiche Zusammenarbeit.

6.0 Corporate Compliance: Integres, ethisches und werteorientiertes Verhalten

Corporate Compliance bei BRITA steht für mehr als nur das Einhalten von Regeln und Gesetzen. Es ist Teil der auf Corporate Responsibility ausgelegten Unternehmensstrategie und steht für integres, ethisches und werteorientiertes Verhalten als Basis für verantwortungsvolles Unternehmertum entlang der Wertschöpfungskette. Dazu entwickelt und implementiert die Abteilung Compliance präventive und reaktive Maßnahmen als Teil des Risikomanagements, die der Schadensvermeidung oder Früherkennung dienen.

Regelwidriges Verhalten ist niemals im Interesse von BRITA. Diesem Grundsatz sind Executive Board und alle Führungskräfte bei BRITA ausnahmslos verpflichtet. Denn regelwidriges Verhalten untergräbt den fairen Wettbewerb und schadet unserer Vertrauenswürdigkeit und Reputation. Integres und verantwortungsvolles Verhalten von jedem BRITA-Mitarbeiter ist ein elementarer Bestandteil unserer Geschäftskultur. Beim Erreichen unserer Ziele ist es uns nicht nur wichtig, dass wir sie erreichen, sondern auch, wie wir sie erreichen. Auf Verstöße gegen Gesetze, Kodizes und Standards reagieren wir konsequent, gegebenenfalls auch durch arbeitsrechtliche Schritte.

BRITA verfolgt ein wertebasiertes Compliance Management System, das auf der Eigenverantwortung der Mitarbeiter aufbaut. Compliance wird bei BRITA zentral gesteuert und in den verschiedenen Bereichen lokal umgesetzt. Compliance sind bei BRITA alle Mitarbeiter. Dennoch kommt unseren Führungskräften eine besondere Rolle zu: Aufgrund ihrer Stellung sind sie besonders verpflichtet, Vorbild für ihre Mitarbeiter zu sein.

Code of Conduct

Um das Thema Compliance für jeden Mitarbeiter zugänglich und vor allem verständlich darzustellen, haben wir zwei zentrale interne Dokumente entwickelt, in denen alle wichtigen Informationen zielgruppengerecht aufbereitet sind: der Verhaltenskodex (Code of Conduct) und die Awareness-Broschüre „Compliance – Alle an einen Tisch“. Die Broschüren gibt es aktuell in zehn Sprachen. Der Verhaltenskodex ist ein für alle Mitarbeiter verbindlicher Leitfaden, der uns weltweit ermöglicht, ethische und rechtliche Fragen, die im Zusammenhang mit unserer Tätigkeit für BRITA auftreten können, zu erkennen und angemessen zu beantworten.

Compliance wird aber nicht durch Broschüren, sondern erst durch das wertorientierte Handeln der Mitarbeiter lebendig. Um das zu erreichen, setzen wir auf Kommunikation und interaktive Workshops, um die Mitarbeiter zu selbstverantwortlichem Umgang mit Compliance-Fragen zu motivieren und zu befähigen. Auch von unseren Geschäftspartnern erwarten wir das in unserem Verhaltenskodex dargestellte gesetzeskonforme und integre Verhalten.

6.0 Corporate Compliance: Integres, ethisches und werteorientiertes Verhalten

Code of Ethics

Zu den im Code of Ethics verankerten Grundsätzen gehört, dass wir die international anerkannten Menschenrechte respektieren. Außerdem lehnen wir jede Art von Zwangs-, Pflicht- und Kinderarbeit sowie Diskriminierung strikt ab. Unsere Geschäftspartner verpflichten sich, mindestens den gesetzlich vorgeschriebenen Mindestlohn zu zahlen, bzw. ihren Arbeitern einen angemessenen Lebensstandard zu ermöglichen. Nationale Regelungen und Vereinbarungen im Hinblick auf Arbeitszeiten und bezahlten Urlaub sind einzuhalten.

Der BRITA Code of Conduct und der Code of Ethics sind elementare Bestandteile unserer Unternehmenskultur und unseres Selbstverständnisses. Nur Geschäftspartner, die sich zur Einhaltung bekennen, können und werden langfristig mit uns zusammenarbeiten. Denn unternehmerische Verantwortung bei BRITA bedeutet auch, dass wir uns entlang der gesamten Wertschöpfungskette mit Themen der Corporate Responsibility auseinandersetzen.

7.0 Corporate Responsibility: Verantwortung übernehmen

Aus seinem wirtschaftlichen Erfolg wird BRITA weiterhin die Verpflichtung ableiten, einen Teil davon an die Gesellschaft zurückzugeben. Dies schlägt sich auch in Zukunft in vielfältigem Engagement nieder. Immer wieder geht es dabei – neben der Unterstützung kultureller, sozialer oder sportlicher Initiativen und Einrichtungen sowie der Fürsorge für unsere Mitarbeiter – um einen Themenkomplex, der BRITA besonders wichtig ist: die Umwelt und den Schutz der kostbaren Ressource Wasser, die uns tagtäglich in unserem Tun begleitet.

Die Verantwortung für das Thema Corporate Responsibility (CR) liegt bei BRITAs CEO Markus Hankammer. Auf seine Initiative hin wurden in der Vergangenheit gesellschaftliches Engagement und Maßnahmen für den Umweltschutz umgesetzt. Zwischen 2013 und 2015 fand eine projektbezogene Steuerung des Themas Corporate Responsibility über ein Steering Committee statt.

Hintergrund war die Initiierung eines Projekts, das den CO₂-Fußabdruck von BRITA minimieren sollte. Aus diesem Projekt heraus entwickelte sich der Ansatz „Balance the Impact“, der heute das Dach für die CR-Aktivitäten bei BRITA bildet. Seit 2016 bauen wir unter „Balance the Impact“ eine Struktur auf, mit der CR als Thema dauerhaft im Unternehmen verankert und vorangetrieben werden kann.

„Balance the Impact“

Mit der Corporate Responsibility-Initiative „Balance the Impact“ hat BRITA den Grundstein gelegt, um sich als Unternehmen ganz pragmatisch am Umwelt- und Klimaschutz zu beteiligen. Mit Hilfe eines unternehmensweiten Carbon Management misst das Unternehmen seine klimaschädlichen Emissionen und kann so erkennen, wo Umweltschutzmaßnahmen thematisch gebündelt und effektiv umgesetzt werden können. „Balance the Impact“ hat zum Ziel, den CO₂-Fußabdruck von BRITA kontinuierlich zu reduzieren und unvermeidbare Emissionen durch ökologisch und ökonomisch sinnvolle Projekte „auszubalancieren“.

Dafür greifen wir auch auf Instrumente und Prozesse zurück, mit denen wir in der Vergangenheit schon erfolgreich Umweltschutz betrieben haben – wie zum Beispiel die zertifizierten Umwelt- und Energiemanagementsysteme. Die BRITA-Standorte Taunusstein (Deutschland), Neudorf (Schweiz) und Bicester (Großbritannien) sind seit 2011 nach DIN EN ISO 14001 zertifiziert. Seit 2015 besitzen die Standorte Taunusstein und Bicester zudem ein Energiemanagementsystem nach DIN EN ISO 50001.

7.0 Corporate Responsibility: Verantwortung übernehmen

Corporate Responsibility ist ein umfangreiches Thema, für das eine funktionierende Organisation im Unternehmen notwendig ist. Die CR-Organisation und ein ganzheitliches CR-Programm werden bei BRITA derzeit noch aufgebaut. Durch interne Prozesse soll sichergestellt werden, dass CR eine beständige Größe im Unternehmen wird und Projekte effizient und mit Rückhalt aus allen Abteilungen durchgeführt werden können.

Unser Ziel ist es, die vielfältigen Maßnahmen, die wir bisher aus unserer Verantwortung heraus ganz selbstverständlich umgesetzt haben, systematisch zu steuern und daraus Impulse für unser Wachstum zu generieren.

Deshalb wollen wir über die nächsten Jahre ein stimmiges CR-Programm aufsetzen, das die Ansprüche unserer Stakeholder berücksichtigt und uns als Unternehmen voranbringt.

7.0 Corporate Responsibility: Verantwortung übernehmen

7.1 Verantwortung für Ressourcen und die Umwelt

Wer sich tagein tagaus mit der lebensnotwendigen natürlichen Ressource Wasser beschäftigt, hat ein ursächliches Interesse am schonenden Einsatz von Rohstoffen. BRITA tut dies mit größtmöglicher Sorgfalt und Achtung vor Mensch und Natur. Für das Unternehmen ist es selbstverständlich, die einschlägigen rechtlichen Verpflichtungen und andere Anforderungen aus dem Umweltmanagement zu erfüllen.

Systematischer Ressourcenschutz

Zu unserem Verständnis von Umweltschutz gehören der effiziente und sparsame Umgang mit Wasser, der Einsatz umweltverträglicher und energiesparender Produktionsverfahren, die Reduzierung von Abfällen auf ein notwendiges Minimum und ein möglichst effizienter Einsatz von Energie. Dabei halten wir nicht nur umweltfreundliche Standards für die Entwicklung und Produktion unserer Produkte ein, sondern tragen auch nach dem Verkauf dieser Verantwortung Rechnung. Wir sensibilisieren unsere Mitarbeiter für einen verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen und überzeugen auch gerne unsere Kunden von den ökologischen Vorteilen unserer Produkte.

Integraler Bestandteil unseres Wirtschaftens ist die Reduktion von Umweltbelastungen und das Verringern unseres Energieverbrauchs. Das Unternehmen berücksichtigt bereits bei der Entwicklung von Produkten die Umweltaspekte. Darüber hinaus ist BRITA durch den Einsatz integrierter Umwelt- und Energiemanagementverfahren stark daran interessiert, bei Neuentwicklungen alle wesentlichen nachteiligen Umweltauswirkungen zu minimieren. Nicht zuletzt wird kontinuierlich an der Entwicklung von Verfahren zur Bewertung der Umweltleistung und entsprechender Kennzahlen gearbeitet.

Beispiel Kartuschen-Recycling bei BRITA: Sowohl die Haushalts- als auch die Professional-Filterkartuschen werden von BRITA in firmeneigenen Anlagen aufbereitet und für die Wiederverwendung aufgearbeitet. Die Plastikmaterialien werden durch zertifizierte externe Partner recycelt. Hierdurch spart das Unternehmen Rohstoffe und Emissionen ein und steuert aktiv der Rohstoffverknappung und dem Klimawandel entgegen.

7.0 Corporate Responsibility: Verantwortung übernehmen

7.1 Verantwortung für Ressourcen und die Umwelt

Lernen von anderen – „Ökoprofit“

„Ökoprofit“ ist ein von der Stadt Wiesbaden gefördertes, freiwilliges Beratungsprogramm, das Unternehmen dabei begleitet und unterstützt, ein Umwelt- und Energiemanagement auch abseits der ISO-Normen einzuführen. Zusätzlich bietet „Ökoprofit“ ein branchenübergreifendes lokales Netzwerk zur effektiven Umsetzung von betrieblichem Umweltschutz. Alle Mitglieder nutzen den Erfahrungsschatz der anderen Unternehmen und profitieren von den verschiedenen Workshops, die im Rahmen des Programms durchgeführt werden.

Weiterentwicklung des Umweltschutzes

Systematischen Ressourcenschutz betreibt BRITA heute hauptsächlich an den Produktionsstandorten, da hier die größten Einsparpotenziale vorhanden sind. Über die Einhaltung der länderspezifischen gesetzlichen Vorgaben hinaus werden wir künftig an allen Produktionsstandorten einheitliche Anforderungen an Umwelt- und Ressourcenschutz stellen und diese strukturiert umsetzen. In einer Phase des starken Wachstums und zunehmender Internationalisierung bedeutet das aber auch, dass wir dies nicht von heute auf morgen umsetzen können. Wir streben deshalb eine schrittweise Systematisierung und Harmonisierung unserer Umweltschutzaktivitäten in ein zu entwickelndes, ganzheitliches Corporate Responsibility-Programm an.

7.2 Energiepolitik bei BRITA®

Energieziele

BRITA verpflichtet sich mit seiner Energiepolitik, den Energiebedarf und die daraus resultierenden CO₂-Emissionen kontinuierlich zu reduzieren. Dies geschieht auf Basis der strategischen und operativen Energieziele. Das Executive Board legt diese Ziele gemeinsam mit den betroffenen Fachabteilungen und Standorten jährlich fest. Die Zieldefinition basiert auf den um Variablen bereinigten Verbrauchsdaten der abgelaufenen Periode sowie einer Bewertung nach ökonomischen, ökologischen und sozioökonomischen Kriterien. Das Executive Board stellt alle notwendigen Ressourcen bereit, um die strategischen und operativen Ziele zu erreichen.

7.0 Corporate Responsibility: Verantwortung übernehmen

7.2 Energiepolitik bei BRITA®

Kontinuierliche Verbesserung der energetischen Leistung

BRITA strebt eine kontinuierliche Verbesserung der energetischen Leistung an. Die Einhaltung der gesetzlich vorgegebenen Anforderungen gilt dabei als Mindestmaß unseres Handelns. Bei Entscheidungen mit energetischer Relevanz sollen Lebenszyklusbetrachtungen, wo immer sinnvoll, erstellt werden.

Mitarbeiterverantwortung

Für die Umsetzung der Energiepolitik in das tägliche Handeln ist das Mitwirken aller Mitarbeiter von BRITA notwendig. Jeder Mitarbeiter kann Verbesserungsvorschläge, die er nicht eigenständig umsetzen kann, direkt in das Energieteam einbringen und so aktiv am Energieprogramm mitwirken. Zudem werden alle Mitarbeiter kontinuierlich über Neuigkeiten des Energiemanagements informiert.

Kommunikation

Die BRITA-Mitarbeiter werden regelmäßig über die Energieaspekte, den Energieverbrauch und das Energiemanagementprogramm von BRITA informiert. Bei Bedarf können eventuell auch externe Stakeholder über das Energiemanagement informiert werden. Die Einhaltung der Energiepolitik wird in regelmäßigen Abständen durch das Executive Board von BRITA kontrolliert und bewertet.

7.3 Arbeitsschutz und Gesundheitsmanagement

Verpflichtung gegenüber den Mitarbeitern

BRITA verpflichtet sich dazu, die Sicherheit und die Gesundheit aller Mitarbeiter zu schützen und zu verbessern. Dies geschieht durch die vorausschauende Planung und Durchführung vorbeugender und korrigierender Maßnahmen im Arbeitsschutz. Alle Arbeitsplätze der Beschäftigten werden den ergonomischen Erfordernissen und dem aktuellen Stand der Technik entsprechend gestaltet. Arbeitsschutz ist damit auch eine Aufgabe im Rahmen der unternehmerischen Fürsorge für die Beschäftigten und hat daher einen entsprechend hohen Stellenwert. BRITA verpflichtet sich, Verletzungen und Erkrankungen der Mitarbeiter zu vermeiden sowie kontinuierlich das Management und die Leistungen des Arbeits- und Gesundheitsschutzes zu verbessern.

Vorsorgemaßnahmen

Dabei achtet das Unternehmen in Eigeninitiative strengstens darauf, die geltenden rechtlichen Verpflichtungen und anderen Anforderungen im Arbeitsschutzmanagement, zu denen sich die Organisation bekennt und die sich auf Arbeits- und Gesundheitsschutzrisiken beziehen, einzuhalten und sogar zu übertreffen. Wesentliche Aufgaben sind hierbei die Ermittlung der Gefährdungen (Gefährdungsbeurteilungen) zum Schutz der Beschäftigten bereits bei der Konzeption der Anlagen sowie die Aufrechterhaltung des rechtskonformen Betriebs der Anlagen. Darüber hinaus werden regelmäßig Begehungen der Arbeitsbereiche durchgeführt. BRITA wertet diese aus und leitet – wenn notwendig – Maßnahmen ein.

7.0 Corporate Responsibility: Verantwortung übernehmen

7.3 Arbeitsschutz und Gesundheitsmanagement

Weiterentwicklung des Arbeitsschutzes

BRITA schult zudem regelmäßig alle Beschäftigten hinsichtlich des Arbeits- und Gesundheitsschutzes und verbessert kontinuierlich die technischen Bedingungen. Die Beschäftigten sind ihrerseits aufgefordert, ihre Vorgesetzten über Missstände zu informieren und Festlegungen zur Arbeitssicherheit konsequent einzuhalten. Die Abteilung Health, Safety & Environment berät hierbei gemäß den gesetzlichen Bestimmungen. Die Arbeitssicherheit der BRITA-Produktionsstandorte Taunusstein, Bicester (Großbritannien) und Neudorf (Schweiz) ist nach dem internationalen Managementstandard OHSAS 18001 (zukünftig DIN EN ISO 45001) zertifiziert. In Zukunft soll der Arbeits- und Gesundheitsschutz im Rahmen des zu entwickelnden CR-Programms stärker zentral gesteuert und vereinheitlicht werden.

Gesundheitsmanagement

Wir wollen verantwortungsvoll mit der Gesundheit unserer Mitarbeiter umgehen. Aus diesem Grund organisiert die BRITA GmbH Vorsorgemaßnahmen, die die gesetzlichen Vorgaben übertreffen. So bieten wir zum Beispiel Gripeschutzimpfungen und eine generelle Impfberatung an. Zusätzlich gibt es über unseren Betriebsarzt wechselnde Angebote wie Hautkrebscreenings, Herzchecks, Augendruckmessungen oder Prostata-Untersuchungen. Auch im Büroalltag spielt die Gesundheit eine wichtige Rolle: Mit höhenverstellbaren Schreibtischen und Stühlen richten wir unseren Mitarbeitern ergonomische Arbeitsplätze ein, um Rücken-, Knie- und Nackenleiden entgegenzuwirken. Arbeitsvorgänge in der Produktion, wie etwa das Tragen oder Heben von schweren Gegenständen, werden regelmäßig überprüft und aus gesundheitlicher Sicht optimiert. Zusätzlich bieten wir kostenlose Fahrsicherheits- und Spritspartrainings für die Mitarbeiter mit Dienstwagen an.

Der BRITA-Gesundheitszirkel

Im BRITA-Gesundheitszirkel arbeiten Vertreter der Personalabteilung, der Abteilung Health, Safety & Environment, der Betriebsrat sowie freiwillige Mitglieder aus der Belegschaft zusammen. Das Gremium diskutiert regelmäßig mögliche Verbesserungen im Gesundheitsschutz und treibt durch verschiedene Aktionen das Thema voran. Als weitere Maßnahmen zur Flexibilisierung des Arbeitslebens sowie auch zur Verbesserung der individuellen Lebensqualität bietet das Unternehmen Home Office-Möglichkeiten, Teilzeitarbeit, eine großzügige Gleitzeitregelung und Langzeitkonten an. Bei Letzterem können Beschäftigte aus aktuellem Einkommen Rücklagen schaffen, die später für eine längerfristige Freistellung oder für einen vorgezogenen Ruhestand genutzt werden können.

BRITA ist sich der besonderen Verantwortung für die Gesundheit der Mitarbeiter bewusst. Denn nur die Unternehmen, die ihre Potenziale erkennen, fördern und systematisch nutzen, werden in Zukunft erfolgreich sein.

8.0 Geprüfte Qualität: Teil des BRITA®-Markenversprechens

Wer im sensiblen Bereich der Trinkwasseroptimierung seit fünf Jahrzehnten Verantwortung übernimmt, benötigt eine herausragende Produktqualität. Dieser hohe Qualitätsanspruch ist ein wesentlicher Kern des BRITA-Markenversprechens. Wir bieten unseren Kunden ausschließlich Produkte an, die mit qualitätsgesicherten Prozessen entwickelt wurden und von denen wir uns zuvor ein genaues Bild gemacht haben. In zahlreichen Tests, Simulationen und Messungen prüfen wir Prototypen und Serienprodukte auf Herz und Nieren. Dabei gehen wir deutlich über die bereits hohen gesetzlichen Anforderungen hinaus.

Qualität hat bei BRITA viele Gesichter – von der sorgfältigen Auswahl der Rohmaterialien über die ständige Steuerung und Kontrolle aller Entwicklungs-, Produktions- und Transportabläufe einschließlich der dazugehörigen Hygienevorschriften bis hin zur Entwicklung sowie der Wahl und Überwachung der geeigneten Lieferanten. Wir arbeiten ausschließlich mit Partnern zusammen, die in der Lage sind, die strengen BRITA-Anforderungen dauerhaft zu erfüllen.

8.1 Kunden- und Konsumentenzufriedenheit

Um die hohe Qualität der BRITA-Produkte zu gewährleisten, werden Filterkartuschen, Rohmaterial und Endprodukte in den BRITA-Produktionsstätten permanent nach definierten Qualitätsanforderungen überprüft und getestet sowie von unabhängigen Instituten kontrolliert.

Sollte ein Produkt diesen hohen Standards im Einzelfall nicht genügen, so wird es gekennzeichnet, separiert und umgehend dem Wertschöpfungsprozess entzogen. Ein zentrales ERP-System erleichtert die Rückverfolgbarkeit.

Beispiel Filterkartuschen: Der renommierte TÜV SÜD kontrolliert die BRITA Filterkartuschen sowie das gesamte Wasserfiltersystem regelmäßig und bescheinigt ihre einwandfreie Produktqualität. Darüber hinaus erfüllen BRITA-Produkte einige der anspruchsvollsten Standards, darunter die des Water Research Centre (WRc) in Großbritannien, der National Sanitation Foundation (NSF) in den USA und des Schweizerischen Vereins des Gas- und Wasserfachs (SVGW).

8.0 Geprüfte Qualität: Teil des BRITA®-Markenversprechens

8.2 Kontinuierliche Verbesserung (KVP)

Der kontinuierliche Verbesserungsprozess (KVP) hat in Japan eine lange Tradition und basiert auf der dortigen Lebens- und Arbeitsphilosophie Kaizen, was so viel wie „Ersatz des Guten durch das Bessere“ bedeutet – und das in vielerlei Hinsicht:

- KVP fördert die Bereitschaft jedes Einzelnen zum Wandel: „Frage Dich jeden Tag, was Du morgen besser machen kannst.“
- KVP basiert auf dem Plan Do Check Act (PDCA)-Zyklus und umfasst die Optimierung der Produkte, Prozesse und Ziele über den gesamten Wertschöpfungskreislauf – von der Produktentwicklung bis zum Cost to Design.
- KVP ist auf Fehlervermeidung ausgerichtet, nach dem Motto: „Mach's gleich richtig beim ersten Mal.“
- Viele unserer Kunden fordern einen aktiven KVP-Prozess – ebenso wie die ISO-Standards, die eine ständige Verbesserung von Prozessen, Organisation und Systemen zum Ziel haben.
- Qualitätszirkel in der Produktion: Bereichsübergreifende Experten (z.B. aus Produktion und Engineering) sammeln im Team Ideen, um Verbesserungen durch kreative Lösungen am Produkt und an den Prozessen zu generieren.
- Interne und externe Audits: Ob System-, Prozess- oder Produkt-Audits – wir überprüfen regelmäßig unsere Managementsysteme, die Organisation und Strukturen sowie die übergreifenden Prozesse und deren Schnittstellen. Darüber hinaus bestätigen externe Auditoren die hohen selbst auferlegten Qualitätsanforderungen.
- Managementbewertungen: Bei BRITA werden auf unterschiedlichen Ebenen regelmäßig Managementbewertungen zur Optimierung der Projekte, Produkte und Prozesse durchgeführt.

Unterstützung von KVP durch klar definierte Werkzeuge

Proaktive Maßnahmen

Unser Ziel: Fehler vermeiden, bevor sie entstehen. Wir planen die Qualität unserer Produkte und Prozesse und bedienen uns dabei strukturierter Werkzeuge und Systeme. Wir identifizieren die Ursachen für mögliche Fehler an Produkten und Prozessen und leiten entsprechende Vorbeugungsmaßnahmen ein – jeweils perfekt abgestimmt auf die möglichen Auswirkungen und Risiken. Diese Aktivitäten betreffen nicht nur das Thema Qualität, sondern auch die Bereiche Umwelt und Arbeitsschutz. KVP ist Führungsaufgabe bei BRITA und bindet jeden einzelnen Mitarbeiter des Unternehmens ein.

8.0 Geprüfte Qualität: Teil des BRITA®-Markenversprechens

8.3 BEST – Operational Excellence

Besser geht es immer. Deshalb nehmen wir das Thema „Operational Excellence“ sehr ernst. Unter diesem Begriff sind Optimierungsprozesse im operativen Bereich zusammengefasst, die eine effiziente Wertschöpfung und kontinuierliche Verbesserung zum Ziel haben. So wollen wir Kundenbedürfnissen gerecht werden, Qualitätsstandards einhalten und gleichzeitig effizienter arbeiten.

Seit 2009 werden bei BRITA Operational Excellence-Methoden eingesetzt und seit 2015 unter einem prägnanten Namen zusammengefasst: BEST. Die vier Buchstaben stehen für „BRITA Excellence System.“ Gemeinsam mit unseren Mitarbeitern arbeiten wir daran, Verschwendung konsequent zu vermeiden und nachhaltige Verbesserungen zu erzielen. Die Umsetzung von BEST erfolgt über zwölf Mitarbeiter-Teams aus den Bereichen Produktion und Logistik. Es gibt zwei Koordinatoren und einen gemeinsamen Steuerkreis. Vorschläge der Mitarbeiter werden in einem Ideenspeicher gesammelt und entlang von drei Handlungsfeldern (People, Planet, Profit) sukzessive umgesetzt.

BRITA ist mit BEST auf die Herausforderungen der Zukunft vorbereitet. Demografische Veränderungen und wachsende Kundenbedürfnisse verlangen von uns, flexibel und effizient auf Veränderungen zu reagieren. Die Senkung von Herstellungskosten, die Flexibilisierung der Fertigung und das Nutzen des gesamten Mitarbeiter-Know-hows sind Schlüssel zu einer effizienten Produktion und helfen, Arbeitsplätze zu sichern. Mit BEST haben wir eine Grundlage geschaffen, um diese Herausforderungen erfolgreich zu meistern.

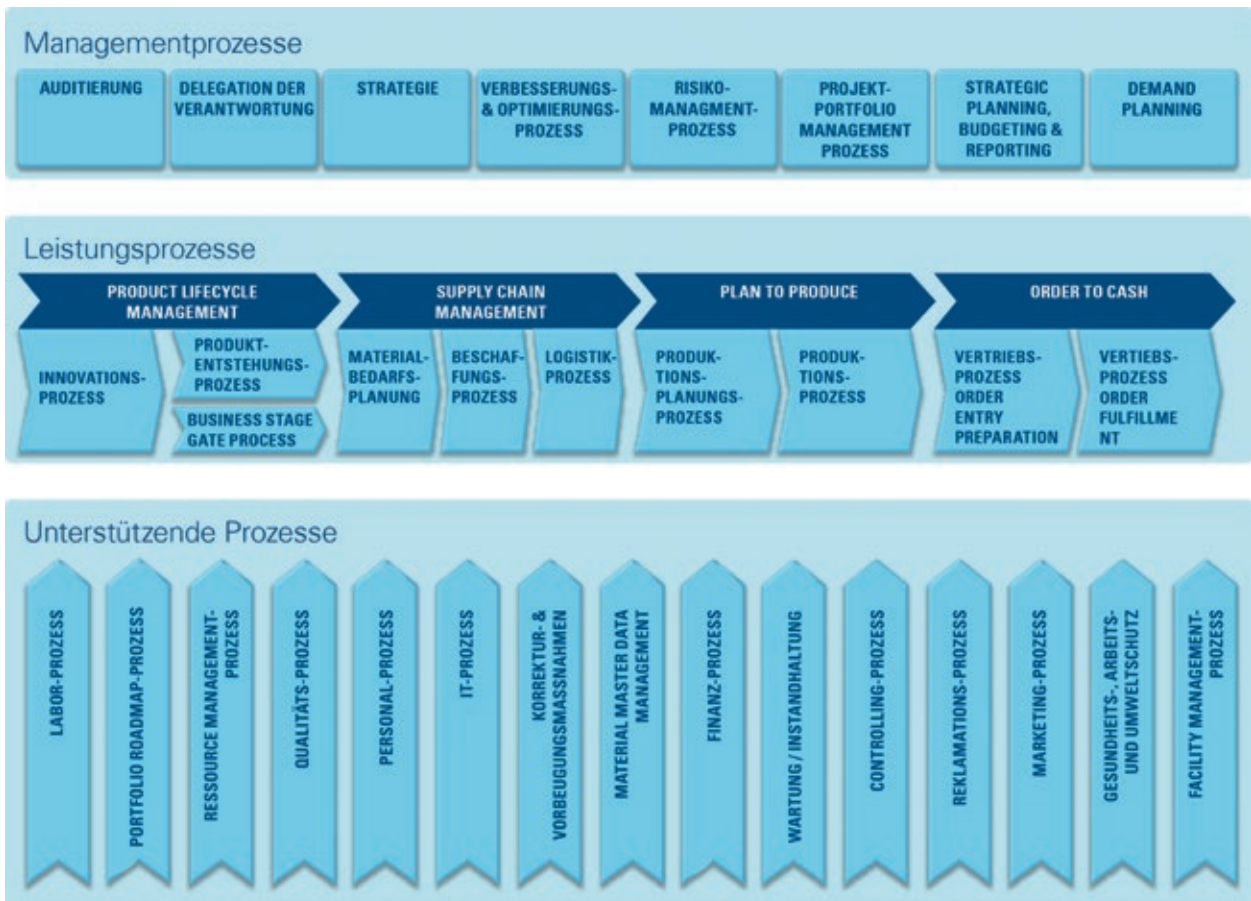
9.0 Der prozessorientierte Ansatz: Mehr Transparenz, mehr Gewinn für alle Beteiligten

Wer lenkt – der denkt: Die von BRITA gewünschten Ziele sind effizienter erreichbar, wenn Tätigkeiten und dazugehörige Mitarbeiter als Prozess geleitet und gelenkt werden. Das prozessorientierte Managementsystem liefert hierzu einen wertvollen Beitrag. Dabei wird im Sinne einer vorausschauenden Planung auf den effizienten Einsatz der Ressourcen aus der gesamten Organisation geachtet.

Alle Verfahren und Abläufe werden unter optionaler Einbeziehung von Arbeitsanweisungen sorgfältig dokumentiert. Die BRITA-Prozesslandschaft (siehe Abbildung) zeigt die wichtigsten Unternehmensprozesse sowie deren Abhängigkeiten auf.

Die unternehmensinternen Prozesse, Teilprozesse, Verfahrens- und Arbeitsanweisungen sowie Formulare sind gelenkte Dokumente, die BRITA allen Mitarbeitern im Intranet zur Verfügung stellt.

Unsere Daten aus Prozessergebnissen und Aufzeichnungen werden regelmäßig analysiert und stellen die Reproduzierbarkeit unserer Produkte und Dienstleistungen sicher.



BRITA GmbH

Group Corporate Communications

Heinrich-Hertz-Straße 4

65232 Taunusstein

www.brita.net

